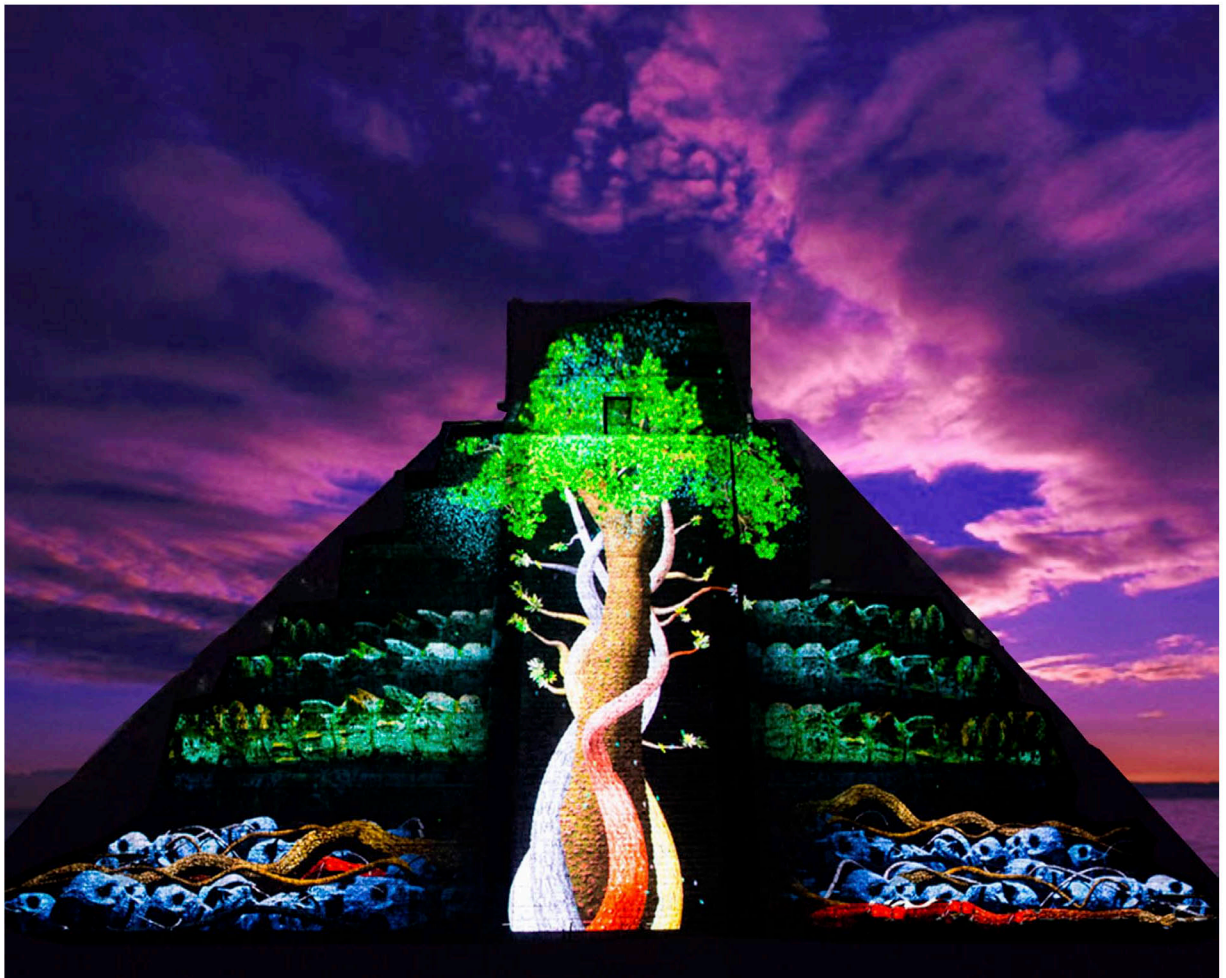


# Dimensiones

# Turísticas



Publicación semestral • Vol. 1 • Núm. 1 • Julio-diciembre 2017 • ISSN: en trámite

Academia Mexicana de Investigación Turística, A. C.

# Dimensiones



# Turísticas



Publicación semestral • Vol. 1 • Núm. 1 • Julio-diciembre 2017 • ISSN: en trámite



Academia Mexicana de Investigación Turística, A. C.

## Academia Mexicana de Investigación Turística, A. C.

La Academia Mexicana de Investigación Turística, A.C. (AMIT), de acuerdo con sus estatutos es una sociedad sin fines de lucro cuyos miembros, adscritos a universidades, centros de investigación u otro tipo de entidades públicas y privadas, proceden del campo de estudio del turismo así como de disciplinas como la geografía, economía, sociología, comunicación, antropología, psicología, administración, ciencia política, demografía, ecología, entre otras. La AMIT pretende generar un espacio de trabajo colegiado entre los investigadores(as) dedicados a los estudios del turismo.

### Directora de *Dimensiones Turísticas*

Nora Leticia Bringas Rábago

Teléfono: +52 (664) 631 63 00 ext. 1306

Correo electrónico: amit.dimentur@gmail.com

### Contacto de asistencia

Teresa López Avedoy

Teléfono: +52 (664) 631 63 00 ext. 1315

Correo electrónico: amit.dimentur@gmail.com

Diseño, formación y cuidado de la edición: Alfa/Zeta

Ma. Eugenia Varela Carlos

zet.alfa@gmail.com

Portada: Martín Martínez

Fotografía de la portada: Francisco Domínguez Estrada

*Dimensiones Turísticas*, Vol. 1, Núm. 1, Julio-diciembre 2017, es una publicación semestral, editada por la Academia Mexicana de Investigación Turística, Villa Costa Azul No. 55, Mediterráneo Club Residencial, Mazatlán, Sinaloa, C. P. 82113, tel. 52 (664) 631 63 00 ext. 1306, amit.dimentur@gmail.com. Directora: Nora Leticia Bringas Rábago. Reserva de Derechos al Uso Exclusivo: en trámite, ISSN: en trámite. Responsable de la última actualización de este volumen, administrador web de la Academia Mexicana de Investigación Turística: Carlos Vladimir Ruelas González, fecha de última modificación 27 de septiembre de 2017.

Las opiniones expresadas por los autores no necesariamente reflejan la postura del editor de la publicación.

Queda prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos e imágenes de la publicación sin previa autorización de la Academia Mexicana de Investigación Turística, A. C.

# Dimensiones



# Turísticas



Publicación semestral • Vol. 1 • Núm. 1 • Julio-diciembre 2017 • ISSN: en trámite

Nora Leticia Bringas Rábago

DIRECTORA

## CONSEJO CIENTÍFICO

Salvador Gómez Nieves · Universidad de Guadalajara, México  
Daniel Hiernaux-Nicolas · Universidad Autónoma de Querétaro, México  
Raquel Huete Nieves · Universidad de Alicante, España  
Antonina Ivanova Boncheva · Universidad Autónoma de Baja California Sur, México  
Alfonso de Jesús Jiménez Martínez · Universidad Autónoma de Guerrero, México  
Tomás López Guzmán · Universidad de Córdoba, España  
Alejandro Palafox Muñoz · Universidad de Quintana Roo, México  
Agustín Santana Talavera · Universidad de La Laguna, Canarias, España  
Regina G. Schlüter · Centro de Investigación y Estudios Turísticos, Argentina  
Rocío del Carmen Serrano Barquín · Universidad Autónoma del Estado de México, México  
Pablo Szmulewicz, Universidad Austral de Chile, Chile  
Miguel Ángel Troitiño Vinuesa, Universidad Complutense de Madrid, España  
José Fernando Vera Rebollo · Universidad de Alicante, España

## COMITÉ EDITORIAL

Andrea Muñoz Barriga · Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Ecuador  
Alfonso González Damián · Universidad de Quintana Roo, México  
Maximiliano Korstanje · Universidad de Palermo, Argentina  
Álvaro López López · Universidad Nacional Autónoma de México  
Ana Pricila Sosa Ferreira · Universidad del Caribe, Quintana Roo, México  
Basilio Verduzco Chávez · Universidad de Guadalajara, México  
Lilia Zizumbo Villarreal · Universidad Autónoma del Estado de México, México

## INDEX

NORA LETICIA BRINGAS RÁBAGO	7-8	<i>Presentation</i>
DANIEL HIERNAUX-NICOLAS	9-11	<i>Editorial</i>
<i>Articles</i>		
MARIBEL OSORIO GARCÍA Y MAXIMILIANO E. KORSTANJE	13-30	Reflections regarding the status of tourism research
CARLOS MONTERRUBIO	31-52	Requirements for tourism research in Mexico: Reflections within the international research framework
PILAR ESPESO-MOLINERO	53-80	Characteristics and challenges of participatory action research (PAR): A personal experience in tourism research
BASILIO VERDUZCO CHÁVEZ	81-109	The approaching tsunami: Emergence of public policies oriented toward enhancing the experience of tourists
ALFONSO GONZÁLEZ DAMIÁN	111-142	The relationship between tourism enterprises and sustainable development in management and social theories. A schematic proposal for its approach
<i>Essay</i>		
ALFONSO DE JESÚS JIMÉNEZ MARTÍNEZ Y MARIO ALBERTO VELÁZQUEZ GARCÍA	143-156	Universities and tourism: Reflections on tourism research in Mexico
<i>Book review</i>		
FELIPE CUAMEA VELÁZQUEZ	157-159	Daniel Hiernaux-Nicolas (2015) <i>Tourism, society, and territory: A critical interpretation. Book homage to Manuel Rodríguez Woog (1957-2015)</i>
<i>Congress review</i>		
MÓNICA VELARDE VALDEZ	161-166	<i>X International Conference of the Mexican Association of Tourism Research</i>
<i>About Dimensiones Turísticas</i>	167-179	

## ÍNDICE

NORA LETICIA BRINGAS RÁBAGO	7-8	<i>Presentación</i>
DANIEL HIERNAUX-NICOLAS	9-11	<i>Editorial</i>
<i>Artículos</i>		
MARIBEL OSORIO GARCÍA Y MAXIMILIANO E. KORSTANJE	13-30	Reflexiones en torno a la situación de la investigación turística
CARLOS MONTERRUBIO	31-52	Necesidades de la investigación turística en México: Reflexiones en el marco de la investigación internacional
PILAR ESPESO-MOLINERO	53-80	Características y retos de la investigación acción participativa (IAP). Una experiencia personal en investigación turística
BASILIO VERDUZCO CHÁVEZ	81-109	El tsunami que viene: el advenimiento de las políticas públicas orientadas a mejorar la experiencia del turista
ALFONSO GONZÁLEZ DAMIÁN	111-142	La relación entre empresa turística y desarrollo sostenible en las teorías administrativas y sociales. Una propuesta esquemática para su abordaje
<i>Nota crítica</i>		
ALFONSO DE JESÚS JIMÉNEZ MARTÍNEZ Y MARIO ALBERTO VELÁZQUEZ GARCÍA	143-156	Las universidades y el turismo: Reflexiones sobre la investigación turística en México
<i>Reseña</i>		
FELIPE CUAMEA VELÁZQUEZ	157-159	Daniel Hiernaux-Nicolas (2015) <i>Turismo, sociedad y territorio: una lectura crítica. Libro homenaje a Manuel Rodríguez Woog (1957-2015)</i>
<i>Reseña de congreso</i>		
MÓNICA VELARDE VALDEZ	161-166	X Congreso Internacional de la Asociación Mexicana de Investigación Turística
<i>Acerca de DIMENSIONES TURÍSTICAS</i>	167-179	



## Presentación

**D***imensiones turísticas* es una revista digital de acceso abierto, especializada en turismo y temas afines, publicada semestralmente en español por la Academia Mexicana de Investigación Turística, A. C. (AMIT) con un enfoque multidisciplinario. El propósito de esta revista es constituirse en un espacio con reconocimiento internacional para discutir las múltiples manifestaciones del turismo.

México cuenta con las ventajas competitivas para ser la plataforma ideal para publicar una revista con este perfil. Es uno de los países con mayor afluencia turística del mundo; en la actividad turística converge capital humano que procede de todas las regiones del extenso territorio mexicano; es un laboratorio natural para estudiar distintos procesos sociales relacionados con el turismo; existe una gran cantidad de escuelas especializadas en la enseñanza e investigación de turismo y nuestro país tiene una experiencia consolidada en el diseño e implementación de políticas turísticas en los tres órdenes de gobierno.

La publicación de esta revista es importante en el contexto histórico que vive México y su relación con el mundo. Surge en un momento en que los flujos de turismo internos e internacionales están expuestos a nuevas situaciones, cuestionamientos y retos, sobre lo que aporta el turismo a la sociedad y las consecuencias del uso de los recursos naturales, culturales y patrimoniales.

Con la publicación de *Dimensiones turísticas*, la AMIT cristaliza uno de los proyectos estratégicos planteados desde su fundación hace ya diez años. Por lo tanto, surge como una revista con el respaldo colegiado de una asociación internacional consolidada. La revista es un producto que recupera el trabajo colaborativo de una comunidad de académicos que constituye una masa crítica, con representación en todo el país y en el extranjero, y vinculada con el trabajo que se hace en las universidades y centros de investigación.

Para la AMIT y los investigadores que la integran, la revista es un importante activo que permite avanzar hacia las siguientes direcciones: influir en el debate académico; generar conocimiento para respaldar los programas de pregrado y posgrado; servir de base para la toma de decisiones; interpretar los orígenes y consecuencias de los problemas estructurales del desarrollo turístico; y ser un puente entre comunidades de expertos a nivel internacional, interesados en el avance del conocimiento del turismo.

Por ello, el primer número de *Dimensiones turísticas* está dedicado a reflexionar sobre la investigación turística con las siguientes colaboraciones.



Maribel Osorio y Maximiliano Korstanje presentan una revisión de los problemas que es necesario superar para alcanzar la madurez científica observada en otro tipo de estudios, así como para hacer frente a limitaciones epistemológicas; la necesidad de diversificar los temas investigados y dar mayor rigurosidad a las metodologías usadas.

El artículo de Carlos Monterrubio evalúa la investigación turística mexicana e internacional, con lo cual identifica necesidades de investigación, como la cobertura temática, tendencias y avances metodológicos, análisis de tópicos específicos, conocimiento más amplio de lo producido en México y fortalecimiento del diálogo entre el conocimiento nacional y los debates internacionales del turismo.

Pilar Espeso-Molinero profundiza en el proceso de investigación acción participativa mediante una revisión de enfoques y un ejemplo práctico de turismo con comunidades indígenas de la Selva Lacandona (México), que le permite mostrar la necesidad de colaboración entre el investigador y las comunidades locales para avanzar en el conocimiento del turismo.

El trabajo presentado por Basilio Verduzco Chávez aborda el tema del diseño de políticas turísticas a partir del análisis de las implicaciones teóricas y prácticas de orientar las políticas a mejorar la experiencia del turista, entre las que destaca la necesidad de considerar los aspectos geopolíticos de la planeación de destinos turísticos y el desarrollo de capacidades para diseñadores de política turística.

Alfonso González Damián hace una revisión de la producción académica publicada entre 1970 y 2014; encuentra un predominio del (neo)positivismo y otros enfoques teórico filosóficos. Alfonso de Jesús Jiménez Martínez y Mario Alberto Velázquez García analizan el papel de las universidades en la investigación turística y exponen los retos que afrontan las instituciones de educación superior en este campo.

Finalmente, se incluyen dos reseñas: una bibliográfica elaborada por Felipe Cuamea Velázquez sobre la compilación de Daniel Hiernaux-Nicolas titulada *Turismo, sociedad y territorio: una lectura crítica. Libro homenaje a Manuel Rodríguez Woog (1957-2015)*, y otra de Mónica Velarde Valdez acerca del X Congreso Internacional de la AMIT celebrado en Aguascalientes, en 2016.

En suma, la revista fue concebida como una plataforma para la construcción colaborativa de marcos interpretativos, propuestas teóricas, desarrollos metodológicos y debates actuales para estudiar el turismo. Busca ser una ventana de oportunidad para dar a conocer resultados de investigación desde las distintas áreas del conocimiento que estudian el turismo y temas afines.

Nora Leticia Bringas Rábago  
*Directora Dimensiones turísticas*

## Editorial

**E**n este mundo en crisis, lleno de confusiones y horrores, y a la vez de avances y promesas de un futuro mejor, ¿cómo pensar al turismo hoy? ¿Un “divertimento” de ricos o una aspiración universal que deriva en un derecho para todos?

¿Y qué sabemos del turismo? ¿Inclusive estamos ciertos de lo que llamamos “turismo”? Las definiciones contradictorias o parciales son múltiples y nadie puede aspirar a dar una única, universal, inapelable, ni siquiera el organismo internacional que se ha erigido a sí mismo como el detentor de la verdad en la materia.

Estas son las primeras reflexiones que vienen a la cabeza cuando uno se plantea escribir este corto texto a manera de introducción y mensaje inicial para esta nueva revista de la Academia Mexicana de Investigación Turística (AMIT). Y son muchas más cuando uno examina la trayectoria del fenómeno turístico en México y la forma como ha sido manejado y estudiado.

Personalmente quiero poner en la mesa unos hechos que considero importantes, desde mi propia visión –ciertamente subjetiva como cualquiera–, de este fenómeno o “proceso social” que es el turismo. En primer lugar reconocer que, afortunadamente, los gobiernos posrevolucionarios tomaron en cuenta al turismo en la política pública de forma muy temprana; la razón era sencilla: más que pensar todavía en un turismo nacional en un país apenas convaleciente de la guerra civil que lo desgarró, estaba frente a los ojos de los gobernantes la posible acogida de los vecinos del Norte, los mismos (o por lo menos una parte importante de sus ciudadanos) que hoy quieren montar el muro más impermeable de la historia entre ambos países.

Poco a poco se fue levantando un turismo internacional que encontró su despegue después de la Segunda Guerra Mundial y que no ha cesado de crecer desde entonces, con los altibajos generados por situaciones favorables para México, como la caída de Batista en Cuba y el consecuente arranque del turismo de sol y playa en Acapulco; o negativas, como nuestro propio narcoterrorismo interno, nuestras devaluaciones o las crisis cíclicas de la economía mundial y, en particular, la estadounidense.

Desde la academia, la tarea es inmensa. El retraso que tenemos en materia de análisis y propuestas coherentes sobre el proceso turístico es superior a los resultados positivos que podemos ostentar a la fecha. La explicación resulta simple pero articulada con varias situaciones: la primera es que la

política seguida en las primeras décadas del despegue turístico en México no fue favorable al desarrollo de estudios académicos independientes; la segunda es la carencia de información continua sobre numerosos subprocesos del turismo, como el turismo residencial o el nacional, y la última, y no la menor, la constituye cierto desinterés desde las ciencias sociales hacia el estudio del turismo considerado como “asunto intrascendente”, fuertemente criticado.

No obstante, podemos ser optimistas, las cosas cambian, entre otras cuestiones, gracias al esfuerzo de aquellos que han fomentado el estudio del turismo desde décadas atrás. Por una parte, sin lugar a dudas, existe una real apertura de las instancias oficiales del turismo hacia un mejoramiento de la información turística, así como a “segmentos” no tradicionales del mismo y el impulso a la investigación, aunque es cierto que todavía falta mucho por hacer.

En contraparte, la toma de conciencia del sector académico ha sido un impulso extraordinario para el desarrollo de las investigaciones turísticas. Si bien algunas entidades educativas sostienen desde hace muchos años una política de enseñanza superior y de investigación sobre el turismo en México erigiéndose en punta de lanza de la investigación académica en la materia, también es cierto que se han visto florecer estudios y grupos de investigadores en torno al tema a lo largo del país. No cabe duda de que esta floración primaveral anuncia un verano tórrido de avances en la investigación turística.

Sin embargo, como ha pasado en varias ciencias sociales, la institucionalización de los estudios del turismo requiere de diversos pasos que están en vías de cumplirse: la formación de asociaciones, grupos o redes conocidos y con una buena imagen hacia el resto de la comunidad académica. Son varios los avances en ese sentido, pero con seguridad la conformación de la AMIT ha sido decisiva para dar este paso hacia adelante, tanto porque introduce claramente la palabra investigación en su creación y denominación, como por mostrar un notorio alcance nacional, lo que permite acoger a investigadores ubicados en numerosas universidades de provincia y demás centros de estudios superiores. Debe mencionarse que la AMIT también ha logrado evitar el obstáculo del centralismo que sigue flagelando al mundo académico.

El segundo paso imperativo para la institucionalización de los estudios turísticos es contar con órganos de difusión que podemos llamar “disciplinarios” o temáticos. Sin menospreciar los progresos que se han realizado a lo largo de las últimas décadas, lo significativo de la iniciativa que tienen entre manos es la creación de una revista de investigación en buena medida independiente de las universidades y fruto del esfuerzo de una organización profesional, tampoco sometida a las presiones de otras instituciones, o al menos capaz de resistir a las tentaciones de sumisión, como es el caso de la AMIT.

Podemos recordar al respecto la importancia que tuvieron, por un lado, los *Anales de Sociología* fundados por Émile Durkheim para la consolidación

de la sociología en Francia, y por otro, los *Anales de Geografía* bajo el auspicio de Paul Vidal de La Blache en la misma época. Esperemos entonces que esta nueva revista tenga un papel similar para los estudios del turismo en nuestro país.

Empero, la institucionalización de los estudios turísticos depende en su mayoría de quienes los realizan, y en este paso estamos involucrados todos. La producción y difusión de estudios turísticos de calidad es responsabilidad de todos nosotros.

Es necesario también contestar algunas preguntas fundamentales que no han sido adecuadamente respondidas o que requieren de constantes ajustes y redefiniciones en este mundo caótico y cambiante en el que vivimos. Basta un ejemplo: hasta fechas recientes y todavía en materia de estadísticas turísticas, el “alojamiento turístico” se ha asociado esencialmente a la hotelería. Ya sabemos el daño que esta vinculación ha generado en nuestro conocimiento del turismo, en particular del nacional, reducido a contabilizar solo a quienes pueden y quieren viajar en avión. Pero hoy la cuestión candente es: ¿cómo se están desarrollando otras formas de alojamiento, por ejemplo la expansión de las viviendas turísticas rentadas mediante la red informática o el intercambio de residencias entre particulares?

Entre otras muchas cuestiones, se encuentran el desarrollo del turismo virtual, el riesgo terrorista en los cruceros, el peso de los viajes turísticos en el consumo y la huella energética total de la humanidad, o el muy real aunque poco combatido turismo sexual. Faltarían hojas y hojas para mostrar el desafío temático que tenemos enfrente, tanto en el nivel internacional, como específicamente en el caso de México.

Necesitamos creatividad de los investigadores, lo que puede ser afrontado de manera positiva gracias a la convergencia de numerosas disciplinas que aportan conceptos, métodos y enfoques cuyo maridaje, como un buen vino, es esencial para el desarrollo de los estudios turísticos. Necesitamos independencia, es decir, capacidad de crear fuera de cánones preestablecidos y generalmente negativos que pudieran encerrar a los estudios turísticos en ciertos marcos ideológicos restringidos. En breve, necesitamos todo, voluntad, carácter, libertad de pensamiento e independencia, creatividad y apertura: sí lo podemos lograr desde los estudios del turismo, como lo han logrado otras líneas de trabajo, y la revista que inicia con este número portará lejos la voz de aquellos que sostengan este esfuerzo.

DANIEL HIERNAUX-NICOLAS  
*Universidad Autónoma de Querétaro*

## REFLEXIONES EN TORNO A LA SITUACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN TURÍSTICA

Recibido: 5/03/2017 · Aceptado: 15/04/17

MARIBEL OSORIO GARCÍA

*Facultad de Turismo y Gastronomía,  
Universidad Autónoma del Estado de México.  
maribelosorio2@gmail.com*

MAXIMILIANO E. KORSTANJE

*Facultad de Ciencias Económicas,  
Universidad de Palermo. Buenos Aires  
maxikorstanje@hotmail.com*

### Resumen

En el artículo que se ofrece, se discute críticamente los desafíos y dificultades que presenta la investigación turística para su madurez científica, señalando sus limitaciones epistemológicas, temáticas y metodológicas, con la intención de instalar una discusión y una plataforma de pensamiento que permita a los epistemólogos latinoamericanos hacer su aporte en la esfera de una epistemología turística que se reconoce así misma en crisis. Para ello, a través de un ejercicio analítico-reflexivo, se cuestiona la división de su campo de conocimiento en turismo como negocio y estudios turísticos, y se enfatiza la necesidad de contrarrestar la fragmentación de su estudio. Finalmente, se abordan las discusiones de décadas pasadas respecto a qué es el turismo, así como también los aspectos que la propia academia no ha podido corregir.

*Palabras clave:* Turismo, epistemología, investigación, campo de conocimiento, Latinoamérica.

## REFLECTIONS REGARDING THE STATUS OF TOURISM RESEARCH

### Abstract

In the article that is offered, it is critically discussed the challenges and difficulties presented by tourism research for its scientific maturity, pointing out its epistemological, thematic and methodological limitations, with the intention of installing a discussion and a platform of thought that allows epistemologists Latin American countries to make their contribution in the sphere of a tourist epistemology that recognizes itself in crisis. For this, through an analytical-reflexive exercise, the division of its field of knowledge in tourism as business and tourist studies is questioned and the need to counteract the fragmentation of its study is emphasized. Finally, we discuss the discussions of the past decades regarding what tourism is, as well as aspects that the academy itself has not been able to correct.

*Keywords:* Tourism, epistemology, research, field of knowledge, Latin America.

## Introducción

La posición del turismo en el contexto mundial es vanagloriada año con año por la Organización Mundial del Turismo al señalar el crecimiento constante de sus indicadores básicos (llegadas internacionales, derrama económica, aportación al producto interno bruto y número de empleos, entre los más comunes), reconociéndola como la cuarta actividad de exportación más importante (World Tourism Organization, 2015, p. 14), solo superada por las industrias de los combustibles, la química y la alimentaria. El turismo es materia de alabanza no únicamente para los sectores económicos, sino para los políticos en campaña que lo toman como un aspecto positivo de su gestión (Schlüter, 2008). Por otro lado, no menos cierto es que el turismo en cuanto disciplina académica no solo ha acaparado la atención de muchas universidades, también ha experimentado un incremento sustancial en tesis doctorales, libros, congresos y programas (Brohman, 1996; Xiao y Smith, 2006; Tribe, 2006). Sin lugar a dudas, tal crecimiento va acompañado por un aumento sistemático en la cantidad de visitantes que reciben año con año los principales destinos mundiales (Hall y Lew, 2009). Este rápido y vertiginoso crecimiento de la industria turística ha generado una ruptura entre las visiones de fenómeno social y de negocio de la actividad (Guzman, 1986; Crick, 1989; Getino, 2002; Korstanje, 2008; Monterrubio, 2011; Korstanje, Mustelier y Herrera, 2016).

En los últimos años ha surgido una discusión, por demás interesante, sobre la naturaleza del turismo, y se encuentra lejos de cerrarse (Dann, 2002; Gastal, 2006). Para algunas voces, el turismo es un fenómeno dual, en el sentido de que sus manifestaciones son tanto positivas como negativas, con repercusiones de diversa índole (económicas, sociales, políticas, culturales, etc.) y en distintas dimensiones (temporales, espaciales y sociales), cuya expresión masiva se desvela en el siglo pasado (en la modernidad, según Urry, 2004; Mazón, 2001 y Krippendorf, 1995), pero cuya evolución tiene raíces históricas de mayor alcance (Dumazedier, 1971; Turner y Ash, 1991). Por el contrario, para otros, el turismo se encuentra centrado en una matriz productiva que obedece a un sistema económico que le precede y obviamente le es propio (Ritzer y Liska, 2002). Para estos estudiosos, el turismo no solo debe ser comprendido como una actividad comercial sino además como una pieza de ingeniería orientada a la producción de experiencias y servicios de diversa complejidad (Muñoz de Escalona, 1992, 2000; Vogel, 2001; Eadington y Redman, 1991; Vanhove, 2011; Ascanio, 2014).

No obstante, como fuese denunciado por Tribe (2000) y Thirkettle y Korstanje (2013), la producción y el conocimiento científico del turismo se han fragmentado de una manera en la que aún es imposible una cabal comprensión del fenómeno. Sin duda, los estudios en turismo han crecido en tamaño y volumen. Se puede tomar como referencia la información que proporciona la base de datos Scopus, en la cual, al 2015, el número de textos científicos ascendía a 49 344; de estos, menos de una quinta parte (1.6 %) se publicó antes del año 2000; la tercera parte (34 %) en la década del 2000, y casi la mitad (50 %) en lo que va de la presente década, lo que sugiere que las publicaciones científicas en turismo han estado en ascenso alcanzando su zenit en la última década (Scopus, 2015).

Para la región de Iberoamérica, la base de datos de Scielo reportó un acervo de 948 textos científicos sobre turismo, cuya proporción se conforma de una centésima parte (1 %) publicados antes del año 2000; una tercera parte (35 %) en la década del 2000, y casi dos terceras partes (64 %) en lo que va de la presente década. Es claro que el interés por investigar este fenómeno se ha expandido recientemente, aunque cabe señalar que aún no presenta los alcances de otros campos de conocimiento con igual “antigüedad” (siglo XIX), como es el caso de la comunicación, que registra 1 372 653 textos científicos para el mismo periodo.

Pese al gran incremento en su producción de conocimiento, ello no se ha traducido en la unificación de un objeto claro, en una epistemología unificada que permita a los turismólogos las bases sólidas para la maduración de su disciplina. En este sentido, los abordajes sistémicos desde la complejidad han dado luz hacia una cabal comprensión del fenómeno (Osorio, 2007).

Así, en la presente pieza de revisión teórica, no solo se discute críticamente los desafíos y las limitaciones de la epistemología del turismo, sino que se argumentan aquellas fallas que han llevado a la no-maduración del turismo como opción seria frente a otras disciplinas. Para ello es necesario abordar las discusiones de décadas pasadas respecto a la naturaleza del turismo, además de comprender los aspectos negativos que la propia academia no ha podido corregir. Sin que ello revista una crítica a algún exponente en particular o corriente teórica, mediante un ejercicio analítico-reflexivo,<sup>1</sup> el propósito del presente trabajo se orienta a instalar una discusión y una plataforma de pensamiento que permita a los epistemólogos latinoamericanos hacer su aporte en la esfera de una epistemología turística que se reconoce a sí misma en crisis.

## 1. Caracterización de la investigación turística

En principio, se realiza un acercamiento a los aspectos epistemológicos, temáticos y metodológicos de su producción científica, para posteriormente plantear la discusión. Si bien la presente pieza de revisión se trata de un ensayo, el cual muchas veces esquiva a una definición o pronunciación metodológica más precisa, nos hemos centrado en la posición de Serres (1991) y Latour (2007), así como en los aportes de David Harvey (1998), quienes señalan una fragmentación creciente entre las diferentes disciplinas respecto al conocimiento que estas producen. De hecho, advierte Harvey, el conocimiento y la epistemología no pueden ir disociados de las matrices de producción económica.

La dispersión de las epistemologías ha sido un resultado histórico de la introducción de la relatividad como eje discursivo fundante de la ciencia. Si el concepto de realidad, como

<sup>1</sup> Como procedimiento metodológico se acudió al método analítico como análisis del discurso, en el sentido que lo refieren Lopera, Ramírez, Zuluaga y Ortiz (2010), considerando tanto una caracterización de los elementos constitutivos de la investigación turística, como la crítica y contrastación de su consistencia y eficacia. Se complementa con una postura crítico-reflexiva, para la valoración de su situación y la necesidad de producir conocimiento sobre nuevos paradigmas epistemológicos.

había sido imaginado por la Escuela de Viena, sostenía una verdad inmutable, duradera y única a la cual cada persona podía acceder con el verdadero proceso (Axtell, 2000; Musgrave, 1993; Paul, 2000), no menos cierto es que la introducción de la relatividad iniciada por el pragmatismo sentó las bases para una ruptura trágica con el concepto de realidad, el cual desembocó en muchas realidades paralelas (Rorty, 1982).

Como bien advierte Harvey, la introducción de la multirrealidad converge con la ruptura de la economía de escala originada luego del embargo petrolero de Medio Oriente durante el conflicto árabe-israelí. En ese contexto, Occidente no solo experimentó un estancamiento económico sin precedentes en sus matrices productivas, sino que comprendió la necesidad de segmentar los productos, abandonando así la producción a escala que había caracterizado la época fordista.

Ese mismo proceso de descentralización económica se ha dado en los estudios epistemológicos considerando el lema “cada persona es un mundo” como parte fundante de la epistemología posmoderna (Harvey, 1998). En tal escenario, resulta importante soslayar que muchas disciplinas nacidas desde 1970 han experimentado una fuerte fragmentación en sus respectivos corpus teóricos así como problemas sustanciales para definir su objeto de estudio. En este entendimiento, el sentido de transdisciplinariedad puede oscurecer más de lo que aclara y, por ende, se hace necesaria una mayor discusión del problema que trascienda las quejas de Tribe (Korstanje, 2013b).

Es relevante, por tal motivo, resaltar las contribuciones de Jost Krippendorf en la construcción de una nueva epistemología del turismo que lo contemple como un ritual de pasaje, un mecanismo de evasión y revitalización onírica que escapa a la modernidad o a una cultura en particular. Como institución milenaria, tal vez con otros nombres, la relación entre el turismo y la fase productiva de cada grupo humano revela similitudes entre la vigilia y el sueño. La realidad que se proyecta en el mundo del turismo es onírica, en el sentido de que es fabricada por un orden precedente. Como el sueño, su función radica en garantizar la funcionabilidad del sistema revitalizando las frustraciones sucedidas durante el trabajo (Korstanje, Bridi y Cappellano dos Santos, 2015).

### *1.1 Aspectos epistemológicos*

Las divergencias en el estudio del turismo son comunes. Recuérdese las posturas de Jost Krippendorf y Dean MacCannell sobre el tema. Combinando la teoría de la prensa hidráulica formulada por Sigmund Freud, quien sostenía a la estructura psíquica como una represa que contiene una fuerza que da como resultado diversos procesos, Krippendorf consideraba al turismo como una válvula de escape común a muchas culturas y épocas. Sus avances en estudios psicológicos y culturales lo llevan a confirmar que el turismo revitaliza aquellas frustraciones ocurridas durante la época de trabajo y a tal efecto permite que la sociedad se mantenga unida. En perspectiva, cada sociedad desarrollaría sus propias formas de turismo acorde a una matriz productiva que le antecede.



Krippendorff no solo esboza una teoría “insolente” sobre los paradigmas económico-céntricos que imperaban por su época, sino que sienta las bases para la construcción de una “conciencia turística” (Krippendorff, 1975, 1982, 1986, 1987a, 1987b, 1989, 1993, 1995). No obstante, otros estudiosos como el antropólogo americano Dean MacCannell han sostenido una tesis totalmente contraria. Reconociendo que el turismo tenga un rol integrador dentro de la cultura, MacCannell sugiere que su nacimiento se encuentra supereditado al avance de la era industrial. Si para las culturas nativas el tótem era el elemento integrador y central de la vida política y social, la misma función la cumple el turismo en las sociedades secularizadas. A razón de ello, huelga decir, el turismo no solo revitaliza las frustraciones individuales sino que pone al sujeto en un paisaje ficticio que sustenta la explotación capitalista. En otras palabras, el turismo sería visto para los ojos de MacCannell como un mecanismo de ideología que legitima culturalmente las bases de la explotación capitalista sobre la fuerza de trabajo (MacCannell, 1973, 1976, 2001).

También es conocida la controversia suscitada entre Leiper (2000) y Tribe (2000) en torno al estatus científico del turismo. Si bien ambos desde diferentes perspectivas han aportado a la epistemología del turismo, sus posiciones pueden estudiarse como divergentes. Mientras Leiper declaraba que el turismo es una disciplina científica emergente debido a la gran cantidad de instituciones, escuelas, tesis, libros y artículos científicos generados sobre él, Tribe debatía que ninguno de los aspectos anteriores le da a este el carácter de ciencia, y que al carecer de objeto de estudio y método propio no alcanza tal condición. Esa discusión no ha sido saldada.

A partir de esta divergencia, varios investigadores se han demarcado por colocar al turismo como un “campo de conocimiento” (Jamal y Robinson, 2009) integrado convencionalmente por dos conjuntos de estudios: los administrativos, que abordan al turismo como negocio (*tourism management*), y los turísticos, que lo tratan como un fenómeno social (Sharpley, 2011). Al igual que otros investigadores (Ren, Pritchard y Morgan, 2010), esta división se considera una alternativa incompleta y poco fundamentada, entre otras razones porque ignora al conjunto de ciencias naturales y exactas que están estudiando al turismo, pero se reconoce que remarca muy bien el acentuado peso que ha tenido su producción científica bajo la concepción económico-administrativa de la rentabilidad capitalista, que le ha dado su dominante énfasis positivista.

El señalamiento del predominio positivista ha sido hecho por muchos epistemólogos del turismo (Tribe, 2006; Panosso, 2007; Gómez, 2012; Campodónico y Chalar, 2010; Arias, 2012; por mencionar algunos), reconociendo cierto avance en la utilización de los paradigmas pospositivistas (teoría de sistemas complejos), pero enfatizando la necesidad de desarrollar mucho más los enfoques antipositivistas, como las posturas críticas (Gómez, 2012; Castillo, 2011; Panosso y Castillo, 2010) y los estudios fenomenológicos (Panosso, 2007) y hermenéuticos (Conde, 2015). En todo caso, investigar el turismo desde los paradigmas referidos nos revela una realidad distinta de su concepción instrumentalista y hace patentes las contradicciones y los significados que subyacen en su práctica. Si bien tales aportaciones han enriquecido su conocimiento, también han contribuido a su “caos

epistemológico” (Thirkettle y Korstanje, 2013), al ampliar la fragmentación de sus saberes científicos, volviendo más difícil un encuadre de sus conocimientos (Harrison, 2007). Una evidencia de lo anterior es su amplia diversificación temática.

## 1.2 Aspectos temáticos

En distintos documentos (Osorio y López, 2012; Universidad Nacional Autónoma de México, 2007) se ha expuesto un panorama de las tendencias de la investigación turística en el contexto internacional, recuperando las aportaciones de Jafari (1994, 2005), Cohen (cit. en Apostolopoulos, Lerivadi y Yianakis, 2002, pp. 53-64), Xiao y Smith (2006, 2007), Ballantyne, Packer y Axelsen (2009), y Sharpley (2011, p. 55). Con la revisión de diez años de publicación (de 1994 a 2004) de 12 de los más destacados journals especializados en turismo, Ballantyne et al. (2009) elaboraron un listado de 21 temas sobre la producción turística, el cual es actualizado por Sharpley para un periodo de cinco años (de 2005 a 2010) mediante la revisión de cuatro de esos journals (cuadro 1).

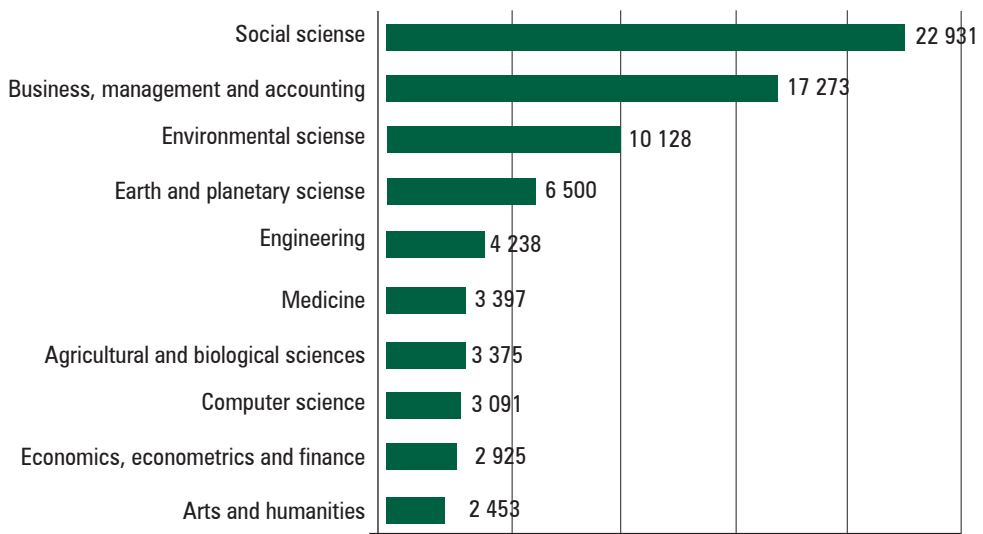
CUADRO 1. Tendencias temáticas de la investigación turística (porcentajes)

TEMAS	Ballantyne et al. (1994-2004)	Sharpley (2005-2010)
1. Turistas/visitantes	11	16.5
2. Destinos	9	9.5
3. Planificación turística	9	3.9
4. Mercadotecnia	8	10.1
5. Turismo cultural	6	4.6
6. Economía	6	8.7
7. Impactos turísticos	6	2.7
8. Tendencias turísticas	6	1.9
9. Investigación y metodología del turismo	5	7.9
10. Hospitalidad	4	3.2
11. Ecoturismo	4	1.5
12. Desarrollo sustentable	4	2.5
13. Eventos especiales	3	1.1
14. Transportación	3	1.1
15. Administración	2	8.7
16. Recursos humanos	2	2.9
17. Interpretación ambiental	2	1.4
18. Política turística	2	3.7
19. Educación y capacitación turísticas	2	2.6
20. Turismo de negocios	1	0.6
21. Deportes y ocio	1	0.9
22. Comunidad, anfitriones y huéspedes		3.7

Fuente: Elaboración propia a partir de la información de Ballantyne et al. (2009) y Sharpley (2011).

El listado, aunque varía en su criterio de clasificación (lo mismo hay disciplinas científicas, que modalidades de turismo), refiere que el foco central de atención de la investigación turística ha sido el turista, como actor clave del desplazamiento y “detonador” de los distintos procesos generados por la movilidad. Así también denota que los temas de destinos y mercadotecnia se mantienen como relevantes y con tendencia al alza, en tanto que aquellos ligados a planificación, desarrollo turístico sustentable y tendencias están a la baja. No hay que perder de vista que los *journals* incluidos en los listados solo están revelando la información de las revistas especializadas en turismo, por lo que en realidad muestran que la investigación turística “de mayor impacto” está acentuando su concepción del turismo como negocio, lo que es consistente con la hiperacumulación capitalista que vive el mundo contemporáneo (Harvey, 1998).

No obstante, se debe ubicar esta apreciación en su justa dimensión, ya que el abordaje del estudio social del turismo, como lo revela la clasificación temática de Scopus (gráfica 1), es un tema de mayor profusión que el solo visualizado en los mencionados *journals* de turismo.



Fuente: Elaboración propia con información de Scopus, 2015.

**GRÁFICA 1. Textos científicos de turismo por área de conocimiento.**

No obstante que la producción de la investigación turística latinoamericana se muestra en una cantidad limitada en el contexto internacional (Peral y Gil, 2013), cuenta ya con una trayectoria que revela su propia tendencia temática. Según las aproximaciones realizadas por Osorio (2016), exhibe un especial énfasis por los temas territoriales vinculados con la sustentabilidad y el desarrollo local, como un eje temático dominante que expresa los focos de atención de su contexto. Asimismo, González y Palafox (2014) han mostrado que los temas sociales tienen una presencia mayor en la investigación turística iberoamericana que la esperada, configurando una interesante línea de investigación sociológica en

el turismo. Entonces, varios indicios permiten inferir que la investigación turística latinoamericana ha trazado sus preferencias temáticas de manera diferenciada y con un fuerte énfasis social.

### **1.3 Aspectos metodológicos**

Las revisiones efectuadas por distintos estudiosos del turismo (Koc y Boz, 2014; Ballantyne, Packer y Axelsen, 2009; Jennings, 2009) coinciden en señalar el dominante peso del uso de metodologías cuantitativas para la construcción de su conocimiento. Según Koc y Boz (2014, pp. 10-11), la encuesta por cuestionario es la técnica más recurrente, complementada con relativa frecuencia por la entrevista. El empleo de las metodologías cualitativas aún tiene un peso poco significativo en la investigación turística, en donde las entrevistas y el análisis de contenido son las más usuales. Lo anterior es consistente con el dominio del paradigma positivista y el enfoque instrumentalista que ha tenido la investigación turística en el nivel internacional.

Se enfatizan tres debilidades metodológicas que los diversos autores han indicado: la triangulación metodológica, entendida como una estrategia de solidez para la generación de hallazgos y resultados, es poco trabajada en la investigación turística –prácticamente en solo tres de cada diez investigaciones–. Un segundo elemento estriba en que la gran mayoría de las investigaciones son estudios de caso, realizados en un solo organismo o localidad, contando con pocos estudios replicados que permitan comparaciones sobre sus resultados. El tercer punto radica en que la mayoría de las investigaciones son estudios sincrónicos, por lo que se desconoce la evolución y cambios de comportamiento del objeto de estudio a lo largo del tiempo. Estas características han limitado la calidad de la investigación turística, dando pie a señalamientos frecuentes en torno a la necesidad de fortalecer su rigor metodológico.

No se sabe de algún estudio que otorgue información sobre los aspectos metodológicos en Latinoamérica, pero se infiere que la situación es muy similar a lo expuesto, e incluso más acentuada respecto al nivel descriptivo de los resultados de investigación.

## **2. Desafíos de la investigación turística**

Desde la década de los setenta, se ha venido señalando que la investigación turística debe transitar hacia un ejercicio interdisciplinario como la mejor opción para superar la fragmentación disciplinaria, ya que ofrece la posibilidad de mediar distintos cuerpos de conocimiento y alcanzar una hibridación de conceptos y prácticas para una coherente, consistente y adecuada explicación del fenómeno turístico. Esta es la base de la argumentación de Darbellay y Stock (2012, p. 454) para recalcar que el camino pertinente a seguir para su consolidación científica no estriba en una organización paradigmática de su conocimiento,

ni tampoco en su conformación como un sistema autónomo y unificado de conocimientos, sino en un proyecto cognitivo en el que *las dimensiones turísticas de la sociedad* sean el foco de atención de las aproximaciones interdisciplinarias. Aunque por supuesto se está de acuerdo con la propuesta interdisciplinaria, a más de 30 años de su “puesta en uso”, se aprecia que este planteamiento ha tenido más resonancia que implementación, no solamente por el grado de dificultad que implica, sino porque se continúa trabajando sobre plataformas de limitado alcance.

Frente a fenómenos de una realidad cambiante, incierta e inestable, la pérdida de capacidad explicativa y comprensiva de los planteamientos teórico-convencionales de las ciencias sociales, conformados a partir de una epistemología modernista, ha generado la búsqueda de nuevos paradigmas para comprender y acceder a lo social, siendo las corrientes de pensamiento como la fenomenología, la hermenéutica, el marxismo contemporáneo, el constructivismo y los sistemas complejos las nuevas formulaciones de la llamada epistemología posmoderna para llevar a cabo tal tarea (Arellano, 2015; Aguilar, 2010; González y Arzate, 2015; Massé, 2013).

Para el caso del turismo, se reconoce que la hermenéutica y los sistemas complejos han enriquecido particularmente las explicaciones interdisciplinarias sobre él. El pensamiento hermenéutico ha aportado un amplio estudio cualitativo acerca del sentido, las motivaciones y los imaginarios inmersos en la movilidad turística; las teorías de sistemas complejos han incorporado el entendimiento de las escalas, los sistemas societales y las relaciones sociedad-naturaleza que influyen su dinámica. No obstante, se señala aquí que ambas propuestas tienen sus respectivas dificultades: la comprensión hermenéutica del turismo ha extremado la polisemia de los análisis subjetivos y relativizado la condición de los elementos materiales; y las teorías de sistemas complejos carecen de suficientes herramientas conceptual-metodológicas para investigar la causalidad heterogénea (social y natural) del fenómeno turístico.

Si las teorías mencionadas están entre las propuestas de vanguardia más sobresalientes en el estudio del turismo, siguiendo la ironía de Sharpley (2011, p. 49) cuando pregunta en dónde nos encontramos ahora en tal estudio, se tiene que admitir su respuesta: “estamos en donde siempre hemos estado”. Así entonces, desde el punto de vista de quienes escriben, el desafío del estudio científico del turismo no solo estriba en crear nuevos conceptos que resuelvan la hibridación interdisciplinaria, o en aplicar metodologías mixtas (cuantitativas) en estudios diacrónicos, sino en superar la herencia de las explicaciones fragmentadas derivadas de la epistemología modernista y explicar integralmente su heterogénea causalidad. Esto implica reconocer la compleja empiricidad del turismo e integrarla en la explicación de su objeto de estudio, y es en este punto, en el reconocimiento de la empiricidad de los fenómenos, donde falla la propia epistemología posmoderna en los distintos campos del conocimiento científico (Arellano, 2015). La alternativa para afrontar ese reto consiste en explorar otras epistemologías que permitan incorporar y traducir los integrados elementos de la realidad turística, hasta ahora representados de modo aislado (Korstanje, 2013b).

Una alternativa es la propuesta que Korstanje, Bridi y Cappellano dos Santos elaboraron recientemente como una teoría por demás particular que define al turismo como un *ritual de pasaje* el cual se encuentra orientado –de la misma forma que el sueño– a una dimensión lúdica y onírica, en donde el turista juega a ser quien en realidad no es. Esta realidad, lejos de ser ficcional y alienatoria, permite la verdadera revitalización del lazo social, del mismo modo que el sueño permite el correcto descanso del cuerpo preparándolo para la vigilia (Korstanje et al., 2015). El turismo, según esta concepción, rompe con la realidad creando un mundo de ensueño donde la regla cede frente al juego. El viaje opera como forma de ruptura entre lo conocido de la vigilia y lo desconocido que ofrece el mundo de los sueños. El sujeto es sometido a un paisaje que toma partes de la realidad pero las ordena acorde a una matriz onírica. Dentro del sistema social se producen clivajes no solo entre los diferentes actores entre los subsistemas pertinentes. El turismo opera dentro del ocio, el cual es parte del subsistema onírico cuya función central es evitar la disgregación social. Por ese motivo, y lejos de ser una actividad baladí, el turismo debe ser comprendido como un factor clave en la configuración del ethos social.

### 3. Dificultades en el camino

Recientemente, varios estudios críticos han apuntado a la crisis sustancial que experimenta la epistemología del turismo en habla inglesa. Entre los diversos factores se encuentra una academia que no dialoga con las bases o los investigadores, creando de esa manera pequeñas islas de conocimiento dispersas e imposibilitadas para integrarse como un corpus teórico completo. Como bien ha expuesto John Tribe (2010), la International Academy for the Study of Tourism (AIST) ha promovido incansablemente la investigación aplicada aun cuando no ha aportado bases epistemológicas firmes respecto de cómo se debe investigar. Ello no solo ha generado una fragmentación innecesaria en la producción académica, sino también que los investigadores se cerrasen en islas, redes totalmente desconectadas unas de otras. En este sentido, Graham Dann ha realizado una crítica exhaustiva que amerita ser discutida en la presente sección. Dann entiende que la AIST se encuentra formada en su mayoría por angloparlantes, y que este hecho no permite incorporar otras voces, culturas o idiomas con el fin de expandir el curso de acción. Como resultado, la investigación aplicada se acomoda para validar los prejuicios preexistentes en aquellas naciones de habla inglesa sin lograr un entendimiento respecto a otras formas de comprender el mundo (Dann, 1996, 2009, 2011).

A estas limitaciones, y en segundo lugar, se debe agregar que los estudios epistemológicos vigentes han adquirido gran parte de su contenido del positivismo y, en razón de tal, creen que preguntar es el único modo de estudiar un fenómeno. En este tenor, Korstanje ha desarrollado una posición respecto a los problemas metodológicos reales de las investigaciones en turismo. Por un lado, se considera al turista como el eje sobre el cual debe ponerse la atención. La mayoría de estos estudios enfatizan en la posición del turista, o su manera de ver tal o cual fenómeno, olvidando que muchas veces hay otras formas de comprensión.

Por otro lado, se introducen metodologías intrusivas basadas en cuestionarios, entrevistas formales o informales que llegan a oscurecer más que aclarar. En parte, todas estas metodologías, así como el positivismo y la fenomenología, olvidan que en muchas ocasiones las personas mientan para proteger sus intereses, o inventan historias para agradarle a los investigadores, mientras que en otros casos sencillamente desconocen su vida emocional interna. Como bien se ha observado, si un turista consultado en un museo pondera como positivo el consumo de cultura, eso simplemente es un constructo colectivo que el turista ha internalizado, no debe ser considerado como una verdad ontológica (Korstanje y George, 2015; Korstanje et al., 2016; Korstanje, 2013a; 2013b).

En tercer y último lugar, la presión por publicar en revistas de gran impacto ha mellado hondo en muchos círculos de investigadores creando una carrera cuasi-darwinística por la exclusividad, pero alejando a las publicaciones no solo de la calidad académica sino además de las bases epistemológicas necesarias para la consolidación de la disciplina. En este aspecto, se genera una guerra entre las mismas revistas en donde las de acceso gratuito quedan relegadas en los peores *rankings*, mientras que aquellas donde el contenido es de pago (*pay-for journals*) son situadas en la cumbre de la pirámide, precisamente por las compañías editoriales que formulan tales índices. Como resultado, investigadores provenientes de naciones periféricas desactualizan sus citas bibliográficas ya que por desigualdades económicas preexistentes no tienen el capital para pagar por los artículos, o simplemente se ven retraídos a citar a aquellos autores de habla inglesa que se consideran de culto. Esta verdadera barrera económica produce una distancia mayor que no permite el diálogo multidisciplinar entre los diferentes continentes, llevando a lo que proclamaba Douglas Pearce en su célebre “internacionalización” del conocimiento turístico.

En un trabajo publicado en una de las mejores revistas de habla hispana, *Estudios y Perspectivas en Turismo*, Pearce enfatiza que América Latina debe copiar el ejemplo de Asia, continente que ha desarrollado un gran lazo de intercambio con Estados Unidos e Inglaterra. Los investigadores chinos han podido insertarse en el mercado editorial anglosajón debido a que han adoptado al inglés como lengua franca. Pero no únicamente eso, Pearce redobla la apuesta y explica que los autores latinoamericanos mantienen un impacto bajo respecto a las citas en comparación con sus colegas de habla inglesa por varios motivos, aunque subraya dos en particular. El primero se corresponde con la falta de interés de los anglosajones por los estudios en español, y el segundo se refiere a que las revistas de turismo no publican muchos estudios tomando a América Latina como estudio de caso. ¿Cómo resuelve Pearce esta dicotomía?

El proceso de internacionalización del turismo implica no solo elevar los actuales estándares de calidad, sino además fijar políticas claras y conjuntas en materia de investigación. A partir de que la conectividad y el mejoramiento en las condiciones competitivas de los destinos exigen proporciones o umbrales de gobernanza mayores, los investigadores deben proveer el conocimiento necesario a quienes toman a diario las decisiones. Desde el momento en que el inglés no es la lengua materna de los investigadores hispanohablantes, deben mantener un lazo estrecho con lo producido en Estados Unidos y las naciones de habla inglesa. Pearce (2013, p. 916) dice abiertamente: “grandes países como los EEUU

van a tener una gama más amplia de posibilidades de publicación, intercambiar ideas y un más amplio grupo de evaluadores a los cuales recurrir. En contraste puede ser que no existe aún una masa crítica de investigadores en turismo en países más pequeños donde la investigación está en una etapa más temprana de desarrollo”.

Por su parte, Korstanje (2014) reacciona a estos comentarios con una pieza publicada en la revista brasileña *Rosa Dos Ventos* donde queda en evidencia no solo el etnocentrismo anglosajón, sino las deficiencias de una epistemología que, lejos de repreguntarse, ya tiene respuestas cerradas para cuestiones que no se han formulado. Korstanje adhiere a la tesis que la investigación en habla inglesa tiene un gran tinte economicista, y considera al turismo como un objeto productor de valor. El turismo es concebido únicamente como objeto, debido al valor que puede producir en el territorio. Esta mirada sesgada ha generado que los investigadores estén más interesados en aquellos factores que atentan contra la industria, en lugar de focalizar sus esfuerzos en comprender el origen de tales amenazas.

En segundo lugar, los colegas de habla inglesa ven en la experiencia la unidad de negocio que puede ser segmentada con el fin de optimizar los negocios o la *performance* del destino. De este modo, los intentos de planificación dan como resultado la proliferación de nuevos destinos, los cuales organizados bajo nuevos horizontes temáticos convocan a una red mayor de investigadores. En otras palabras, si los padres fundadores de la disciplina se encontraban abocados a responder qué es el turismo, esta pregunta ha sido remplazada por la de cuántas formas nuevas de turismo podemos descubrir. Al turismo clásico se le suman el rural, cultural, negro, blanco, etc. Esta diversificación de productos, los cuales son conducentes a la lógica del mercado, por cuanto mayores productos implica mayores ganancias, ha generado una fragmentación sin precedentes que hoy pone a la investigación en turismo en crisis (Korstanje, 2014), como lo muestra la tendencia expuesta sobre las temáticas turísticas en los últimos años y los peligros que ello conlleva.

## 4. Reflexiones finales

Para que la maduración de la ciencia turística sea una realidad, la pregunta para qué sirve el turismo debe ser remplazada por la de qué es el turismo. Como se mencionó en este texto, dos posturas antagónicas se han debatido históricamente para imponer su propia visión del turismo. La posición sociocultural hace foco en el turismo como una institución social, el cual no solo cumple un rol protagónico en la sociedad, sino en la confianza del ciudadano hacia sus instituciones, que es la base angular de la sociedad.

Por otro lado, la tradición económico-céntrica, la cual se enfoca particularmente en el *marketing* y el *management*, define al turismo como un productor de valor, una pieza productiva ejemplar que permite mejorar la vida de las poblaciones locales. Visto el problema desde este ángulo, si para la primera el turismo debe ser un objeto de estudio mutuamente excluyente por sus propias definiciones, para la segunda, las definiciones sobre qué es y cómo opera el turismo se tornan secundarias acorde a lo que instrumentalmente puede hacerse con este. En otras palabras, a la pregunta qué es el turismo, la cual ha iluminado



la posición de sociólogos, antropólogos y científicos sociales de diversos países y culturas, se le suma una en el polo opuesto: para qué sirve el turismo.

En un libro de publicación reciente, titulado *Tourism Research Frontiers*, Chambers y Rakic (2015) llaman la atención sobre la crisis de sentido que atraviesa actualmente la investigación aplicada en turismo y hospitalidad. Pero lejos de acoplarse a lo que sugiere la plataforma crítica, lo cual implica una total destrucción de toda la teoría turística vigente, las investigadoras británicas buscan opciones alternativas. Muy al contrario de ser este mundo altamente globalizado uno comparable a aquel desde donde los padres fundadores de la disciplina producían teoría, es necesario comprender que los hábitos son construcciones en constante transformación. Se vive en un mundo de compleja y permanente incertidumbre que pone al turista frente a un cambio de cosmología. En este sentido, resulta inevitable modificar los paradigmas básicos sobre los cuales debe apoyarse la investigación.

Con el fin de buscar nuevos objetos de estudio, es importante que los epistemólogos expandan los bordes de la disciplina. Estos cambios deben ser puentes simbólicos –entre lo conocido y lo desconocido– que dialoguen con otras disciplinas. Chambers y Rakic observan que no es la producción o el tamaño de esta lo que le da credibilidad a una disciplina, sino su capacidad discursiva para explicar los fenómenos que intenta estudiar. El choque de paradigmas produce contornos por medio de los cuales las disciplinas convergen, pero este juego posiciona ciertos saberes como hegemónicos mientras que otros son relegados hacia la periferia. Los turistas modernos buscan no solo *comoditizar* la cultura, sino también objetivar a los nativos acorde a sus propias experiencias. Ya no se puede comprender la sustentabilidad del turismo sin comprender tal lógica, la cual se aplica a la hipermovilidad de las naciones globalizadas. Empero, en lugar de dismantelar todo lo creado, es importante buscar nuevas alternativas teóricas que focalicen en la política del turismo. El poder político extorsiona a la opinión pública generando una atmósfera de desconfianza y miedo sobre el extranjero; una suerte de declive de la hospitalidad promovida por ciertos sectores orientados a fagocitar el nacionalismo.

¿Cuál es el rol del turismo en estos procesos de cambio? En algún sentido, Chambers y Rakic, continuando los objetivos de Jafari (1994), intentan sentar las bases para una epistemología consolidada pero sin destruir lo que ha sido mal apuntalado. En este sentido, el libro no solo no responde a los objetivos que las editoras se plantean, sino que se asienta en toda una teoría que descansa sobre cimientos endebles; un corpus teórico altamente fragmentado que no ha obtenido con claridad su objeto de estudio. Los defensores de la epistemología actual proclaman que el turismo no se ha transformado en disciplina académica consolidada por una cuestión de tiempo. En forma de anécdota vale mencionar que el psicoanálisis se ha situado como una ciencia en apenas 15 años. Sus padres fundadores aportaron una episteme, un método y un objeto definido de estudio. Cada una de esas disciplinas, como la sociología –la cual se ocupa de las normas–, la antropología –que hace lo propio con la cultura– o la geografía –y su estudio del territorio–, ha desarrollado un objeto de estudio. Aquí cabe preguntarse qué estudia el turismo.

Si bien Chambers y Rakic intentan discutir el problema de la epistemología del turismo desde un nuevo lenguaje, sus intentos no pueden resolverlo. Ellas no parecen interesadas en explicar la fragmentación del conocimiento, ni tampoco en destruir la divergencia – cada vez mayor– entre el turismo como producto económico y el turismo como institución social. De ello se deriva que en los años venideros los investigadores y epistemólogos enfrenten verdaderos desafíos que modificarán no únicamente los contornos disciplinarios del turismo sino su naturaleza misma.

Por lo anterior, de nuestra parte se considera necesario insistir en el requerimiento de investigar sobre nuevos paradigmas epistemológicos que superen la fragmentación disciplinaria para el abordaje de su estudio, que ayuden a entender su heterogeneidad y multi-causalidad y aprehender su empiricidad desde una perspectiva integral. Como se apuntó con antelación, una alternativa puede ser la plataforma proporcionada por Serres (1991) y Latour (2007) para acercarnos a explicar, nuevamente, la naturaleza y complejidad del turismo, como se ha hecho para otros objetos de estudio (Arellano, 2015).

## Referencias

- Aguilar G., M. (2010). *La sociología: construcción categorial, objeto y método*. Madrid, España: Tecnos.
- Apostolopoulos, Y., Lerivadi, S. y Yianakis, A. (2002). *The Sociology of Tourism*. Londres, Gran Bretaña: Routledge.
- Arellano H., A. (2015). *Cambio climático y sociedad*. Ciudad de México, México: Porrúa.
- Arias C., A. E. (2012). Análisis de las visiones del turismo en México. *Turismo em Anlisé*, 23(2), 286-307.
- Ascanio, A. (2014). Turismo como sistema de servicios: Soportes físicos y estrategias. *Papers de Turisme*, 6(1), 35-50.
- Axtell, G. (2000) Introduction. En G. Axtell (ed.), *Knowledge, Belief and Character: Reading in Virtue Epistemology* (pp. xi-xxix). Boston, Estados Unidos: Rowman & Littlefield Publishers.
- Ballantyne, R., Packer, J. y Axelsen, M. (2009). Trends in tourism research. *Annals of Tourism Research*, 36(1), 149-152.
- Brohman, J. (1996) New directions in tourism for third world development. *Annals of Tourism Research*, 23(1), 48-70.
- Camposónico, R. y Chalar, L. (julio, 2010). Turismo: una ciencia en construcción. En *Anais do VI Seminario de Pesquisa em turismo do MERCOSUL-Saberes no turismo: Interfaces*. Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, Brasil.
- Castillo N., M. (2011). Epistemología crítica del turismo ¿qué es eso? *Turismo em Anlisé*, 22(3), 516- 538.
- Chambers, D. y Rakic, T. (eds.). (2015). *Tourism Research Frontiers: Beyond the Boundaries of Knowledge*. Wagon Lane, Reino Unido: Emerald Group Publishing.
- Conde G., N. (2015). Notas sobre el sistema turístico y la hermenéutica del viaje y la hospitalidad. En Daniel Hiernaux N. (coord.), *Turismo, sociedad y territorio. Una lectura*

- crítica* (pp. 11-42). Querétaro, México: Universidad Autónoma de Querétaro.
- Crick, M. (1989). Representations of international tourism in the social sciences: Sun, sex, sights, savings, and servility. *Annual Review of Anthropology*, 18(1), 307-344.
- Dann, G. M. (1996). *The Language of Tourism: A Sociolinguistic Perspective*. Wallingford, Estados Unidos: Cab International.
- Dann, G. M. (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.
- Dann, G. M. (ed.). (2002). *The Tourist as a Metaphor of the Social World*. Wallingford, Estados Unidos: Cabi.
- Darbellay, F. y Stock, M. (2012). Tourism as complex interdisciplinary research object. *Annals of Tourism Research*, 39(1), 441-458.
- Dumazedier, J. (1971). Realidades del ocio e ideologías. En J. Dumazedier y R. Kaes, *Ocio y sociedad de clases* (pp. 9-46). Barcelona, España: Fontanella.
- Eadington, W. R. y Redman, M. (1991). Economics and tourism. *Annals of Tourism Research*, 18(1), 41-56.
- Gastal, S. (2006). Tiempos postmodernos: Posibilidades para el turismo. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 15(3), 270-282.
- Getino, O. (2002). *Turismo: entre el ocio y el neg-ocio*. Buenos Aires, Argentina: La Crujía.
- Gómez N., S. (2012). *Educación superior e investigación turística. Retos, problemas y desilusiones*. Guadalajara, México: Universidad de Guadalajara.
- González D., A. y Palafox M., A. (2014). Sociología del turismo en español. Revisión exploratoria de artículos publicados en revistas iberoamericanas 2003-2013. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 23(4), 805-819.
- González G., N. y Arzate S., J. G. (2015). Retos de las ciencias sociales y su vínculo con los estudios avanzados. Programas investigativos y problemáticas emblemáticas. En R. Medrano G., A. Santos L. y J. J. Gutiérrez Ch. (coords.), *Las ciencias sociales y sus abordajes en los estudios avanzados* (pp. 33-50). Ciudad de México, México: Ediciones Eon.
- Guzman, L. F. J. (1986). *Teoría turística: un enfoque integral del hecho social*. Bogotá, Colombia: Universidad Externado de Colombia.
- Hall, C. M. y Lew, A. (2009). *Understanding and Managing Tourism Impacts: An Integrated Approach*. Abingdon, Reino Unido: Routledge.
- Harrison, D. (2007). Towards developing a framework for analysing tourism phenomena: A discussion. *Current Issues in Tourism*, 10(1), 61-86.
- Harvey, D. (1998). *La condición de la posmodernidad*. Buenos Aires, Argentina: Amorrortu.
- Jafari, J. (1994). La cientificación del turismo. *Estudios y Perspectivas del Turismo*, 3(1), 7-36.
- Jafari, J. (octubre, 2005). Revapying old challengers for integrative paradigms. En *VII Congreso Nacional y I Internacional de Investigación Turística*. Universidad de Guadalajara y Secretaría de Turismo, Guadalajara, Jalisco, México.
- Jamal, T. y Robinson, M. (2009). Introduction: The evolution contemporary positioning of tourism as a focus of study. En T. Jamal y M. Robinson (eds.), *Tourism Studies* (pp. 1-16). Londres, Gran Bretaña: Sage.

- Jennings, G. R. (2009). Methodologies and methods. En T. Jamal y M. Robinson (eds.), *Tourism Studies* (pp. 672-692). Londres, Gran Bretaña: Sage.
- Koc, E. y Boz, H. (2014). Triangulation in tourism research: A bibliometric study of top three tourism journals. *Tourism Management Perspectives*, 12, 9-14.
- Korstanje, M. (2008). Epistemología de la palabra para las ciencias del turismo. *Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*, 19(3), 93-111.
- Korstanje, M. (2013a). *Ciencia de la hospitalidad: un nuevo aporte epistémico para comprender el objeto del turismo*. Recuperado de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2013a/1331/1331.pdf>.
- Korstanje, M. E. (2013b). Turismus Systemae: epistemología del viaje onírico. *IJSSTH*, 1(4), 24-35.
- Korstanje, M. (2014). Crítica al concepto de internacionalización de Douglas Pearce. *Rosa Dos Ventos*, 6(1), 117-120.
- Korstanje, M. E. y George, B. P. (2015). The media or the message? An examination of myths as resources to understand the tourism phenomenon. *International Journal of Tourism Anthropology*, 4(2), 122-141.
- Korstanje, M. E., Bridi, G. y Cappellano dos Santos, M. M. (2015). Turismo y ensueño: el intercambio de roles. *Papers de Turisme*, 58, 80-92.
- Korstanje, M. E., Mustelier, L. C. y Herrera, S. (2016). Understanding the indiscipline of tourism: A radical critique to the current. En I. Bregoli y N. Pappas (eds.), *Global Dynamics in Travel, Tourism, and Hospitality* (pp. 208-222). Hershey, Estados Unidos: IGI Global.
- Krippendorf, J. (1975). *Die Landschaftsfresser: Tourismus u. Erholungslandschaft [The Landscape Eaters]*. Berna, Suiza: Hallwag.
- Krippendorf, J. (1982). Towards new tourism policies: The importance of environmental and sociocultural factors. *Tourism Management*, 3(1), 135-148.
- Krippendorf, J. (1986). The new tourist – Turning point for leisure and travel. *Tourism Management*, 7, 131-135.
- Krippendorf, J. (1987a). Ecological approach to tourism marketing. *Tourism Management*, 8, 174-176.
- Krippendorf, J. (1987b). *The Holiday-makers: Understanding the Impact of Travel and Tourism*. Oxford, Reino Unido: Butterworth-Heinemann.
- Krippendorf, J. (1989). *Fur einen Anderen Tourismus: Probleme-Perspektiven [For Another Tourism]*. Fráncfort del Meno, Fischer: Taschenbuch Verl.
- Krippendorf, J. (1993). *Auf dem Weg nach Okotopia? [One Way Towards an Eco-activism]*. Wien: Picus.
- Krippendorf, J. (1995). *Freizeit & Tourismus: Eine Einfuhrung in Theorie und Politik [Freedom and Tourism]*. Berna, Suiza: FIF.
- Latour, B. (2007). *Nunca fuimos modernos. Ensayo de antropología simétrica*. Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI Editores.
- Leiper, N. (2000). An emerging discipline. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 805-809.
- Lopera E., J. D., Ramírez G., C. A., Zuluaga A., M. U. y Ortiz V., J. (2010). El método analítico como método natural. *Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*, 25. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=18112179017>

- MacCannell, D. (1973). Staged authenticity: Arrangements of social space in tourist settings. *American Journal of Sociology*, 79, 589-603.
- MacCannell, D. (1976). *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. Los Ángeles, Estados Unidos: University of California Press.
- MacCannell, D. (2001). Tourist agency. *Tourist Studies*, 1, 23-37.
- Massé N., C. E. (coord.). (2013). *La complejidad autorreflexiva epistemológica de las ciencias sociales y su diversidad campotemática*. Ciudad de México, México: Porrúa.
- Mazón, T. (2001). *Sociología del turismo*. Madrid, España: Centro de Estudios Ramón Areces, S. A.
- Monterrubio, J. C. (2011). *Turismo y cambio sociocultural. Una perspectiva conceptual*. Ciudad de México, México: Plaza y Valdés.
- Muñoz de Escalona, F. (1992). Turismo y desarrollo. *Estudios Turísticos*, 115(1), 23-44.
- Muñoz de Escalona, F. (2000). *Autopsia del turismo*. Málaga, España: Grupo Eumed.net. Recuperado de [https://books.google.com.ar/books?hl=es&lr=&id=jXBBNK14Jlk-C&oi=fnd&pg=PA2&dq=Munoz+de+escalona&ots=PausvRyEtv&sig=bp2I0He0\\_WEOF5aVi0oi9UmrR5o#v=onepage&q=Munoz%20de%20escalona&f=false](https://books.google.com.ar/books?hl=es&lr=&id=jXBBNK14Jlk-C&oi=fnd&pg=PA2&dq=Munoz+de+escalona&ots=PausvRyEtv&sig=bp2I0He0_WEOF5aVi0oi9UmrR5o#v=onepage&q=Munoz%20de%20escalona&f=false).
- Musgrave, A. (1993). *Common Sense, Science and Scepticism: A Historical Introduction to the Theory of Knowledge*. Cambridge, Reino Unido: Cambridge University Press.
- Osorio G., M. (2007). El carácter social del turismo: Un análisis sistémico sobre su complejidad. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 16(4), 464-492.
- Osorio G., M. (2016). Revista *Estudios y Perspectivas en Turismo*: Calidad científica y editorial, temáticas e indicadores bibliométricos. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 25(4), 539-557.
- Osorio G., M. y López L., Á. (2012). Introducción: producción académica reciente en la investigación turística. En M. Osorio y Á. López (coords.), *Investigación turística. Hallazgos y aportaciones* (pp. 15-22). Toluca, México: Universidad Autónoma del Estado de México/Universidad Nacional Autónoma de México/Academia Mexicana de Investigación Turística/Secretaría de Turismo.
- Panosso N., A. (2007). *Filosofía del turismo. Teoría y epistemología*. Ciudad de México, México: Trillas.
- Panosso N., A. y Castillo N., M. (2010). *Epistemología del turismo. Estudios críticos*. Ciudad de México, México: Trillas.
- Paul, R. (2000). Critical thinking, moral integrity and citizenship. En G. Axtell (ed.), *Knowledge, Belief and Character: Reading in Virtue Epistemology* (pp. 163-176). Boston, Estados Unidos: Rowman & Littlefield Publishers.
- Pearce, D. (2013). Comprometiéndose con el mundo: América Latina y la internacionalización de la investigación en turismo. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 22(5), 908-925.
- Peral, P. P. y Gil, S. M. (2013). Difusión de la investigación científica en turismo. El caso de México. *El Periplo Sustentable*, 24, 7-40.
- Ren, C., Pritchard, A. y Morgan, N. (2010). Constructing tourism research. A critical inquiry. *Annals of Tourism Research*, 37(4), 885-904.
- Ritzer, G. y Liska, A. (2002). McDisneyization and post-tourism. Complementary perspectives on contemporary tourism. En Ch. Rojek y J. Urry (eds.), *Touring Cultures*.

- Transformations of Travel and Theory* (pp. 96-109). Nueva York, Estados Unidos: Routledge.
- Rorty, R. (1982). *Consequences of Pragmatism: Essays, 1972-1980*. Mineápolis, Estados Unidos: University of Minnesota Press.
- Schlüter, R. G. (2008). *Turismo: una visión integradora*. Buenos Aires, Argentina: Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos.
- Scopus (2015). *Scopus*. Recuperado de [http://www.scopus.com/results/results.url?numberOfFields=0&src=s&clickedLink=&edit=&editSaveSearch=&origin=searchbasic&authorTab=&affiliationTab=&advancedTab=&scint=1&menu=search&tablin=&searchterm=1=Tourism&field1=TITLE\\_ABS\\_KEY&dateType=Publication\\_Date\\_Type&yearFrom=Before+1960&yearTo=Present&loadDate=7&documenttype=All&subjects=LFSC&subjects=HLSC&subjects=PHSC&subjects=SOSC&src=s&st1=Tourism&st2=&sot=b&sdt=b&sl=&s=TITLE-ABS-KEY%28Tourism%29&sid=BF59D5B654C6A0C095AEA95EB734CE64.FZg2ODcJC9ArCe8WOZPvA%3A10&searchId=BF59D5B654C6A0C095AEA95EB734CE64.FZg2ODcJC9ArCe8WOZPvA%3A10&txGid=BF59D5B654C6A0C095AEA95EB734CE64.FZg2ODcJC9ArCe8WOZPvA%3A1&sort=plf-f&originationType=b&rr=&null=](http://www.scopus.com/results/results.url?numberOfFields=0&src=s&clickedLink=&edit=&editSaveSearch=&origin=searchbasic&authorTab=&affiliationTab=&advancedTab=&scint=1&menu=search&tablin=&searchterm=1=Tourism&field1=TITLE_ABS_KEY&dateType=Publication_Date_Type&yearFrom=Before+1960&yearTo=Present&loadDate=7&documenttype=All&subjects=LFSC&subjects=HLSC&subjects=PHSC&subjects=SOSC&src=s&st1=Tourism&st2=&sot=b&sdt=b&sl=&s=TITLE-ABS-KEY%28Tourism%29&sid=BF59D5B654C6A0C095AEA95EB734CE64.FZg2ODcJC9ArCe8WOZPvA%3A10&searchId=BF59D5B654C6A0C095AEA95EB734CE64.FZg2ODcJC9ArCe8WOZPvA%3A10&txGid=BF59D5B654C6A0C095AEA95EB734CE64.FZg2ODcJC9ArCe8WOZPvA%3A1&sort=plf-f&originationType=b&rr=&null=).
- Serres, M. (1991). *El Paso del Noroeste. Hermes V*. Madrid, España: Debate.
- Sharpley, R. (2011). *The Study of Tourism: Past Trends and Future Directions. Contemporary Geographies of Leisure, Tourism and Mobility*. Abingdon, Estados Unidos: Routledge.
- Thirkettle, A. y Korstanje, M. (2013). Creating a new epistemology for tourism and hospitality disciplines. *Int. J. Qualitative Research in Services*, 1(1), 13-34.
- Tribe, J. (2000). Indisciplined and unsubstantiated. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 809-813.
- Tribe, J. (2006). *The truth about tourism*. Recuperado de <http://epubs.surrey.ac.uk/1127/1/fulltext.pdf>.
- Tribe, J. (2010). Tribes, territories and networks in the tourism academy. *Annals of Tourism Research*, 37(1), 7-33.
- Turner, L. y Ash, J. (1991). *La Horda Dorada*. Madrid, España: Ediciones Endymion.
- Universidad Nacional Autónoma de México (2007). *Elaboración de un Diagnóstico del Estado de la Investigación Turística en el País y Generación de un Programa de Investigación Integral para el Sector Turismo*. Ciudad de México, México: Secretaría de Turismo.
- Urry, J. (2004). *La mirada del turista*. Lima, Perú: Universidad de San Martín de Porres.
- Vanhove, N. (2011). *The Economics of Tourism Destinations*. Abingdon, Estados Unidos: Routledge.
- Vogel, H. L. (2001). *Travel Industry Economics*. Cambridge, Reino Unido: Cambridge University Press.
- World Tourism Organization (2015). *Annual Report 2014*. Madrid, España: Autor.
- Xiao, H. y Smith, S. (2006). The making of tourism research. *Annals of Tourism Research*, 33(2), 490-507.
- Xiao, H. y Smith, S. (2007). The use of tourism knowledge. Research propositions. *Annals of Tourism Research*, 34(2), 310-331.

## NECESIDADES DE LA INVESTIGACIÓN TURÍSTICA EN MÉXICO REFLEXIONES EN EL MARCO DE LA INVESTIGACIÓN INTERNACIONAL

Recibido: 18/05/2015 · Aceptado: 13/01/16

CARLOS MONTERRUBIO

*Universidad Autónoma del Estado de México*  
jcmonterrubioc@uaemex.mx

Resumen

El análisis de la investigación turística internacional permite conocer los avances en torno a la construcción global del conocimiento en el campo y con ello determinar necesidades y oportunidades de investigación en contextos nacionales específicos. El objetivo de este artículo es identificar necesidades de investigación respecto al estado que guarda el turismo como objeto de estudio en México, a partir del análisis de los avances reportados en la investigación turística internacional y nacional. El análisis postula cinco necesidades de investigación en torno al estado que guardan los estudios turísticos en el país: ampliar la cobertura temática reconociendo al turismo como ente multidimensional; estudiar las tendencias de los avances a partir de metodologías utilizadas en otros contextos internacionales; analizar el estado de los diferentes tópicos específicos hasta hoy abordados; identificar el liderazgo de autores y revistas en México, e incorporar el conocimiento nacional a los debates internacionales del turismo.

*Palabras clave:* Investigación turística, conocimiento turístico, tendencias, revistas científicas en turismo, México.

### REQUIREMENTS FOR TOURISM RESEARCH IN MEXICO: REFLECTIONS WITHIN THE INTERNATIONAL RESEARCH FRAMEWORK

Abstract

The study of international tourism research is useful in understanding the progress in the global construction of knowledge in the field. It can help to identify research needs and opportunities both at the global and national levels. The aim of this paper is to identify needs for tourism research as a research subject itself in Mexico. The study postulates five research needs for tourism studies in the country: broadening the number of topics related to tourism as a multidimensional entity; studying its research trends by adopting more encompassing methods; analyzing the current state of specific topics; identifying author's and journals' leaderships in the national context and; incorporating national knowledge to the international debates of tourism.

*Keywords:* Tourism research, tourism knowledge, trends, tourism journals, Mexico.

## INTRODUCCIÓN

El turismo como campo de estudio ha ganado reconocimiento y un espacio relevante dentro de distintas comunidades académicas alrededor del mundo. Tal reconocimiento se ha manifestado en diferentes indicadores, pero de manera muy importante en los avances de la investigación turística internacional. Una parte muy considerable de ellos ha sido publicada y difundida en revistas especializadas (journals) en turismo en el mundo anglosajón; aunque de forma limitada, el estado que guardan estos avances puede ser un referente fundamental para analizar la investigación turística internacional y nacional específica. Sin embargo, la investigación turística en el mundo no se limita de ningún modo a la producción anglosajona; cualquier análisis de las tendencias o del estado de la investigación turística en el nivel global debe contemplar las particularidades de la producción académica en otros contextos, o al menos reconocer su existencia.

Analizar el estado que guarda la investigación turística internacional en cualquiera de sus indicadores tiene mucha relevancia. Por un lado, permite conocer los avances en cuanto a la construcción del conocimiento turístico desde perspectivas presuntamente globales, así como los vacíos existentes al respecto. Por otro lado, hace posible examinar cómo se ha construido ese conocimiento en términos conceptuales, teóricos, metodológicos, geográficos y empíricos, y quiénes han liderado tal construcción. Empero, debe tenerse presente que *la* investigación turística es una construcción heterogénea en su interior; su desarrollo ha sido diverso con relación a sus abordajes, incluyendo las construcciones específicas que cada país ha generado al respecto. Por tanto, el análisis de la investigación turística, a cualquier nivel, debe ser cuidadoso y reconocer su carácter multidimensional al existir diferentes factores que pueden indicar el estado que guarda la investigación.

Las reflexiones sobre la investigación turística en el ámbito nacional son también muy relevantes. Los análisis entre las tendencias de la investigación turística en el nivel internacional y las del nacional permiten comparar los avances en el contexto de países específicos con las tendencias posiblemente globales. Esto a su vez lleva a identificar oportunidades y necesidades de investigación turística tanto en el marco global como nacional. Debido a su importancia turística y sus implicaciones en los planos mundial, nacional, regional y local, México no debe estar exento del estudio de su investigación turística en el marco de la producción científica internacional.

En este contexto, el presente artículo tiene como propósito identificar los avances y necesidades de investigación en torno al estado que guarda la investigación turística como objeto de estudio en México, a partir del análisis de los avances reportados en la investigación turística internacional, con base en la revisión de publicaciones sobre el estado de la investigación turística internacional y nacional.

Para lograr el propósito planteado, este texto primero ofrece una serie de análisis y reflexiones en torno a indicadores que reflejan el estado de la investigación turística en el contexto anglosajón; posteriormente presenta algunas reflexiones en cuanto a avances y necesidades de investigación para el campo en el marco de la investigación turística en México.



## 1. MARCO METODOLÓGICO

La fundamentación principal de este trabajo recae en las reflexiones del autor a partir de lecturas focalizadas en el turismo como campo de estudio, las cuales fueron en gran medida de artículos obtenidos de revistas científicas internacionales especializadas en turismo, particularmente *journals*, y, en el caso de México, también de capítulos de libros, todos ellos enmarcados en el tema de la investigación turística.

Respecto a las revistas internacionales, la búsqueda se basó en trabajos en inglés debido a que estudios recientes revelan que poco más de 50 % de las revistas en turismo en el mundo se publican en ese idioma (McKercher y Tung, 2015). De gran utilidad fueron las bases de datos de ScienceDirect y Google Scholar, de donde se extrajeron gran parte de los artículos, principalmente de las tres revistas con mayor reconocimiento en investigación turística en el mundo: *Annals of Tourism Research (ATR)*, *Tourism Management (TM)* y *Journal of Travel Research (JTR)* (Gursoy y Sandstrom, 2016). Los criterios de búsqueda fueron “tourism research”, “tourism knowledge” y “tourism journal assessment”, en inglés, e “investigación turística” y “conocimiento turístico”, en español.

Con excepción del trabajo requerido para el análisis de los avances en México, ninguna otra búsqueda se delimitó intencionalmente ni en tiempo ni espacio. Los criterios de búsqueda para ambas bases de datos se abrieron en estos dos aspectos con la intención de tener una base de fuentes bibliográficas de carácter longitudinal y obtener trabajos con análisis generales más que de contextos geográficos particulares.

## 2. INVESTIGACIÓN TURÍSTICA INTERNACIONAL

La investigación turística internacional es relativamente reciente, en especial si se compara con el desarrollo de disciplinas o ciencias tradicionales. Debido a la importancia que el turismo ha tenido como actividad económica, sociocultural y medioambiental en gran parte del mundo, la investigación turística ha sido un ejercicio constante en varios países; además, ha experimentado cambios rápidos no solo en los tópicos de la investigación, sino también en sus abordajes conceptuales y metodológicos, y en su desarrollo teórico como tal en las últimas cuatro décadas (McKercher y Tung, 2015). Esto se evidencia ampliamente en el cuerpo de conocimientos y prácticas específicas en torno a la investigación turística en el nivel internacional. Si bien es prácticamente imposible analizar la investigación turística como un ente indiferenciable en su interior, su estado y tendencias pueden ser examinados a partir de los contenidos en revistas académicas anglosajonas. Teniendo en cuenta que algunas de estas revistas pueden considerarse representativas o barómetros de las tendencias temáticas en la investigación turística (Sharpley, 2011), sus contenidos, por tanto, son de alguna forma indicativos de los esfuerzos alrededor de la investigación internacional en el campo.

En el ámbito internacional, particular y notablemente en el marco de las publicaciones anglosajonas, las tendencias y el estado de la investigación turística han sido objeto

de estudio académico. El proceso de búsqueda y análisis de este trabajo reveló que los estudios al respecto han intentado conocer el estado que guarda o ha guardado la investigación turística en distintas dimensiones y periodos concretos. Este proceso, basado en los criterios de búsqueda arriba descritos, permitió generar categorías formadas por la correspondencia o similitud de los objetivos o contenidos de los trabajos revisados, y se pudieron identificar las siguientes seis categorías principales:

- Tendencias temáticas generales
- Estados por tópicos específicos
- Tendencias metodológicas
- Tendencias nacionales
- Autores líderes
- Revistas líderes

Cada una de estas categorías es abordada, ilustrada y comentada a continuación.

## *2.1 Tendencias temáticas generales en la investigación turística internacional*

Este tipo de estudios ha intentado identificar y analizar los tópicos abordados con mayor frecuencia dentro de la investigación turística en general. Los hallazgos reportados se han basado en el análisis del contenido de una o varias revistas (*journals*) especializadas en el campo del turismo. Bajo sus propios criterios, los investigadores en esta categoría han determinado los temas más recurrentes a partir de la selección de revistas reconocidas internacionalmente y en el marco de periodos específicos.

Con base en el análisis de una de las revistas ampliamente reconocidas en el nivel mundial, *ATR*, Xiao y Smith (2006b) ofrecen una lista de los tópicos más abordados en la investigación turística. Tomando en consideración los volúmenes publicados desde sus orígenes (1973) hasta 2003 de esta revista, los autores identificaron 27 áreas temáticas principales que demuestran una estabilidad notable en todo este periodo. Fueron 13 los temas que consistentemente aparecieron como tendencias de la investigación turística: metodología, desarrollo, impactos, organización y asociación, Estados Unidos, turista, turismo internacional, planeación, *resort*, cultura, mercadotecnia, motivación y atractivos. Las 14 áreas temáticas restantes, aunque sin mostrar consistencia en el transcurso de esos años, fueron: congresos, industria, destino, Tercer Mundo, empleo, turismo, hotel, política, demanda, transporte, turismo nacional, el Caribe, etnias, y gobierno.

Así, los autores concluyeron que la investigación turística se ha creado bajo dos meta-categorías de áreas temáticas: por un lado, el área de metodología y constructos teóricos, y por otro, el desarrollo y los impactos (véase asimismo Xiao, Jafari, Cloke y Tribe, 2013), y también que “el crecimiento del conocimiento acerca de la metodología y los constructos teóricos es indicativo de los esfuerzos de un campo joven en alcanzar el rigor y ser reconocido como un campo ‘serio’ de investigación” (Xiao y Smith, 2006b, p. 503).

A partir del análisis de estudios de caso como metodología en el turismo, Xiao y Smith (2006a) ofrecen además una lista de tópicos que de alguna manera representan tendencias temáticas en la investigación turística, al menos en el marco, en esta ocasión, de cuatro revistas: *ATR*, *JTR*, *TM* y *Tourism Analysis (TA)*, y durante el periodo 2000-2004. Los tópicos son el desarrollo turístico, la planeación, las percepciones de la comunidad y las reacciones a los impactos del turismo. Asimismo, los autores mostraron que temas como formas alternativas de la experiencia turística, desarrollo profesional, *marketing* o imagen de los destinos, segmentación o mercados turísticos, turismo cultural, relaciones residentes-turistas, así como operaciones y gestión de la industria, son también temas abordados repetidamente en la investigación publicada en inglés. Cabe mencionar que, de acuerdo con el mismo estudio, estos temas son tratados principalmente por académicos adscritos a universidades o institutos de investigación pertenecientes a las áreas de turismo, hospitalidad y recreación, y a los llamados países desarrollados.

De manera similar, Ballantyne, Packer y Axelsen (2009) revelaron que los temas abordados en el turismo han sido de alguna forma constantes durante los últimos años. Para ello revisaron 2 868 artículos publicados de 1994 a 2004 en 12 *journals* de alto reconocimiento internacional. De acuerdo con los autores, las cuatro áreas temáticas más frecuentemente tratadas en la investigación turística han sido: turista/visitante, en particular comportamientos, preferencias y perspectivas; destinos, incluyendo imagen, gestión y desarrollo; planeación turística en su dimensión de desarrollo turístico, estrategias, predicciones y proyecciones; y mercadotecnia, abarcando *marketing*, segmentación y promoción. Según el estudio, estos temas representan 37 % del total de la producción científica en la investigación turística. En el trabajo de Sharpley (2011) se encontraron tendencias muy similares, pero con base en el análisis de la producción científica de 2005 a 2010 en *ATR*, *TM*, *International Journal of Tourism Research (IJTR)* y *Current Issues in Tourism (CIT)*.

Por su parte, el estudio de Tribe y Xiao (2011), a partir del examen de las publicaciones también en *ATR* en el periodo 2010-2011, indicó que, en el contexto de las ciencias sociales, los temas más abordados incluyen: reflexiones sobre los estudios turísticos y su producción del conocimiento; desarrollo, impactos y comunidades; y autenticidad y experiencia turística.

El cuadro 1 permite comparar los hallazgos de los estudios en términos de los tópicos más abordados en la investigación turística anglosajona. Si bien cada estudio persiguió de alguna forma conocer las tendencias en la investigación turística internacional, es claramente observable que los resultados al respecto no han sido consistentes, por lo que no se sabe con precisión cuáles son esas tendencias ni el estado que guarda la investigación en torno a los temas generales tratados.

Los estudios antes mencionados, y algunos otros (como Swain, Brent y Long, 1998), sugieren un panorama de los temas más abordados dentro de la investigación turística internacional; sin embargo, estos hallazgos deben tomarse con cierta precaución, ya que, por ejemplo, esos estudios se han basado en un número muy específico de revistas científicas y dentro de periodos definidos. Aunque las revistas comúnmente consideradas

**CUADRO 1. Tendencias temáticas de la investigación turística en la bibliografía anglosajona**  
**Cuadro comparativo (lista seleccionada)**

Estudio	Swain, Brent y Long (1998)	Xiao y Smith (2006b)	Ballantyne et al. (2009)	Xiao y Smith (2006a)	Tribe y Xiao (2011)	Sharpley (2011)
Fuentes	ATR	ATR	12 journals	Estudios de caso ATR, JTR, TA y TM	ATR	ATR, TM, CIT e IJTR
Periodo	Primeros 25 volúmenes	1973-2003	1994-2004	2000-2004	2009-2010	2005-2010
Temas principales	Impactos	Metodología	Turista/visitante	Desarrollo	Los estudios turísticos y la producción del conocimiento	Turista/visitante
	Organizaciones	Desarrollo	Destinos	Planeación	Desarrollo, impactos y comunidades	Marketing
	Desarrollo	Impactos	Planeación turística	Percepciones comunitarias e impactos del turismo	Autenticidad y experiencia turística	Destinos
	Métodos	Empresa y asociación	Marketing		Tipologías de los turistas	Gestión
		Estados Unidos	Turismo cultural		Destinos y atractivos	Aspectos económicos
		Turista	Aspectos económicos		Motivación turística, comportamiento y toma de decisiones	Métodos
		Turismo internacional	Impactos		Cultura y patrimonio	Turismo cultural
		Planeación	Tendencias del turismo		Representación, identidad e imagen	Planeación
		Resort	Investigación y métodos			Comunidad, anfitriones e invitados
	Cultura	Hospitalidad			Política	

Fuente: Elaboración propia.

han sido calificadas como representativas de las tendencias de la investigación turística (Sharpley, 2011), han quedado excluidos por completo los contenidos de la gran mayoría de revistas que pudieran existir en el mundo, no solo las especializadas en turismo sino en muchas otras áreas del conocimiento en donde la investigación en torno al turismo ha sido también publicada. Si se tiene en cuenta que las tendencias varían según la revista seleccionada, como lo revelan algunos estudios (Xiao y Smith, 2006a), las tendencias de la investigación turística reportadas dependerán en gran medida de las fuentes de análisis y de

los indicadores específicos que el investigador haya seleccionado. Este tipo de estudios ha excluido otras fuentes importantes que concentran también tendencias de la investigación turística: libros, memorias de congresos, proyectos de investigación, y tesis de doctorado y maestría, y en algunos países también las de nivel licenciatura, no han formado parte del análisis de tales tendencias. Se observa asimismo que los procesos metodológicos de los estudios han sido distintos, lo cual inevitablemente tendrá repercusiones al intentar cualquier homogeneización de sus hallazgos.

Así pues, la generalización y representatividad de los resultados acerca de las tendencias temáticas de la investigación en turismo son muy limitadas. Por esta razón, los resultados hasta ahora obtenidos, si bien valiosos e indicativos, son únicamente una representación parcial, seleccionada y muy bien demarcada en sus alcances, de las tendencias de investigación turística en el nivel internacional.

## *2.2 Estados por tópicos específicos en la investigación turística internacional*

En esta categoría se encuentran los estudios que han perseguido conocer los avances realizados así como los vacíos dentro de un tópico específico del turismo. Dado que el turismo es un fenómeno con múltiples dimensiones económicas, socioculturales, políticas, medioambientales, empresariales, entre muchas otras, no sorprende que varios aspectos de ellas hayan sido abordados académicamente y tratados como temas particulares de análisis; así pues, los estudios en esta categoría han analizado las tendencias específicas y los avances que experimentan algunos de estos temas dentro de la investigación turística. Sin embargo, se observa que el abordaje de estos no ha sido uniforme: mientras que existen tópicos muy concretos del turismo que han sido revisados repetidamente, existen muchos otros que permanecen poco o nulamente explorados. Esto evidencia que la investigación turística, en su interior, no se ha desarrollado de igual manera, y por lo tanto complica reflejar su estado como un todo.

La dificultad en querer establecer tendencias de la investigación global o el estado que esta guarda puede observarse en la comparación de la evolución temática específica del mismo. Algunos casos, seleccionados a juicio del autor, pueden ilustrar este punto. Los avances en el emprendedurismo en el turismo, por ejemplo, han sido estudiados en su particularidad; al respecto se ha reportado que el trabajo empírico acerca de este tema no ha incrementado durante las últimas dos décadas, y que el trabajo teórico en el mismo es aún limitado, existiendo también una falta de sofisticación metodológica (Li, 2008). De manera similar, los estudios sobre el género en el turismo, aunque experimentan un crecimiento, mantienen todavía un estado marginado dentro de los estudios turísticos; sus tendencias internacionales se concentran básicamente en cuatro subtemas: el consumo, los impactos en comunidades locales, el trabajo, y la teoría misma (Figuroa-Domecq, Pritchard, Segovia-Pérez, Morgan y Villacé-Molinero, 2015).

A diferencia de las dos anteriores, la investigación sobre el turismo deportivo parece mostrar un mayor avance; el turismo deportivo como tópico de investigación parece estar alcanzando una etapa de madurez reflejada en una conceptualización fuerte, la fundamentación de trabajo empírico por teorías adecuadas, la aplicación transparente y robusta de métodos, una comunidad clara de académicos con amplio interés en el área, y una revista especializada, *The Journal of Sport & Tourism* (Weed, 2009); sus dos tendencias principales se presentan en el comportamiento, perfiles y motivaciones de los turistas deportivos, por un lado, y los impactos, por otro (Weed, 2006).

En la misma línea, se encuentra el caso de las investigaciones económicas en el turismo. Aunque la economía del turismo ha contribuido tradicionalmente al amplio campo del turismo, en el nivel macro llevará aún mucho tiempo para que este tema de investigación alcance una madurez metodológica, además de que exige una fundamentación teórica mayor; las tendencias en su estudio se concentran ampliamente en la demanda, la oferta, el impacto macroeconómico y aspectos medioambientales (Song, Dwyer, Li y Cao, 2012).

En cuanto a los impactos del turismo, otro tópico dentro de la investigación turística global, el desarrollo en su investigación ha permitido identificar los cambios percibidos por los residentes locales, pero no ha podido explicar el porqué de tales percepciones; la investigación existente sobre los impactos del turismo revela que hay cuatro etapas clave en el desarrollo de su investigación que abordan los debates sobre las definiciones, marcos conceptuales, desarrollo de instrumentos y prueba de los mismos (Deery, Jago y Fredline, 2012); la investigación especializada en este tema, sin embargo, se ha realizado con una gran carencia teórica (Sharpley, 2014).

El estado que guardan estos y otros tópicos como turismo urbano (Ashworth y Page, 2011), empleo en el turismo (Johnson y Thomas, 1990), motivaciones turísticas (Dann, 1981), imagen del destino (Pike, 2002), entre muchos otros, al menos en la literatura anglosajona, señala que el abordaje y el desarrollo de los temas específicos en la investigación turística global han sido desiguales. Mientras que algunos temas parecen estar alcanzado un avance conceptual y teórico, otros son aún muy incipientes en su abordaje, lo cual, estrictamente hablando, imposibilita analizar el estado del conocimiento turístico en general, pues no solo debería tenerse conocimiento preciso sobre todos los temas que se han abordado en su particularidad, sino también una evaluación cuantitativa y cualitativa, bajo parámetros comparables, del avance en cada uno de ellos.

### *2.3 Tendencias metodológicas en la investigación turística internacional*

En el análisis de las tendencias del turismo también se han abordado los usos metodológicos en el campo. Los estudios relacionados han perseguido conocer los métodos y técnicas específicos más utilizados dentro de los estudios turísticos. Aunque son muy pocos los trabajos que se han concentrado en examinar el estado metodológico de tales investigaciones en el mundo anglosajón (menos aún en otros idiomas), los métodos de

investigación en turismo *per se* han sido objeto de análisis. Estos estudios se han enfocado, por ejemplo, en la investigación cuantitativa *versus* cualitativa (Walle, 1997), el estado de la investigación cualitativa (Riley y Love, 2000), las tendencias metodológicas de investigación (Ballantyne, Packer y Axelsen, 2009), los estudios de caso (Xiao y Smith, 2006a) y la investigación conceptual (Xin, Tribe y Chambers, 2013), todos ellos en el ámbito del turismo.

En cuanto a las tendencias metodológicas, los estudios han revelado que existe un dominio amplio de métodos cuantitativos en la investigación turística, el cual, al menos en un principio, podría explicarse en la sofisticación numérica y estadística necesaria para el progreso de la investigación en el campo (Riley y Love, 2000; Walle, 1997). Sin embargo, la investigación turística ha reconocido la legitimidad de diversas metodologías para su abordaje, entre ellas las de corte cualitativo, que más allá de contradecir a las cuantitativas, las complementan (Decrop, 1999; Walle, 1997), y las de corte conceptual (Xin et al., 2013) que, aunque son minoría, poseen relevancia en el desarrollo del campo. De esta forma, los estudios con enfoques sociológicos y antropológicos principalmente han rescatado el valor de los métodos cualitativos en el turismo, llevando a estos a una creciente popularidad (Phillimore y Goodson, 2004).

Hoy en día no es sorprendente que tanto los métodos cuantitativos como cualitativos y conceptuales formen parte de la investigación turística internacional. Aunque obtener datos representativos del verdadero estado metodológico que guarda la investigación en el campo en el nivel global constituye prácticamente una imposibilidad, algunos estudios sugieren que los métodos cuantitativos en la investigación turística siguen dominando y los conceptuales permanecen como minoría. Según Ballantyne et al. (2009), de 1994 a 2004 la mayoría de los estudios realizados en turismo (59 %) ha adoptado diseños cuantitativos, otra parte (19 %) ha utilizado métodos cualitativos y la minoría (6 %) ha recurrido a métodos mixtos; el resto (16 %) han sido trabajos de revisión o netamente teóricos sin una metodología de este tipo. Cifras similares han sido ofrecidas por investigaciones previas con el mismo objeto de estudio (Xiao y Smith, 2006a).

## *2.4 Tendencias nacionales en la investigación turística internacional*

Dentro del turismo, se debe tener presente que la investigación ha experimentado un desarrollo distinto en diversos entornos geográficos del mundo. En la bibliografía especializada, existen también trabajos de investigación que han buscado conocer los avances realizados y, en algunos casos, las tendencias en términos de investigación turística en el contexto de países o regiones específicos. Los resultados han sido variados, cada país con temas y abordajes particulares.

En el caso de Argentina, por ejemplo, la investigación en el campo se ha centrado sobre todo en cuestiones como recursos turísticos, turismo y medio ambiente, oferta y demanda (Castellucci, 2001), mientras que en Grecia, la producción científica se ha concentrado

ampliamente en la planeación y las dimensiones económicas (Galani-Moutafi, 2004). En otros países, como España, algunos de los tópicos más estudiados son: destinos, gestión, desarrollo, economía, mercados, comportamiento del turista, hoteles y satisfacción (Albacete-Sáez y Fuentes-Fuentes, 2010). En China, los temas más abordados han sido turista/visitante y aspectos económicos, que juntos componen 25 % de la producción nacional; cabe mencionar que en ese país mucha de la investigación en turismo es aplicada u orientada a la práctica en un contexto local (Bao, Chen y Ma, 2014), lo cual representa una dificultad pero a la vez una oportunidad para su integración al análisis del estado de la investigación turística internacional.

Según los casos de los países antes citados y de otras naciones y regiones como Australia (Bushell, Prosser, Faulkner y Jafari, 2001), México (Osorio, Castillo y Moreno, 2007) o Latinoamérica (Schlüter y Bertonecello, 2010), por señalar algunos, los temas específicos en cada uno son distintos y tratados desde perspectivas diferentes, muchas veces obedeciendo a diversos factores propios del país o región en cuestión. El análisis de las tendencias de la investigación no puede basarse únicamente en indicadores cuantitativos sino también cualitativos; es decir, además de diferenciar por el número y orden de temas abordados por país, debe examinarse el avance, utilidad, impacto y contribución que en cada uno de ellos se ha tenido en el contexto del conocimiento de la nación respectiva.

## 2.5 Autores líderes en la investigación turística internacional

Los estudios en el mundo anglosajón han buscado también establecer listas (*rankings*) y posiciones de los autores en la investigación turística, y con ello conocer su liderazgo, según sus aportaciones al campo. Estudios de este tipo han fundamentado sus análisis, como en el caso de los temas o métodos, en las contribuciones de revistas específicas, seleccionadas con criterios particulares de cada investigador.

El trabajo de Sheldon (1991) es uno de los pioneros al respecto. Basada en la producción de la década de 1980 de tres *journals*, *ATR*, *JTR* y *TM*, la autora estadounidense reveló que los investigadores de Estados Unidos y Canadá (65 %), seguidos por los europeos (24.8 %), representan la proporción más grande de las contribuciones. Los países con mayor aportación a la investigación turística fueron en ese entonces Estados Unidos, Reino Unido y Canadá; la autora concluyó que los investigadores de estas naciones, más que de otras regiones del mundo, son quienes producen y dan forma al conocimiento turístico. Es de interés mencionar también que, a más de tres décadas del estudio de Sheldon, la contribución a los estudios turísticos en revistas principales, particularmente en *ATR*, sigue dominada por académicos de países anglosajones, en concreto de Estados Unidos, Reino Unido, Canadá, Australia y Nueva Zelanda (Xiao et al., 2013).

Otros trabajos, como el de Ryan (2005), han sido mucho más específicos y, con base en la cantidad de sus contribuciones en estas revistas, han enlistado, desde su perspectiva, los nombres de los autores líderes en la investigación turística, como John L. Crompton,



Chris Ryan y Joseph O’Leary, con un total de 92, 58 y 53 publicaciones en esas revistas, respectivamente, de 1990 a 2004.

La obra de Zhao y Ritchie (2007) sobre el liderazgo académico en la investigación turística, que también parte de la cantidad de artículos publicados de 1985 a 2004 en ocho *journals*, ofrece datos interesantes. Los autores identificaron a los 57 académicos más prolíficos a partir de publicar al menos 11 artículos en el periodo. Daniel Fesenmaier, Chris Ryan y John Crompton aparecen como los tres académicos líderes. Algunos datos merecen observación aparte. Por ejemplo que, excepto por cuatro de los investigadores, todos obtuvieron su grado doctoral en universidades de países anglosajones, y la gran mayoría también estaba adscrita a universidades del mismo tipo. Adicionalmente se puede advertir que, en el marco del estudio, existen al menos dos grupos subrepresentados, uno basado en la nacionalidad y el otro en el género. Al respecto, el estudio señaló que ningún académico latinoamericano se encuentra en la lista y que hay un dominio muy pronunciado del género masculino al existir solo seis mujeres, al menos dentro de los 57 primeros lugares, en el liderazgo de la investigación turística anglosajona.

Determinar el liderazgo académico a partir de la cantidad de publicaciones es por supuesto cuestionable. Esto se puede evidenciar en que estudios similares, pero con base en el análisis de las citas de los trabajos y no en la cantidad de publicaciones, han revelado listas distintas en torno a cuántos, quiénes y en qué posición las conforman (McKercher, 2008; véase también McKercher y Tung, 2015). Si se piensa que el impacto y la calidad podrían jugar un papel más importante en comparación con la cantidad, los resultados serían con seguridad diferentes. Otros aspectos relevantes al respecto podrían ser, también debatiblemente, el índice de citación de los trabajos, tanto de artículos en revistas científicas como de libros, y la trascendencia conceptual, teórica y práctica de los mismos. Considerando que el turismo es multitemático, sería quizás más recomendable precisar el liderazgo cuantitativa y cualitativamente en función de temas o áreas geográficas específicos de la investigación turística, y no tanto de la investigación turística en general.

## 2.6 Revistas líderes en la investigación turística internacional

En el análisis de los avances de la investigación turística internacional se encuentra también el interés en conocer el *ranking* de las revistas académicas especializadas en turismo. Las revistas académicas son útiles en la producción, diseminación e intercambio del conocimiento; en la evaluación de la investigación; y en la identificación del estado académico de los investigadores, departamentos e instituciones (Hall, 2011). Igual que en muchas otras áreas del conocimiento, estas revistas han cumplido un rol fundamental en reconocer al turismo como campo de estudio y área de investigación científica, pues son consideradas la principal plataforma de la investigación en un campo de conocimiento determinado (Cheng, Li, Petrick y O’Leary, 2011).

Muchas de las revistas académicas en turismo son de reciente creación. Aunque la revista especializada más antigua, *Tourism Review*, data de 1946, el crecimiento de estas publicaciones se hace muy presente desde la década de 1990, no solo en cantidad sino además en la diversidad de temas dentro del turismo. En los noventa fue tal el surgimiento de nuevas revistas que este periodo ha sido llamado “the explosion of new journals” (Goeldner, 2005). El crecimiento de las revistas en distintos idiomas ha sido significativo en las últimas décadas. Mientras que para inicios de los noventa se estimaba que existían menos de 30 revistas en turismo y hospitalidad en el idioma inglés, y para 2006 se contabilizaban 70 e incluso 100 revistas en el área (McKercher, Law y Lam, 2006), para 2011 el número se estimaba en al menos 150 (Cheng et al., 2011). Es importante notar, sin embargo, que estas cifras con frecuencia registran únicamente aquellas revistas con cierto reconocimiento y/o popularidad en el idioma inglés.

No obstante, el número de revistas especializadas en el área resulta mucho mayor si se tienen en cuenta aquellas que son publicadas en otros idiomas y en distintas partes del mundo. Quizás uno de los esfuerzos más valiosos en realizar recientemente un listado muy extenso, aunque no exhaustivo, de las revistas enfocadas al turismo en diversos idiomas en el mundo es el efectuado por McKercher (2013). De acuerdo con su registro, a septiembre de 2013 se contabilizaban 250 revistas especializadas en turismo y en aspectos muy cercanamente relacionados como la hospitalidad y los eventos; al 2014, la cifra se calculaba en 290, de las cuales 150 publican en inglés (McKercher y Tung, 2015). Esta cifra, sin embargo, ya es obsoleta puesto que el número actual es mayor debido a que desde esa fecha se han incorporado revistas nuevas a la lista internacional, entre ellas *Journal of Tourism Futures*, en Holanda (2014), *Tourism Dimensions*, en India (2014), *Journal of Tourism Cities*, en Reino Unido (2015), y *Dimensiones Turísticas*, en México (2017).

Más que en la cantidad de revistas, el interés académico principal se ha concentrado en la posición que estas ocupan, según la calidad de sus trabajos. Se trata de ejercicios de investigación realizados sobre todo desde la década de 1990. Al respecto existen varios trabajos que, particularmente bajo dos metodologías, encuestas a expertos y reportes de citación, han enlistado las revistas con mayor calidad e impacto. Los resultados han variado en su composición y muestras de estudio, pero, a diferencia de la categoría de los temas más abordados, son muy consistentes en cuanto a las revistas que ocupan los primeros lugares, esto también por supuesto en el contexto anglosajón.

De este modo, el trabajo de Sheldon (1990), basado en una encuesta a 103 investigadores pertenecientes a asociaciones del campo del turismo y la hospitalidad en 1989, reportó que *ATR*, *JTR* y *TM* eran percibidas como las revistas de mayor calidad en ese entonces. Con base también en una encuesta a 142 miembros de dos asociaciones internacionales, y reconociendo que el perfil geográfico de los investigadores influye en el *ranking* percibido, Pechlaner, Zehrer, Matzler y Abfalter (2004) revelaron que, por parte de miembros fuera de Estados Unidos, las revistas con mayor posicionamiento fueron las tres encontradas por Sheldon, aunque en orden distinto: *ATR*, *TM* y *JTR*. Los trabajos de Ryan (2005), McKercher, Law y Lam (2006), y muy recientemente Gursoy y Sandstrom (2016),

confirman que, en el mundo anglosajón, *ATR*, *TM* y *JTR* son percibidas y reportadas como las revistas académicas en turismo de mayor calidad.

Como se deduce en las secciones anteriores, la investigación turística entre las naciones se ha desarrollado de manera desigual, bajo distintos tópicos –generales y específicos–, abordajes, enfoques y avances, lo cual exige revisar de modo más crítico la supuesta madurez de la misma (Zhao y Ritchie, 2007; Schlüter y Bertoncetto, 2010) y el estado del conocimiento del turismo. El hecho de que la investigación turística en algunos países se encuentre aún en etapas incipientes no ha sido incorporado en las afirmaciones globales de la supuesta madurez y el análisis de las tendencias y estado del conocimiento del campo como una actividad mundial. De esta forma, la investigación turística muy probablemente no ha alcanzado una madurez en otras partes del mundo y bajo otras prácticas académicas, parcial o totalmente ajenas a los cánones del mundo anglosajón, sobre todo en los llamados países en vías de desarrollo en donde tradicionalmente el avance de la ciencia en general ha sido más limitado y los componentes de la investigación turística no han obedecido necesariamente a las posibles tendencias internacionales.

### 3. INVESTIGACIÓN TURÍSTICA EN MÉXICO

La investigación turística en México, en sus antecedentes más importantes, se remonta a los años sesenta, y su desarrollo ha pasado por enfoques netamente económicos, sociales, políticos y medioambientales, aunque su reto ha sido precisamente la comprensión del turismo desde una perspectiva integral (Jiménez y Sosa, 2006). Los trabajos del Instituto Mexicano de Investigación Turística (IMIT) pueden indicarse como los antecedentes más relevantes; estos se enfocaron en la obtención de datos para efectos prácticos y con particular orientación hacia la planeación, promoción y comportamiento de la demanda. Las investigaciones del Centro de Estudios Superiores del Turismo (Cestur) (actualmente Instituto de Competitividad Turística, Ictur), dependiente de la Secretaría de Turismo del país, amplían la variedad de temas abordados a partir de 1980, incorporando, además de los estudios para la inversión y planeación, cuestiones como perfil de los turistas, centros de afluencia de visitantes, y factibilidad del turismo cultural (Castillo y Lozano, 2006; Guevara, Molina y Tresserras, 2006).

De esta manera, como observa Hiernaux (2000), en muchas de las investigaciones en el campo en México han prevalecido las dimensiones administrativas del turismo. La consulta de algunos eventos académicos recientes demuestra esta situación en la actualidad. Por ejemplo, el Congreso de Investigación Turística Aplicada de la Red de Investigadores y Centro de Investigación en Turismo (RICIT), integrada por investigadores y académicos destacados por su producción científica en el campo, en su edición 2015 definió cinco temáticas en el marco de la innovación en el turismo: formación profesional, gestión de destinos, desarrollo de productos, organizaciones turísticas, y tendencias gastronómicas ([www.ricit.sectur.gob.mx](http://www.ricit.sectur.gob.mx)), las cuales manifiestan la orientación que tienen muchas investigaciones

en el país. Esto ha sido quizá como consecuencia, por un lado, de los intereses particulares de las instituciones federales, pero por otro lado, la investigación turística en México ha respondido también al perfil de las universidades e intereses de los investigadores, parte de lo que Hall (2011) denomina el mesonivel de la investigación turística. Así, la investigación académica en el campo no se ha ocupado necesariamente de los requerimientos del sector productivo, ni de las implicaciones sociales y ambientales del fenómeno (Espinosa, 2007, p. 18), ni de muchos otros alcances del turismo que han sido reconocidos en el nivel internacional. Por lo tanto, ampliar la diversidad de temas asociados a la complejidad que el turismo posee, tanto en su práctica en México como en su teoría, representa una primera necesidad de investigación para la comunidad científica del país.

Igual que en la investigación turística anglosajona, en México existen algunos trabajos –aunque en mucha menor medida– que a partir de diferentes fuentes de análisis han intentado identificar los temas más recurrentes en la agenda de investigación turística nacional. Con base en la revisión de algunas investigaciones en el país de los últimos años (2001-2005), Espinosa (2007), por ejemplo, ofreció un panorama sobre las tendencias de investigación en el campo. Al respecto, la autora encontró siete temáticas sobresalientes; las dos más destacadas fueron, por una parte, el análisis de los espacios y planeación de proyectos turísticos (22 %) y, por otra, el cuidado y conservación del ambiente, ecoturismo y sustentabilidad (18 %). Los temas restantes fueron currículum y capacitación; estado de la investigación turística; dirección y administración de empresas turísticas; políticas, reglamentación y normatividad en torno al turismo; e investigaciones de diversa vinculación social.

Al reconocer que existe dificultad para acordar criterios aplicables para el análisis de la caracterización de la RICIT, Jiménez, Osorio y Avila (2006) hacen una revisión de los proyectos registrados entre los 137 miembros de la Red identificando cinco temáticas principales: el turista y su contexto, la industria turística y su funcionamiento, la comunidad local, educación turística y epistemología, y conceptualización e investigación. Los autores reconocen, sin embargo, que esta clasificación es únicamente para fines del análisis perseguido y solo de carácter preliminar.

Por su parte, la Universidad Nacional Autónoma de México (Cestur, 2007) genera sus propias conclusiones en torno a las líneas de investigación turística que al 2007 se trabajaban en el país. El estudio concluyó que existen ocho grandes líneas temáticas (aunque también enlista los diez temas específicos) dentro de la investigación en el área; los dos principales grupos son: espacio, planeación, sustentabilidad y desarrollo local; y mercados, segmentos turísticos y desarrollo de nuevos productos. Los otros temas que se han abordado son: educación, capacitación y mercado de trabajo; estudios económicos y administrativos; turismo y cultura, patrimonio e identidad; sociedad y turismo; legislación, gestión y políticas públicas en turismo; y propuestas teórico-conceptuales.

Una revisión preliminar de los contenidos de fuentes primarias, específicamente de eventos académicos, arroja que los temas en turismo abordados en México en la actualidad no han variado mucho. El congreso anual de la Academia Mexicana de Investigación

Turística, A. C. (AMIT) ([www.amiturismo.org](http://www.amiturismo.org)), la asociación académico-científica de turismo más importante en el país, puede fungir como un referente para conocer los temas actuales. De acuerdo con las convocatorias de su congreso en los últimos cinco años, los contenidos de las ponencias han sido clasificados en temas mayores como planificación y desarrollo; administración y promoción; mercadotecnia; sustentabilidad; causas y efectos del turismo; y cultura, conocimiento, educación y tecnología.

Si bien revisiones como estas y otros estudios (véase también Jiménez, Osorio y Avila, 2006; Guevara et al., 2006; Osorio et al., 2007) ofrecen un panorama de los temas abordados en la investigación turística en México, sus hallazgos han sido basados en indicadores muy específicos de los trabajos, incluido el análisis de los congresos nacionales (Espinosa, 2007), los proyectos registrados en instituciones (Osorio et al., 2007), o las líneas de grupos específicos de investigación (Tamayo y Peñaloza, 2005).

Por tal razón, estos hallazgos deben tomarse con la debida precaución, pues al basarse en un solo indicador (o unos cuantos), brindan panoramas, aunque valiosos e indicativos, únicamente parciales de las tendencias temáticas de la investigación turística en México (véase cuadro 2). Es importante apuntar que, en una comparación, los temas tratados dentro de la investigación turística no son fácilmente identificables, pues se nota inconsistencia entre los resultados hasta ahora reportados.

Asimismo, es interesante observar que, en el caso de México, hay muy pocos trabajos, si no es que ninguno aún, que ofrezca un examen de esas tendencias con base en análisis bibliométricos quizás más indicativos. En concreto se advierte que el análisis de las publicaciones existentes en revistas especializadas (y no especializadas) para conocer el estado de la investigación turística, como han hecho otras comunidades académicas en el mundo, no ha sido prácticamente utilizado como un medio para conocer el estado o las tendencias de investigación turística en México, ya sea en su dimensión conceptual, teórica o metodológica. Esto representa otra necesidad de investigación para la comunidad científica nacional. Si se desea tener una comprensión más detallada y precisa sobre los avances en la construcción del conocimiento turístico en el país, es menester realizar estudios bibliométricos que a partir de fuentes primarias significativas –revistas científicas primordialmente– permitan ubicar el verdadero estado temático de la investigación producida en México.

Otra necesidad de investigación en México recaería no solo sobre la cantidad de temas que se han abordado, sino de las especificaciones de los abordajes. En el contexto de la investigación turística en México queda mucho por hacer en cuanto a la relevancia que tales abordajes han tenido en el desarrollo del conocimiento turístico nacional; analizar las evoluciones conceptuales, teóricas, metodológicas y la utilidad práctica de los temas que se han estudiado en el país permanece como una necesidad latente de investigación científica en el campo.

En el mismo sentido, el volumen de trabajos sobre los avances que se han hecho en torno a tópicos específicos del turismo en México es significativamente limitado, si no es que inexistente aún. Como se revela al inicio de este artículo, en un contexto internacional

**CUADRO 2. Tendencias temáticas de la investigación turística en México**  
**Cuadro comparativo**

Estudio	Espinosa (2007)	Osorio et al. (2007)	Jiménez et al. (2006)	Cestur (2007)	Guevara et al. (2006)
Fuentes	Congresos nacionales	Congresos nacionales en coordinación de IES y Sector	Proyectos de investigación e investigadores Red de Investigadores y Centro de Investigación en Turismo	Instituciones de gobierno y educación, y congresos nacionales	Líneas de investigación, contenidos y temas en Guevara (2006)
Periodo	2001-2005	2004-2007	2006	2004-2007	2006
Temas principales	Espacios y planeación	Espacio, planeación, sustentabilidad, desarrollo local	Recursos y atractivos	Ordenamientos, planeación y espacio	Gestión y políticas públicas
	Conservación, ecoturismo y sustentabilidad	Mercados, segmentos, nuevos productos	Educación turística	Oferta y productos turísticos	Planeación, desarrollo y sustentabilidad
	Currículo y capacitación	Educación, capacitación y trabajo	Sustentabilidad e impactos	Comunidades locales	Educación, capacitación, trabajo y tecnología
	Estado de la investigación	Economía y administración	Administración y operación	Sustentabilidad	Economía y administración
	Administración de empresas	Cultura, patrimonio e identidad	Aspectos funcionales	Mercados turísticos	Turismo y cultura
	Políticas y normatividad	Legislación, gestión y políticas públicas	Superestructura	Educación superior	
	Diversa vinculación social	Propuestas teórico-conceptuales	Epistemología, conceptualización e investigación	Patrimonio y gastronomía	
			Conducta, motivación y satisfacción del turista	Demanda	
			Mercadotecnia	Comportamiento del sector	
			Organización de la comunidad	Políticas públicas	

Fuente: Elaboración propia.

existen trabajos que analizan particularmente el estado en que se encuentra el estudio de varios tópicos en la investigación turística. Pese a la importancia que cada uno de estos tópicos puede tener no solo en la construcción del conocimiento turístico nacional (y global) sino en sus implicaciones prácticas en las distintas realidades del país, esto no se ha hecho en los estudios turísticos en México. Por tanto, es menester realizar estudios muy focalizados en el desarrollo de temas concretos en el campo que reflejen en su conjunto

el avance de la investigación turística nacional. Llevar a cabo estudios detallados en torno a cómo se han abordado y qué tanto se han desarrollado tópicos específicos puede identificar nuevas oportunidades de investigación que permitan innovar líneas de investigación altamente especializadas, sobre todo entre los investigadores emergentes.

Aunque los *rankings* de investigadores y revistas en cualquier área del conocimiento suelen ser muy cuestionables, su necesidad es clara. Identificar a los investigadores y revistas “líderes”, por denominarlos de alguna forma, es útil para entender cómo sus contribuciones lideran la construcción y las tendencias del conocimiento turístico (Zhao y Ritchie, 2007), tanto en el nivel general como particular (por tópico). A reserva de algunas excepciones (Picazo y Moreno, 2013), con sus particulares limitaciones, poco se ha hecho por identificar y analizar las contribuciones, liderazgo e impacto de académicos y revistas en la investigación turística en México.

En comparación con el marco internacional, la cantidad de revistas en donde los investigadores mexicanos suelen publicar es menor (Picazo y Moreno, 2013). De este modo, otra necesidad presente en el análisis del estado que guarda la investigación turística en el país es precisamente estudiar las aportaciones y el impacto científico tanto de investigadores del país como de las revistas en donde suelen publicar. Esto permitiría no solo un análisis más incluyente y exhaustivo de los avances de la investigación turística en el país, al poder integrar a un número considerable y quizás representativo de unidades de análisis, sino también un estudio detallado de las particularidades, tanto cuantitativas como cualitativas, de tal liderazgo. Un seguimiento más preciso sobre las contribuciones por investigador, institución y revistas puede llevar a resultados más confiables en cuanto al verdadero impacto de académicos y revistas científicas en la investigación turística en México.

No obstante que en el marco de la investigación turística internacional existen varias oportunidades y necesidades para el caso mexicano, desde la perspectiva del autor hay una necesidad muy importante que aún se encuentra pendiente. El papel de las revistas internacionales, específicamente aquellas del contexto anglosajón, en la construcción, disseminación, discusión y comunicación de la investigación turística en el mundo es muy relevante; muestra de ello es el índice de citación e influencia de estas en distintos idiomas (Pearce, 2013). Estas revistas no solo concentran trabajos hechos por, y en el contexto de, países anglosajones; a esta construcción se han sumado “conocimientos locales” de otros entornos y países, que han contribuido también a partir de sus propias particularidades al debate del conocimiento en el área. En consecuencia, lo que hoy en día pudiera ser entendido como la investigación turística internacional, si bien dominada por académicos de países anglosajones, no representa únicamente el conocimiento de los llamados países industrializados, puesto que también ha sido matizada por aportaciones de otros contextos, aunque estas componen la gran minoría.

De esta forma, el “conocimiento local” de las realidades turísticas de México ha permanecido ampliamente fuera del discurso internacional, o al menos de aquellas publicaciones reconocidas no solo en el mundo anglosajón, sino en muchas otras. Dada la variada

actividad turística del país, este tiene mucho que aportar al cuerpo de conocimientos y debates en la investigación turística en el mundo. Mientras que las contribuciones de México al conocimiento internacional podrían ser consideradas una oportunidad de investigación para los estudiosos nacionales, estas son, en la mirada del autor, una necesidad en la investigación turística internacional.

#### 4. CONCLUSIONES

En sus distintas dimensiones, los avances en la investigación turística como tal han sido objeto de estudio. Tanto en el nivel internacional como en países específicos, incluyendo México, las tendencias y los estados que guarda esta investigación en términos conceptuales, teóricos, metodológicos y de liderazgo en autoría, han sido analizados, independientemente de la forma en que esto se ha realizado. Si bien los esfuerzos al respecto han sido indicativos de tales tendencias y estados, es necesario tener en cuenta que, debido a que la investigación turística constituye un ente diferenciable en su interior por ser multitemática, multicontextual, multidisciplinaria y abordada de modo distinto en cuanto a tiempos, espacios, temas, conceptos, teorías, metodologías y autores, difícilmente se pueden hacer precisiones sobre sus avances generales, no solo entre diferentes naciones sino dentro de ellas.

Como en otros países, la investigación turística en México ha sido también abordada como objeto de estudio, aunque aún de manera limitada. Este artículo revela que se han hecho distintos estudios sobre algunos avances de esta investigación en el país. Más allá de las coincidencias o disidencias que los estudios existentes han mostrado, hay vacíos dentro de la investigación turística en México que requieren atención académica en el marco de la investigación turística internacional. Al hacer una evaluación del estado y las tendencias del campo se observa, por un lado, que los trabajos de investigación en el país han sido muy limitados temáticamente, lo que exige una ampliación de los tópicos estudiados atendiendo a los diferentes alcances del turismo como un fenómeno multidimensional, y esto a su vez permitirá una comprensión más integral del fenómeno.

Por otro lado, se concluye que poco se conoce en torno a los avances temáticos, teóricos, conceptuales y metodológicos más recientes del campo de estudio del turismo como un todo. Específicamente existe una necesidad de conocer tales avances desde metodologías más incluyentes de los distintos indicadores de la investigación turística; se requiere adoptar metodologías y perspectivas que hagan posible una contemplación más amplia de las fuentes, los contenidos y otros elementos indicadores de la investigación en el país. Los análisis bibliométricos, en particular los análisis del conocimiento publicado en revistas especializadas, necesitan incorporarse a la agenda de la investigación turística nacional.

Asimismo, para conocer con mayor profundidad los avances hasta hoy logrados en México, la comunidad académica requiere hacer análisis más dirigidos acerca de tópicos específicos en el turismo; qué conceptos han emergido, qué posturas teóricas y metodológicas se han venido desarrollando, qué utilidad práctica están teniendo los estudios



turísticos en el país, son preguntas de investigación que quedan pendientes; así como la necesidad de examinar en dónde, cómo y quiénes están produciendo y concentrado la mayor parte de la investigación turística en México, es decir, se precisan estudios que revelen quiénes y de qué forma están liderando, si es así, la construcción del conocimiento en el campo.

Por último, una necesidad latente ante la investigación turística es incorporar el conocimiento específico de México basado en sus experiencias, paradigmas y realidades particulares al corpus del conocimiento internacional. Integrar los “conocimientos locales” de México, y de muchos otros países que no han formado parte del debate del conocimiento turístico internacional, permitirá tener un entendimiento más amplio del turismo como actividad y campo de estudio global.

Al igual que cualquier otro estudio, las reflexiones y necesidades aquí vertidas deben ser tomadas con cautela. Se debe considerar que, debido a que se trata principalmente de un estudio en gran parte fundamentado en información de segunda mano, esto es, en trabajos que han analizado por su propia cuenta los avances de la investigación, las ideas del presente están ceñidas a los alcances de tal información. Seguramente, si se utilizaran otras fuentes de análisis, las reflexiones y conclusiones serían distintas, lo cual no significa por supuesto que las conclusiones de este trabajo sean inválidas o incompletas, sino que otras aproximaciones de análisis brindarían una complementariedad valiosa para el objetivo aquí perseguido. Esto ofrece, por tanto, la oportunidad de realizar análisis y propuestas similares desde otras ópticas metodológicas, incluyendo el análisis de datos primarios.

## REFERENCIAS

- Albacete-Sáez, C. y Fuentes-Fuentes, M. M. (2010). Difusión de la investigación española sobre turismo en revistas internacionales. *Revista de Análisis Turístico*, 9(1), 14-29.
- Ashworth, G. y Page, S. J. (2011). Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes. *Tourism Management*, 32(1), 1-15.
- Ballantyne, R., Packer, J. y Axelsen, M. (2009). Trends in tourism research. *Annals of Tourism Research*, 36(1), 149-152.
- Bao, J., Chen, G. y Ma, L. (2014). Tourism research in China: Insights from insiders. *Annals of Tourism Research*, 45(1), 167-181.
- Bushell, R., Prosser, G. M., Faulkner, H. W. y Jafari, J. (2001). Tourism research in Australia. *Journal of Travel Research*, 39(3), 323-326.
- Castellucci, D. (2001). Diagnóstico del estado de la investigación turística en las universidades argentinas. *APORTES y Transferencias*, 5(1), 95-111.
- Castillo, M. y Lozano, M. (2006). *Apuntes para la investigación turística*. Chetumal: Universidad de Quintana Roo.
- Cestur (2007). *Elaboración de un diagnóstico del estado de la investigación turística en el país y generación de un programa de investigación integral para el sector turismo*. México: Secretaría de Turismo.

- Cheng, C.-K., Li, X. (R.), Petrick, J. F. y O'Leary, J. T. (2011). An examination of tourism journal development. *Tourism Management*, 32(1), 53-61.
- Dann, G. (1981). Tourist motivation. An appraisal. *Annals of Tourism Research*, 8(2), 187-219.
- Decrop, A. (1999). Triangulation in qualitative tourism research. *Tourism Management*, 20(1), 157-161.
- Deery, M., Jago, L. y Fredline, L. (2012). Rethinking social impacts of tourism research: A new research agenda. *Tourism Management*, 33(1), 64-73.
- Espinosa, M. (2007). La investigación turística en México: Tendencias y retos. En M. Espinosa (ed.), *Tendencias de investigación turística a principios del siglo XXI* (pp. 17-46). México: Instituto Politécnico Nacional.
- Figueroa-Domecq, C., Pritchard, A., Segovia-Pérez, M., Morgan, N. y Villacé-Molinero, T. (2015). Tourism gender research: A critical accounting. *Annals of Tourism Research*, 52(1), 87-103.
- Galani-Moutafi, V. (2004). Tourism research on Greece. A critical overview. *Annals of Tourism Research*, 31(1), 157-179.
- Goeldner, Ch. (2005). Reflections on the historic role of journals in shaping tourism knowledge. *Journal of Tourism Studies*, 16(2), 44-51.
- Guevara, R., Molina, S. y Tresserras, J. (2006). Hacia un estado de la cuestión en investigación turística. En R. Guevara (ed.), *Estudios multidisciplinarios en turismo* (pp. 17-68). México: Secretaría de Turismo.
- Gursoy, D. y Sandstrom, J. K. (2016) An updated ranking of hospitality and tourism journals. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 40(1), 3-18.
- Hall, C. M. (2011). Publish and perish? Bibliometric analysis, journal ranking and the assessment of research quality in tourism. *Tourism Management*, 32(1), 16-27.
- Hiernaux, D. (2000). Los nuevos derroteros de la investigación turística. En N. Monterroso y L. Zizumbo (eds.), *Investigación turística* (pp. 39-56). Toluca: Universidad Autónoma del Estado de México.
- Jiménez, A. y Sosa, A. (2006). Notas sobre las etapas de la investigación del turismo en México. En Secretaría de Turismo (ed.), *Análisis del turismo* (pp. 59-76). México: Secretaría de Turismo.
- Jiménez, A., Osorio, M. y Avila, R. M. (2006). Caracterización general del listado de la Red de Investigadores y Centro de Investigación en Turismo (RICIT). En *VIII Congreso Nacional y 2o Internacional de Investigación Turística*. Monterrey, 14-16 de junio de 2006. [Documento original proporcionado por el primer autor.]
- Johnson, P. y Thomas, B. (1990). Employment in tourism: A review. *Industrial Relations Journal*, 21(1), 36-48.
- Li, L. (2008). A review of entrepreneurship research published in the hospitality and tourism management journals. *Tourism Management*, 29(6), 1013-1022.
- McKercher, B. (2008). A citation analysis of tourism scholars. *Tourism Management*, 29(6), 1216-1232.
- McKercher, B. (17 de septiembre de 2013). Academic journals of tourism, hospitality and events. En *Tourism Research Information Network (TRINET)*.
- McKercher, B. y Tung, V. (2015). Publishing in tourism and hospitality journals: Is the past a prelude to the future? *Tourism Management*, 50, 306-315.

- McKercher, B., Law, R. y Lam, T. (2006). Rating tourism and hospitality journals. *Tourism Management*, 27(6), 1235-1252.
- Osorio, M., Castillo, M. y Moreno, I. (2007). Investigación y conocimiento turístico en México. Un acercamiento a la contribución de las instituciones de educación superior y centros de investigación (IES y CIS). En C. Virgen (ed.), *Aportaciones de investigación turística* (pp. 29-48). Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Pearce, D. G. (2013). The internationalization of tourism. *Journal of Travel Research*, 53(3), 267-280.
- Pechlaner, H., Zehrer, A., Matzler, K. y Abfalter, D. (2004). A ranking of international tourism and hospitality journals. *Journal of Travel Research*, 42(4), 328-332.
- Phillimore, J. y Goodson, L. (2004). Progress in qualitative research in tourism: Epistemology, ontology and methodology. En J. Phillimore y L. Goodson (eds.), *Qualitative Research in Tourism: Ontologies, Epistemologies and Methodologies* (pp. 3-29). Londres: Routledge.
- Picazo, P. y Moreno, S. (2013). Difusión de la investigación científica en turismo. El caso de México. *El Periplo Sustentable*, 24, 7-40.
- Pike, S. (2002). Destination image analysis - a review of 142 papers from 1973 to 2000. *Tourism Management*, 23(5), 541-549.
- Riley, R. y Love, L. L. (2000). The state of qualitative tourism research. *Annals of Tourism Research*, 27(1), 164-187.
- Ryan, Ch. (2005). The ranking and rating of academics and journals in tourism research. *Tourism Management*, 26(5), 657-662.
- Schlüter, R. y Bertonecello, R. (2010). Tourism research in Latin America: Past and future challenges. En D. G. Pearce y R. W. Butler (eds.), *Tourism Research: A 20-20 Vision* (pp. 2-13). Oxford: Goodfellow Publishers Limited.
- Sharpley, R. (2011). *The Study of Tourism. Past Trends and Future Directions*. Londres: Routledge.
- Sharpley, R. (2014). Host perceptions of tourism: A review of the research. *Tourism Management*, 42(1), 37-49.
- Sheldon, P. J. (1990). Journals in tourism and hospitality. The perceptions of publishing faculty. *The Journal of Tourism Studies*, 1(1), 42-48.
- Sheldon, P. J. (1991). An authorship analysis of tourism research. *Annals of Tourism Research*, 18(3), 473-484.
- Song, H., Dwyer, L., Li, G. y Cao, Z. (2012). Tourism economics research: A review and assessment. *Annals of Tourism Research*, 39(3), 1653-1682.
- Swain, M. B., Brent, M. y Long, V. H. (1998). Annals and tourism evolving: Indexing 25 years of publication. *Annals of Tourism Research*, 25(Supplement), 991-1014.
- Tamayo, A. L. y Peñaloza, L. (2005). Investigación en turismo y educación en la Universidad Autónoma del Estado de México. *Teoría y Praxis*, 1, 87-95.
- Tribe, J. y Xiao, H. (2011). Developments in tourism social science. *Annals of Tourism Research*, 38(1), 7-26.
- Walle, A. H. (1997). Quantitative versus qualitative tourism research. *Annals of Tourism Research*, 24(3), 524-536.
- Weed, M. (2006). Sports tourism research 2000-2004: A systematic review of knowledge and a meta-evaluation of methods. *Journal of Sport & Tourism*, 11(1), 5-30.

- Weed, M. (2009). Progress in sports tourism research? A meta-review and exploration of futures. *Tourism Management*, 30(5), 615-628.
- Xiao, H. y Smith, S. L. J. (2006a). Case studies in tourism research: A state-of-the-art analysis. *Annals of Tourism Research*, 27(5), 738-749.
- Xiao, H. y Smith, S. L. J. (2006b). The making of tourism research: Insights from a social science journal. *Annals of Tourism Research*, 33(2), 490-507.
- Xiao, H., Jafari, J., Cloke, P. y Tribe, J. (2013). Annals: 40-40 vision. *Annals of Tourism Research*, 40(January), 352-385.
- Xin, S., Tribe, J. y Chambers, D. (2013). Conceptual research in tourism. *Annals of Tourism Research*, 41(1), 66-88.
- Zhao, W. y Ritchie, J. R. B. (2007). An investigation of academic leadership in tourism research: 1985-2004. *Tourism Management*, 28(2), 476-490.

## CARACTERÍSTICAS Y RETOS DE LA INVESTIGACIÓN ACCIÓN PARTICIPATIVA (IAP)

### UNA EXPERIENCIA PERSONAL EN INVESTIGACIÓN TURÍSTICA

Recibido: 5/03/2015 · Aceptado: 29/05/17

PILAR ESPESO-MOLINERO  
Universidad de Alicante  
p.espeso@ua.es

Resumen

El objetivo de este artículo es la reflexión sobre el complejo proceso de análisis y escritura de la investigación acción participativa (IAP), desde un ángulo teórico y un ejemplo práctico. Así, la primera parte del texto aporta una visión general de los distintos enfoques de investigación activa, desde su evolución histórica hasta las tipologías en las que ha derivado; se presentan también sus principales características y contextos haciendo hincapié en su objetivo dual, carácter colaborativo y método cíclico, para concluir con sus limitaciones más importantes como el abuso, el tokenismo o la “nueva tiranía” de la que puede hacer gala. En la segunda parte se aborda un caso práctico de IAP en turismo con comunidades indígenas de la Selva Lacandona (México). A través de la descripción metódica del proceso de diseño, investigación, análisis y escritura del trabajo doctoral de la autora, se examina la experiencia completa de un proyecto de IAP y se da respuesta a los distintos retos encontrados. Igualmente, se discuten los valores éticos que deben informar los estudios colaborativos y la necesidad de reflexión sobre el papel del investigador externo en los procesos de IAP. El resultado de esta reflexión muestra la necesidad imperiosa de colaborar con las comunidades locales para avanzar en el conocimiento turístico y descolonizador en contextos indígenas.

*Palabras clave:* Chiapas, análisis, metodología, turismo indígena, reflexividad.

Abstract

## CHARACTERISTICS AND CHALLENGES OF PARTICIPATORY ACTION RESEARCH (PAR): A PERSONAL EXPERIENCE IN TOURISM RESEARCH

This article looks at participatory action research (PAR) methods from theoretical and practical perspectives. The first part of this work provides an overview of the different approaches to action research, its historical evolution and resulting typologies. Its main characteristics and contexts are explored, highlighting the dual purpose of the method, collaborative nature and cyclical practice to conclude with the main shortcomings such as the abuse, ‘tokenism’ or the ‘new tyranny’ of the method. The second part focuses on a practical example of par with indigenous communities in the Lacandon Jungle (Mexico). Through the description of the research process from design, field work and analysis to the final writing of the doctoral work, the comprehensive experience of a par project is examined and the different challenges and responses are presented. The ethical values that should inform collaborative studies and the need for reflection on the role played by the external researcher in the par processes are also discussed. The text concludes with a reflection on the imperative need to collaborate with local communities to advance in decolonized tourism knowledge in indigenous contexts..

*Keywords:* Chiapas, analysis, methodology, indigenous tourism, reflexivity.

## INTRODUCCIÓN

Las investigaciones centradas en el aprendizaje activo y colaborativo tienen sus orígenes en los años veinte del siglo pasado. Casi cien años más tarde, los procesos de investigación participativa siguen atrayendo a profesionales y académicos de variadas disciplinas, entre las que se encuentra el estudio de los fenómenos turísticos. Aunque aún hay quien considera la acción en la investigación como una forma de contaminación de los resultados y los procesos, cada vez más autores optan por incorporar la acción en sus investigaciones. Para muchos, es el camino más directo para que los resultados científicos lleguen a informar las decisiones de planificación y gobernanza. Para otros, responde a una llamada hacia una investigación más comprometida y ética. De cualquier manera, la unión de la acción con la investigación, el análisis, la evaluación y la deconstrucción de modos tradicionales de opresión se ha convertido en una forma de indagación respetada y valorada dentro de los nuevos paradigmas de investigación (Lincoln, Lynham y Guba, 2011).

En la academia del turismo, tanto los trabajos con perspectiva crítica, como aquellos centrados en el desarrollo organizacional o la cooperación internacional, han visto en las metodologías activas una aproximación adecuada para dar respuesta a la compleja realidad del turismo. Sin embargo, a pesar del éxito de la amplia familia de métodos participativos y sus variadas aplicaciones, estos no están libres de dificultades y de cierto grado de controversia. El análisis de las características y limitaciones de la investigación acción participativa (IAP) se convierte, por tanto, en un aspecto fundamental en el diseño de nuevas pesquisas participativas, especialmente en el terreno del desarrollo y la cooperación internacional, donde tras el *boom* de los métodos participativos en áreas rurales de los años noventa, se han dado múltiples ejemplos de abuso y mal uso de estas prácticas (Cornwall y Pratt, 2011).

Por otra parte, la complejidad intrínseca de los procesos participativos hace que el diseño de las investigaciones, el proceso de recogida de datos, el análisis de estos y la conversión de toda la información recabada en un texto de investigación añadan aún más dificultad a las pesquisas con IAP. Cuando se trata de trabajos doctorales, a los retos ya mencionados se une la falta de experiencia del investigador y la complicación de la recogida de datos multimodales al trabajar en solitario.

El presente artículo analiza la historia, las características, los retos y las limitaciones de la metodología de investigación colaborativa y ofrece un ejemplo práctico de diseño metodológico y analítico empleado junto con empresarios turísticos indígenas en la Selva Lacandona de México. Asimismo, tiene como objetivo aportar luz sobre la complejidad de la IAP tanto desde el punto de vista teórico como desde la propia experiencia de investigación.

## 1. La investigación acción participativa

### 1.1 Antecedentes históricos

Los planteamientos teóricos de la investigación acción (IA) tienen sus orígenes en los trabajos del psicólogo social Kurt Lewin (1946). Interesado por las dinámicas de ayuda colaborativa observadas en los grupos religiosos americanos, plantea la posibilidad de unir teoría y práctica en la investigación y producir con ello un cambio social en el entorno estudiado. Entre los años sesenta y setenta del siglo xx, en Latinoamérica comienzan a darse una serie de corrientes de pensamiento que tratan de producir conocimientos que ayuden directamente a los grupos subalternos de la sociedad latinoamericana a revertir su situación de opresión. El sociólogo Orlando Fals Borda recoge el testimonio de Lewin y comienza a dar forma a la IAP, como metodología de lucha social y política. Fals Borda parte del argumento central de la *educación popular* del brasileño Paolo Freire (1968-1970), que sostiene que los grupos social y económicamente marginados tienen capacidad de análisis y, por tanto, pueden evaluar su propia realidad para buscar soluciones cultural y socialmente apropiadas a su contexto. Entonces, con la formación adecuada se puede reforzar esta capacidad como vía hacia el empoderamiento (Fals-Borda y Rahman, 1991).

Aunque Lewin y Fals Borda son sin duda dos figuras fundamentales en el desarrollo de las investigaciones participativas, no es posible atribuirles el mérito de sus orígenes. Así, parafraseando a Alfredo Molano en la Conferencia de Cartagena de 1997, toda gran invención tiene muchos autores y el origen de los métodos participativos surge del choque entre el pensamiento rígido del cientifismo positivista y la cruda realidad (Swantz, 2008, p. 31). El cuadro 1 muestra algunos de los hitos más importantes en ese desarrollo a lo largo del siglo xx.

Desde entonces la IA, en sus diferentes variantes, ha ido ganando adeptos entre los teóricos sociales y respeto entre el resto de la comunidad científica internacional. Sin embargo, no es hasta finales de los noventa, con el surgimiento de planteamientos críticos a la modernidad, cuando académicos y profesionales comienzan un diálogo acerca de los planteamientos teóricos y prácticas llevadas a cabo desde distintas disciplinas y corrientes epistemológicas, conduciendo al resurgir de la práctica y la consolidación interdisciplinar de la teoría (Kemmis y McTaggart, 2005).

Como se muestra en el cuadro 2, la investigación basada en la acción engloba una amplia gama de enfoques y prácticas, cada una fundada en corrientes, filosofías y tradiciones epistemológicas distintas y con diferentes agendas políticas.

Ante tal diversidad de enfoques podemos acordar que “el término investigación-acción hace más bien referencia a una perspectiva de trabajo que a una metodología concreta” (Bartolomé Pina, 1986, p. 55). Se trata de “un grupo de prácticas multidisciplinares [pero siempre] orientadas a una estructura de compromisos intelectuales y éticos” (Greenwood, 2000, p. 32).

### CUADRO 1. Orígenes de las investigaciones participativas

Momento	Localización	Hito
Años 20	Austria	H. G. Moreno incorpora elementos de acción en sus investigaciones con prostitutas
Años 30-40	Gran Bretaña	Tavistock Institute of Human Relations - Se encuentran las primeras expresiones de este enfoque - Kurt Lewin visita el Instituto Tavistock
1946-1952	Estados Unidos	Kurt Lewin - Primeras publicaciones de IA - Programas de acción comunitaria en Estados Unidos
1949-1953	Estados Unidos	Stephen Corey - Investigación acción en educación
Años 60	Gran Bretaña Australia Europa Resto del mundo	Tavistock Institute of Human Relations - Ford Teaching Project, dirigido por John Elliott y Clem Adelman Giro crítico y emancipatorio El giro crítico y emancipatorio se extiende por Europa De forma simultánea y desde distintos continentes comienzan a emplearse diferentes formas de IA en vinculación con los movimientos sociales del mundo en desarrollo
1965	Finlandia-Tanzania	Marja-Liisa Swantz comienza sus trabajos participativos en comunidades de Tanzania
1968	Brasil	Paulo Freire publica la Pedagogía del oprimido
1970	Colombia Estados Unidos	Orlando Fals Borda desarrolla el concepto de investigación acción participativa enlazándolo con su teoría de la subversión positiva Se organiza en Nueva York la SSRC Conference on Action Research
1975	India	Rajesh Tandon regresa a la India tras "la llamada de emergencia" y comienza a trabajar con los pobres en áreas rurales. En 1982 fundaría PRIA Sociedad para la Investigación Participativa de Asia
1977	Colombia	Se organiza la primera Conferencia dedicada explícitamente a la IAP en Cartagena de Indias
1978	India	Se crea la Red de Investigación Participativa con base en Nueva Delhi

Fuente: Elaboración propia con base en Fals-Borda (1973, 2001), Rapoport (1970), Reason y Bradbury (2008), y Swantz (2008).

### CUADRO 2. Algunas tipologías de investigaciones activas y participativas

Nombre español	Nombre inglés	Características	Principales autores
Investigación acción participativa (IAP)	Participatory Research (PR) Participatory Action Research (PRA)	Es la línea más común de investigación en la cooperación al desarrollo. Entroncaría con los postulados militantes y activistas de las corrientes de los años 70.	Orlando Fals-Borda Rajesh Tandon Marja-Liisa Swantz
Investigación acción crítica	Critical Action Research	Busca un análisis más amplio de las situaciones, estudiando las estructuras de poder que oculta el lenguaje y los legados hegemónicos.	Stephen Kemmis Robin McTaggart

(continúa)



**CUADRO 2. Algunas tipologías de investigaciones activas y participativas (finaliza)**

Nombre español	Nombre inglés	Características	Principales autores
Investigación acción educativa	Classroom Action Research	Centrada fundamentalmente en la investigación social dentro del aula, es una de las que guarda más larga tradición, pero se le acusa de no haber sabido estar a la altura de los movimientos educativos coetáneos.	John Elliot Gabi Weiner
Aprendizaje activo	Action Learning	Surge en el nivel empresarial, como respuesta a los planteamientos tradicionales de la investigación en gestión, por su incapacidad para solucionar problemas organizacionales. Centra su trabajo en equipos colaborativos para aprender de las experiencias de los demás.	Reg Revans Peter Reason
Investigación acción industrial	Industrial Action Research	Tiene sus orígenes en las primeras teorías de Lewin, y el Instituto Tavistock. Son enfoques para el mundo industrial y empresarial y normalmente están dirigidos por consultores externos a la organización. Es más común encontrar investigaciones de carácter humanístico que crítico, centrándose en mejorar los sistemas de organización o las relaciones entre empleados.	William Foote Whyte Frank Friedlander William Pasmore
Diagnóstico participativo rural (DPR)	Participatory Rural Appraisal (PRA) Rapid Rural Appraisal (RRA) Participatory Learning for Action (PLA)	Cuando la práctica y la teoría evolucionan en paralelo, una de las dos ejerce más poder sobre la otra. Los enfoques de diagnóstico rural responden a la supremacía de la práctica y la experiencia sobre la teoría. Utilizando técnicas visuales, llega con más facilidad a los participantes iletrados de las zonas rurales marginales, por lo que se da un gran impulso a estas metodologías entre las profesionales del desarrollo. Aunque tiene sus orígenes en los entornos rurales, cada vez es más aplicada en entornos urbanos.	Robert Chambers y sus colaboradores del Institute of Development Studies (IDS) de la University of Sussex
Investigación acción participativa en salud comunitaria	Community-Based Participatory Research (CBPR)	Un enfoque participativo a los estudios de la salud y el medio, cuyo objetivo es mejorar los cuidados sanitarios de poblaciones en riesgo. Un sistema especialmente atractivo para los profesionales que se enfrentan a grandes disparidades sanitarias provocadas por falta de medios, exclusión del sistema de salud, racismo, etcétera.	Meredith Minkler Nina Wallerstein

*Fuente:* Elaboración propia con base en Chambers (2008), y Kemmis y McTaggart (2005).

Esta variedad de enfoques da pie a múltiples definiciones. Para Reason y Bradbury (2001, p. 1), “es un proceso participativo y democrático, preocupado por desarrollar conocimiento práctico en la búsqueda de fines útiles para la humanidad, y basada en una visión compartida del mundo”.<sup>1</sup> De forma similar, Kemmis y McTaggart (2005, p. 560), en la vertiente crítica de las investigaciones activas, consideran que estas “expresan el compromiso de reunir un amplio análisis social –el autoestudio autorreflexivo de la práctica, [...] y la acción para mejorar las cosas”.

En un intento de clarificar las diferencias entre los distintos enfoques Reason (1994) divide las investigaciones activas en tres modalidades, dependiendo de quién las utilice como instrumento de generación de conocimiento y progreso. Así, 1) la investigación-acción sería la más enraizada en los postulados clásicos de Lewin y los estudios en educación de Corey, y su principal utilidad consistiría en aportar conocimiento al educador; 2) la investigación-acción participativa serviría a los intereses de la comunidad y por tanto sus características principales serían la adquisición colectiva de conocimiento, la sistematización de este y su utilidad social; por último, 3) la investigación-acción cooperativa serviría a un grupo concreto de trabajo, en el que por mutuo acuerdo y beneficio se unirían intereses académicos por un lado y profesionales por otro, para solucionar un problema práctico que atañe a los segundos, “vinculando los procesos de investigación con los procesos de innovación y con el desarrollo de la formación profesional” (Bartolomé Pina, 1994, p. 386). Estas dos últimas son las más habituales en los estudios turísticos.

## *1.2 Características comunes de los enfoques de acción participativa*

La IA “no es una práctica homogénea. Es más bien un campo de debate ruidoso y activo sobre el valor de la investigación social para el cambio social” (Greenwood, 2000, p. 33), sin embargo, independientemente de la orientación filosófica, la agenda política o el objeto de la práctica, los enfoques de investigación activa tienen una serie de elementos en común, que se explicarán a continuación.

### **1.2.1 Objetivo dual de la investigación acción**

Según Reason y Bradbury (2008, p. 1), la IA busca, a través de la acción y la reflexión común, encontrar soluciones prácticas a los problemas que acucian a un grupo de personas, con la intención de que esas soluciones contribuyan al cambio social y personal de los sujetos implicados en la investigación. La mejora de una problemática real, así como el proceso de aprendizaje colectivo y autorreflexivo que conlleva el enfoque participativo, permite a los participantes entender el origen, formación y vías de solución del problema estudiado, preparando a la comunidad para enfrentarse a nuevos retos y, con ello, conducir al empoderamiento social e individual.

<sup>1</sup> La traducción de las notas es de la autora

Por otro lado, el proceso es cuidadosamente estudiado por todo el grupo de trabajo para ayudar a promover los objetivos de la ciencia social. A través de la investigación, el grupo pretende contribuir a la mejora del bienestar –económico, político, psicológico, espiritual– de otras personas y comunidades, consiguiendo una relación más equitativa y sostenible con la ecología planetaria de la cual formamos parte (Reason y Bradbury, 2008).

### 1.2.2 Equipos colaborativos

En los enfoques de IA se forman equipos colaborativos donde las personas implicadas en el objeto de estudio trabajan conjuntamente con investigadores o técnicos externos para dar respuestas prácticas a la situación planteada.

Los enfoques de acción se oponen a otros planteamientos de investigación cualitativa en que los colectivos a estudiar pasan de ser “objetos” de la investigación a ser “sujetos” protagonistas de la misma (Heron y Reason, 2006), lo que permite a la comunidad beneficiarse directamente del proceso de investigación y no solo padecerlo (Reason y Bradbury, 2008). Los participantes pueden ser profesores, estudiantes, activistas sociales, líderes comunitarios, profesionales, trabajadores, es decir, miembros de cualquier comunidad o grupo con una preocupación común e interés por encontrar soluciones para resolverla. Puede considerarse IA “solo cuando es colaborativa y se consigue a través de la acción examinada críticamente de los miembros individuales del grupo” (Kemmis y McTaggart, 1998, p. 5).

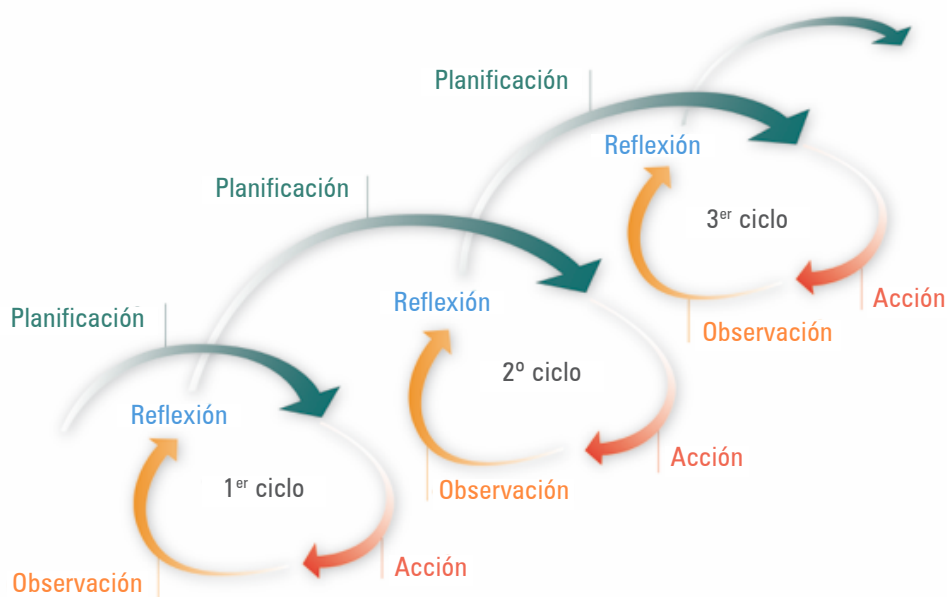
Se trata de un proceso de coaprendizaje, donde las personas afectadas por el problema de estudio y el investigador o técnico se convierten en compañeros de investigación para enfrentarse conjuntamente a una determinada situación (Reason y Bradbury, 2008). Cada miembro del equipo contribuye con sus propias habilidades para resolver el problema. La comunidad aporta sus saberes ancestrales y su conocimiento íntimo de la situación, mientras que los investigadores externos añaden el punto de vista técnico al proyecto, brindando su conocimiento académico. “Los conocimientos expertos se consideran importantes, pero los conocimientos locales se consideran esenciales” (Greenwood, 2000, p. 33).

Se crea, así, un espacio nuevo, donde la unión de conocimientos foráneos y locales produce otras formas de comprensión. Este “cruzamiento fertilizante” permite a cada miembro del equipo mirar el problema desde una nueva perspectiva, generando una mayor comprensión de lo que ocurre (Ander-Egg, 2003).

En esta nueva relación de saberes, el experto o académico tiene una función proactiva dentro del equipo, por lo que el investigador no se mantiene al margen observando el proceso, sino que interviene activamente en él. Por tanto, la objetividad da paso a la acción y el investigador reconoce en todo momento su sesgo, tanto de cara al resto de participantes, como hacia la comunidad científica (Reason y Bradbury, 2008).

### 1.2.3 Proceso cíclico

El proceso seguido en estas metodologías se puede explicar de forma básica en una secuencia de espirales, cada una de ellas marcada por los mismos cuatro pasos: 1) planificación de un cambio; 2) actuación en la búsqueda de ese cambio; 3) observación de los efectos que la actuación ha tenido sobre el cambio que se quiere acometer, para continuar con un 4) acto de reflexión colectiva sobre el proceso completo y así decidir los siguientes pasos que hay que emprender. De este modo se iniciaría una nueva etapa de planificación de cambio para perpetuar la espiral (Kemmis y McTaggart, 2005). Este modelo es una de las contribuciones de Lewin (1946), por tanto, su esencia se traslada a la mayor parte de modelos aplicados en la IA, aunque en ningún caso es estricto, ya que cada etapa afecta al desarrollo de las siguientes, por lo que, “en realidad, el proceso será probablemente más fluido, abierto y receptivo” (Kemmis y McTaggart, 2005, p. 563).



Fuente: Elaboración propia.

FIGURA 1. Los ciclos de la investigación acción participativa

### 1.3. Limitaciones de la investigación participativa

A pesar del éxito de la amplia familia de métodos participativos, estos no están libres de dificultades. Es necesario tenerlo muy en cuenta al diseñar nuevas iniciativas participativas, sobre todo cuando se involucra a grupos tradicionalmente marginados. La excesiva popularidad que en los años noventa adquirieron estos métodos en los proyectos de

cooperación internacional en áreas rurales, condujo a una generalización de malas prácticas. Estos abusos llevaron a científicos de distintas disciplinas a postularse en contra de los métodos participativos por considerarlos carentes de rigor (Cornwall y Pratt, 2011).

Frente a la “tiranía” de los métodos positivistas en ciencias sociales, que durante mucho tiempo se han limitado a contar, ordenar y estructurar a las personas en tablas y *rankings* (investigaciones demográficas, laborales, epidémicas, etc.), despreciando por completo la capacidad de agencia del ser humano, los enfoques cualitativos y, más especialmente, los participativos, han intentado incorporar la voluntad de las personas, su aptitud para pensar y actuar. Sin embargo, estos mismos métodos de investigación que pretendían dar voz, oportunidad y agencia a los sujetos de estudio, se están convirtiendo en una “nueva tiranía” (Cooke y Kothari, 2001). En nombre de la democracia participativa, grupos vulnerables se ven inmersos en actividades, procesos y toma de decisiones para los que no están preparados, obligándolos a compartir sus saberes, experiencias y puntos de vista en procesos que rara vez conducen al empoderamiento (Beazley y Ennew, 2006). A menudo la participación es solo aparente, sin una cesión real de poder en la toma de decisiones, produciéndose lo que Arnstein (1969, p. 217) denominó “*tokenism*”. Analizando el interés político por la participación ciudadana en los procesos de planificación, Sherry Arnstein emplea este término para hacer referencia a los niveles de participación cosmética o formulista, donde se cuidan las formas pero no interesa realmente cambiar el *statu quo*.

Para Beazley y Ennew (2006), otra consecuencia de la nueva tiranía es que el interés por los grupos más desfavorecidos ejerce un efecto de discriminación positiva, excluyendo de los estudios a los grupos sociales más poderosos. Cuando los grupos de poder no están involucrados en el proceso, es muy difícil que los proyectos se materialicen en acciones positivas para la comunidad. Cuando los objetivos de cambio que pretenden los métodos participativos no se alcanzan, los procesos participativos generan expectativas en el grupo que no llegan a ser satisfechas, lo cual lleva a la frustración y el desinterés por la investigación.

Además, la libertad, la importancia de la creatividad y de la decisión de los participantes inherentes al diseño de las investigaciones, conduce a menudo a procesos caóticos de recogida de datos, lo que dificulta su análisis y posterior uso, limitándose muchos estudios al propio proceso, pero sin alcanzar objetivos reales de investigación.

Para superar estas limitaciones Beazley y Ennew (2006) aconsejan combinar los métodos cuantitativos y cualitativos con el propósito de reforzar los resultados académicos de las investigaciones; incorporar a todo tipo de agentes en los proyectos para asegurar su capacidad de implementación; y cambiar el enfoque basado en la ideología humanitaria por uno basado en los derechos humanos, a fin de evitar paternalismos y discriminaciones positivas.

## 2. Mi experiencia doctoral con la IAP

Son relativamente pocas las ocasiones de confrontar directamente, en el curso de la vida, procesos fundamentales de transformación social. Es nuestro privilegio, como generación, la de vivir este proceso hoy día, y hacerlo con las ventajas y desventajas que ofrece el desarrollo contemporáneo. Es también nuestra responsabilidad, como pertenecientes a una comunidad de científicos, el saber interpretar esta transformación y derivar datos adecuados a entenderla para ayudar a construir el futuro.

Orlando Fals-Borda, *El problema de cómo investigar la realidad para transformarla por la praxis*, p. 10

En enero de 2011, recién matriculada en mis estudios de doctorado en el Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas (IUIT) de la Universidad de Alicante (UA), en España, me incorporé al equipo de trabajo que desde hace años ha unido a esta institución con estudiantes y docentes de la Universidad Intercultural de Chiapas (Unich) de México. En el primer viaje de campo acompañé al equipo de investigación UA-Unich en la devolución de resultados de estudios anteriores a las comunidades indígenas de la Selva Lacandona. Este grupo multidisciplinar y multiétnico venía realizando estudios colaborativos con empresarios turísticos choles, tzeltales y lacandones desde 2008. Este viaje me permitió familiarizarme con el entorno, conocer a los empresarios indígenas y participar en las reuniones grupales de discusión que se mantuvieron con los coinvestigadores, sentando las bases de lo que sería mi investigación doctoral. Dando continuidad a los proyectos iniciados y respuesta a las demandas de las comunidades, centré mis investigaciones en nuevas fórmulas de capacitación empresarial en contextos indígenas, con especial atención al diseño de actividades turísticas experienciales.

A continuación presento las características y retos metodológicos a los que me enfrenté en mi proceso doctoral. Los resultados académicos obtenidos en las distintas fases de investigación colaborativa en la Selva Lacandona quedan fuera del alcance de este artículo y han sido discutidos en otros lugares (véase Espeso-Molinero, Carlisle y Pastor-Alfonso, 2016; Pastor-Alfonso y Gómez López, 2010; Pastor-Alfonso y Espeso-Molinero, 2013 y 2015).

### 2.1 La estrategia de indagación

Tratando de evitar la investigación extractiva que tanto ha caracterizado los estudios sociales en contextos indígenas (Leyva y Speed, 2008), el equipo UA-Unich venía utilizando metodologías activas y colaborativas como forma de generar beneficios directos para los empresarios indígenas. Así, el diseño de la investigación buscó crear valor mediante la capacitación y la resolución de problemas reales de los empresarios lacandones, empleando el aprendizaje, la reflexión y exploración de las capacidades creativas. Al mismo tiempo, al

tratarse de un proceso práctico, permitía a todos los participantes, investigador y coinvestigadores, alcanzar los cuatro niveles de conocimiento de Heron y Reason (1997) a través de la “subjetividad crítica” (véase cuadro 3).

**CUADRO 3. Modos de adquirir conocimiento**

Modalidad	Descripción
Conocimiento experiencial	Se consigue a través del encuentro directo con el objeto de estudio y se alcanza a través de la empatía con el sujeto de estudio. El investigador se siente en sintonía con el objeto de estudio y a la vez es distinto de él. Articula la realidad a través de la resonancia interna de lo que es y de la percepción de sus distintas formas de aparecer.
Conocimiento presentacional	Es aquel que emerge y se basa en el conocimiento experimental y se plasma en distintas formas plásticas, musicales, vocales o gráficas que simbolizan tanto nuestra sintonía con el mundo, como los significados primarios alojados en su aparecer.
Conocimiento proposicional	Es el saber en términos conceptuales. Se expresa en declaraciones y teorías que llegan con el dominio de los conceptos. Las proposiciones se alcanzan a través del uso de presentaciones gráficas, orales, visuales, etc. y estas están basadas en última instancia en nuestra articulación de la experiencia del mundo.
Conocimiento práctico	Consiste en saber cómo hacer algo y se manifiesta en una habilidad o competencia. El conocimiento práctico engloba los tres anteriores ya que presupone un conocimiento conceptual de los principios y normas de la práctica, el desarrollo estético de la presentación, y la motivación del conocimiento experiencial y los conduce a buen fin a través de actos intencionales.

Fuente: Heron y Reason (1997).

Admitiendo que el conocimiento no es neutral sino que refleja las relaciones de poder dentro de la sociedad, la IAP me permitió trabajar en un contexto totalmente ajeno y desconocido, sin pretender formar parte de él.

Al investigador formado en la tradición americana/europea que trabaja en el ámbito del turismo indígena se le recuerda continuamente, si no es ya consciente de ello, el hecho de que muchas sociedades indígenas son exclusivas y no inclusivas. El conocimiento se transmite a los ya iniciados, e incluso, en algunos casos, solo los miembros de algunas familias pueden ser iniciados. *El investigador es siempre un extraño.* [Ryan, 2005, p. 2; énfasis añadido].

Al asumir el papel de técnico dentro del grupo de coinvestigación, mi situación de “extraña” frente al grupo indígena no solo se reconocía abiertamente, sino que además se aprovechó para generar nuevas relaciones interpersonales basadas en la ayuda mutua. Mi situación fue entendida y apreciada por el grupo de investigación, facilitando la consecución de los objetivos. Se eliminaba, así, cualquier posible ambigüedad sobre mi presencia en la Selva Lacandona, y se dejaba patente que mi intención no era extractiva. El diseño de investigación propuesto favorecía la percepción de beneficio para los empresarios, facilitando la participación y el compromiso por su parte.

### 2.1.1 Del proyecto participativo a la memoria escrita

Los proyectos de investigación activa son procesos largos, la mayoría de las veces inacabados, y siempre caracterizados por la complejidad. Este es el caso de la presente investigación, donde a las dificultades propias de la IAP se unía la necesidad de transformar los resultados obtenidos en un relato doctoral, donde se identificaran claramente las distintas contribuciones: las de los coinvestigadores indígenas, las del equipo UA-Unich –al que yo pertenecía–, y las de mi trabajo individual.

Encontré la solución en dos factores. Por un lado, concentré la atención de mi investigación doctoral en uno solo de los grupos con los que el equipo UA-Unich venía trabajando, los lacandones. Por otro, dividí mi relato de tesis en dos partes, una sincrónica y otra diacrónica.

En la primera expuse los resultados de un diagnóstico de situación basado en datos recogidos a lo largo de todo el proceso de investigación, incluyendo en algunos casos mi propia interpretación de datos (grabaciones, videos y fotografías) anteriores a mi incorporación al equipo de investigación. Esta sección se compone fundamentalmente de *verbatim*, tratando de rescatar las voces y percepciones de los implicados.

En la segunda, la diacrónica, ofrecí un análisis de la investigación siguiendo el modelo cíclico de las fases de la IAP, enmarcando el trabajo participativo dentro de un proyecto de mayor escala y envergadura (Kemmis y McTaggart, 2005). Comencé por relatar las experiencias previas a mi incorporación, como antecedentes de mi investigación, y después presenté dos ciclos más de investigación. En el primero, denominado *diálogo en comunidades*, mostraba el trabajo de todo el equipo, prestando especial atención a las funciones, análisis y resultados de las parcelas más personales del proyecto. En el segundo, llamado *diálogo en empresas*, expuse los resultados del trabajo realizado con los coinvestigadores indígenas pero en solitario. La figura 2 presenta gráficamente la estructuración del proceso de investigación.

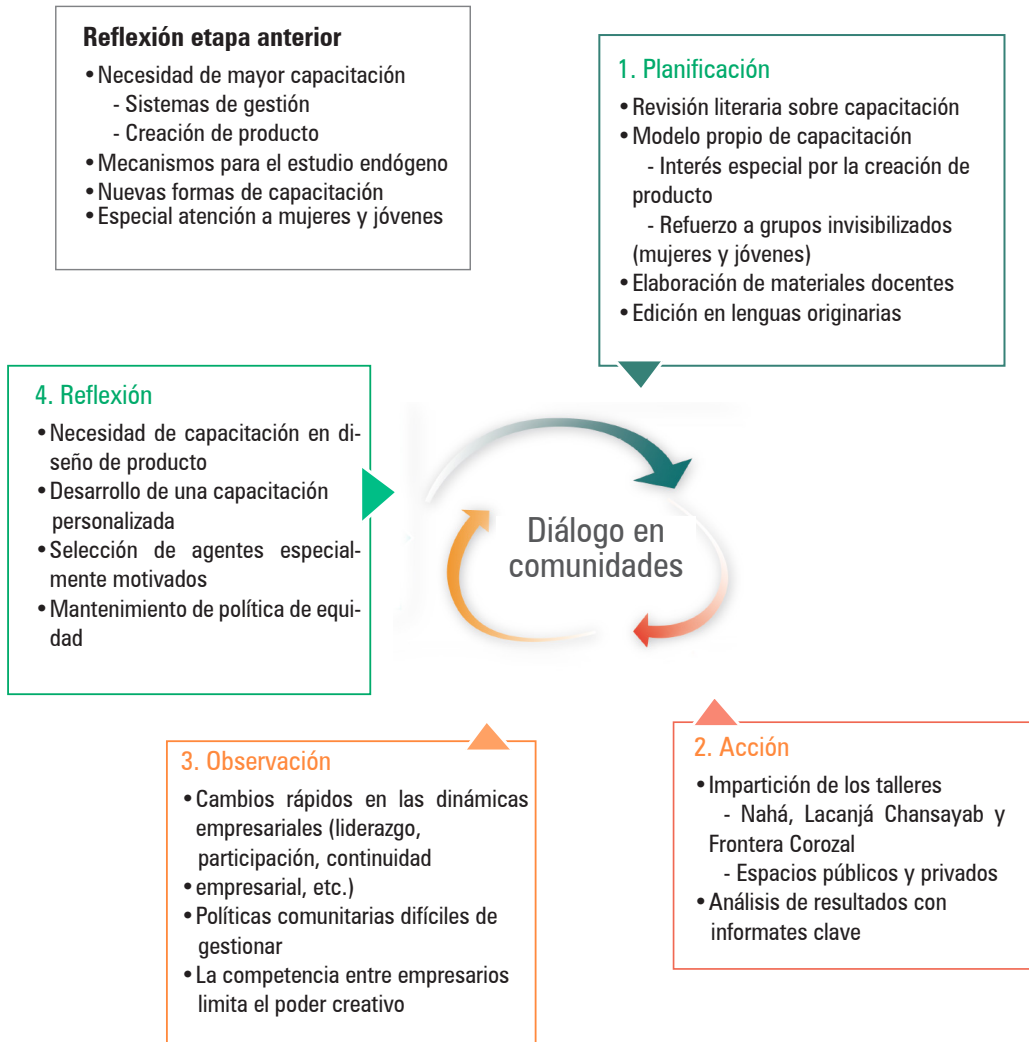


Fuente: Elaboración propia.

FIGURA 2. Proceso de la investigación

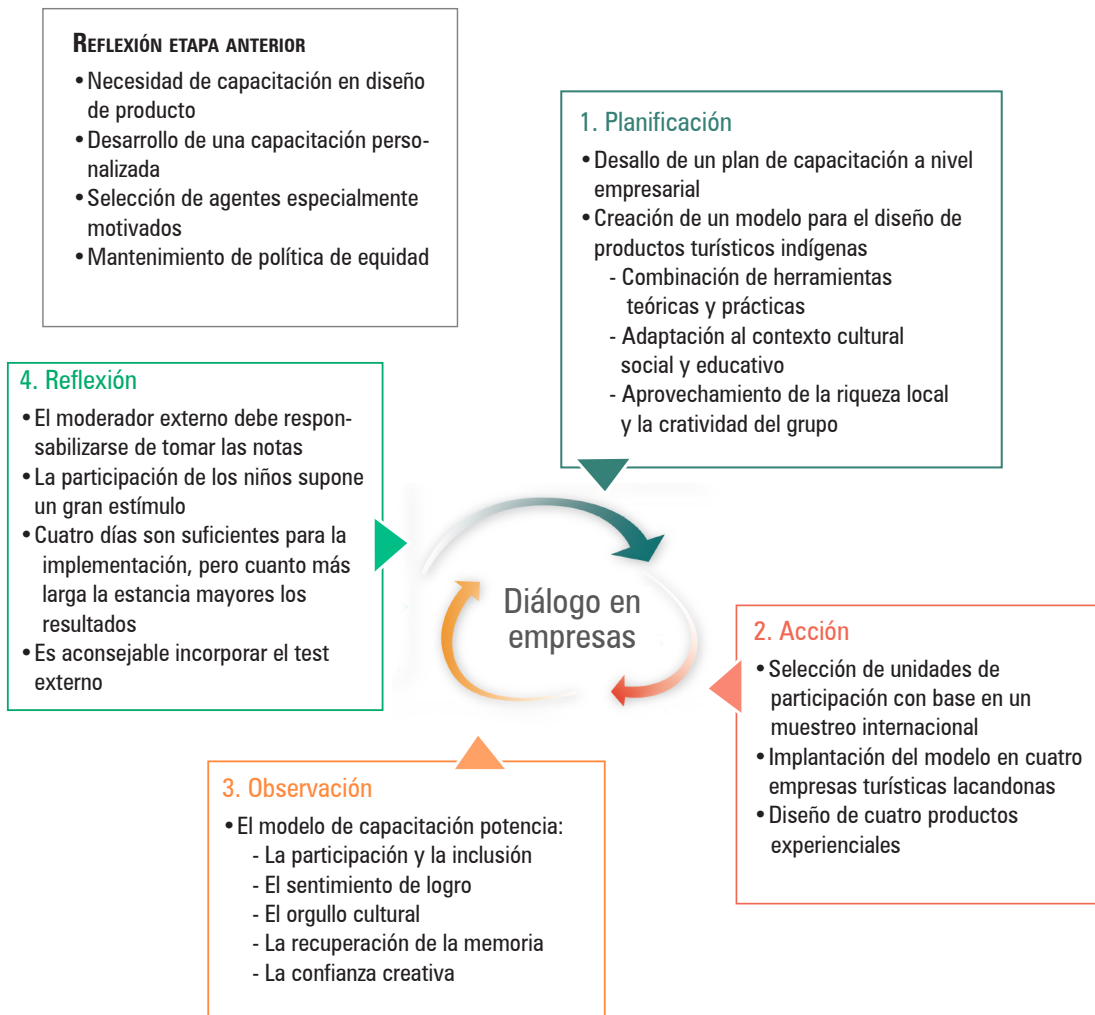


Para el relato escrito analicé cada una de las cuatro fases de la IAP. Las figuras 3 y 4 muestran un esquema de los resultados obtenidos en los dos ciclos presentados, publicados en 2015 y 2016, respectivamente.



Fuente: Elaboración propia.

FIGURA 3. Diálogo en comunidades



Fuente: Elaboración propia.

FIGURA 4. Diálogo en empresas

### 2.1.2 Grado de participación local

No todos los elementos que integraron las metodologías empleadas en este trabajo fueron consensuados con los coinvestigadores. En general, el grado de control, colaboración y compromiso con la investigación se iba incrementando a medida que progresaban los ciclos de esta. A pesar de que el grado de control fue medio-alto en los tres ciclos, sobre todo en lo que respecta al nivel de apropiación de los resultados, en ninguno de los ciclos de investigación se dejó el diseño y elección de instrumentos en manos de los participantes. Basándonos en Beazley y Ennew (2006, p. 195), “debido al enfoque no sistemático”

que generan los procesos íntegramente participativos, “la investigación no puede ser comparada a lo largo del tiempo o entre diferentes lugares”, por lo que para esta investigación optamos (el equipo UA-Unich en la fase conjunta, y yo misma en las fases individuales) por un diseño basado en las necesidades expuestas por el grupo participante (creación de producto), con el formato solicitado por ellos (capacitación), con múltiples momentos abiertos para la participación y decisión del grupo (formato talleres interactivos), pero bajo un diseño de técnicas e instrumentos de investigación fijos que permitieran, en el futuro, repetir el programa de capacitación en otros lugares y con otros grupos étnicos o culturales.

El cuadro 4 muestra el grado de participación de la población local en el proceso de investigación. En ella se tiene en cuenta la taxonomía de Balcazar (2003), considerando los aspectos de control, colaboración y nivel de compromiso de los participantes con la investigación, desglosándose estos en rubros más detallados para llegar a un análisis más completo.

**CUADRO 4. Grado de participación local en la investigación**

		Diagnóstico	1º Ciclo	2º Ciclo
Grado de control	Elección del problema	–	✓	✓
	Diseño de los instrumentos	–	–	–
	Análisis de la información	–	–	✓
	Apropiación de los resultados	✓	✓	✓
Grado de colaboración	Interés	✓	✓	✓
	Participación	–	✓	✓
	Retroalimentación	✓	✓	✓
Grado de compromiso	Dedicación al proyecto	–	✓	✓
	Sentido de pertenencia	✓	✓	✓
	Sentido de propiedad	–	–	✓

*Fuente:* Elaboración propia con base en Balcazar (2003).

La colaboración fue siempre muy alta. En todos los ciclos de la investigación, la respuesta de la comunidad ha sido muy colaborativa, con altos niveles de interés, participación y discusión sobre las materias analizadas.

Desde el primer momento, un grupo sólido de empresarios se mostró fuertemente implicado en las labores de investigación. A medida que los ciclos progresaban, la necesidad de compromiso por parte de los empresarios iba creciendo, por lo que en el último ciclo conté con un número menor de ellos, pero muy comprometidos con el proyecto.

### 2.1.3 Técnicas empleadas

En la IAP, todas las técnicas de recolección de datos son válidas mientras cumplan ética y prácticamente con su cometido (Greenwood, 2000). La principal norma en la práctica de investigaciones activas consiste en ser muy consciente de las elecciones que el

investigador toma y sus consecuencias, ya que la IAP “es mejor entendida como una forma de ser y hacer en el mundo” con ideas y prácticas basadas en un sólido marco teórico “pero siempre con libertad de responder creativamente a las exigencias del contexto” (Reason y Bradbury, 2008, p. xxvii). Los datos recogidos en la IAP son predominantemente descriptivos. Se puede describir personas, situaciones, eventos, etc., incluyendo entrevistas, transcripciones, fotografías, dibujos, entre otros (Reason y Bradbury, 2008).

A lo largo de toda esta investigación la recogida de datos se llevó a cabo de forma multimodal, a través de anotaciones y diarios de campo, archivo de las actividades, entrevistas en profundidad, charlas informales, reuniones comunitarias, grabaciones de audio y video, registro fotográfico de los procesos, observación participante, y numerosas representaciones gráficas. El cuadro 5 describe con detalle las características de cada una de estas técnicas.

**CUADRO 5. Recogida de datos durante la investigación**

Técnicas	Descripción
Anotaciones de campo	Descripciones cuidadosas de todo lo que va ocurriendo durante el trabajo de campo. Se trata de materiales base para más tarde construir el análisis y la interpretación. Incorporan información subjetiva, como impresiones, interpretaciones e incluso aportaciones y posibles ideas de mejora.
Diarios	Son informes más personales tomados de forma regular sobre todos los temas de interés relacionados con la investigación. Los diarios recogen el estado de ánimo del autor, ya que contienen descripciones detalladas de las observaciones, sentimientos, relaciones, miedos, inseguridades, euforias, y demás reacciones emocionales con respecto al trabajo.
Fichas de las actividades	Durante cada una de las sesiones de trabajo se fueron tomando notas sobre el desarrollo de la sesión. Estas notas incluyen listados, ideogramas, mapas de ideas, mapas de post-its, dibujos colectivos, etcétera.
Entrevistas en profundidad	A lo largo de todo el proceso se realizaron numerosas entrevistas personales a coinvestigadores, líderes de la comunidad, otros empresarios, agentes involucrados en el sistema turístico indígena y turistas que visitaban la zona de estudio. Las entrevistas fueron tanto de carácter abierto como semiestructurado. A través de las entrevistas se cubrió un amplio espectro histórico con referencia al pasado, presente y futuro de los entrevistados (véase anexo III para una lista completa de los entrevistados).
Charlas informales	Gran parte del trabajo de investigación se desarrolló fuera del marco específico de los talleres de capacitación o de las entrevistas formales. Las charlas informales con los coinvestigadores durante los momentos de ocio constituyen una pieza fundamental de esta investigación.

(continúa)

**CUADRO 5. Recogida de datos durante la investigación (finaliza)**

Técnicas	Descripción
Reuniones comunitarias	Se realizaron reuniones en el nivel comunitario para discutir los resultados obtenidos en las distintas fases y para entender las prioridades e intereses de las comunidades estudiadas.
Observación participante	La observación participante fue una constante para todos los miembros del equipo de coinvestigación. "Todos los participantes son, a la vez, participantes y observadores que conjugan sus observaciones con el fin de conseguir unos resultados exitosos" (Greenwood, 2000, p. 34).
Grabaciones de audio	Se grabaron las sesiones de trabajo y las entrevistas. Las grabaciones de las sesiones de trabajo no siempre tienen la calidad deseada debido a que, durante los talleres, las grabaciones eran secundarias.
Grabaciones en video	Se llevaron a cabo grabaciones en video de numerosas entrevistas y reuniones comunitarias durante las etapas previas a mi investigación. He aprovechado algunas de especial relevancia.
Registro fotográfico de los procesos	En todo momento se tomaron fotografías para registrar el avance de la investigación. En la segunda fase de la IAP los participantes colaboraron en el registro fotográfico de los procesos.
Representaciones gráficas	Como resultado de las sesiones de trabajo y talleres de capacitación el equipo de investigación generó numerosos documentos gráficos entre los que se encuentran colecciones fotográficas, dibujos colectivos, maquetas de prospectos publicitarios, etcétera.

## 2.2 Análisis de datos cualitativos

El análisis de los datos cualitativos surgidos de las investigaciones participativas es uno de los aspectos más complejos de esta metodología de trabajo, ya que los instrumentos son muy variados, las condiciones de recogida de datos no son siempre las más idóneas, y los procesos raramente son lineales. A la hora de analizar, el investigador debe prestar especial atención a los "significados" que las personas atribuyen a las cosas, situaciones y a su propia vida. Este método busca captar la "perspectiva de los participantes", tratando de entender la dinámica de la situación objeto de estudio (Reason y Bradbury, 2008).

Además de los datos procedentes de los ciclos de investigación participativa, una gran cantidad de datos proviene de las entrevistas semiestructuradas y de las conversaciones con los participantes. Para el análisis de estos datos me apoyé en la bibliografía existente sobre historias de vida y narrativa oral, puesto que la mayoría de los relatos recogidos son en gran medida biográficos (Camas Baena y García Borrego, 1997; Goodley, Lawthom, Clough y Moore, 2004; Huber, Milne y Hyde, 2017).

Considerando la variedad y cantidad de datos recogidos durante el trabajo de campo, decidí apoyarme en una herramienta de análisis cualitativo, el software Atlas.ti, v7, el cual hace posible integrar documentos textuales, imágenes, grabaciones de video y de audio, por lo que me permitía incorporar todos los elementos de la investigación.

### 2.2.1 Organización y clasificación de datos

Tras abrir una unidad hermenéutica (UH) o proyecto para la tesis en Atlas.ti, comencé a organizar y clasificar los datos recogidos en el trabajo de campo. El programa asigna un código primario a cada uno de los documentos compuesto por la letra P y el número correspondiente, que mantuve en el texto de la tesis para hacer referencia a cada documento analizado. Una vez organizados los documentos base, incluyendo entradas de diarios, anotaciones de campo, etc., empecé a crear nuevos documentos con las transcripciones de las grabaciones de audio y de algunos videos seleccionados de la fase anterior de investigación, grabados por el equipo UA-Unich. Igualmente trabajé con el contenido gráfico (fotografías, dibujos colectivos, prospectos, etc.) trasladando la información y convirtiéndola en contenido textual.

Una vez documentados y catalogados todos los datos recogidos durante el trabajo de campo, es importante decidir qué elementos se emplearán, ya que el volumen de datos obtenidos durante el proceso de IAP es ingente. Pretender analizar toda la información recabada no solo resulta abrumador, sino que además es necesario focalizar la atención en grupos diferenciados de análisis. Por tanto, una de las decisiones más relevantes en el trabajo con IAP pasa por elegir qué datos se examinarán y cuáles se archivarán para futuras investigaciones.

### 2.2.2 Transcripción de las grabaciones

Para las transcripciones seguí las pautas elaboradas por Añaños, Cantora y Habichayn (2013). Todas las conversaciones, entrevistas y talleres se llevaron a cabo en español, segundo idioma de la mayoría de mis coinvestigadores, quienes hablan maya lacandón como primera lengua. Atendiendo a los principios de la descolonización de las ciencias, para las transcripciones busqué la mayor fidelidad posible incluso, a veces, a costa de la facilidad de lectura. “El paso de lo oral a lo escrito, proceso que requiere un esfuerzo de calidad y fidelidad en los modos de dicha transformación (modulaciones del habla, tonos, énfasis en la expresión, lenguaje explícito y metalenguajes, etc.)” (Camas Baena y García Borrego, 1997, p. 43), se complica aún más cuando los entrevistados y la entrevistadora y transcriptoras hablan una modalidad distinta del mismo idioma, en este caso, español de México los primeros y español de España la segunda. En todas las entrevistas tomé nota detallada de la conversación con los informantes. Al transcribir las entrevistas y compararlas con las notas manuscritas, comprobé que existía una clara diferencia entre ambas. Las notas manuscritas recogían el sentido de la información sin alterar los contenidos, lo cual confirmaba que durante el proceso de entrevista estaba comprendiendo a mi interlocutor. Sin embargo, estas

notas perdían la riqueza de expresión, estilo y dialéctica propia de los informantes, transformándose en una versión simplificada y casi siempre “castellanizada” de sus opiniones.

Lamentablemente, algunos problemas técnicos me impidieron grabar todas las entrevistas. Las tormentas en la selva provocan constantes cortes de luz eléctrica, por lo que confiar en la tecnología de última generación (sin baterías desechables) fue un error de mi parte. A esto se unió que algunas jornadas de trabajo se extendieron durante largas horas, lo cual condujo a la falta de alimentación en la grabadora. En numerosas ocasiones la calidad de los audios no era óptima, ya que las grabaciones se llevaron a cabo en los lugares de trabajo o reunión familiar. En el texto final de la tesis incluí el *verbatim* transcrito siempre que eso fuera posible, pero aproveché también las notas manuscritas en los casos en los que no existía una grabación o esta no tenía la suficiente calidad, siempre especificando cuando el *verbatim* empleado procedía de notas manuscritas.

### 2.2.3 Codificación

Para analizar los contenidos y discursos recogidos durante la IAP, era necesario clasificarlos de forma que me permitieran identificar pautas y tendencias. La codificación de los contenidos me ayudó a analizar grandes cantidades de datos y unificar distintas fuentes de información. Para diseñar el sistema de códigos y familias me basé en los temas identificados en la revisión de la literatura, las preguntas de las entrevistas semiestructuradas, las notas de campo y nuevas anotaciones tomadas durante la fase de transcripción. Como es de esperar en la investigación inductiva, a medida que analizaba los datos, comprobaba la necesidad de crear nuevos códigos para dar respuesta a nuevos significados y temas que emergían de la información.

La frecuencia en el empleo de los códigos, aunque aporta claves sobre las preocupaciones más habituales de los informantes, no es necesariamente importante en investigación cualitativa puesto que “un tema que surge de un sujeto es tan válido como un tema que surge de diez sujetos” (Veal, 2011, p. 397).

### 2.2.4 Interpretación de narrativas

En el análisis de las entrevistas, siguiendo con la línea del resto de la investigación, empleé una perspectiva constructivista, reconociendo que la interpretación que tanto los sujetos como yo misma hacíamos de la realidad, no es neutral y no representa una realidad objetiva. El análisis de los datos no pretende, por tanto, desarrollar generalizaciones o teorías, busca más bien visibilizar las problemáticas y situaciones halladas, desde la perspectiva de los implicados.

En cuanto a la posición del investigador Plummer (1983), ofrece cinco alternativas en lo que él denomina el “continuo de la contaminación”. En un extremo se encontraría la información en estado puro, tal como la ofrece el informante; en el otro extremo del continuo se ubicaría el relato puro del investigador. Entre la posición más pura y la más contaminada se localizan, en este orden, la edición de la información, el análisis temático sistemático y la

verificación por anécdota o ejemplo. Puesto que la misión del investigador es “ayudar a los lectores a entender la importancia teórica de la narrativa” (Goodley et al., 2004, p. 149), en este trabajo traté de situar mi análisis en un punto aceptable de contaminación por lo que, tras transcribir los datos al estado más puro posible (edición), organicé temáticamente la información, aportando el mayor número viable de ejemplos para facilitar la labor interpretativa del lector.

### 2.3 Validación y resultados

Aunque la IAP admite todo tipo de instrumentos y técnicas de investigación, los resultados, en cambio, no son todos válidos. Su valor se mide en función de la respuesta que den a los objetivos de cambio planificados (Greenwood, 2000). No importan los instrumentos utilizados, o si el proceso ha seguido los pasos cíclicos del modelo metodológico, el éxito se evalúa en la medida en que los coinvestigadores han participado en el control del proceso, el sentido de empoderamiento y progreso que sientan, el entendimiento de sus prácticas y las situaciones que conducen a ellas, además de la capacidad desarrollada tanto para responder al problema estudiado, como a otros retos a los que tenga que enfrentarse el grupo (Reason y Bradbury, 2008).

Para asegurar la validez de la investigación, tuve en cuenta los valores construidos en torno a los cinco “criterios de autenticidad” descritos por Guba y Lincoln (1989) en su cuarta generación de evaluación, a saber: equidad, autenticidad ontológica, autenticidad educativa, autenticidad catalítica y autenticidad táctica. El cuadro 6 expone cada uno de ellos.

**CUADRO 6. Criterios de autenticidad para la validez de la investigación**

Criterios	Valores de evaluación
Equidad	Todos los puntos de vista, valores, demandas, preocupaciones y voces de los agentes y participantes deben estar presentes en el texto. La omisión de puntos de vista o agentes refleja sesgo en la investigación.
Autenticidad ontológica	Tanto el investigador como los participantes han conseguido desarrollar una inteligencia crítica, capaz de generar construcciones más informadas y sofisticadas.
Autenticidad educativa	Tanto el investigador como los participantes han logrado mejorar su capacidad de comprensión (no necesariamente de tolerancia) de las construcciones ajenas.
Autenticidad catalítica	La investigación ha sido capaz de estimular y facilitar el cambio social pretendido.
Autenticidad táctica	El proceso ha capacitado a los individuos para tomar las medidas que implica y propone la investigación.

Fuente: Guba y Lincoln (1989), y Lincoln et al. (2011).



## 2.4 Consideraciones éticas

En las investigaciones participativas las consideraciones éticas revisten especial importancia. Antes de comenzar a trabajar con el grupo, es necesario consensuar la agenda de investigación, solicitando los permisos y acuerdos oportunos. Los permisos deben reflejar las intenciones reales del proyecto, para no convertirse en una carta blanca a las perniciosas pretensiones de investigadores sin escrúpulos ya que, incluso con las mejores intenciones, las diferencias culturales y los contextos pueden no siempre jugar a favor de estos acuerdos (Dutfield, 2009).

Los procesos, métodos y dinámicas seguidos en la realización de este proyecto respetaron en todo momento los rasgos culturales propios de la etnia lacandona, sus estructuras sociales y políticas. Antes de cada fase se estableció con los líderes de cada comunidad la agenda de investigación, los objetivos de esta y las características de tiempo y dedicación requeridas. Se aclaró que los pueblos originarios son los propietarios de sus conocimientos, por lo que los resultados de toda la investigación pertenecen, en cualquier instancia, a la comunidad. Igualmente se consensuaron en cada fase los usos posteriores que se daría a la investigación, tanto en el nivel de difusión, como de derechos de propiedad intelectual. En la última fase, siendo esta mucho más invasiva, además de consensuar todos los pormenores con los líderes de la comunidad, solicité a los empresarios participantes que firmaran un consentimiento informado.

La protección de la identidad de los informantes ha sido tradicionalmente una premisa ética indiscutida en las investigaciones sociales. No obstante, el uso de seudónimos puede llevar a los participantes a sentir que han perdido la propiedad de su propia historia (Grinyer, 2002). Esto, unido a que en la IAP los coinvestigadores deben compartir protagonismo con el investigador externo, haría que el empleo de seudónimos contradijera el propio sentido de la investigación. Por tanto, atendiendo los planteamientos más ortodoxos de la protección del anonimato y combinándolos con la filosofía participativa, para la tercera fase de esta investigación incluí en el documento de consentimiento distintas opciones sobre el uso de seudónimos, tanto para personas como para las empresas, a fin de que los participantes escogieran sus preferencias. La respuesta de los coinvestigadores fue independiente pero unánime; todos los participantes eligieron aparecer en los documentos resultantes de la investigación con sus propios nombres. Igual que en el caso expuesto por la socióloga de la salud Anne Grinyer (2002, p. 2) “el deseo abrumador del uso de nombres reales desafía nuestras suposiciones acerca de la norma aceptada de que los encuestados prefieren el anonimato”.

Al tratarse de empresarios, este interés puede provenir también de aquel por hacer más públicos y notorios sus establecimientos, por lo cual los nombres y características de estas empresas se presentaron claramente en todos los textos finales.

En todo momento, el equipo de investigación UA-Unich buscó la pertinencia de los temas estudiados para los colectivos de la Selva Lacandona. Una crítica reiterada por parte de los grupos indígenas a la investigación eurocéntrica es haber servido a los intereses particulares del académico y de su carrera profesional, sin tener en cuenta las necesidades

locales (Leyva y Speed, 2008; Tuhiwai-Smith, 2012). Esta investigación estuvo informada por los deseos y necesidades abiertamente expuestos por el grupo local. Las sucesivas fases se fueron conformando en función de las peticiones e intereses demostrados por los empresarios turísticos y miembros de las comunidades al equipo de investigación.

Siguiendo con los preceptos descolonizadores, esta investigación trató asimismo de mantener la responsabilidad política. La investigación puede y debe convertirse en un vehículo para el empoderamiento de los pueblos estudiados, a través del compromiso y la participación rigurosa de los agentes involucrados en la investigación. Sin embargo, los procesos de IAP deben también atender cuidadosamente a la libertad de participación. Todos los informantes y participantes en esta investigación lo hicieron de forma voluntaria y fueron claramente notificados de su derecho a no contestar o a abandonar la investigación en cualquier momento.

En las consideraciones éticas no basta con tener en cuenta elementos como el respeto, el anonimato, la relevancia, la responsabilidad o la participación. En la investigación cualitativa “el investigador tiene que adoptar una postura empática. El reto aquí está en entrar en el mundo social de nuestros sujetos de investigación y comprender ese mundo desde su punto de vista” (Saunders, Lewis y Thornhill, 2009, p. 116). Para poder ver el mundo social indígena desde una perspectiva descolonizadora, es necesario reflexionar sobre la situación, papel y valores que el científico imprime a todos los procesos de investigación.

#### 2.4.1 La reflexividad en la investigación interpretativa

Fueron de gran influencia para mí las perspectivas de los autores que apoyan la necesidad de incorporar la reflexividad a los estudios de turismo (Ateljevic, Harris, Wilson y Collins, 2005; Fullagar y Wilson, 2012; Hall, 2004), especialmente aquellos que la abordan como un requisito indispensable en la investigación con grupos indígenas (Nicholls, 2009; Russell-Mundine, 2012; Tuhiwai-Smith, 2012).

La reflexividad es el proceso de reflexión crítica sobre uno mismo como investigador, un intento de descubrir qué llevamos con nosotros al trabajo de campo y cómo este nos cambia en el proceso (Lincoln et al., 2011).

El investigador no solo forma parte activa de la realidad estudiada, sino que la influye y modifica continuamente. Cuando se dispone a estudiar un fenómeno, inicia su investigación con una serie de conocimientos, teorías, cosmovisión y valores que afectan la manera en que entra en contacto con el contexto y con sus protagonistas; las relaciones que establece con el resto del equipo de investigación; el modo en que es percibido por los demás y, sobre todo, la interpretación que hace de todos estos fenómenos. Estas visiones del mundo están determinadas por factores socioeconómicos, culturales, de género o etnia que el investigador inevitablemente lleva a la investigación (Phillimore y Goodson, 2004). Por eso, es menester que el autor reflexione sobre su propia vida, para poder actuar con conciencia, elegir cuidadosamente cada alternativa y entender los efectos de sus comportamientos en el mundo exterior. El investigador necesita analizar su trayectoria vital, sus

ideologías y sus perspectivas pero, sobre todo, cuestionar de manera constante los valores que asume como válidos y reales y los sesgos que estos imprimen en su trabajo.

Para un investigador no indígena trabajando en contextos indígenas, estas reflexiones sobre los impactos y el posicionamiento del investigador en todo el proceso se vuelven aún más importantes. Solo a través de un cuidadoso análisis reflexivo se puede intentar un acercamiento a una investigación de carácter descolonizador (Chambers y Buzinde, 2015; Russell-Mundine, 2012).

Aunque en los formatos clásicos positivistas el subjetivismo podría considerarse como una desviación negativa de la triangulación, la contextualización y la reflexividad se usan con frecuencia para recordar al lector la influencia del investigador en el proceso de investigación, confiriendo, en cambio, validez y calidad al proceso (Cole, 2005). Tribe (2005, p. 5) ve, incluso, el aumento de la reflexividad en los trabajos de investigación como “un signo de creciente madurez” en el campo académico del turismo.

De acuerdo con el planteamiento de Reason y Bradbury (2008), este trabajo participativo atendió reflexivamente a tres perspectivas para entender la voz y la práctica de la investigación: la de la *primera persona*, desde el momento en que estaba informada por mis valores y mis objetivos de desarrollo personal; la de la *segunda persona*, en función de las necesidades de los coinvestigadores y de otra gente a la que pudiera aportar este trabajo; y la de la *tercera persona*, formada por el círculo más amplio de preocupaciones culturales, intelectuales y políticas en las que se enmarcan los resultados de esta investigación. Nicholls (2009) propone un paso más a este análisis para adaptarlo a las necesidades específicas de contextos indígenas, donde los tres niveles considerados son la *autorreflexividad*, la *reflexividad interpersonal* y la *reflexividad colectiva*. Este marco me llevó a reflexionar acerca de mi posición de privilegio, poder y control sobre la investigación; el efecto y papel que jugaban las relaciones establecidas entre todos los participantes en la investigación; de mi capacidad real para trabajar de manera colaborativa, así como del impacto colectivo que la investigación tenía en los objetivos más amplios de descolonización, empoderamiento y capacitación para dar respuestas prácticas a los problemas del colectivo con el que estaba trabajando.

Cada día más autores abogan no solo por incorporar la reflexividad en los textos académicos, sino por incluir también la primera persona como forma de escritura, evitando así conducir al lector a una falsa impresión de objetividad. La revista académica *Annals of Tourism Research* acepta, desde hace unos años, trabajos en primera persona siempre y cuando “el método empleado para la investigación justifica y explica su uso” (Tribe y Xiao, 2011, p. 9).

Aunque cada vez es más común, los trabajos en primera persona siguen siendo una excepción en la literatura académica y, más aún, pueden suponer un riesgo. Michael Hall (2004) anima a sus estudiantes de doctorado a reflexionar sobre la influencia de su situación y valores en el proceso de investigación, incluso considera que sería muy positivo para el progreso científico del turismo ver la incorporación generalizada de “declaraciones personales de valores” en las tesis presentadas. Sin embargo, reconoce que esto podría

“molestar a algunos miembros de tribunales”, ya que, aunque de vital importancia, se sigue tratando de una práctica poco convencional.

Finalmente, decidí escribir mi tesis doctoral en primera persona del singular cuando las decisiones narradas habían sido tomadas exclusivamente por mí y en primera persona del plural cuando estas provenían del equipo de investigación, ya fuera el conformado por investigadores del Convenio UA-Unich o por los equipos de coinvestigación en la Selva Lacandona.

A pesar del riesgo que supone incorporar una práctica poco habitual en un trabajo doctoral (Hall, 2004), de la dificultad de escribir en primera persona, tras años de práctica profesional y académica haciéndolo en tercera (Lincoln et al., 2011), y de tener que reescribir gran parte de mis borradores iniciales, decidí reconsiderar mi investigación analizando el poder que el propio lenguaje ejercía sobre ella, en un intento de revisión crítica y con propósito descolonizador.

El texto final incluyó, también, las voces de los participantes y coinvestigadores en todos los pasos del proceso, no solo a través de la selección de *verbatim*, sino también de la inclusión de los resultados de su trabajo directo durante el proceso de investigación (fotografías, dibujos, planos de servicio, etcétera).

Con la misma intención crítica y descolonizadora incluí en mi memoria final una declaración personal de valores mediante la cual reflexioné sobre mi situación de privilegio frente a mis coinvestigadores, mis influencias teóricas y personales, y mis motivaciones más personales para acercarme al tema de estudio, incorporando así los tres niveles de reflexividad de Nicholls (2009) y de Reason y Bradbury (2008).

### 3. Conclusión

La amplia familia de enfoques activos y participativos y sus métodos tienen la capacidad de unir reflexión y práctica al servicio de la emancipación y el desarrollo de los grupos más desfavorecidos. El esfuerzo científico sumado al conocimiento y las inquietudes locales en un ejercicio reflexivo y responsable puede contribuir a la mejora de la calidad de vida de las personas y, por tanto, se presenta como un instrumento válido para la investigación científica y el activismo social. Sus múltiples desviaciones, así como la dificultad intrínseca de transformar la acción en teoría académica, limitan su alcance en el nivel práctico y en el intelectual, por lo que es necesario analizar los propios procesos de investigación y práctica de forma reflexiva.

En este texto, recorro los distintos aspectos de mi investigación en un esfuerzo por aclarar las partes más oscuras de los procesos con IAP. He reflexionado sobre las fases del proyecto de diseño y análisis metodológico, dando respuesta a los diversos retos encontrados. Considero que el ejercicio de autorreflexión metodológica es fundamental para mejorar su práctica y descubrir las trampas y limitaciones en las que nosotros mismos incurrimos. A la vez, presento una hoja de ruta que ayude a futuros investigadores a conocer las características de la IAP y contribuir a la mejora de sus instrumentos.

En la ingenuidad del investigador principiante, elegí la IAP como enfoque de trabajo convencida de sus múltiples cualidades. Reconozco ahora que habría sido mucho más sencillo afrontar el reto de la tesis doctoral con una metodología más lineal y clásica. La IAP combina tantos elementos que a la hora de analizar y escribir sus resultados se convierte en una tarea ardua y a menudo desalentadora. Sin embargo, el proceso de investigación no pudo ser más enriquecedor, tanto académica como personalmente.

Escogí la IAP con el fin de que el propio proceso generara algún beneficio para la comunidad de estudio. El acuerdo de colaboración entre los empresarios turísticos lacandones, la Unich y la UA sigue vivo y queda mucho por investigar para saber si realmente nuestro paso por la selva chiapaneca está contribuyendo, o no, al bienestar de los grupos locales. De lo que no hay duda es de que entre todos hemos conseguido iniciar un diálogo en el que el saber tradicional y el científico buscan complementarse, donde la autorreflexión y la investigación posicionada nos ayudan a repensar el conocimiento adquirido y donde el trabajo colaborativo está abriendo nuevas sendas hacia la descolonización de la ciencia.

La investigación turística en comunidades locales y contextos indígenas tiene aún mucho camino por recorrer. Son múltiples los interrogantes sobre sus impactos, su gestión, su efecto destructor sobre la cultura o su capacidad de recuperación y regeneración del acervo local. El futuro del turismo indígena y de su conocimiento académico pasa necesariamente por la colaboración con las comunidades locales (Whitford y Ruhanen, 2016). El enfoque de las investigaciones puede seguir una u otra metodología. Se pueden realizar investigaciones cuantitativas o cualitativas, procesos activos y participativos, procesos lineales o buscar nuevas fórmulas de indagación, pero la investigación tiene que dejar de ser extractiva y colonizadora. Si queremos que el turismo contribuya al bienestar de los pueblos, es preciso romper el carácter unidireccional que ha caracterizado las pesquisas académicas en el pasado. Se impone la necesidad de dar un paso más, comprometiéndose activamente con las comunidades de estudio para encontrar nuevas herramientas de colaboración y descolonización del saber.

## Referencias

- Ander-Egg, E. (2003). *Repensando la investigación-acción-participativa* (4ª ed.). Buenos Aires, Argentina: Grupo Editorial Lumen/Humanitas.
- Añaños, M. C., Cantora, A. y Habichayn, A. (2013). *Pautas para la transcripción de registros de campo grabados* [Texto de cátedra, no publicado]. Universidad Nacional de Rosario/Universidad Nacional del Litoral, Argentina.
- Arnstein, S. R. (1969). A ladder of citizen participation. *Journal of the American Institute of Planners*, 35(4), 216-224.
- Ateljevic, I., Harris, C., Wilson, E. y Collins, F. L. (2005). Getting “entangled”: Reflexivity and the “critical turn” in tourism studies. *Tourism Recreation Research*, 30(2), 9-21.
- Balcazar, F. E. (2003). Investigación acción participativa (IAP): Aspectos conceptuales y dificultades de implementación. *Fundamentos en Humanidades*, 4(7-8), 59-77.

- Bartolomé Pina, M. (1986). La investigación cooperativa. *Educar*, 10, 51-78.
- Bartolomé Pina, M. (1994). La investigación cooperativa. En V. García Hoz (ed.), *Problemas y métodos de investigación en educación personalizada* (pp. 376-403). Madrid, España: Ediciones Rialp.
- Beazley, H. y Ennew, J. (2006). Participatory methods and approaches: Tackling the two tyrannies. En V. Desai y R. Potter (eds.), *Doing Development Research* (pp. 189-199). Thousand Oaks, Estados Unidos: Sage.
- Camas Baena, V. y García Borrego, I. (1997). La transcripción en historia oral: Para un modelo "vivo" del paso de lo oral a lo escrito. *Historia, Antropología y Fuentes Orales*, 18, 41-61.
- Chambers, D. y Buzinde, C. N. (2015). Tourism and decolonisation: Locating research and self. *Annals of Tourism Research*, 51, 1-16.
- Chambers, R. (2008). From PRA to PLA and pluralism: Practice and theory. En P. Reason y H. Bradbury (eds.), *The SAGE Handbook of Action Research: Participative Inquiry and Practice* (2ª ed., pp. 297-318). Thousand Oaks, Estados Unidos: Sage.
- Cole, S. (2005). Action ethnography: Using participant observation. En B. W. Ritchie, P. M. Burns y C. Palmer (eds.), *Tourism Research Methods: Integrating Theory with Practice* (pp. 63-72). Wallingford, Reino Unido: CABI.
- Cooke, B. y Kothari, U. (2001). *Participation: The New Tyranny?* Londres, Reino Unido: Zed Books.
- Cornwall, A. y Pratt, G. (2011). The use and abuse of participatory rural appraisal: Reflections from practice. *Agriculture and Human Values*, 28(2), 263-272.
- Dutfield, G. (2009). Protecting the rights of indigenous peoples: Can prior informed consent help? En R. Wynberg, D. Schroeder y R. Chennells (eds.), *Indigenous Peoples, Consent and Benefit Sharing* (pp. 53-67). Nueva York, Estados Unidos: Springer.
- Espeso-Molinero, P., Carlisle, S. y Pastor-Alfonso, M. J. (2016). Knowledge dialogue through indigenous tourism product design: A collaborative research process with the Lacandon of Chiapas, Mexico. *Journal of Sustainable Tourism*, 24(8-9), 1331-1349.
- Fals-Borda, O. (1973). Reflexiones sobre la aplicación del método de estudio-acción en Colombia. *Revista Mexicana de Sociología*, 35, 49-62.
- Fals-Borda, O. (1994). *El problema de cómo investigar la realidad para transformarla por la praxis* (7ª ed.). Bogotá, Colombia: Tercer Mundo.
- Fals-Borda, O. (2001). Participatory (action) research in social theory: Origins and challenges. En P. Reason y H. Bradbury (eds.), *Handbook of Action Research: Participative Inquiry and Practice* (pp. 27-37). Thousand Oaks, Estados Unidos: Sage.
- Fals-Borda, O. y Rahman, M. A. (1991). *Action and Knowledge: Breaking the Monopoly with Participatory Action Research*. Nueva York, Estados Unidos: Apex Press.
- Freire, P. (1968-1970). *Pedagogía del oprimido*. México: Siglo XXI Editores.
- Fullagar, S. y Wilson, E. (2012). Critical pedagogies: A reflexive approach to knowledge creation in tourism and hospitality studies. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 19(1), 1-6.
- Goodley, D., Lawthom, R., Clough, P. y Moore, M. (2004). *Researching Life Stories: Method, Theory and Analyses in a Biographical Age*. Londres, Reino Unido: Routledge.
- Greenwood, D. J. (2000). De la observación a la investigación-acción participativa: Una visión crítica de las prácticas antropológicas. *Revista de Antropología Social*, 9, 27-49.

- Grinyer, A. (2002). The anonymity of research participants: Assumptions, ethics, and practicalities. *Social Research Update*, 36(Spring), 1-4. Recuperado de <http://sru.soc.surrey.ac.uk/SRU36.pdf> [2017, 4 de marzo].
- Guba, E. G. y Lincoln, Y. S. (1989). *Fourth Generation Evaluation*. Thousand Oaks, Estados Unidos: Sage.
- Hall, M. (2004). Reflexivity and tourism research: Situating myself and/with others. En J. Phillimore y L. Goodson (eds.), *Qualitative Research in Tourism: Ontologies, Epistemologies and Methodologies* (pp. 137-155). Nueva York, Estados Unidos: Routledge.
- Heron, J. y Reason, P. (1997). A participatory inquiry paradigm. *Qualitative Inquiry*, 3(3), 274-294.
- Heron, J. y Reason, P. (2006). The practice of co-operative inquiry: Research “with” rather than “on” people. En P. Reason y H. Bradbury (eds.), *Handbook of Action Research: Concise Paperback Edition* (pp. 144-154). Thousand Oaks, Estados Unidos: Sage.
- Huber, D., Milne, S. y Hyde, K. F. (2017). Biographical research methods and their use in the study of senior tourism. *International Journal of Tourism Research*, 19(1), 27-37.
- Kemmis, S. y McTaggart, R. (1988). *Cómo planificar la investigación-acción*. Barcelona, España: Laertes.
- Kemmis, S. y McTaggart, R. (1998). *The Action Research Planner* (3ª ed.). Victoria, Australia: Deakin University.
- Kemmis, S. y McTaggart, R. (2005). Participative action research: Communicative action and the public sphere. En N. K. Denzin y Y. S. Lincoln (eds.), *The SAGE Handbook of Qualitative Research* (3ª ed., pp. 559-603). Thousand Oaks, Estados Unidos: Sage.
- Lewin, K. (1946). Action research and minority problems. *Journal of Social Issues*, 2(4), 34-46.
- Leyva, X. y Speed, S. (2008). Hacia la investigación descolonizada: Nuestra experiencia de colabor. En X. Leyva, A. Burgete y S. Speed (eds.), *Gobernar (en) la diversidad: experiencias indígenas desde América Latina. Hacia la investigación de co-labor* (pp. 33-56). México, D. F., México: Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social/Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales-Ecuador y Guatemala.
- Lincoln, Y. S., Lynham, S. A. y Guba, E. G. (2011). Paradigmatic controversies, contradictions, and emerging confluences, revisited. En N. K. Denzin y Y. S. Lincoln (eds.), *The SAGE Handbook of Qualitative Research* (4ª ed., pp. 97-128). Thousand Oaks, Estados Unidos: Sage.
- Nicholls, R. (2009). Research and indigenous participation: Critical reflexive methods. *International Journal of Social Research Methodology*, 12(2), 117-126.
- Pastor-Alfonso, M. J. y Espeso-Molinero, P. (2013). Turismo indígena y cooperación en turismo: Replanteando las relaciones. En J. Gascón, S. Morales y J. Tresserras (eds.), *Cooperación en turismo: Nuevos desafíos, nuevos debates* (pp. 107-122). Barcelona, España: Foro de Turismo Responsable-Xarxa de Consum Solidari, Universitat Oberta de Catalunya.
- Pastor-Alfonso, M. J. y Espeso-Molinero, P. (2015). Capacitación turística en comunidades indígenas: Un caso de investigación acción participativa (IAP). *El Periplo Sustentable*, 29, 171-208.

- Pastor-Alfonso, M. J. y Gómez López, D. (2010). *Impactos socioculturales en el turismo comunitario. Una visión desde los pueblos implicados (Selva Lacandona, Chiapas, México)*. Salamanca, España: Editorial Agua Clara.
- Phillimore, J. y Goodson, L. (2004). Progress in qualitative research in tourism: Epistemology, ontology and methodology. En J. Phillimore y L. Goodson (eds.), *Qualitative Research in Tourism: Ontologies, Epistemologies and Methodologies* (pp. 3-29). Nueva York, Estados Unidos: Routledge.
- Plummer, K. (1983). *Documents of Life: An Introduction to the Problems and Literature of a Humanistic Method*. Londres, Reino Unido: G. Allen & Unwin.
- Rapoport, R. N. (1970). Three dilemmas in action research with special reference to the Tavistock Experience. *Human Relations*, 23(6), 499-513.
- Reason, P. (1994). Three approaches to participative inquiry. En N. K. Denzin y Y. S. Lincoln (eds.), *The SAGE Handbook of Qualitative Research* (pp. 324-339). Thousand Oaks, Estados Unidos: Sage.
- Reason, P. y Bradbury, H. (2008). *The SAGE Handbook of Action Research: Participative Inquiry and Practice* (2ª ed.). Thousand Oaks, Estados Unidos: Sage.
- Reason, P. y Bradbury, H. (eds.). (2001). *Handbook of Action Research: Participative Inquiry and Practice*. Thousand Oaks, Estados Unidos: Sage.
- Russell-Mundine, G. (2012). Reflexivity in indigenous research: Reframing and decolonising research? *Journal of Hospitality & Tourism Management*, 19, 85-90.
- Ryan, C. (2005). Introduction: Tourist-host nexus – research considerations. En C. Ryan y M. Aicken (eds.), *Indigenous Tourism: The Commodification and Management of Culture* (pp. 1-11). Oxford, Reino Unido: Elsevier.
- Saunders, M., Lewis, P. y Thornhill, A. (2009). *Research Methods for Business Students* (5ª ed.). Londres, Reino Unido: Pearson Education.
- Swantz, M. L. (2008). Participatory action research as practice. En P. Reason y H. Bradbury (eds.), *The SAGE Handbook of Action Research: Participative Inquiry and Practice* (2ª ed., pp. 31-48). Thousand Oaks, Estados Unidos: Sage.
- Tribe, J. (2005). New tourism research. *Tourism Recreation Research*, 30(2), 5-8.
- Tribe, J. y Xiao, H. (2011). Developments in tourism social science. *Annals of Tourism Research*, 38(1), 7-26.
- Tuhiwai-Smith, L. (2012). *Decolonizing Methodologies: Research and Indigenous Peoples* (2ª ed.). Londres, Reino Unido: Zed Books.
- Veal, A. J. (2011). *Research Methods for Leisure and Tourism: A Practical Guide* (4ª ed.). Essex, Reino Unido: Pearson Education.
- Whitford, M. M. y Ruhanen, L. (2016). Indigenous tourism research, past and present: Where to from here? *Journal of Sustainable Tourism*, 24(8-9), 1080-1099.



## EL TSUNAMI QUE VIENE: EL ADVENIMIENTO DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS ORIENTADAS A MEJORAR LA EXPERIENCIA DEL TURISTA

Recibido: 28/11/2016 · Aceptado: 12/01/17

BASILIO VERDUZCO CHÁVEZ  
Universidad de Guadalajara  
basiliov@cucea.udg.mx

### Resumen

Este artículo explora las implicaciones teóricas y prácticas que las políticas públicas, diseñadas para mejorar la experiencia del turista con su propia participación y la de otros involucrados, pueden tener en la planeación de destinos turísticos, en la construcción de capacidades gubernamentales y en la intervención de involucrados. Con este trabajo se pretende ofrecer elementos para una mejor comprensión de los diseños de políticas y de los procesos que impulsan la competitividad de los destinos turísticos y subrayar la necesidad de evitar políticas dirigidas a mejorar la experiencia del turista sin contar con los diseños adecuados para alcanzar la meta. El estudio combina revisión teórica y análisis de contenido de estudios especializados y diseños de política. Los principales hallazgos sugieren que la transición hacia políticas para la experiencia del turista requiere diseños consistentes con ese objetivo, pero también la consideración de los aspectos geopolíticos de la planeación de destinos turísticos, las relaciones de poder, la construcción de capacidades para los diseñadores e implementadores de política, y un enfoque adecuado para el manejo de conflictos y negociación.

*Palabras clave:* Política pública, economía de la experiencia, competitividad, geopolítica, negociación.

## THE APPROACHING TSUNAMI: EMERGENCE OF PUBLIC POLICIES ORIENTED TOWARD ENHANCING THE EXPERIENCE OF TOURISTS

### Abstract

There is an international trend on policy design towards the orientation of public policies for enhancing tourist experiences with the participation of tourists and other stakeholders. This article explores the theoretical and practical implications that this transition on policy design processes may have over tourist destination planning, government capacity building and public participation. The relevance of studying this transition resides on the need for a better understanding of public policy designs and the policy process aimed at boosting tourist destination competitiveness. The article is an alert call for those involved on policy design to avoid policies aimed at enhancing the tourist experience without the proper designs to achieve that goal. The study combines a survey of theoretical studies and content analysis of policy designs. The main findings of the study suggest the transition towards policies targeted to enhance tourist experience requires coherent designs, but also the consideration of geopolitical aspects of tourist destination planning, power relations, capacity building for policy designers, and the relevance of a proper approach for conflict resolution and negotiation.

*Keywords:* Public policy, experience economy, competitiveness, geopolitics, negotiation.

## INTRODUCCIÓN

La búsqueda de experiencias en turismo tiene lugar en un mundo donde prolifera la inestabilidad y en el que se cuestiona el papel del Estado en la sociedad. Grandes procesos en el nivel internacional están sacudiendo el ámbito del turismo y erosionando, en consecuencia, la zona de confort de los diseñadores de política pública para destinos turísticos (Richards y Wilson, 2007). El turismo debe enfrentar lo que Pine y Gilmore (1998 y 2011) denominan la *economía de la experiencia*: un modelo de interacción socioeconómica que privilegia la satisfacción al detalle de preferencias ejercidas cada vez más cerca del ideal de racionalidad informada. Las tecnologías de información y los medios de comunicación contribuyen a la construcción de representaciones de destinos turísticos e influyen en las percepciones de los visitantes, en su disposición a involucrarse con otros actores y como coproductores de sus experiencias (Scarles y Lester, 2016).

En el mundo de la economía de la experiencia, la satisfacción de expectativas muy personales que anteceden al viaje reina sobre otros objetivos. De acuerdo con un reporte del Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente y la Organización Mundial del Turismo (UNEP y WTO, 2005), 61 % de los turistas de Estados Unidos busca experiencias de viaje en sitios con altos niveles de preservación (natural, histórica o cultural), 53 % percibe que tiene una mejor experiencia cuando siente que aprende lo más que puede acerca del destino que visita, y 75 % de los turistas británicos está de acuerdo con que su viaje debe incluir experiencias de cultura y comida local.

Los estudios sobre experiencias del turista intentan teorizar el consumo orientado a la experiencia al rescatar principios hedónicos del consumo que suponen la existencia de placer y satisfacción con base en sentimientos, fantasía y diversión. En ellos se resaltan los aspectos sensoriales del consumo que construyen a las experiencias como memorables (Sternberg, 1997; Quadri, 2012). Entre los aspectos que se consideran clave para el desarrollo de tales capacidades, se encuentran los nuevos conceptos de gobernanza y las estrategias de participación de múltiples actores en temas como desarrollo urbano, local, o gestión ambiental (Hsu, Inbakaran y George, 2013).<sup>1</sup> Algunos trabajos han explorado las implicaciones de política de esta transición en ámbitos como la planificación de viajes (Cooper y Hall, 2008), el impulso a desarrollos locales (Kawato, 2009), la construcción de significados y experiencias emocionales (Jiricka, Salak, Eder, Arnberger y Pröbstl, 2010) o el papel de los eventos en el diseño de políticas (Dalonso, Lourenço, Remoaldo y Panosso Netto, 2014).

<sup>1</sup> La literatura sobre temas como, creatividad, gobernanza, participación pública, planeación estratégica en áreas como desarrollo urbano, desarrollo local o política ambiental es muy amplia (Richards y Wilson, 2007; European Union, 2011). En los trabajos abundan los estudios de caso sobre ciudades que han hecho importantes innovaciones en uno o más de los campos citados, como Curitiba en Brasil (Fukuda Hayakawa, 2010), Medellín y Bogotá en Colombia (Franco, 2015), Barcelona en España (Casellas, 2006 y Donaire y Galí, 2011), Ámsterdam en Holanda, etc. Discutir esos casos y los avances realizados en cada uno de los campos rebasa los objetivos de este trabajo.

El artículo está organizado en cinco secciones. La primera explica el concepto de competitividad turística basada en experiencias; la segunda analiza las experiencias turísticas como objetivo de política pública; la tercera explora los avances y dificultades en el tránsito hacia políticas públicas facilitadoras de experiencias; la cuarta propone una caracterización de los diseños de política orientados a facilitar la construcción de experiencias; y la quinta examina los aspectos geopolíticos y de negociación que influyen en las posibilidades de impulsar políticas públicas orientadas al desarrollo de competitividad turística basada en experiencias.

## 1. LA COMPETITIVIDAD TURÍSTICA EN LA ECONOMÍA DE LA EXPERIENCIA

La experiencia turística ha sido objeto de múltiples investigaciones. Laplante (1996) la define como algo esencialmente cultural y como una totalidad existencial mayor que la simple suma de todos los momentos y eventos que la forman. Sternberg (1997) propone una noción que oscila entre la búsqueda de la autenticidad y la reafirmación de expectativas. Oh, Fiore y Jeoung (2007) señalan que la experiencia es una construcción social fundamental tanto en la investigación turística como en el posicionamiento de los destinos turísticos. La transición hacia el turismo de experiencia es de alcance global. En su informe 2016, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) destaca que “los clientes se están volviendo cada vez más experimentales, dispuestos a tratar nuevos productos, comidas y atracciones, y menos dispuestos a darle una segunda oportunidad a los destinos que ofrecen productos o servicios de una calidad pobre” (OECD, 2016, p. 63). Si bien persiste el modelo de turismo de masas, en la economía de la experiencia los activos demandados tienden a ser intangibles y poco convencionales. Esta circunstancia abre la puerta al problema de medir la calidad de las experiencias de los turistas y su relación con situaciones (tangibles o no) disponibles en los destinos turísticos, y a la definición de un nuevo papel para el Estado en la producción de experiencias.

Diversos estudios han empezado a hacer frente al primer problema, pero menos atención se ha dado al segundo. Oh et al. (2007) estudiaron la industria de los *Bed and Breakfast*, con un enfoque cualitativo y cuantitativo para analizar 24 elementos de la experiencia que fueron operacionalizados con una escala del tipo muy de acuerdo-muy en desacuerdo. Siguiendo las propuestas de Pine y Gilmore (2011), intentaron medir si el turista sintió que aprendió algo, si encontró estéticamente placentero su viaje, si obtuvo entretenimiento y si tuvo la sensación de haber escapado de su vida cotidiana. Billie (2010) señala que la experiencia descansa en 11 elementos que los consumidores consideran significativos: 1) un alto grado de concentración y enfoque; 2) el involucramiento de todos los sentidos; 3) una nueva percepción del tiempo, el cual se ha vuelto menos relevante; 4) la afectación emocional; 5) un proceso único que tiene un valor intrínseco para lo individual; 6) tener contacto con “lo verdaderamente real”; 7) hay la posibilidad de hacer y pasar por algo; 8) el sentido de ser parte de algo y de expectativa; 9) el sentido de control de la situación; 10) el balance entre el reto y la capacidad propia de hacerle frente, y 11) la existencia de una meta clara.

Las empresas del sector han comenzado a introducir cambios a su infraestructura física, la imagen corporativa, los servicios de atención al cliente y el manejo de sus portales digitales. Domingo Álvarez, en su descripción del rediseño del sitio, aplicaciones móviles y quioscos de Aeroméxico, cita a Anko van der Werff, director ejecutivo de Ingresos de la empresa, quien explica que: “El propósito de este proyecto fue agilizar de manera real la experiencia de viajar del cliente, desde buscar un vuelo, hasta comprar y hacer el *check in*; al mismo tiempo buscamos inspirar a nuestros viajeros desde el momento de buscar un vuelo, capturando el sueño y la visión del destino que visitarán” (Álvarez, 2016, pp. 87-88).

En algunos destinos turísticos se escenifican experiencias mediante eventos o *tours* organizados en los cuales los turistas cuentan con la posibilidad de usar utensilios, sonidos, o participar en narraciones. Esto permite ver la ciudad desde otra perspectiva; se tiene acceso a información sobre las dimensiones culturales e históricas de una ciudad, así como el propósito de crear atmosferas en las cuales es más fácil que el turista pueda construir una experiencia memorable (Frochot y Batat, 2013). La diferencia entre hacer políticas para el turismo de masas y para el turismo de experiencia no radica en la existencia de diversidad de preferencias mostradas por los visitantes a un lugar, sino en el acoplamiento que se da entre lo que ofrece un lugar y las expectativas cambiantes, dinámicas, y las construcciones sociales mejor informadas que hacen los turistas de su visita a un sitio determinado.

Algunos estudios han iniciado la exploración de las implicaciones de política que tiene el turismo de experiencia, y han identificado innovaciones que abarcan nuevos modelos de gobernanza, planeación estratégica, participación, negociación, etc. (European Union, 2011). Nordin (2003) sugiere que los esfuerzos en el nivel de empresa son insuficientes pues el consumo demanda la participación del turista en su producción, y la experiencia se construye por las interacciones que el turista tiene en el destino turístico en general. Ashley, De Brine, Lehr y Wilde (2007) plantean que el desplazamiento del turista a consumir en un destino determinado implica que es necesario combinar prácticas comerciales e inversión local. Dalonso, Lourenço, Remoaldo y Panosso Netto (2014) analizan la influencia de eventos en la construcción de políticas públicas para la experiencia turística. En esta literatura se ha detectado la necesidad de que diversos involucrados cooperen para ayudar en la producción de experiencias turísticas.

El Estado puede impulsar la cooperación y la producción de los bienes públicos para favorecer la creación de experiencias. Henriksen y Halkier (2012) sugieren que la política pública debe usar una estrategia de desarrollo de producto para modificar los servicios. Desde una perspectiva de economía pública, la intervención del Estado en la generación de condiciones para experiencias se justifica por dos razones: el ambiente generador de experiencias memorables es un bien público y ninguna empresa particular puede producirlo; por otro lado, la calidad del servicio y de la atención recibida por un turista por parte de cada involucrado en la cadena de servicio tiene externalidades positivas y negativas y afecta el proceso general de generación de experiencias en el nivel de destino turístico. Oh et al. (2007) apuntan que la experiencia ofrecida por un destino abarca todos los eventos

y actividades disponibles para el turista de tal modo que el Estado no solo funge como coproductor de las condiciones que facilitan las experiencias sino que debe garantizar atención adecuada en condiciones de incertidumbre con el propósito de reducir costos de transacción y riesgos que enfrentan los turistas en sus experiencias reales.<sup>2</sup>

Algunos analistas proponen que la experiencia abarca una serie de actividades que comprenden: *a)* la experiencia de preconsumo, en donde se ubican la búsqueda, la planeación, el hecho de pensar o soñar en el consumo, y la previsión o imaginación de la experiencia; *b)* la experiencia de compra, que tiene que ver con elegir, pagar, envolver el encuentro con el proveedor; *c)* la experiencia central de consumir, que apela a nociones de sensación, saciedad, satisfacción, transformación; *d)* la experiencia de recordar el consumo, que se forja con elementos para alimentar la memoria, historias contadas y que se ordena mediante procesos de clasificación de experiencias (Frochot y Batat, 2013).

En el pasado, las políticas públicas en turismo han privilegiado la acumulación de factores físicos y materiales mediante instrumentos de política industrial que procuran incrementar el flujo de inversiones y cambiar la mezcla de negocios que existen en un destino. Del lado de la demanda, las políticas se han enfocado a informar a los potenciales visitantes sobre la oferta disponible, a sugerir actividades posibles en los destinos promovidos y a mejorar la satisfacción de los consumidores (Wang y Meng, 2016). En la economía de la experiencia, el destino turístico pasa a ser visto como un espacio de múltiples identidades para desarrollar diversas actividades y por donde pasan diferentes personas (Andersen, 2015).

En medio de esta transición, algunos gobiernos han comprendido que la competitividad turística depende cada vez más de la capacidad de un destino turístico de ofrecer a los turistas las condiciones para construir experiencias. En el campo del turismo, hay un rezago en el entendimiento del papel de las políticas públicas en la gestión de destinos turísticos. La mayoría de los estudios sobre políticas de competitividad turística centran la investigación en la evaluación, pertinencia o alcances de la selección de instrumentos de política y procesos de implementación. Por años se pensó que los problemas de competitividad de los destinos estaban asociados a errores en la selección de instrumentos de política, a errores de implementación, a impactos sociales o ambientales imprevistos (Fayos-Solá, 1996; Ayuso, 2007; Velasco González, 2011; Costa, 2012). Las evaluaciones de resultados han ignorado la relación entre el diseño de tales instrumentos y la procuración de condiciones públicas para la construcción de experiencias como factor que puede influir en incrementar, mantener o erosionar la competitividad de un destino turístico. Esto es una deficiencia que merece ser atendida por los estudiosos de las políticas públicas y el desarrollo turístico.

<sup>2</sup> La complejidad de este reto ha quedado de manifiesto con el creciente uso de plataformas digitales para planificar viajes y contratar servicios, como son los casos de Airbnb o Uber, y la proliferación de incidentes de inseguridad asociados a su uso, lo cual obliga a una redefinición de ciertas funciones del Estado contemporáneo.

## 2. EXPERIENCIAS TURÍSTICAS COMO OBJETO DE POLÍTICA PÚBLICA

Como otras megatendencias, el avance hacia políticas públicas para el turismo de experiencia se construye a partir de ejemplos que ocurren en lugares pequeños o aparentemente periféricos. Las innovaciones y los diseños implementados en un lugar tienen que ver con las trayectorias y los horizontes planteados por los gestores de los destinos turísticos. Así, mientras que en Ámsterdam hay un acoplamiento entre el viajero que puede construir la expectativa de experimentar bares de mariguana y el distrito rojo (Jamal y Lelo, 2011) y la policía local que ha respondido, entre otras cosas, con advertencias de que no todas las prostitutas son efectivamente prostitutas, en el centro de Carlsbad, una ciudad que es ahora un suburbio localizado al norte de la zona metropolitana de San Diego, California, se gesta un proceso de acomodo dirigido a ofrecer “buenas experiencias” que busca acoplar una mayor densidad de uso de suelo con edificaciones turístico-comerciales y habitacionales, y la tarea de mantener el carácter pueblerino y rústico con el que arrancó esta ciudad a principios del siglo xx.

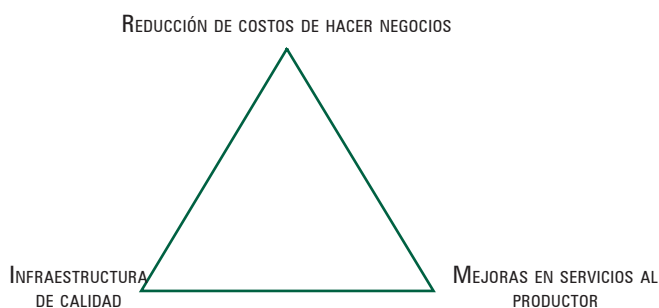
De tal acoplamiento surge el caso siguiente: en el sótano del restaurante The Land & Water Co, ubicado en el corazón de Carlsbad Village, un distrito comercial y gastronómico, hay un establecimiento típico de la nueva economía del turismo del siglo xxi. Por una puerta sin identificación clara se tiene acceso a un bar de cocteles que ofrece la experiencia de viajar a los años veinte del siglo pasado. Para ese fin, el bar ha revivido su pasado de la época de la prohibición y funciona como un lugar “secreto” que se abre al visitante si presenta una clave que se distribuye diariamente en Instagram. Para darle distinción a la experiencia se pide al visitante “mantener su mente abierta a la creatividad y la pasión” al ordenar lo que el cantinero ofrece cada día (Bryant et al., 2016).

Diversos estudios han empezado a identificar los retos de política que plantea la construcción de experiencias turísticas. Cooper y Hall (2008) argumentan que el turismo contemporáneo se basa en interrelaciones entre *productores* y consumidores de diversas experiencias, lo cual hace de los lugares donde se producen las experiencias el centro de interés de la planificación de viajes. Los consumidores persiguen nuevos significados. Lo que cada turista experimenta es único (Sharpley y Stone, 2012), pero los lugares pueden plantearse producir amalgamas de bienes y servicios sujetas a diferentes usos e interpretaciones. Los visitantes que buscan experiencias son definidos como un segmento del mercado en busca de actividades que tienen algún significado especial y alguna experiencia emocional personalizada (Jiricka et al., 2010). Kawato (2009) señala que esta transición abre posibilidades para impulsar procesos de desarrollo local en una gran diversidad de lugares pues los turistas en busca de experiencias tratan de encontrar respuestas a sus múltiples necesidades que les permita enriquecer su corazón y mente con situaciones cortadas a su propia medida.

Las variaciones en el concepto de competitividad turística introducidas por el paradigma de la economía de la experiencia se reflejan en la redefinición de los campos de acción pública para impulsar la competitividad turística en distintos niveles. En un nivel macro,

esa competitividad está relacionada con las condiciones generales en las cuales tienen lugar los flujos de turistas, de inversión y los patrones de localización de empresas turísticas. Es decir, tiene que ver con aspectos macroeconómicos como la paridad monetaria entre el país sede y sus posibles mercados, la inflación y el nivel de precios, los niveles salariales, la productividad de las empresas turísticas, los niveles impositivos, los costos de la infraestructura (Blanke y Chiesa, 2009), la seguridad y certidumbre jurídica dada a los flujos y a las transacciones, la reciprocidad diplomática, etc. (Nordin, 2003). En otro nivel, la construcción de experiencias está vinculada con las condiciones socioeconómicas en las que se dan las inversiones o se desarrollan las visitas de los turistas en un lugar determinado, y, en un nivel más básico, están las condiciones microespaciales donde se llevan a cabo las interacciones sociales turista-comunidad receptora.

El enfoque tradicional de competitividad local, apoyado por organismos internacionales de desarrollo, consta de tres dimensiones clave dirigidas a la oferta: provisión de infraestructura, mejora de los servicios y reducción de los costos de hacer negocios.<sup>3</sup> Esta trilogía de campos de acción es un problema para las agencias especializadas en política y un enfoque inadecuado para la competitividad turística basada en la posibilidad de desarrollar experiencias porque en este ámbito no es suficiente con un enfoque centrado en la oferta como se sugiere en la figura 1.



*Fuente:* Elaboración propia.

**FIGURA 1. Modelo de campos de acción de política para la competitividad local centrado en la oferta**

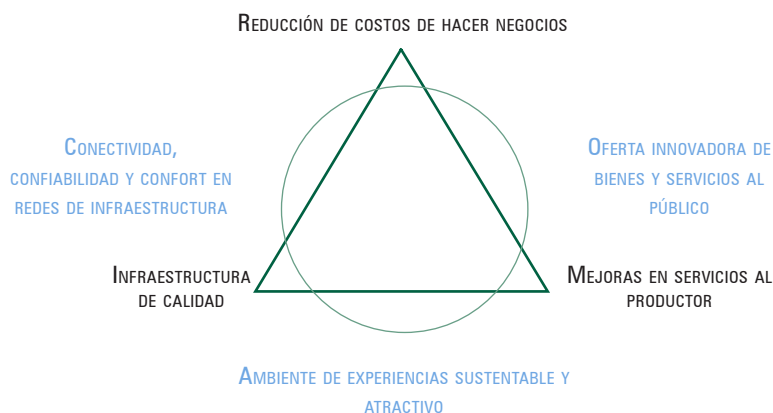
La noción de competitividad en turismo tiene una segunda capa centrada en la demanda, la cual está relacionada con el posicionamiento que logra un destino en las preferencias del turista y abarca dimensiones muy distintas a las anteriores (figura 2), es decir, la existencia de una oferta innovadora de bienes y servicios al consumidor, un ambiente urbano y natural propicio y sustentable para el desarrollo de experiencias memorables,

<sup>3</sup> Véase Banco Mundial: <http://bit.ly/2b2DyQT>

El tsunami que viene: el advenimiento de las políticas públicas orientadas a mejorar la experiencia del turista

y condiciones de conectividad, confiabilidad y confort en las instituciones que ofrecen certidumbre y seguridad a las interacciones sociales y buenas redes de infraestructura. En el turismo de experiencias, la competitividad de los destinos se construye sobre sus activos tangibles e intangibles que permiten al turista crear las experiencias memorables que lo llevan a repetir visitas, a promover por su cuenta las experiencias vividas y abrir con ello nuevas posibilidades de experiencias para otros visitantes. Las políticas públicas deben transitar a la redefinición de diseños de políticas posibilitadoras de la creación compartida de experiencias, lo cual tiende a abarcar el desarrollo de una agenda de inclusión social que se contrapone a los modelos de segregación comunes de los destinos turísticos convencionales.

En la figura 2 se agregan tres componentes adicionales al modelo de campos de acción de las políticas para la competitividad que responden a la necesidad de posicionar a un destino como espacio abierto a la coproducción de experiencias turísticas.



Fuente: Elaboración propia.

**FIGURA 2. Modelo de campos de acción de política para la competitividad local centrado en la oferta y la demanda**

El primer componente es la existencia de una oferta innovadora de bienes y servicios, lo cual implica la aceptación de nuevas modalidades formales e informales de oferta de esos bienes y servicios, como las plataformas tecnológicas que facilitan la accesibilidad a este tipo de oferta y la retroalimentación en tiempo real sobre el contenido y grado de satisfacción de esta experiencia (*The Economist*, 2015). El segundo elemento es la configuración de los espacios urbanos, rurales y naturales, así como instalaciones industriales, sitios históricos, regiones agroproductoras, etc., para convertirlos en escenarios posibilitadores de la coproducción de experiencias memorables para los turistas (Edensor, 2001; Pikkemaat, Peters, Bosberger y Secco, 2009; Franco, 2015; Mariani, 2016). Se trata de crear



condiciones institucionales, de seguridad y de información que permitan a diversos tipos de visitantes utilizar los recursos en forma sustentable y tener certidumbre sobre los límites y restricciones a sus actividades concretas. Se trata de redefinir la relación entre cuerpo y lugar (Chronis, 2015).

Para el turista que busca experiencias memorables, es relevante saber que si ocurre algo desagradable o inesperado durante su viaje, el destino le ofrece respuestas a sus necesidades y hay responsables de dar seguimiento a sus observaciones o quejas incluso cuando ha regresado a su lugar de origen. Para los destinos turísticos es importante escenificar experiencias para turistas actuales sin poner en juego la posibilidad de su utilización para turistas futuros o para aquellos que buscan otro tipo de experiencias.

El tercer elemento se refiere a la posibilidad de contar con el respaldo institucional y la conectividad de redes de infraestructura a fin de facilitar desplazamientos y la comunicación como elementos articuladores de experiencias de los turistas (Boyne, Hall y Williams, 2003). Además de reducción de fricciones en la conectividad de sistemas de transporte y comunicación convencional (Moutinho, Ballantyne y Rate, 2011), el viajero contemporáneo aspira a contar en cada destino con la oportunidad de mantener contacto en tiempo real con sus redes sociales y con la confianza de que hay quien se hace responsable en el menor tiempo posible si llega a necesitar alguna atención personalizada (Scarles y Lester, 2016).

Desde una perspectiva holística, la competitividad de un destino turístico es creada tanto por políticas convencionalmente dirigidas al turismo (asignación de recursos para promoción, generación de equipamientos especializados, provisión de infraestructura urbana), como por acciones orientadas a facilitar la cooperación multilateral dirigida a la creación y preservación de bienes comunes (Molina Martínez, Ochoa Galván y Gil Lafuente, 2014). La ruptura con este sesgo de la política especial para turismo es compleja pero necesaria para impulsar la competitividad turística basada en experiencias.

### **3. EL TRÁNSITO HACIA POLÍTICAS PÚBLICAS PARA LA CREACIÓN DE EXPERIENCIAS TURÍSTICAS**

En el tránsito hacia políticas públicas para la experiencia turística, los diseños específicos en cada lugar responden a diferencias contextuales que abarcan aspectos políticos habitados por actores reales, disponibilidad de recursos y oportunidades ofrecidas por el mercado global de turismo. Cada lugar enfrenta el problema de definir las políticas necesarias para facilitar la construcción de experiencias, o más directamente los diseños de política más adecuados para apoyar el surgimiento y/o consolidación de destinos abiertos a la construcción de experiencias memorables para una gran diversidad de turistas.

Lorentzen y Jeannerat (2013) señalan que el enfoque de la economía de la experiencia implica trasladar la atención de la producción al consumo, lo cual significa que debe atenderse a múltiples actores. Es decir, implica la participación de más involucrados. Ellos apuntan que las políticas deben procurar la producción de espacios para el consumo ya

sea en distritos urbanos especializados o en espacios feriales dando lugar a enfoques de desarrollo local más integrales. Pero este tránsito no es un asunto sencillo. Si bien hay una amplia literatura sobre satisfacción del consumidor, el desarrollo de enfoques teóricos y metodológicos para hacer políticas públicas con orientación a la experiencia atraviesa por dificultades. Al escribir en torno al tema de la economía de la experiencia, Pine y Gilmore (1998) indican que las empresas deben mejorar sus ofertas para no atascarse en el nivel de ofrecer simples mercancías, sin embargo, no dan pistas claras sobre cómo las políticas públicas pueden ayudar a las empresas y, por lo tanto, a los destinos turísticos a avanzar a la producción de experiencias.

Por otra parte, la creación de indicadores sobre la calidad de las experiencias en un destino turístico se encuentra poco desarrollada. Kim, Brent Ritchie y McCormick (2012) usan una escala construida con indicadores que se refieren a siete dimensiones de la experiencia: hedonismo, frescura, cultura local, significancia, conocimiento, involucramiento y novedad. Empero, pocos destinos están preparados para hacer este tipo de mediciones o para explorar formas alternativas de diseñar políticas adecuadas a este tipo de turismo.

En esas circunstancias, prevalecen los estudios que dan cuenta de soluciones intermedias entre enfoques convencionales e innovaciones orientadas por la noción de economía de la experiencia. El reporte de la OCDE para 2016 señala que “la localización, capacidad, eficiencia y conectividad del transporte, pueden [...] jugar un papel muy importante en la manera como se desarrolla físicamente un destino, e influir significativamente en la movilidad de los visitantes y en la conectividad de las experiencias de los turistas dentro de sus destinos” (OECD, 2016, p. 63). Sin embargo, este tipo de estudio no orienta con claridad las dinámicas de diseño y no sugiere las características de los diseños de las políticas para apoyar la construcción de experiencias turísticas.

Al evaluar las experiencias en los países nórdicos, Billie (2010) identifica que si bien la economía de la experiencia resulta atractiva para introducir nuevas políticas públicas, el trabajo realizado ha estado más basado en la política que en el conocimiento. Allen y Brennan (2004) explican cómo la introducción del concepto de democracia a la forma de gobierno en Sudáfrica se ha usado para ofrecer la esperanza de mejores experiencias a turistas internacionales. No obstante, reconocen que la política pública no puede obligar a la adopción de una moralidad económica en los individuos, por lo que las autoridades a cargo de la política turística en KwaZulu-Natal, una de las regiones con mayor turismo en ese país, pueden diseñar políticas pero no tienen la posibilidad de hacer que los individuos se comporten conforme a las metas del programa, y concluyen que: “La gente necesita poder confiar en sus conciudadanos para actuar de una forma congruente con las políticas derivadas, legitimadas y reguladas en forma colectiva, antes de comprometerse a realizar conductas que apoyan dichos programas” (Allen y Brennan, 2004, p. 233).

Mohammed (2014) anota que, en 2006, Ghana definió como su objetivo proveer a los turistas experiencias de alta calidad, que fueran a la vez rentables para los involucrados del destino y no pusieran en juego la sustentabilidad del mismo. Los diseños introducidos procuraron mejorar la vida de los pobres y garantizar la sustentabilidad ambiental, incor-

poraron la participación y el estímulo al papel del sector privado en el desarrollo turístico, y dieron preferencia a acciones que empataban con las habilidades laborales existentes.

Irlanda es un país que ha intentado transitar a una política de crecimiento turístico orientada a las experiencias. Su estrategia abarca diversas acciones, que incluyen el desarrollo de una marca amplia para la isla, que permite agrupar los activos en torno a paquetes de experiencias para visitantes a Gran Bretaña, como pueden ser “La vibra de la ciudad”, “Revivir la historia”, “Despertar los sentidos” o “Mantenerse activo”. Por otro lado, se clasificó a los turistas como experimentadores con mayor o menor potencial de visita, para lo cual se identificaron tres tipos: “curiosos culturales”, “buscadores de grandes escapes” y “creadores de energía social”, y se concluyó que la mercadotecnia debe hacer propuestas de experiencia focalizadas y relevantes. Otras acciones dirigidas a conformar y facilitar la construcción de experiencias incluyen la evaluación de impactos de nuevos desarrollos, la construcción de instalaciones para vacaciones en torno a actividades y el desarrollo de arquitectura de marca.

El estudio critica el enfoque de desarrollo de bienes de capital cuando señala:

El diseño de cualquier programa futuro de inversión en capital debe considerar la variedad completa de inversiones turísticas, que puede mejorar en lo general la experiencia del visitante. Por lo tanto el apoyo a la inversión en bienes de capital puede abarcar otros tipos de gasto, por ejemplo proyectos de tecnología de información que mejoran la calidad de la experiencia del visitante, así como gastos en el desarrollo de experiencias que agregan animación a un destino para los visitantes [y propone que] Los eventos seguirán siendo una parte importante de la oferta turística irlandesa, y el gobierno se asegurará de que existan las estructuras correctas para facilitar eventos con el fin de contribuir en forma efectiva a la calidad general de la experiencia del visitante [Department of Transport, Tourism and Sport, 2015, pp. 29 y 31].

Enfrentados a la necesidad de facilitar la creación de experiencias y atender preferencias mejor informadas, los diseñadores de las nuevas políticas de competitividad turística deben resolver el problema de abandonar los enfoques tecnocentristas para transitar hacia la institucionalización de la creación de experiencias donde el consumidor asume un papel central como coproductor de su propia experiencia en un escenario turístico determinado. Esto incluye la revisión de los modelos participativos propios de otros campos de planeación turística. Los problemas que afronta el diseñador de políticas turísticas son los siguientes:

- *Las políticas deben diseñarse para escenarios locales contingentes.* Es decir, no solo se enfrenta el problema de definir escenarios futuros mediante el análisis de tendencias locales, sino de variables que ocurren en el nivel global, y particularmente en los entornos donde se generan los principales flujos de turistas.
- *Las políticas deben diseñarse para poblaciones-objetivo móviles.* Las políticas para turismo deben tener en cuenta el carácter móvil de una buena parte de las poblaciones objetivo que es conformada por los flujos de turismo.

El tsunami que viene: el advenimiento de las políticas públicas orientadas a mejorar la experiencia del turista

- *Los mecanismos participativos convencionales son inadecuados.* El diseño de políticas turísticas demanda la innovación en materia de participación ciudadana considerando que los grupos a los que va encaminada no son residentes de los lugares a los cuales están dirigidas las políticas.

Un aspecto importante lo constituye la definición de las características de los diseños de política pública que es necesario adoptar para hacer frente al advenimiento de la competitividad turística basada en experiencias. En la siguiente sección se propone una caracterización fundamentada en la teoría del diseño de políticas.

#### **4. LA CONSTRUCCIÓN DE DISEÑOS DE POLÍTICA PÚBLICA PARA LAS EXPERIENCIAS DE TURISTAS**

Los diseños de política contienen una serie de elementos que en conjunto permiten procurar grandes objetivos sociales (Schneider e Ingram, 1997). La tarea es compleja pues implica trascender la práctica de la mercadotecnia territorial orientada a la creación de marcas locales para avanzar hacia la política de escenificación de experiencias que tienen lugar en el nivel local (Fisker, 2015). Diseñar políticas para la competitividad turística basada en experiencias es una tarea que pone a prueba la capacidad de los gobiernos para redefinir todos los elementos de los diseños de política. A continuación se pueden señalar algunas lecciones derivadas de casos y estudios realizados en el ámbito internacional:

- a) En el plano de la definición del problema, los diseños de política demandan un concepto de experiencia turística como una construcción social participativa, dinámica y en constante transformación. Este enfoque procura recomendaciones para facilitar el proceso de la creación de experiencias (Centre for Strategy & Evaluation Services, 2013). Al criticar el enfoque que favorece a empresas en forma aislada e impulsar otro dirigido a la formación de clústeres, Porter (2007) muestra las limitaciones de pensar la hechura de políticas sobre la herencia de las políticas industriales convencionales. A pesar de su intento de creatividad, Porter identifica funciones para la política pública encauzadas principalmente a incrementar la oferta, lo cual incluye: inversión en bienes públicos de utilidad para las empresas, provisión de reglas, mecanismo de incentivos para capturar externalidades, ensamblaje de información sobre la integración de los clústeres. Porter imagina a gobiernos convocando a los participantes del clúster y como participantes activos en diálogo para identificar debilidades, crear incentivos para inversión colectiva, y como coinversionistas en instalaciones de uso colectivo. El turismo de experiencia demanda más que eso, para ir hacia procesos de escenificación de relaciones.
- b) Las poblaciones objetivo de las políticas dirigidas a la construcción de experiencias caen dentro de tres grandes grupos: residentes locales como usuarios/constructores permanentes de las escenificaciones propuestas al turismo; negocios que ofrecen

bienes y servicios a población y visitantes, y flujos de visitantes quienes se espera participen en la construcción de sus propias experiencias.

- c) En lo referente a la definición de objetivos y metas, se necesita ajustar estas a lo que es objetivamente posible en determinadas circunstancias (Wang y Meng, 2016) y para impulsar dinámicas de diseño con la participación de múltiples involucrados en la creación de escenarios socioespaciales flexibles. Asimismo se reconoce la responsabilidad de los gobiernos como facilitadores y alentadores de la participación de una gran diversidad de grupos (UNEP y WTO, 2005).
- d) En el campo de la definición de herramientas a utilizar, los estudios de turismo inspirados en la teoría de la economía de la experiencia solo han llegado a enunciar algunos aspectos de política pública que se consideran relevantes ante el advenimiento de este fenómeno. En su estudio, Arthur (2011) identifica como opciones posibles la organización de seminarios sobre innovación, el impulso al aprendizaje, la formación de redes de cooperación y la ampliación de redes para compartir conocimiento. Por su parte, Quadri (2012) menciona el papel de los incentivos financieros para promover ciertas formas de turismo, como el rural.
- e) En cuanto al establecimiento de reglas contempladas en los diseños de política pública, la transición hacia el turismo de experiencias demanda instituciones flexibles con bajos costos de transacción, lo cual tiene lugar si los turistas, prestadores de servicios y ciudadanía en general asumen de manera voluntaria el cumplimiento de reglas, lo que garantiza procesos de implementación de menor costo (Halkier, 2009). Esta transición enfrenta la inercia de los sistemas estandarizados de control de la experiencia del turista que va desde la regulación comprensiva de uso del suelo en la ciudad, el manejo de los flujos de turistas y, en general, otros aspectos de las relaciones entre turistas y visitantes y los procesos de acumulación (Fainstein, Hoffman y Judd, 2003).
- f) Los diseños demandan agentes y estructuras de implementación, abiertos a la experimentación, capaces de responder y hacer ajustes a sus rutinas para adaptarse a las necesidades cambiantes de los diversos flujos de turistas, y encauzados a facilitar la conformación de grupos de interés y segmentos de experimentación, respetuosos de los procesos de construcción de significados de las experiencias turísticas. Las estructuras y los agentes de implementación demandados por el turismo orientado a las experiencias son menos dirigidos desde arriba, guiados por funcionarios que cuentan con recursos para buscar los objetivos de la política y se basan en una mayor apertura a los intereses de otros actores (Rodríguez, Williams y Hall, 2014). Es decir, se trata de estructuras que favorecen la participación y la toma de decisiones descentralizadas, lo cual incrementa la capacidad de respuesta a las necesidades cambiantes de los flujos de turistas que participan en la creación de experiencias. Algunos obstáculos que se han encontrado en este sentido son la centralización de las administraciones públicas, la ausencia de coordinación y

cohesión en la industria del turismo o entre agencias del gobierno, y la falta de información (Tosun, 2000).

g) Finalmente, respecto a las racionalidades y supuestos, o a la búsqueda de grandes justificaciones sociales, políticas y culturales para la política pública, los diseños de política para el turismo experimentador necesitan trascender de las nociones de competitividad turística focalizada en el ambiente de negocios turísticos para llegar a la competitividad basada en la integralidad de la escenificación socioespacial de la experiencia del turista. El movimiento hacia un turismo encaminado a la construcción de experiencias demanda una redefinición de las dinámicas de diseño de las políticas y de la orientación de tales diseños. Como señala Lengkeek (2002), las políticas deben hacer justicia a diferentes modalidades de experiencia. En un nivel más general, esto implica producir espacios y ciudades turísticas que ofrezcan un escenario propicio para realizar múltiples actividades, así como condiciones para expandir las libertades y las opciones de vida de pobladores y visitantes.

Más que encauzar su trabajo a organizar la visita del turismo como una relación eficiente entre un clúster de prestadores de servicios y una masa de turistas segmentada en función de sus características sociodemográficas, los agentes y estructuras de implementación deben colaborar en la conversión del *tour* como una interacción social flexible que ofrece múltiples oportunidades al turista para acceder a diferentes estilos de vida, condiciones sociourbanas, vivencias culturales, gastronomías, y ser parte de la procuración de un mejor ambiente. De acuerdo con un reporte de Salman (2008), para ofrecer condiciones para la construcción de experiencias es necesario posicionar la marca de la ciudad, lo cual implica “convertir la ciudad en un lugar donde la gente quiere vivir, trabajar y visitar” (<http://bit.ly/2wKXYf2>). Kavaratsis (2017) propone que la experiencia turística es una experiencia personal, por lo que se da en un lugar donde todos los actores involucrados interactúan y construyen sus propios significados. Los actores locales cumplen un papel importante antes, durante y después de la visita.

Una muestra ilustrativa de la transición de las políticas públicas convencionales a políticas orientadas a la experiencia del turismo es lo observado en el distrito gastronómico de Chapultepec en la ciudad de Guadalajara. Ahí el gobierno local inició con acciones orientadas por conceptos convencionales de competitividad dirigidas a la producción de ambientes de inversión, pero recientemente ha avanzado a políticas encaminadas a la experiencia del turista. Para propósito de este análisis, las políticas se dividen en dos etapas: una que abarca una serie de proyectos y políticas de rescate y remozamiento de banquetas y mobiliario urbano en Paseo Chapultepec –una avenida en el centro-poniente de Guadalajara que hasta mediados del siglo xx fue uno de los barrios residenciales más acaudalados–, y una segunda etapa que cubre los esfuerzos más focalizados en crear un escenario para la experiencia gastronómica de corte tradicional, la cual se concentra sobre el corredor gastronómico de la calle López Cotilla que cruza el Paseo Chapultepec, casi a la mitad de la extensión del mismo.

Como se expone en el cuadro 1, es posible notar con claridad cómo los gobiernos estatal y municipal de Guadalajara han intentado transitar del enfoque dirigido a la producción de bienes a una estrategia de escenificación de la experiencia gastronómica como rasgo distintivo de este distrito urbano, que es la principal apuesta de la entidad para capitalizar la transición de los destinos turísticos de la economía de Jalisco hacia la economía de la experiencia.

En la primera etapa, las políticas dirigidas al Paseo Chapultepec estuvieron guiadas por un enfoque de urbanismo y obra pública e hicieron uso de herramientas y reglas convencionales que ponen en manos del gobierno la responsabilidad de controlar la construcción del espacio urbano turístico con la intención de aprovechar su valor histórico y estético. Un exfuncionario describe así tal orientación urbanística:

el arreglo de esta avenida [es un] Garbanzo de a libra –y presume– allí está la obra terminada [...] su vocación principal es la recreativa: es un pequeño boulevard, o una rambla, por la que la población puede pasear, descansar, sombreadarse; los niños tienen espacio para jugar y los mayores para cuidarlos. El ejercicio del paseo ciudadano, con el reconocimiento que así se genera entre la población, y de ésta con su entorno, es una función esencial para el arraigo de una identidad compartida. [...] Se le dieron dos metros más de ancho al camellón, a costa del espacio para los coches, y se rehízo toda su infraestructura, se plantaron centenares de árboles y se introdujo nueva y apropiada jardinería en los costados [Palomar Vereá, 2014, s. p.].

La obra realizada es descrita por este funcionario como un caso exitoso de renovación urbana y dotación de infraestructura y equipamiento, pero bajo el supuesto arquitectónico de que la forma guiaría la función, y cuando el espacio fue carnavalizado y apropiado por grupos sociales de medios y bajos ingresos que fueron construyendo sus propias experiencias y vivencias sobre el espacio urbano, la racionalidad funcionalista y el clasismo se vieron vulnerados. El choque de orientaciones y resultados de la política pública es expuesto entonces de la siguiente manera:

Pero ahora sucede que Lafayette/Chapultepec está padeciendo fuertemente su propio éxito. Los camellones se han venido usando para todo tipo de cosas, unas favorables y otras no. Los conciertos masivos, en particular, son incompatibles con el espacio. Desbordado, éste sufre de graves deterioros en varios órdenes. El ruidajal en primer lugar: si se quiere que la zona se siga habitando y aun que llegue más gente a vivir allí, es indispensable guardar un buen nivel de calidad de vida. Ni las hordas ni los tamborazos a todo volumen ni las grafiteadas y el basural posteriores ni el simple congestionamiento causado deberían ser tolerados. Los continuos maltratos de los “escatos” y sus interminables tablazos deben ser reglamentados. Los vendedores ambulantes puestos en orden. Las reglas de tránsito respetadas (desde el principio se prohibieron las vueltas a la izquierda para dar así preferencia a los paseantes que cruzan de un camellón a otro; ahora es la anarquía). Después de graves problemas, la seguridad ha mejorado mucho y la policía montada ha sido un éxito (incluso desde el punto de vista estético); este aspecto es obviamente fundamental [Palomar Vereá, 2014, s. p.].

Según este autor, para que la política pública logre sus auténticos objetivos, el Estado debe imponer el orden en forma vertical, debe restablecer la segregación en el uso del espacio urbano y matizar el ejercicio de la autoridad con diseños estilizados.

Por su parte, la etapa inaugurada bajo el concepto de Saborea Guadalajara exalta la posibilidad de la experiencia que combina caminar, comer y escuchar música popular, en donde la gestión de la experiencia se basa en una mayor participación de prestadores de servicios y visitantes y con una mayor flexibilidad en el diseño de las propias experiencias. Si bien se habían hecho labores de remozamiento previamente, la reorientación hacia la experiencia tuvo una inauguración formal el 25 de abril de 2016 para coincidir con el Tanguis Turístico celebrado en la ciudad.

En su inauguración, involucrados clave en el proyecto lo definieron como una iniciativa que permite “activar estratégicamente espacios que promuevan la convivencia donde el ciudadano se apropie de los espacios públicos”, “un experimento” y una oferta que cuenta con “variedad gastronómica de 11 países” que tiene mucho que ofrecer (Redacción Proyecto Diez, 2016, s. p.). La invitación oficial del ayuntamiento distribuida en redes sociales describe esta experiencia del siguiente modo:

Te invitamos a vivir “Saborea Guadalajara” todos los jueves en punto de las 6 de la tarde y hasta la medianoche en el Corredor López Cotilla (entre Francisco Javier Gamboa y Chapultepec). Tapatíos y visitantes son bienvenidos para disfrutar la oferta gastronómica que el Corredor ofrece.<sup>4</sup>

El contraste entre ambas orientaciones y entre las interpretaciones de estas dos etapas de una política para un mismo distrito urbano-gastronómico turístico muestra cómo las ciudades deben pasar por un proceso de aprendizaje y experimentación en el diseño de políticas públicas turísticas, que no por urgente debe ser improvisado.

Los diseñadores de políticas deben distinguir las políticas convencionales que ven los destinos turísticos como proveedores de infraestructura, bienes y servicios específicos, de aquellas dirigidas por conceptos integrales de satisfacción de expectativas y preferencias (Ljunggren, 2012). Es decir, deben buscar políticas que favorecen la autenticidad de los bienes y servicios producidos, procuran mejorías de calidad, consistencia, el aseguramiento de la sustentabilidad, y la formación de redes, mediante un énfasis en los aspectos creativos de la producción (OECD, 2012), dando lugar a procesos de diferenciación de productos o servicios con mejores combinaciones de recursos locales (Sidali, Kastenholz y Bianchi, 2013).

En suma, en la economía de la experiencia los diseños que influyen en la competitividad de un destino turístico son aquellos que sirven a los involucrados para establecer una plataforma donde los visitantes pueden encontrar coherencia entre sus preferencias y expectativas iniciales y sus vivencias reales.

<sup>4</sup> Comentario plasmado en Facebook del Gobierno de Guadalajara (2016). Recuperado de <https://etrigg.com/event/saborea-guadalajara/27743000/>



**CUADRO 1. Dos etapas del diseño de política para el desarrollo de un distrito urbano gastronómico-turístico**

Elemento de diseño	Etapa 1. Construyendo el Paseo Chapultepec	Etapa 2. La experiencia de Saborea Guadalajara
Definición del problema	Problema de imagen urbana.	La oferta gastronómica necesita consolidarse y el barrio debe ofrecer una experiencia auténticamente tapatía a los visitantes.
Poblaciones objetivo	Habitantes y propietarios de la zona. Dueños de todo tipo de establecimiento comercial y de servicios. Población joven de ingresos medios y altos de la Zona Metropolitana de Guadalajara. Visitantes a la ciudad que buscan espacios de entretenimiento nocturno de corte familiar y juvenil.	Habitantes de la ciudad que procuran una diversidad de oferta gastronómica. Turistas y visitantes a la Zona Metropolitana de Guadalajara que buscan experiencias de gastronomía diversa y oferta auténticamente regional. Propietarios de restaurantes y bares.
Objetivos y metas	Consolidar el paseo como centro de entretenimiento y destino de paseos nocturnos. Unificar la imagen urbana.  Mayor intensidad en el uso del suelo.	Consolidar la oferta gastronómica, fortalecer la identidad y diversidad gastronómica del distrito.  Posicionar a Guadalajara ante el turismo internacional como un destino gastronómico.  Hacer más atractivos los desplazamientos peatonales.  Impulsar opciones de movilidad no motorizada.
Herramientas	Remodelación de banquetas y superficie de rodado.  Rescate/introducción de elementos identitarios de la Guadalajara “tradicional”.  Alumbrado público.	Ampliación de banquetas sobre la calle López Cotilla.  Dotación de mobiliario urbano (bancas) sobre banquetas ampliadas.  Conversión de la calle López Cotilla en zona de velocidad reducida.  Construcción de carril de bicicletas.  Organización de un evento semanal de gastronomía, denominado Saborea Guadalajara.  Cierre temporal de la calle.
Reglas	Revisión/actualización de planes parciales de desarrollo urbano.  Autorización formal e informal de modificaciones a fincas y giros comerciales y de servicios.  Organización de eventos de orientación recreativo-cultural.	Control de velocidad de circulación vial.  Restricción de circulación sobre carril exclusivo para bicicletas.  Participación libre de los establecimientos gastronómicos. (Cada restaurante promueve su propio concepto de comida y experiencia.)

(continúa)

**CUADRO 1. Dos etapas del diseño de política para el desarrollo de un distrito (finaliza)**

Elemento de diseño	Etapa 1. Construyendo el Paseo Chapultepec	Etapa 2. La experiencia de Saborea Guadalajara
Agentes y estructuras de implementación	Comisión de Planeación Urbana Dirección de Obras Públicas Dirección de Turismo Dirección de Cultura	Dirección de Turismo del Ayuntamiento de Guadalajara Secretaría de Vialidad Propietarios de restaurantes
Racionalidades y supuestos	Ante el abandono del centro de la ciudad y la transición de esta zona habitacional de altos ingresos con orígenes a finales del siglo XIX y primera mitad del XX, la ciudad necesita un espacio que concentre oportunidades de recreación y entretenimiento nocturno.	La consolidación del distrito gastronómico es útil para fortalecer la posición de Guadalajara como distrito gastronómico en el nivel nacional e internacional. La localización del distrito respecto a las zonas hoteleras de la ciudad y a Expo-Guadalajara, aunada al valor patrimonial de algunas fincas de la zona, le da ventaja competitiva en la construcción de la experiencia gastronómica del visitante.

Fuente: Elaboración propia.

## 5. GEOPOLÍTICA Y NEGOCIACIÓN EN EL DISEÑO DE POLÍTICAS PARA LA EXPERIENCIA TURÍSTICA

Ante el advenimiento de políticas orientadas a la creación de experiencias turísticas memorables es necesario reconocer las limitaciones geopolíticas y los retos de negociación. Los tres aspectos más importantes son las relaciones de poder existentes en los distintos territorios, el grado de centralismo o policentrismo que hay en las estructuras de diseño e implementación de las políticas turísticas y los escenarios de conflicto y negociación en los que se dan los procesos de diseño e implementación de políticas.

### 5.1 Territorio, relaciones de poder y experiencias turísticas

El turismo es a la vez manifestación y resultado de relaciones geopolíticas complejas que se producen en distintos espacios. Los destinos pueden ser vistos como unidades espaciales socialmente construidas que tienen lugar dentro de esferas de poder (Saarinen, 2004). Tanto en el nivel internacional como en el doméstico, el desarrollo de políticas públicas para la construcción de experiencias turísticas tiene un componente geopolítico cuyo primer elemento es la manera como se articulan las relaciones de poder en el territorio.

En el ámbito internacional, las posibilidades que tienen los países de incursionar en el turismo de experiencias están determinadas por su estatus dentro de las relaciones

geopolíticas existentes y por las libertades a las que puede aspirar un turista en algún destino. Las relaciones geopolíticas influyen en aspectos estructurales como las facilidades otorgadas por un país a los ciudadanos de los demás países, lo cual moldea la experiencia de viaje desde su propia planeación en cuestiones como la obtención de visas o permisos especiales, y se extiende a otras durante y posteriormente al viaje, por ejemplo la duración de las estancias, el uso de moneda, el respaldo consular en caso necesario y el seguimiento dado a aspectos como quejas, sanciones o inconformidades de los turistas con algún involucrado encontrado durante su viaje. La geopolítica contemporánea produce situaciones como las relaciones entre China, Taiwán y Hong Kong, en donde las movibilidades del turismo se entrelazan con las formas cambiantes de soberanía, la territorialidad y el establecimiento de fronteras (Rowen, 2016). Las relaciones geopolíticas influyen en la configuración de identidades (Daher, 2007) y, por lo tanto, en la construcción de la oferta y el establecimiento de relaciones especiales entre países respondiendo a afinidades étnicas (Yang y Wall, 2014), herencias coloniales (Keen y Tucker, 2012) o de dominio militar (Rech, 2015; Beeton, Yamaura y Seaton, 2016), o por afinidad ideológica o religiosa (Cohen-Hattab y Shoal, 2015).

Adicionalmente, la experiencia de los turistas no es ajena a las condiciones de incertidumbre e inseguridad originadas por guerras, terrorismo, o situaciones de emergencia ocasionadas por accidentes o desastres naturales. Las experiencias son moldeadas por los grados de cooperación entre países para atender este tipo de circunstancias o para otorgar facilidades de visita o las que se brindan a las empresas multinacionales para invertir, repatriar ganancias y rendir cuentas en aspectos ambientales, laborales o fiscales. Como señalan Allen y Brennan (2004), el turista internacional es un ciudadano del mundo que se interesa en los cambios políticos y su experiencia turística está mediada por la agenda política contemporánea.

Bloqueos carreteros, asalto a unidades de transporte, violencia descontrolada y una gran cantidad de conflictos socioambientales en los destinos turísticos muestran que, en el ámbito doméstico, las vivencias de los turistas se ven afectadas de forma cotidiana por las relaciones de poder existentes en el nivel nacional, regional o local, y su influencia en la diversidad de oferta de bienes y servicios, de las condiciones en las que se ofrecen los servicios y de los grados de responsabilidad que asumen los prestadores de servicios y oferentes de bienes frente a las necesidades e inconveniencias que puede enfrentar un turista durante su visita.

Las relaciones de poder condicionan el acceso a recursos, bienes y servicios que otros necesitan (Hazra, Fletcher y Wilkes, 2014). En el caso de México, las manifestaciones locales del impacto de las relaciones de poder en la experiencia de los visitantes se puede constatar en casos como los siguientes: los conflictos magisteriales que de manera recurrente se registran en Oaxaca, lo que se manifiesta en cancelación de vuelos o corridas de autobuses, bloqueos de carreteras y toma de espacios públicos o sitios con valor turístico; los bloqueos que hacen los taxistas en lugares como Puerto Vallarta en contra de otras opciones de movilidad de los visitantes, y la influencia de los monopolios de taxistas que controlan la transportación terrestre en los aeropuertos del país.

Más aún, el turismo nacional se ve fuertemente afectado por la estrategia de soberanía graduada implementada por el gobierno, lo cual se ha reflejado en grados diferenciados en la oferta de seguridad por parte del Estado a sus visitantes, dando lugar a escenarios de inseguridad, crimen y zonas y sitios altamente protegidos.

## *5.2 Policentrismo y estructuras de implementación*

La experiencia turística es moldeada por los niveles de centralismo observados en las estructuras de implementación de la política pública. El grado de descentralización es importante porque con ello se determinan competencias para decidir sobre la asignación de recursos, los alcances de la política y la posibilidad de lograr economías de escala o de presentar opciones de construcción de experiencias a los visitantes.

La decisión sobre la estructura de diseño e implementación de la política turística no es solo técnica, tiene también un fuerte contenido geopolítico y revela el estado que guardan las relaciones de poder en un régimen, entre grupos de poder y entre los centros políticos y sus zonas periféricas. Para ser competitivos, la mayoría de los países, sobre todo aquellos cuya economía depende más del turismo, ha optado por generar estrategias graduadas de competitividad turística consistentes en posicionar algunas regiones, olvidándose de lo que ocurre en las regiones definidas como no prioritarias. Esa selección no siempre corresponde a condiciones concretas locales sino a conexiones que tienen los grupos de interés regional en el diseño de la política pública nacional.

Los gobiernos centrales y gobiernos locales o regionales de las áreas turísticas tradicionales encuentran que es más sencillo resolver cualquier diferendo que pueda existir entre ellos para hallar un arreglo de colusión que permita seguir canalizando los recursos públicos a las mismas regiones. En el cuadro 2 se presenta un indicador de esta tendencia, pues muestra que en la selección de presidente de las comisiones de Turismo en el Congreso de la Unión prevalece no tanto la orientación partidista o la capacidad sino el origen del representante. Normalmente se privilegia a aquellos que han tenido alguna experiencia de gobierno o representación local en municipios con una base económica turística consolidada.

El uso de modelos centralistas de diseño e implementación de políticas tiene dos consecuencias perversas para el proceso de construcción de experiencias. Por una parte, facilita la introducción de sesgos en el arrastre de marcas. Este problema se manifiesta de dos maneras: la primera tiene que ver con los efectos perversos de asociar el nombre de un destino turístico a una marca más amplia que ha sufrido el desgaste por circunstancias fuera del control de los diseñadores de la política turística, como ha ocurrido en los centros turísticos mexicanos con el desgaste de la marca país debido a la inseguridad registrada en México en los últimos años; la segunda está relacionada con los efectos concentradores de las marcas apoyadas centralmente cuyos beneficios tienden a concentrarse en los centros turísticos convencionales.

**CUADRO 2. Perfil profesional y político de los presidentes de la Comisión de Turismo del H. Congreso de la Unión, 2000-2016**

Legislatura	Presidente	Partido	Experiencia
LXIII (2015-2018)	Gretel Culin Jaime	PAN	Electa por representación proporcional. Licenciada en Comunicación Social. Fue previamente regidora en Manzanillo, Colima y diputada local en Colima.
LXII (2012-2015)	Rodolfo Dorador Pérez Gavilán	PAN	Electo por representación proporcional, maestría y licenciatura en Derecho. Funcionario del partido, fue diputado federal 2002-2003 y senador 2006-2012, delegado del IMSS y funcionario de la Presidencia con el presidente Vicente Fox.
LXI (2009-2012)	Carlos Manuel Joaquín González	PRI	Electo por mayoría relativa en Quintana Roo. Contador público con diplomado en Alta Dirección. Antes de este cargo fue presidente municipal de Solidaridad (Cancún), tesorero y funcionario de la Secretaría de Turismo de Quintana Roo.
LX (2006-2009)	Amador Campos Aburto	PRD	Electo como diputado por mayoría relativa en el estado de Guerrero. Fue presidente municipal de Teniente José Azueta (Zihuatanejo), consejero estatal del PRD en Guerrero. Estudió secundaria y fue presidente de la asociación ganadera local de Zihuatanejo.
LIX (2003-2006)	Francisco Xavier López Mena	PAN	Electo por representación proporcional, fue candidato del PAN a la Gubernatura de Quintana Roo, presidente del partido en esa entidad, licenciado en Derecho y diplomados en Alta Dirección en Derecho Comercial, amplia experiencia empresarial en bancos, empresas de transporte y agencias de viajes.
LVIII (2000-2003)	Jaime Arturo Larrazabal Breton	PRI	Electo por mayoría relativa en Oaxaca. Estudió Arquitectura, fue secretario de Desarrollo Urbano y secretario de Salud en Oaxaca. Fue representante en la Asamblea Legislativa del D.F., candidato independiente al gobierno municipal de Oaxaca, y miembro del Consejo Político del PRI.

*Fuente:* Elaboración propia con datos del Sistema de Información Legislativa, <http://sil.gobernacion.gob.mx/>.

El segundo problema es el surgimiento de barreras de entrada no convencionales. El turismo resulta un campo de política pública atractivo para los tomadores de decisiones por las bajas barreras de entrada. Sin embargo, la incursión efectiva es afectada por aspectos como barreras de entrada no convencionales (seguridad, sanidad), la centralización de las decisiones y la tendencia a sostener a toda costa la vigencia de los centros turísticos más consolidados. De este modo, en vez de corregir imperfecciones del mercado, la política pública ayuda a su consolidación y termina por construir barreras no convencionales de entrada para otros oferentes.

### 5.3 Escenarios de conflicto y negociación

El tercer aspecto geopolítico que moldea la experiencia turística tiene que ver con los escenarios de conflicto y negociación en los destinos turísticos. Scarles y Lester (2016) sugieren que productores y consumidores participan y deben negociar la manera como se construyen las experiencias de los visitantes dando lugar a una pluralidad de interrelaciones, prácticas, procesos y actuaciones que sirven como mediadores de la relación entre los múltiples involucrados y el grado de involucramiento de un turista con el sitio que visita.

Para facilitar la construcción de experiencias, los distintos órdenes de gobierno deben lograr diseños de política y resolver en forma eficiente los conflictos de interés que enfrentan los visitantes a un sitio. Con este fin se requiere pasar de la provisión de condiciones para el consumo de bienes y servicios a la regulación de interacciones entre los involucrados en la vivencia de los visitantes. Los gobiernos locales deben avanzar en las siguientes tareas:

- *Mejorar la calidad de gobierno y facilitar la innovación participativa en el diseño de políticas.* La ausencia de corrupción, un sistema establecido donde predomina el imperio de la ley y la eficiencia burocrática (Lee, 2015) pueden ser favorables para la competitividad basada en experiencias. Las burocracias gubernamentales son útiles en esa tarea pero pueden generar problemas en aspectos como el registro de establecimientos de hospedaje (Filipe, 2014), la creación de oportunidades para los pobres en los destinos turísticos y la regulación de la prestación de los servicios (Ashley, Boyd y Goodwin, 2000). Jernsand, Kraff y Mossberg (2015) proponen que la innovación en la producción de experiencias constituye un proceso en espiral pues es posible aprender a usar algunas características de la experiencia para desarrollar nuevas y mejores experiencias.
- *Abandonar el enfoque de políticas especializadas.* La existencia de burocracias especializadas en turismo en los gobiernos locales, estatales y federales ha producido la ilusión de que es posible distribuir competencias y llegar con ello a políticas eficientes construidas bajo el principio de subsidiariedad. Sin embargo, los procesos de construcción de consensos son más amplios que eso y se complican por la dificultad para establecer las condiciones facilitadoras de experiencias. En este sentido, la existencia de instancias públicas especializadas puede ser un arma de doble filo, pues las agencias en cuestión pueden construir sus campos de acción y defenderlos de la intromisión de otras agencias. Para asegurar su misión y ampliar lo más posible su campo de acción, estas burocracias han construido una serie de barreras conceptuales y lineamientos que tratan de definir un campo de política pública especializada. Esta perspectiva que parece funcional para mantener o incluso expandir los cotos de poder público es en realidad fallida para crear competitividad en los destinos turísticos.

- *Desarrollar capacidades como facilitadores de diálogo.* Esto incluye facilitar la interlocución entre interesados respecto a la construcción de experiencias. Los estudios recientes sugieren que las ciudades ganadoras en el mapa contemporáneo del turismo son aquellas donde líderes públicos y privados asumen funciones transformadoras y ayudan a crear condiciones para atender diferencias, facilitar la innovación y originar consensos en torno a temas controversiales que tienen que ver con la vida cotidiana de las ciudad turística y con el uso de sus recursos para producir un capital turístico (Verduzco, 2013).
- *Facilitar la solución negociada de conflictos.* Al describir el papel de los funcionarios públicos, sobre todo los locales, Elliot (1997) indica que a menudo su papel es gestionar los conflictos para reconciliar intereses e identifica diversas situaciones en las que esto es necesario. Por ejemplo, cuando emergen las controversias entre desarrolladores y comunidades, o se confrontan las necesidades de acumulación del capital y las racionalidades de los actores públicos, o hay conflictos entre diferentes agencias.
- *Procurar consenso sobre portafolio de políticas.* Determinar cuáles políticas pueden contribuir mejor a facilitar la construcción de experiencias de turistas en un destino es un problema de construcción de consenso entre múltiples actores representando a prestadores de servicios, organizaciones cívicas, asociaciones vecinales, expertos y una gran variedad de funcionarios públicos de distintos órdenes de gobierno. Una mala integración de políticas puede conducir a fallas en la procuración de objetivos y metas para resolver problemas complejos como la sustentabilidad del turismo (Hall, 2011). Para apoyar los procesos de construcción de experiencias, los gobiernos necesitan conformar portafolios de política que abarcan la dotación de infraestructura, la creación de plataformas tecnológicas, la seguridad pública, la regulación comercial, laboral y ambiental (entre otras), así como la vigilancia en materia de derechos de consumidor, política aduanera, política de comercio internacional.

En suma, la transición hacia el diseño de políticas públicas para mejorar la experiencia del turista atraviesa por decisiones que se toman en un contexto geopolítico en el cual participan una gran cantidad de actores que tienen intereses bien definidos y hacen demandas que deben gestionarse en procesos de negociación debidamente institucionalizados para dar certidumbre al proceso de producción de experiencias. Como se puede leer en el libro coordinado por Andrews (2014), la falta de acuerdos, la debilidad del Estado y distorsiones en las relaciones de poder existentes, pueden llegar a casos extremos de violencia, que si bien no eliminan del todo la vigencia de un destino turístico, crea un escenario de experiencias distinto que puede o no ser evaluado negativamente por los turistas dependiendo de sus propias construcciones subjetivas de la realidad.

## 6. COMENTARIOS FINALES

El estudio de la transición hacia políticas públicas orientadas a hacer posibles una gran diversidad de experiencias turísticas no tiene el propósito de explicar el éxito o fracaso de un destino turístico en particular, sino de explorar las posibilidades, retos y distorsiones que puede generar la adopción acrítica de esa opción de diseño de políticas. Interesados en incrementar la competitividad de destinos turísticos nacionales, regionales y locales, los gobiernos en distintas partes del mundo han incursionado en nuevas orientaciones de la política turística para dirigirla hacia la construcción de experiencias turísticas. En este ensayo se ha explorado esa posibilidad para lo cual se han identificado experiencias, avances y retos que plantea esa transición. La revisión realizada sugiere que ese tránsito es muy complicado e implica el abandono de enfoques tradicionales que impulsan la competitividad turística de los destinos con un enfoque imbuido de principios de política industrial que no es adecuado para la economía de la experiencia en la que se desarrollan las actividades turísticas.

En la marcha hacia las políticas facilitadoras de experiencias, los gobiernos tropezarán con diversas complicaciones. Aquí se han destacado algunas de corte metodológico, por ejemplo, la dificultad para medir cómo se construyen experiencias memorables, y otras de corte teórico-conceptual que tienen que ver con el inconveniente de lograr definiciones universales para un fenómeno que es por definición disperso, pues las experiencias no pueden ser completamente estandarizadas al ser coproducidas por los propios turistas.

Pero la existencia de dificultades para transitar en el sentido de las políticas públicas para la experiencia del turista no impedirá la multiplicación de experimentación con este enfoque. El apoyo de gobiernos nacionales y de organismos internacionales como la OCDE y la Organización Mundial del Turismo seguramente será crucial en esta tarea. La experiencia reciente en ese sentido ofrece algunas lecciones que ya pueden generar innovaciones en los distintos elementos del diseño de políticas públicas señalados aquí.

El gran reto para los diseñadores de políticas públicas orientadas a mejorar la experiencia de los visitantes es lograr avances sin trivializar la experiencia mediante esfuerzos simples de escenificación dirigidos al turismo de masas. Esa trayectoria ha demostrado consecuencias negativas tanto en la competitividad de los destinos como en la sustentabilidad de su desarrollo. Las teorías sobre la economía de la experiencia y sobre el papel que tienen la negociación y la participación de involucrados aportan guías importantes para avanzar en procesos verdaderamente innovadores de construcción de experiencias.

## REFERENCIAS

Allen, G. y Brennan, F. (2004). *Tourism in the New South Africa, Social Responsibility and the Tourist Experience*. Londres, Inglaterra: I. B. Tauris.



- Álvarez, D. (2016). Las puertas del cielo. *Aire, Aeroméxico*, 38, pp. 82-88.
- Andersen, L. F. (2015). The spatial and experimental dimensions of Coastal Zone Tourism in Denmark. En Anne Lorentzen, Karin Topsø Larsen y Lise Schrøder (eds.), *Spatial Dynamics in the Experience Economy* (pp. 174-190). Nueva York, Estados Unidos: Routledge.
- Andrews, H. (2014). *Tourism and Violence*. Nueva York, Estados Unidos: Routledge.
- Ashley, C., Boyd, Ch. y Goodwin, H. (2000). Pro-Poor Tourism: Putting poverty at the heart of the Tourism Agenda. *Natural Resource Perspectives*, 51. Recuperado de <https://www.odi.org/sites/odi.org.uk/files/odi-assets/publications-opinion-files/2861.pdf>
- Ashley, C., Brine, P. de, Lehr, A. y Wilde, H. (2007). *The Role of the Tourism Sector in Expanding Economic Opportunity*. Cambridge, Estados Unidos: Harvard University, The John F. Kennedy School of Government.
- Ayuso, S. (2007). Comparing voluntary policy instruments for Sustainable Tourism: The experience of the Spanish Hotel Sector. *Journal of Sustainable Tourism*, 15(2), 144-159.
- Beeton, S., Yamaura, T. y Seaton, Ph. (2016). The mediatisation of culture: Japanese contents tourism and pop culture. En J.-A. Lester y C. Scarles (eds.), *Mediating the Tourist Experience, From Brochures to Virtual Encounters* (pp. 139-154). Nueva York, Estados Unidos: Routledge.
- Billie, T. (enero, 2010). *The Nordic approach to the Experience Economy – does it make sense?* (Creative Encounters, Working Paper 44). Copenhagen Business School.
- Blanke, J. y Chiesa, Th. (2009). *The Travel & Tourism Competitiveness Report, 2009, Managing in a Time of Turbulence*. Ginebra, Suiza: World Economic Forum.
- Boyne, S., Hall, D. y Williams, F. (2003). Policy, support and promotion for Food-Related Tourism Initiative A Marketing Approach to Regional Development. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 14(3-4), 131-154.
- Bryant, J. et al. (septiembre de 2016). Secret San Diego. *San Diego Magazine*, 82-87.
- Casellas, A. (2006). Las limitaciones del “modelo Barcelona”. Una lectura desde urban regime analysis. *Documents d'Análisi Geogràfica*, 48, 61-81.
- Centre for Strategy & Evaluation Services (2013). *Final Report, Enhancing the Competitiveness of Tourism in the EU an Evaluation Approach to Establishing 20 Cases of Innovation and Good Practice*. Sevenoaks, Reino Unido: Autor. Recuperado de <http://bit.ly/2bejUoe>
- Chronis, A. (2015). Moving bodies and the staging of the tourist experience. *Annals of Tourism Research*, 55, 124-140.
- Cohen-Hattab, K. y Shoval, N. (2015). *Tourism, Religion and Pilgrimage in Jerusalem*. Nueva York, Estados Unidos: Routledge.
- Cooper, Chris y Hall, Michael C. (2008). *Contemporary Tourism: An International Approach*, Londres: Butterworth-Heinemann.
- Costa, C. C. S. (2012). Tourism Policy Instruments: An empirical analysis of Portuguese Local Governments. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 17-18, 243-245.
- Daher, R. F. (2007). Reconceptualizing tourism in the Middle East: Place, heritage, mobility and competitiveness. En R. F. Daher, *Tourism in the Middle East: Continuity, Change, and Transformation* (pp. 1-69). Cleveland, Estados Unidos: Channel View Publications.

- Dalonso, Y. S., Lourenco, J. M., Remoaldo, P. C. y Panosso Netto, A. (2014). Tourism experience, events and public policies. *Annals of Tourism Research*, 46, 181-184.
- Donaire, J. A. y Galí, N. (2011). La imagen turística de Barcelona en la comunidad de Flickr. *Cuadernos de Turismo*, 27, 291-303.
- Edensor, T. (2001). Performing tourism, staging tourism. *Tourist Studies*, 1(1), 59-81.
- Elliot, J. (1997). *Tourism, Politics and Public Sector Management*. Nueva York, Estados Unidos: Routledge.
- European Union (2011). *Cities of Tomorrow, Challenges, Visions, Way Forward*. Bruselas, Bélgica: Autor.
- Fainstein, S. S., Hoffman, L. M. y Judd, D. R. (2003). Introduction. En L. M. Hoffman, S. S. Fainstein y D. R. Judd, *Cities and Visitors, Regulating People, Markets and City Space*. Nueva York, Estados Unidos: Wiley.
- Fayos-Solá, E. (1996). Tourism policy: A midsummer night's dream? *Tourism Management*, 17(6), 405-412.
- Filipe, J. A. (2014). Tourism destinations and local rental: A discussion around bureaucracy and anticommons. Algarve Case (Portugal). *International Journal Latest Trends in Finance and Economic Sciences*, 4(4), 821-830.
- Fisker, J. K. (2015). Municipalities as experiential stages in the new economy: Emerging practices in Frederikshavn, North Denmark. En Lorentzen Anne, Karin Topso Larsen y Lise Schroder (eds.), *Spatial Dynamics in The Experience Economy* (pp. 52-67). Nueva York, Estados Unidos: Routledge.
- Franco, I. D. (2015). La cultura como estrategia de transformación y promoción urbana en Bogotá y Medellín. *Revista de Geografía Norte Grande*, 61, 25-43.
- Frochot, I. y Batat, W. (2013). *Marketing and Designing the Tourist Experience*. Oxford, Inglaterra: Goodfellow Publishers Limited.
- Fukuda Hayakawa, I. (enero-junio, 2010). Planeación urbana en Curitiba. *Quivera*, 12.
- Hall, C. M. (2011). Policy learning and policy failure in sustainable tourism governance: From first- and second-order to third-order change? *Journal of Sustainable Tourism*, 19, 649-671.
- Hazra, S., Fletcher, J. y Wilkes, K. (2014). An evaluation of power relationships among stakeholders in the tourism industry networks of Agra, India. *Current Issues in Tourism*. Recuperado de <http://bit.ly/2gOqvZI>
- Henriksen, P. F. y Halkier, H. (2014). From local promotion towards regional tourism policies knowledge process and actor networks in North Jutland, Denmark. En N. Kumral y A. Özlem Önder (eds.), *Tourism, Regional Development and Public Policy* (pp. 5-22). Nueva York, Estados Unidos: Routledge.
- Hsu, T.-W., Inbakaran, R. y George, B. (2013). Understanding the concept of governance in tourism policy-making. *International Journal of Economics and Business Research*, 5(3), 319-336.
- Jamal, T. y Lelo, L. (2011). Exploring the conceptual and analytical framing of dark tourism: From darkness to intentionality. En R. Sharpley y Ph. R. Stone, *Tourist Experience, Contemporary Perspectives* (pp. 20-28). Nueva York, Estados Unidos: Routledge.
- Jernsand, E. M., Kraff, H. y Mossberg, L. (2015). Tourism experience innovation through design. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 15(1), 98-119.

- Jiricka, A., Salak, B., Eder, R., Arnberger, A. y Pröbstl, U. (2010) Energetic tourism: Exploring the experience quality of renewable energies as a new sustainable tourism market. *WIT Transactions on Ecology and the Environment*, 139, 55-68. Recuperado de <http://bit.ly/2bm3ibv>.
- Kavaratsis, M. (2017). The participatory place branding process for tourism: Linking visitors and residents through the City Brand. En N. Bellini y C. Pasquinelli (eds.), *Tourism in the City: Towards an Integrative Agenda on Urban Tourism*. Nueva York, Estados Unidos: Springer.
- Kawato, Y. (2009). *New Possibilities for Local Promotion through Tourism*. Tokio, Japón: Institute for Comparative Studies in Local Governance (COSLOG), National Graduate Institute for Policy Studies (GRIPS). Recuperado de <http://bit.ly/2bjAimr>.
- Keen, D. y Tucker, H. (2012). Future Spaces of Postcolonialism in Tourism. En J. Wilson (ed.), *New Perspectives in Tourism Geographies* (pp. 97-102). Nueva York, Estados Unidos: Routledge.
- Kim, J.-H., Brent Ritchie, J. R. y McCormick, B. (2012). Development of a scale to measure memorable tourism experiences. *Journal of Travel Research*, 51(1), 12-25.
- Laplante, M. (1996). *L'expérience touristique contemporaine, Fondements sociaux et culturels*. Quebec, Canadá: Presses de l'Université du Québec.
- Lee, S. (2015). Quality of government and tourism destination competitiveness. *Tourism Economics*, 21(4), 881-888.
- Lengkeek, J. (2002). A love affair with elsewhere: Love as a metaphor and paradigm for tourist longing. En G. M. S. Dann (ed.), *The Tourist as a Metaphor of the Social World* (pp. 189-208). Nueva York, Estados Unidos: CABI.
- Ljunggren, E. (2012). Linking local food resources to high-quality restaurants in the Nordic Region. En OECD (ed.), *Food and the Tourism Experience* (pp. 63-74). The OECD Korea Workshop.
- Lorentzen, A. y Jeannerat, H. (2013). Urban and regional studies in the experience economy: What kind of turn? *European Urban and Regional Studies*, 20(4), 363-369.
- Mariani, M. M. (2016). The role of partnerships in staging tourist experiences, evidence from a festival. En M. M. Mariani, W. Czakon, D. Buhalis y O. Vitouladiti (eds.), *Tourism Management, Marketing, and Development, Performance, Strategies, and Sustainability* (pp. 173-193). Nueva York, Estados Unidos: Palgrave.
- Mohammed, A. (2014). Tourism development policy versus practice in Ghana: The case of Lake Bosomtwe Basin. *European Scientific Journal*, 10(7), 308-334.
- Molina Martínez, R., Ochoa Galván, M. y Gil Lafuente, A. M. (2014). Public policies and tourism marketing. An analysis of the competitiveness on tourism in Morelia, Mexico and Alcala de Henares, Spain. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 148, 146-152.
- Moutinho, L., Ballantyne, R. y Rate, Sh. (2011). The new business environment and trends in tourism. En L. Moutinho (ed.), *Strategic Management in Tourism* (2ª ed., pp. 1-19). Cambridge: CABI International.
- Nordin, S. (2003). *Tourism Clustering & Innovation, Paths to Economic Growth & Development*. Östersund, Suecia: European Tourism Research Institute.
- OECD (2016). *OECD Tourism Trends and Policies 2016*. París, Francia: Autor. Recuperado de <http://bit.ly/2b2V1bX>

- OECD (ed.). (2012). *Food and the Tourism Experience*. The OECD Korea Workshop.
- Oh, H., Fiore, A. M. y Jeoung, M. (2007). Measuring experience economy concepts: Tourism applications. *Journal of Travel Research*, 46, 119-132.
- Palomar Vereá, J. (26 de noviembre de 2014). Lafayette/Chapultepec: por unas instrucciones de uso. *El Informador*. Recuperado de <http://bit.ly/2cDGDLV>
- Pikkemaat, B., Peters, M., Bosberger, Ph. y Secco, M. (2009). The staging of experiences in Wine Region. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 18(1-2), 237-253.
- Pine, B. J. y Gilmore, J. H. (2011). *The Experience Economy*. Boston, Estados Unidos: Harvard Business Review Press.
- Pine, B. J. II y Gilmore, J. H. (1998). Welcome to the experience economy. *Harvard Business Review*, 76(4), 97-105.
- Porter, M. (noviembre, 2007). *Clusters and Economic Policy: Aligning Public Policy with the New Economics of Competition* (isc White Paper). Harvard Business School. Recuperado de <http://hbs.me/2b2tlkP>
- Quadri, D. L. (2012). *An experience economy analysis of tourism development along the Chautauqua-Lake Erie Wine Trail, Graduate Theses and Dissertations* (Paper 12443). Recuperado de <http://lib.dr.iastate.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=3450&context=etd>
- Rech, M. F. (2015). A critical geopolitics of observant practice at British military airshows. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 40, 536-548.
- Redacción Proyecto Diez. (25 de abril de 2016). Saborea: caminar y comer en Guadalajara. *Proyecto Diez*. Recuperado de <http://www.proyectodiez.mx/saborea-caminar-y-comer-en-guadalajara-lopez-cotilla/>
- Richards, G. y Wilson, J. (eds.). (2007). *Tourism, creativity and development*. Nueva York, Estados Unidos: Routledge.
- Rodríguez, I., Williams, A. M. y Hall, M. C. (2014). Tourism innovation policy: Implementation and outcomes. *Annals of Tourism Research*, 49, 76-93.
- Rowen, I. (2016). The geopolitics of tourism: Mobilities, territory, and protest in China, Taiwan and Hong Kong. *Annals of the American Association of Geographers*, 106(2), 385-393.
- Saarinen, J. (2004). "Destinations in change". The transformation process of tourist destinations. *Tourist Studies*, 4(2), 161-179.
- Salman, Saba (1 de octubre de 2008). Brand of gold. *The Guardian*. Recuperado de: <http://bit.ly/2wKXYf2>.
- Scarles, C. y Lester, J.-A. (2016). Mediating the tourist experience: From brochures to virtual encounters. En J.-A. Lester y C. Scarles, *Mediating the Tourist Experience, From Brochures to Virtual Encounters* (pp. 1-11). Nueva York, Estados Unidos: Routledge.
- Schneider, A. L. e Ingram, H. (1997). *Policy Design for Democracy*. Lawrence, Estados Unidos: Kansas University Press.
- Sharpley, R. y Stone, Ph. R. (2012). Experiencing tourism, experiencing happiness? En R. Sharpley y Ph. R. Stone (eds.), *Contemporary Tourism Experience, Concepts and Consequences* (pp. 1-8). Nueva York, Estados Unidos: Routledge.
- Sidali, K. L., Kastenholz, E. y Bianchi, R. (2013). Food tourism, niche markets and products in rural tourism: Combining the intimacy model and the experience economy as a rural development strategy. *Journal of Sustainable Tourism*. Recuperado de <http://>

- dx.doi.org/10.1080/09669582.2013.836210
- Sternberg, E. (1997). The iconography of the tourism experience. *Annals of Tourism Research*, 24(4), 951-969.
- The Economist*. (3 de enero de 2015). There's an app for that. *The Economist*. Recuperado de <http://econ.st/1y4UrmY>
- Tosun, C. (2000). Limits to community participation in the tourism development process in developing countries. *Tourism Management*, 21, 613-633.
- UNEP (United Nations Environment Program) y WTO (World Tourism Organization). (2005). *Making Tourism more Sustainable, a Guide for Policy Makers*. París, Francia/Madrid, España: Autores. Recuperado de <http://www.unep.fr/shared/publications/pdf/DTIx0592xPA-TourismPolicyEN.pdf>
- Velasco González, M. (2011). Tourism policy. An autonomus policy arena. *Cuadernos de Turismo*, 27, 1171-1174.
- Verduzco Chávez, B. (2013). *Una Utopía Urbana (Im)Posible, la negociación infinita de planes de desarrollo urbano y prosperidad*. Guadalajara, México: Universidad de Guadalajara.
- Wang, X. y Meng, T. (2016). The research of customers satisfaction and public policy & marketing design in special interest tourism—Macao culinary tourism. *International Journal of Business and Management*, 11(1), 124-135.
- Yang, L. y Wall, G. (2014). *Planning for Ethnic Tourism*. Nueva York, Estados Unidos: Routledge.



## LA RELACIÓN ENTRE EMPRESA TURÍSTICA Y DESARROLLO SOSTENIBLE EN LAS TEORÍAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES

### UNA PROPUESTA ESQUEMÁTICA PARA SU ABORDAJE

Recibido: 22/11/2016 · Aceptado: 12/02/17

ALFONSO GONZÁLEZ DAMIÁN  
*Universidad de Quintana Roo,  
Unidad Académica Cozumel  
gonzalezd@uqroo.edu.mx*

#### Resumen

Con el objetivo de organizar la profusa producción teórica que enmarca los estudios del desarrollo sostenible de empresas turísticas, a manera de mapa o guía que facilite su accesibilidad, se realizó una revisión analítica de la fundamentación de la producción académica publicada entre 1970 y 2014. Como hallazgo destacable se corroboró que la corriente principal que aglutina trabajos fundamentados en las teorías de la responsabilidad social empresarial (RSC), se enmarca en el (NEO)positivismo, si bien también se identificaron trabajos fundamentados en otros enfoques teórico filosóficos.

*Palabras clave:* Teoría organizacional, teorías sociales, desarrollo sostenible, empresas turísticas, revisión.

## THE RELATIONSHIP BETWEEN TOURISM ENTERPRISES AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT IN MANAGEMENT AND SOCIAL THEORIES.

### A SCHEMATIC PROPOSAL FOR ITS APPROACH

#### Abstract

An analytical review of the abundant academic production on organizational and administrative theories that have been developed from 1970 to 2014 to explain and frame the studies of tourism enterprises and their relationship with the natural environment and sustainable development is presented. The main finding shows that the mainstream focuses on corporate social responsibility theories (CSR) and is framed in a positivist approach while other theoretical philosophical approaches were identified.

*Keywords:* Organizational theory, social theories, sustainable development, tourism enterprises, review.

## INTRODUCCIÓN

**E**l interés en el estudio de la relación empresa-naturaleza ha crecido de manera exponencial en los últimos 30 años, no solo en el ámbito de las organizaciones ecologistas o académicas, sino en el de las organizaciones empresariales, gubernamentales y de la sociedad civil en general. La vieja idea de que las organizaciones lucrativas solo deberían preocuparse y ocuparse por llenar los bolsillos de los inversionistas, sin distraer sus recursos y capacidades en otros objetivos, ha perdido brillo y, por el contrario, cada vez se encuentra con más oposición (Aguilera, Rupp, Williams y Ganapathi, 2007).

La problemática de la explotación ilimitada que como humanidad en general y a través de las empresas en particular hemos hecho de los recursos naturales ha propiciado que este tema se integre a los estudios empresariales que durante mucho tiempo se habían enfocado únicamente a explicar y desarrollar estrategias y acciones que incidieran en la eficiencia y la eficacia económicas (Young y Tilley, 2006). Desde la Cumbre de Río se ha disparado exponencialmente la elaboración de trabajos que incorporan el desarrollo sostenible, ya sea como variable, como factor contextual o del entorno, como objetivo o como restricción fundamental o marginal; esos esfuerzos han incluido ya en un cuantioso número a las empresas turísticas (Farrell y Twining-Ward, 2005).

En el ámbito del turismo, probablemente desde mucho antes de la Cumbre de Río, pero con mayor insistencia a partir de ella, la relación de la actividad económica de las organizaciones con la naturaleza ha estado presente debido a diversas razones, principalmente a la condición misma de que los viajes turísticos dependen de los recursos naturales que resultan atractivos para el viajero: playas, montañas, variados paisajes, y la diversidad natural y cultural del mundo. Si bien durante largo tiempo la responsabilidad sobre la conservación de los recursos en el campo de los estudios turísticos se atribuyó a los organismos gubernamentales, esa visión se ha ido transformando, en la misma medida en que ha ocurrido con los estudios empresariales en general (Inoue y Lee, 2011).

A pesar de la vasta existencia de trabajos, una primera dificultad que se encuentra quien pretenda involucrarse en un estudio que vincule la empresa turística con la naturaleza es identificar y seleccionar un marco teórico adecuado; esa situación no solo se presenta en el ámbito de los estudios turísticos, sino que ha sido señalada también al realizar estudios centrados en las organizaciones empresariales en general. La cuestión de proponer estudios consistentes teóricamente que, por una parte, favorezcan la explicación de lo que sucede en las organizaciones y, por otra, las vincule en su dinámica y estructura con la naturaleza no es algo novedoso, sin embargo, sigue estando en discusión. Asimismo, el problema de plantear estudios consistentes teóricamente en el campo del turismo tampoco es nuevo, pero al igual continúa en debate, como afirman Jafari (2001), Nechar y Netto (2011) y Tribe (1997 y 2000).

En este sentido, el objetivo que se estableció al elaborar el presente artículo fue mostrar una visión general de las aproximaciones teóricas que sustentan la investigación de la relación de la empresa turística con el desarrollo sostenible, las relaciones entre ellas,



con la teoría general de la administración y las teorías sociales generales, a fin de que el texto sirva de orientación, guía o mapa para los investigadores interesados en el desarrollo sostenible y la empresa turística. Esta intención puede ser percibida como ambiciosa en extremo, sin embargo, como puede verse en las siguientes líneas, se trata de una propuesta fundamentada en el trabajo de otros muchos y que en efecto ha servido como guía para el que firma este documento; se espera que resulte de utilidad también para los lectores.

En el apartado de antecedentes de este artículo se delimita el ámbito del análisis: la relación empresa turística-desarrollo sostenible y los distintos niveles y dimensiones desde los que se ha investigado esta relación en la literatura académica. A continuación, se presenta la metodología utilizada para analizar la información teórica, la cual por su naturaleza consistió principalmente en abstracciones que oscilaron entre la deducción y la síntesis. Enseguida se exponen, en dos apartados, los resultados obtenidos del análisis: el primero muestra la relación entre teorías generales de la sociedad y teorías generales de la administración, enmarcadas en los tres paradigmas clásicos del conocimiento científico; el segundo apartado presenta una panorámica general de las perspectivas teóricas para estudiar la relación entre empresas u organizaciones y el desarrollo sostenible; estas se abordan en cuatro acápites: *a)* la teoría de las capacidades y recursos de la empresa, *b)* la teoría de la responsabilidad social corporativa (RSC), *c)* la teoría de las distintas perspectivas en la RSC, y *d)* otras teorías que relacionan a la organización con su entorno natural y el desarrollo sostenible; en cada perspectiva se brindan referencias a trabajos aplicados en empresas u organizaciones turísticas fundamentadas en cada vertiente. Por último, se ofrecen reflexiones finales del artículo a manera de conclusiones.

## 1. ANTECEDENTES

En este apartado se discuten algunos elementos que fundamentan la presente propuesta, respecto a qué entender por teoría, por empresa, por empresa turística y con ello argumentar que existen paradigmas que implican posiciones/decisiones en el ámbito científico al respecto, los cuales pueden observarse en niveles y dimensiones de estudio discernibles.

Antes de examinar las distintas perspectivas teóricas respecto a la relación de la empresa y el desarrollo sostenible, es necesario aclarar lo que se entiende por teoría. Para Alexander (1987), una teoría es una “generalización apartada de particularidades, una abstracción distanciada de casos concretos”. Ahora bien, estas abstracciones o generalizaciones pueden estar referidas directamente a una situación en la empresa u organización, como a las relaciones empleados-patronos o a la propia organización, por ejemplo, la estructura formal de las organizaciones, e incluso pueden realizarse acerca de las relaciones entre organizaciones, o entre organizaciones e individuos, o entre organizaciones y su entorno. Lo anterior conduce a identificar al menos tres ámbitos de generalización en las abstracciones posibles en el campo de los estudios organizacionales, que corresponden en gran medida a la evolución de las teorías organizacionales (Medina, 2010), o, en otras palabras, a tres dimensiones de generalización de la teoría en los estudios organizacionales:

a) teorías especializadas en las relaciones o dinámicas internas de la organización, b) teorías especializadas en las relaciones interorganizacionales, y c) teorías especializadas en las relaciones entre la organización y su entorno.

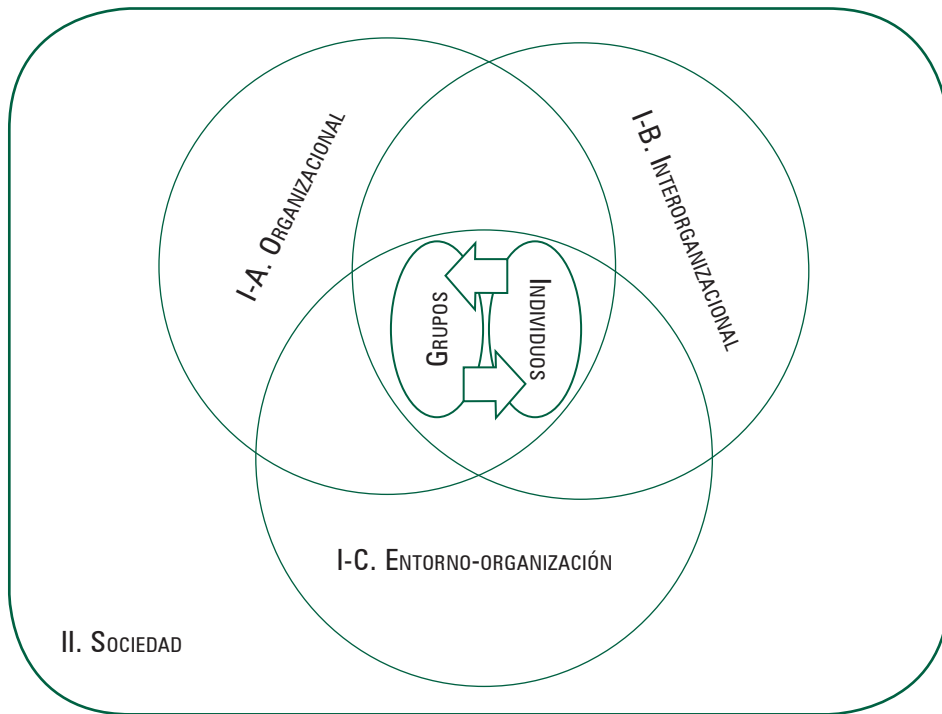
Estos tres niveles de abstracción o dimensiones de focalización del interés teórico en los estudios organizacionales no son exhaustivos, pues existen generalizaciones de mayor abstracción aún, a las que Ritzer (1993) denomina *metateorías* y que podrían considerarse como abstracciones respecto a las propias teorías. Las teorías generales tienen un doble efecto en las teorías especializadas: por una parte permiten comprenderlas de manera más amplia, organizarlas, compararlas para encontrar similitudes y diferencias entre ellas, reconocer sus finalidades, entre otras posibilidades, pero a la vez las modifican, complementan, reorientan e incluso las contradicen.

Puesto que toda organización se estudia en el ámbito de la sociedad, es de esperarse que las metateorías aplicables a la teoría organizacional sean precisamente las llamadas por Alexander (1987) “teorías generales de la sociedad” o simplemente “teoría social” por Giddens y Turner (1998), que en términos amplios ha sido esquematizada en dos grupos: las tres teorías clásicas de la sociedad planteadas por separado por Émile Durkheim, Max Weber y Karl Marx, y las denominadas “teorías modernas de la sociedad”, que se desarrollaron principalmente durante el siglo xx y que han recibido etiquetas como interaccionismo simbólico, estructural-funcionalismo, del conflicto social, del intercambio social, de la estructuración, entre otras que agrupan a extensos conjuntos de teoría, las cuales difieren en general en lo que conciben como sociedad y en la forma en la que se puede acceder al estudio de aquello a lo que se llama sociedad.

En este sentido, las teorías especializadas en los estudios organizacionales pueden ser enmarcadas desde puntos de vista más abstractos y generales en las teorías de la sociedad, lo cual, en cierta medida, complica su comprensión; sin ir más allá, en el presente documento y para todo fin práctico, si se pretende enmarcar teóricamente un estudio específico sobre la relación entre organización y su entorno natural, habrá que acudir a las teorías especializadas, y si se pretende enmarcar teóricamente un estudio sobre una o más teorías especializadas, entonces habrá que acudir a las teorías generales.

En la figura 1 se representan las relaciones entre estos diferentes niveles y dimensiones teóricas. Con números romanos se consignan los dos niveles de abstracción: el organizacional (I), al que puede denominarse nivel o ámbito de las teorías especializadas, específicas o aplicadas, y el metateórico (II), al que puede llamarse también ámbito de las teorías generales. Es posible ver asimismo las distintas dimensiones que abordan las teorías especializadas: la A, intraorganizacional; la B, interorganizacional, y la C, entorno-organización, así como todas las posibles combinaciones entre niveles y dimensiones: IA+IB, IA+IC, I+II, IA+IB+IC, etcétera.

El segundo elemento fundamental del presente artículo es el concepto de empresa o de organización, el cual alude tanto a la capacidad de asociación en colectivo como al colectivo mismo que se estructura para conseguir determinados fines. Para este trabajo, la noción que interesa es la segunda; es ella justamente la que da lugar a los estudios



Fuente: Elaboración propia.

FIGURA 1. Niveles y dimensiones de análisis de la teoría organizacional

organizacionales, se encuentra en el centro de atención de la teoría administrativa y es el sujeto protagónico en los negocios, la administración de empresas, el *marketing* y también el turismo.

Si bien las organizaciones son identificadas con tales colectivos, en la diversidad teórica, el colectivo se ha matizado de modos variopintos, ya sea como una estructura con cargos, funciones y tareas, un sistema social, un sistema social con objetivos comunes, una burocracia, un sistema abierto o cerrado. Tantos significados y matices explicativos o prescriptivos se han desarrollado respecto a las organizaciones que, a decir de Koontz (2000), las teorías se han multiplicado de manera exuberante, a modo de lo que denomina “jungla de la teoría administrativa”; tal variedad puede ser esquematizada en dos grandes grupos en función de la finalidad que el planteamiento teórico persiga: por un lado, aquellas a las que se designa teorías descriptivo-explicativas y, por otro, las prescriptivas y normativas (Chiavenato, 2004).

Las teorías descriptivas y explicativas de las organizaciones plantean generalizaciones que explican el funcionamiento, la estructura, la dinámica relacional, los resultados alcanzados, las condiciones o sus contextos. Por su parte, las teorías prescriptivas y normativas proponen generalizaciones que resultan en recomendaciones o estructuras y procedimientos ideales que las organizaciones pueden seguir para alcanzar sus fines. Respecto al tema

de los fines de las organizaciones, se han planteado también diversos paradigmas a lo largo del tiempo, desde el convencional, en el cual el fin último y único de la organización, en particular en la empresarial o de negocios, es producir riqueza (Friedman, 1970); aquel que indica que la existencia de la empresa como entidad es deseable para favorecer la innovación e impulsar la producción y el intercambio a través de la competitividad (Freeman y Soete, 1997); el que propone que toda organización tendría que satisfacer en principio los objetivos individuales de quienes deciden libremente asociarse en colectivo (Mayo, 2003); e incluso más recientemente, y en línea con la temática del presente artículo, aquel que la considera como productora eficiente y entidad responsable ante la sociedad (McWilliams y Siegel, 2001), o como responsable de atender de manera equilibrada y eficiente los objetivos de todas las partes interesadas –*stakeholders*– (Freeman, 1994).

Tal multitud de concepciones, tanto del significado mismo de la palabra organización como de la importancia que tiene su existencia en la sociedad, propicia confusión entre los no iniciados, así como en varios estudiosos del tema; por ello conviene realizar un esfuerzo por encontrar cierto orden en el conjunto, a riesgo de que resulte simplificador en exceso, en especial en lo que se refiere a las teorías que abordan o permiten abordar la relación de las organizaciones turísticas con el entorno natural, con el uso de los recursos naturales, con el desarrollo sostenible, con la ecología, con la biodiversidad, o con la naturaleza en general.

Finalmente, en una reflexión sobre las características particulares de las organizaciones turísticas, comprendidas como aquellas que producen bienes y servicios para atender las necesidades y deseos de los turistas antes, durante y después de realizado el viaje, se incluyen, entre otros giros, sin que esto sea exhaustivo (McIntosh, Goeldner y Ritchie, 1999): *a)* alojamiento en hoteles, moteles, *resorts*, pensiones, campamentos, caravanas o departamentos; *b)* alimentación en restaurantes, cafeterías, bares, hosterías, *fast-food*, *catering* o *vending*; *c)* transporte mediante avión, barco, autobús, automóvil, ferrocarril o bicicleta; *d)* ocio, cultura y actividades deportivas, como actividades recreativas, visitas a museos, atracciones, negocios y convenciones, eventos y festivales, deportes o estudios, además de la guianza y la información asociada a estas actividades; *e)* compras de artesanías, souvenirs, artículos deportivos, en mercados, centros comerciales o tiendas de conveniencia; y *f)* otros complementarios como servicios financieros, bancarios y de seguros, de salud e higiene, de comunicación, telefonía e internet, etc. Asimismo, las agencias de viajes y los turoperadores pueden ser considerados empresas turísticas aunque con una función intermediaria, puesto que su propósito es aproximar, poner en contacto a la demanda con la oferta, en tanto que las organizaciones de transporte funcionan como empresas mixtas, no necesariamente vinculadas con el turismo.

Las organizaciones mencionadas anteriormente, si bien se caracterizan por atender las necesidades y deseos de los turistas, en su mayoría se enfocan en necesidades generales de la población residente en el sitio de destino turístico, no obstante, por cuanto atienden a viajeros, se reconocen como organizaciones turísticas con distintos grados de dedicación a esa demanda; por ejemplo, las empresas de alojamiento atienden principalmente a los

viajeros y por ello se han constituido como el tipo de organización más significativo para el turismo en general; incluso se le ha denominado, junto con las empresas de alimentación, *oferta turística básica*, para diferenciarla del resto de las organizaciones, a las que se designa *oferta turística complementaria* (Sancho, 1998).

Las organizaciones turísticas tienen por lo menos dos características en común que las distinguen de otras organizaciones: 1) si bien producen servicios –lo que las ubica en el sector terciario de la economía–, estos en general se producen con la colaboración del propio consumidor, el cual además debió realizar un esfuerzo de desplazamiento desde su lugar de residencia habitual hasta el sitio, denominado *destino turístico* (Kotler, Bowen y Makens, 2009); y 2) la condición “turística” de la empresa solo es comprensible cuando se observa en conjunto, esto es, vinculada con el grupo de atractivos y otros servicios que se encuentran en el sitio de destino turístico y que en suma proporcionan una imagen global que incide en la satisfacción del consumidor (Bigné, Alcañiz, Font y Aulet, 2000).

El tercer elemento fundamental para este documento es el elusivo concepto de desarrollo sostenible, el cual ha conseguido tal atención que ha sido adoptado, adaptado, debatido, desarticulado, reconstituido, deconstruido, vaciado y resignificado, tanto en el ámbito empírico como en el académico. No es el propósito del presente documento profundizar en el debate, no obstante resulta indispensable establecer un punto de partida para conducir el análisis de las perspectivas teóricas, por lo cual se ha optado por elegir, aun cuando esto pudiese constituir una toma de postura, el enfoque propuesto por Lélé (1991) en el sentido de que el desarrollo sostenible no es sino la yuxtaposición de dos objetivos o procesos separados que pueden ser expresados como la ecuación: Desarrollo sostenible=Desarrollo+Sostenibilidad o, de otro modo, hace referencia a las teorías del desarrollo combinadas con el concepto de sostenibilidad. El autor afirma que esta es una engañosa sobresimplificación, sin embargo, al revisarla en detalle permite dar cabida a muy diversas definiciones del desarrollo sostenible en función del planteamiento teórico de desarrollo siempre que se consideren los objetivos de la sustentabilidad, lo cual es pertinente para los fines del presente trabajo.

En este sentido, sería fundamental clarificar cuáles son los objetivos o fines de la sustentabilidad, para lo cual se ha optado por seguir la propuesta de Sharpley (2000), quien plantea que el concepto de sostenibilidad ha fluctuado y sigue haciéndolo en función de las ideologías político-sociales con tendencia hacia el ecocentrismo o el tecnocentrismo de quienes la argumentan, pero que para fines analíticos puede comprenderse como la capacidad para la continuidad, esto es, para seguir haciendo en el futuro lo que se hace en el presente respecto a la acción humana en relación con su entorno natural. Esta noción ambigua permite flexibilizar su aplicación en el marco de las teorías administrativas y sociales, lo cual es precisamente lo que se pretende en este artículo.

Mención aparte merece el concepto de turismo sostenible, el cual ha sido objeto de amplio debate en la literatura especializada desde principios del siglo XXI; por ejemplo, los trabajos de Sharpley (2000) y de Hardy, Beeton y Pearson (2002) proponen que el concepto de turismo sostenible no consigue respetar los principios del desarrollo sosten-

nible, concepto del cual se originó; o los estudios de Butler (1999) y Hunter (1995), que señalaron la necesidad de reconceptualizar el turismo sostenible, puesto que adolecía de claridad y de aplicabilidad real. Si bien el debate persiste, según apunta Bramwell (2015), el concepto se ha mantenido, principalmente por el fomento que recibe desde el ámbito de las organizaciones internacionales, como la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas (UNWTO, 2013), el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA, 2005, 2009) y la Organización de las Naciones Unidas (ONU, 2015; ONU, Unesco, PNUMA, OMT, INSULA, CCE y WDCD, 1995), que plantean una visión de sector o industria turística sostenible institucionalizada desde los gobiernos nacionales, visión que a su vez ha recibido atención por parte de los académicos tanto desde una perspectiva crítica respecto a la práctica insostenible del turismo global (Mowforth y Munt, 2016) como desde los grandes retos que enfrenta la industria para alcanzar la sostenibilidad (Weaver, 2013). Tal atención se evidencia asimismo en los más de 130 artículos publicados sobre el tema entre 1993 y 2013 en los *journals* de mayor impacto en la temática de hospitalidad, ocio, deportes y turismo (Hashemkhani Zolfani, Sedaghat, Maknoon y Zavadskas, 2015), algunos de los cuales han conseguido realizar aportaciones teóricas (Bramwell, 2015); además de lo mucho publicado por el *Journal of Sustainable Tourism*, especializado en el tema desde 1994 (Lu y Nepal, 2009).

El concepto de turismo sostenible hace referencia a la actividad turística en su conjunto, incluyendo tanto las actividades realizadas por los viajeros en su espacio de residencia, como las acciones de planificación y desarrollo de infraestructura en los sitios de destino turístico. En un enfoque de esta amplitud, el rol de las empresas turísticas queda acotado al entendido de que deberían reducir los impactos de sus operaciones en el medio ambiente, esto es, que si se busca que la actividad turística sea sostenible, entonces la industria debería asumir su responsabilidad en congruencia con este objetivo (Hashemkhani Zolfani et al., 2015). En consistencia con lo hasta aquí descrito, para efectos del presente artículo, el concepto de turismo sostenible será identificado con la dimensión interorganizacional, es decir, cuando se haga alusión al turismo sostenible la referencia directa será a las relaciones entre distintas organizaciones y empresas turísticas, por lo que podría considerarse en el ámbito de aplicación de las teorías especializadas y, como se expondrá a continuación, se fundamenta básicamente en la perspectiva teórica de la responsabilidad social empresarial (RSE).

En suma, estudiar la relación entre organización o empresa y el desarrollo sostenible toma sentido cuando: *a)* se establece claramente lo que se entiende por organización, *b)* se delimita si el nivel de interés es organizacional o social, *c)* se identifica la dimensión –o dimensiones– de interés, ya sean la intraorganizacional, la interorganizacional o la de la organización con su entorno, y *d)* se ubica la postura ideológica que enmarcará la de definición de desarrollo sostenible explicable en el nivel y dimensión teórica elegidos. Toda vez que se consiga delimitar el ámbito de estudio, resultará posible centrar el interés en el tipo particular de organizaciones que se encuentran en el turismo.

## 2. METODOLOGÍA

En este apartado se presenta el procedimiento seguido para integrar el análisis y mostrar así una visión general de las perspectivas teóricas de la relación entre empresas turísticas y desarrollo sostenible, así como las relaciones entre ellas y sus fundamentos en las teorías generales de la administración y de la sociedad.

El trabajo consistió básicamente en un proceso reflexivo de revisión bibliohemerográfica; parafraseando a Tribe y Liburd (2016, p. 45), consistió en un “proceso de examen detallado, comparación, reflexión y abstracción” que requirió reiteradas actividades –no lineales sino heurísticas– de definición de conceptos y palabras clave, búsqueda y selección de documentos teóricos y aplicados en el ámbito del turismo, comparación de conceptos de diversas fuentes, contextualización histórica de conceptos, documentos y fuentes, construcción sintética de tipologías conceptuales, identificación crítica de lagunas o vacíos conceptuales, reconstrucción de las tipologías, reflexión detallada de cada concepto y tipología, así como la discusión permanente de los documentos, fuentes, conceptos y tipologías con colegas y estudiantes.

A fin de dar mayor claridad al lector, la actividad realizada puede sintetizarse en cinco momentos que, si bien en la práctica no se sucedieron secuencialmente, permiten dar cuenta estructurada del proceder en la integración del presente trabajo:

1. *Delimitación del objeto de interés.* Se definieron en este momento las perspectivas teóricas específicas que explicaran la relación entre empresa turística y desarrollo sostenible. Fue necesario diseñar un esquema para sintetizar lo que se entendería como objeto de interés, puesto que, como tal y para los fines de este trabajo, no se encontró. Este esquema y sus características se han presentado en el apartado anterior. Una vez delimitado el objeto de interés, se identificaron diversas palabras clave, autores y temáticas abordadas que guiaron la búsqueda y selección de información publicada.
2. *Selección e integración de un marco clasificatorio de las teorías generales de la sociedad y de la administración en los paradigmas del conocimiento científico.* Con el propósito de partir de un marco de orientación para el análisis de los documentos teóricos, se acudió a tres conjuntos de trabajos que pueden ser considerados seminales para comprender los fundamentos, características y vinculación entre las distintas teorías generales. El primer referente, y también el de mayor abstracción, fue el de las cuatro perspectivas filosóficas para la metateorización en las ciencias sociales (Ritzer, Zhao y Murphy, 2001) etiquetadas como positivista, hermenéutica, crítica y posmoderna; el segundo fue el análisis de las distintas teorías sociales generales (Giddens y Turner, 1998), y el tercero se encontró en los análisis centrados en los conceptos y finalidades de las escuelas teóricas de la administración planteados por Koontz (2000) y Chiavenato (2004). Este primer marco clasificatorio permitió ubicar a las teorías generales de la sociedad y de la administración en

los cuatro paradigmas del conocimiento científico. Este marco puede advertirse en detalle en el cuadro 1.

3. *Selección e integración de un segundo marco clasificatorio de las teorías específicas que expliquen la relación entre empresa y desarrollo sostenible en las teorías generales de la sociedad y de la administración.* La intención de este segundo marco es dejar el nivel teórico general y situarse en el ámbito de las teorías específicas de interés, con el fin de ubicar estas en relación con las teorías generales; para ello se tomaron cuatro trabajos de revisión teórica: el primero, que funcionó como punto de partida, fue el ilustrativo trabajo de la doctora Judith Walls en el seminario doctoral Management Research in Sustainability, de la John Molson School of Business en la Universidad Concordia, en Canadá (2011), marco que se complementó con los elementos y características de las teorías que incluyen el concepto del desarrollo sostenible en el ámbito empresarial, en las revisiones de Gladwin, Kennelly y Krause (1995), Garriga y Melé (2004) y Etzion (2007). Este segundo marco clasificatorio permitió identificar las similitudes, diferencias, fundamentos y nociones sobre desarrollo sostenible distintivos en cada perspectiva teórica específica y puede observarse minuciosamente en el cuadro 2.
4. *Revisión, análisis y selección de artículos publicados en el ámbito del objeto de interés.* Para obtener información detallada respecto a las perspectivas teóricas y elegir trabajos que funcionaran como ejemplo o ilustración de cada una, se optó por centrar la búsqueda en artículos de revistas científicas de mayor impacto en el tema de turismo, ocio, hospitalidad y deportes, lo que incidió en que principalmente se tratara de obras publicadas en lengua inglesa.
5. *Análisis y ubicación de las perspectivas teóricas identificadas en los marcos específico y general integrados.* Una vez seleccionados los trabajos, se ubicaron en los marcos desarrollados con fines clasificatorios.

De manera sintética puede afirmarse que el procedimiento seguido para realizar el análisis fue iterativo entre búsqueda, reflexión, síntesis y deducción, tomando como coordenadas de referencia los trabajos de revisión teórica publicados sobre las teorías sociales (Alexander, 1987; Ritzer, 1993), las teorías administrativas (Koontz, 2000; Chiavenato, 2004) y las perspectivas teóricas del desarrollo sostenible en el ámbito empresarial (Gladwin, Kennelly y Krause, 1995; Garriga y Melé, 2004; Etzion, 2007).

### 3. HALLAZGOS Y DISCUSIÓN

El presente apartado muestra los hallazgos divididos en tres partes: de los más generales a los más específicos. En la primera se describen las relaciones entre teorías sociales generales y teorías generales de la administración, enmarcadas en los paradigmas del conocimiento



científico: positivismo, marxismo, hermenéutico y los paradigmas posmodernos. En la segunda parte se exponen las tres perspectivas teóricas principales que abordan la relación empresa-desarrollo sostenible, así como otras perspectivas minoritarias encontradas en los artículos académicos analizados, enmarcadas en las teorías generales de la sociedad y de la administración. Para cada perspectiva teórica se consigna la noción sobre desarrollo sostenible que la caracteriza y se ofrecen ejemplos de estudios aplicados a empresas y organizaciones turísticas. En la tercera parte se presenta, a manera de síntesis, la evolución de la idea de desarrollo sostenible en relación con la empresa turística en el marco de las teorías administrativas y sociales.

### *3.1 Enfoques filosóficos, teorías sociales y teorías de la administración*

Los cuatro enfoques filosóficos que orientan la mayor parte de la producción teórica en ciencias sociales son el positivista, el hermenéutico, el crítico y el posmoderno, los cuales difieren, de acuerdo con Ritzer (1993), Ritzer, Zhao y Murphy (2001) y Alexander (1987), tanto en sus propósitos y resultados –orientación teleológica–, en los procesos metodológicos que siguen para producir conocimiento sobre la sociedad, como en la posición epistemológica que sostienen respecto a las formas posibles para acceder al conocimiento “verdadero” de la sociedad, sus elementos y relaciones entre ellos y con los elementos físicos de la naturaleza. Según puede revisarse en el cuadro 1, estos enfoques sustentan las diversas teorías de nivel general –nivel II en la figura 1– de la sociedad, así como distintas teorías de nivel específico en el campo de estudio de la sociología y en el de los estudios organizacionales –nivel I con sus dimensiones A, B y C de la figura 1– (véase cuadro 1).

En el enfoque positivista, las teorías generales se orientan a la búsqueda de explicaciones causales de la realidad social, mediante el diseño y perfeccionamiento de herramientas cuantitativas aplicadas desde la lógica del método hipotético-deductivo. Este enfoque se funda en el supuesto de que la objetividad del investigador, y en general de la ciencia, es lo que asegura su conocimiento verdadero de la realidad, de la cual forman parte tanto la naturaleza como la sociedad, a las que identifica como objetos. La presencia del investigador en el estudio de los objetos sociales, naturales o mixtos no debe influirlos, pues lo que se busca es conocerlos para explicarlos y ampliar, perfeccionar o transformar la teoría.

En la práctica académica, el enfoque positivista es el que más ha influido en las teorías específicas del ámbito organizacional. De hecho puede afirmarse que analizar la evolución de las teorías organizacionales en la práctica significa analizar la evolución del positivismo en las teorías organizacionales, que han transitado de formas muy próximas al positivismo clásico de Durkheim, en las teorías clásica de la administración, de las relaciones humanas, conductual y de la ciencia de la administración, a las teorías influidas por posturas posmodernas pero que bien pueden clasificarse como neopositivistas, las teorías neoclásica de la administración, de los roles administrativos, de la elección racional, del comportamiento interpersonal, de los sistemas sociotécnicos y de los sistemas sociales cooperativos, de los recursos y capacidades de la empresa, de la ventaja competitiva, operacional, de los

**CUADRO 1. Enfoques filosóficos, teorías sociales generales  
y teorías organizacionales específicas**

Enfoque	Positivista	Crítico	Hermenéutico	Posmoderno
Autores de teoría social clásicos e influyentes	Durkheim, Parsons, Homans, Blau, Emerson, Coleman, Merton, Wellman, Burt, Turner, Putnam	Marx, Horkheimer y Adorno, Habermas, Simmel	Weber, Luckmann, Geertz	Luhman, Bourdieu, Latour, Goffman, Berger y Luckmann
Propósitos de las teorías sociales en cada enfoque	Explicar la realidad mediante leyes universales	Buscar la justicia social	Interpretar los significados intersubjetivos	Construir narrativas locales
Procesos metodológicos de las teorías sociales en cada enfoque	Cuantitativos con enfoque hipotético-deductivo	Praxis social con enfoque dialéctico	Cualitativos con enfoque interpretativo	Mixtos con enfoques mixtos
Formas de acceder al estudio de la relación sociedad-naturaleza	Objetividad del investigador no influye en la realidad	Subjetividad ideológica del investigador determina su postura	Subjetividad cultural media el estudio de la realidad	Objetividad limitada a lo no humano, subjetividad reflexiva
Escuelas de pensamiento administrativo vinculadas con cada enfoque	Clásica, neoclásica, relaciones humanas, estructuralista, conductual	Conflicto	Burocracia	Sistemas, contingencial y situacional
Autores influyentes de las escuelas de pensamiento administrativo	Taylor y Fayol, Gantt, Mayo, Tannenbaum, Drucker, Etzion, Barnard, Mintzberg, Koontz, Porter	Schumpeter, Collins	Weber	Katz, Kahn, Thompson
Algunas teorías organizacionales específicas vinculadas con cada enfoque	Ciencia de la administración, elección racional, roles administrativos, comportamiento interpersonal, sistemas sociotécnicos, sistemas sociales cooperativos, operacional, recursos y capacidades	Conflicto, noción política de la responsabilidad social empresarial, emprendedurismo social	Comportamiento de grupos, clima organizacional	Sistemas complejos, enfoque de casos, contingencia, neoinstitucional, simbiosis industrial, emprendedurismo, capital social, campos de acción estratégica

(continúa)

**CUADRO 1. Enfoques filosóficos, teorías sociales generales y teorías organizacionales específicas (finaliza)**

Enfoque	Positivista	Crítico	Hermenéutico	Posmoderno
Algunas teorías organizacionales específicas vinculadas con cada enfoque	de la empresa, ventaja competitiva, <i>stakeholders</i> , institucional, responsabilidad social empresarial, comportamiento planeado, intercambio social, capital humano, redes sociales			

Notas: \* Los autores sociales se ubican a partir de las revisiones de Giddens y Turner (1998), Turner (2001), Ritzer (1993) y Giménez (1997).

\*\* Los autores organizacionales se ubican a partir de las revisiones de Koontz (2000) y Chiavenato (2004).

Fuente: Elaboración propia.

*stakeholders*, institucional, del comportamiento planeado, del intercambio social y la del capital humano, como las principales o más influyentes en el pensamiento organizacional y administrativo contemporáneo.

El resto de los enfoques ha incidido en menor medida en la generación de teorías influyentes en el ámbito de los estudios organizacionales, sin embargo, pueden identificarse algunas con las características de cada uno de los tres enfoques.

En el enfoque hermenéutico, las teorías generales en las ciencias sociales se orientan a buscar la interpretación de los significados intersubjetivos o colectivos producidos por las distintas sociedades en diferentes momentos y espacios; su proceder metodológico es esencialmente cualitativo con enfoque interpretativo; sus seguidores más ortodoxos se oponen por completo al proceder del método hipotético-deductivo y cuestionan el valor intrínseco del uso de herramientas cuantitativas, puesto que aseguran que la objetividad es una condición inalcanzable para el investigador, quien introduce su propia subjetividad producida socioculturalmente en su actividad como tal. Para este enfoque, la sociedad y la cultura median todo esfuerzo por comprender la realidad, por lo que todo estudio, sea del tema del que se trate, se torna en un estudio social, de manera que la naturaleza nunca es directamente accesible para su estudio. La teoría que ha sido influyente en los estudios organizacionales fue planteada por Max Weber, a quien se considera un autor clásico y fundacional de este enfoque en las teorías generales de la sociedad, la teoría de la burocracia, la cual al paso de los años ha logrado influir a su vez a las teorías del comportamiento de grupo y del clima organizacional.

En el enfoque crítico, las teorías generales de las ciencias sociales buscan la justicia social

y la emancipación del ser humano; su proceder metodológico se centra fundamentalmente en la praxis social con enfoque de método dialéctico. En este enfoque, la subjetividad ideológica del investigador debe proveerlo de una conciencia de clase que determina su posición al estudiar la realidad, en la que reconoce que la acción humana transforma la realidad, ya sea natural, social o ambas, siempre en beneficio de unos cuantos individuos, lo cual produce un conflicto intrínseco que debe ser resuelto por la propia acción humana, lo que entonces se torna en el principal objetivo de todo investigador.

Si bien en el ámbito de los estudios sociales este enfoque ha sido prolífico en planteamientos teóricos específicos como las teorías de los integrantes de la llamada Escuela de Frankfurt, del conflicto, del sistema mundial, de la acción colectiva, de la agencia, del feminismo, del ecologismo, entre otras, no lo ha sido tan intensamente en el campo de los estudios organizacionales, en el cual sin embargo pueden identificarse la teoría de la influencia de la innovación en los ciclos económicos y recientemente la concepción política de la RSE, y la del emprendedurismo sostenible.

En el denominado enfoque posmoderno, no se puede hablar de homogeneidad en los planteamientos teóricos generales de la sociedad, más allá de su postura enfrentada a las ideas de modernidad y progreso, así como al abandono de las visiones rígidas unidisciplinarias o la ortodoxia en las metodologías de los estudios sociales. No obstante, puede afirmarse que existe coincidencia en la búsqueda por construir narrativas locales y en el uso de metodologías mixtas, con enfoques mixtos provenientes de o confrontados con los planteamientos modernos antes descritos.

En el enfoque posmoderno, las teorías tienden a reconocer la posibilidad de abordar con cierto grado limitado de objetividad el estudio de la realidad no humano y a considerar que la reflexividad respecto a la propia subjetividad del investigador y su proceder inciden en lo investigado, ya se trate de la naturaleza o de la sociedad. Este enfoque ha influido el pensamiento teórico específico organizacional, particularmente en las teorías sistémica de la organización, contingencial y situacional, de los sistemas complejos, del enfoque de casos, neoinstitucional, de la simbiosis industrial, del emprendedurismo, del capital social y de los campos estratégicos.

### *3.2 Perspectivas teóricas de la relación empresa turística-desarrollo sostenible*

El turismo es concebido como un campo de estudio de distintas disciplinas (Jafari, 2001; Tribe y Liburd, 2016) y por tanto abordado desde las teorías producidas en los campos disciplinares y con los métodos y herramientas que en ellas se desarrollan (Tribe, 2000, 2001, 2006); en ese sentido, el estudio de las organizaciones turísticas es consistente con las teorías y enfoques expresados en el cuadro 1. También hay paralelismo en los enfoques teóricos que permiten estudiar de manera vinculada a las organizaciones turísticas con la naturaleza: los estudios empíricos realizados sobre este tema están debidamente enmarcados en los planteamientos teóricos desarrollados para analizar la relación organización-naturaleza. En el cuadro 2 se puede observar de manera sintética lo que se ha encontrado al respecto tomando como marco para la clasificación teórica las revisiones

efectuadas sobre el tema de desarrollo sostenible en el mundo empresarial por Gladwin et al. (1995), Hilliard (2004), Garriga y Melé (2004), Etzion (2007), Lee (2008), Walls (2011) y Walls y Paquin (2015).

Son tres las teorías más influyentes en los estudios del ámbito empresarial cuando se involucra la relación con el entorno natural y el desarrollo sostenible: 1) la teoría de las capacidades y recursos de la organización, 2) la teoría de la responsabilidad social empresarial –RSE– y 3) la teoría de las distintas perspectivas –teorías de los *stakeholders*–. Hay algunas otras perspectivas teóricas, agrupadas en la última columna del cuadro 2 que, si bien no han sido tan influyentes en el desarrollo de la investigación como las tres primeras, han hecho aportaciones innovadoras con posibilidades de desarrollo futuro, como las teorías de: 4.1) ética de la acción empresarial, 4.2) noción política de la RSE, 4.3) simbiosis industrial, 4.4) campos estratégicos de acción, 4.5) actor-red y 4.6) emprendedurismo sostenible.

Las tres principales fuentes teóricas están íntimamente vinculadas desde su origen, por lo que pueden considerarse en conjunto como la corriente más importante del pensamiento académico –*mainstream*– cuando se trata de abordar la relación de la organización con su entorno natural y el desarrollo sostenible. Es notorio asimismo que, como ha sido señalado por más de un autor (Garriga y Melé, 2004; Lee, 2008), las tres teorías son distintas perspectivas de una misma noción que les es constitutiva: la idea de que la orga-

**CUADRO 2. Teorías en la relación organización-naturaleza y referencias a estudios en empresas turísticas**

Teorías organizacionales	Teorías de las capacidades y recursos de la organización	Teorías de la responsabilidad social empresarial	Teorías de las distintas perspectivas	Otras teorías
Autores de las teorías originales	Hart (1995, 1997), Hart y Christensen (2002), Prahalad y Hammond (2002), Varadarajan y Menon (1988)	Freeman (1994), Donaldson y Preston (1995), Phillips et al. (2003), Donaldson y Dunfee (1994), Matten y Crane (2005)	Mitchell, Agle y Wood (1997), Agle, Mitchell y Sonnenfeld (1999), Rowley (1997), Carroll (1979), Wartick y Cochrane (1985), Wood (1991), Swanson (1995)	Chertow (2000), Korhonen (2004), Mair y Martí (2006), Austin, Stevenson y Wei-Skillern (2006), Gladwin et al. (1995), Kaku (1996), Dunalp y Van Liere (2008), Scherer y Palazzo (2007), Fligstein y McAdam (2011), Latour (2005)
Noción de la relación organización-naturaleza y el desarrollo sostenible	La naturaleza provee de ciertos recursos que pueden ser aprovechados de manera eficaz y eficiente	La organización es responsable de lo que sucede en su entorno social y natural	El cuidado de la naturaleza es finalidad de más de uno de los <i>stakeholders</i> y, por lo tanto, de la empresa	El desarrollo sostenible y la conservación de los recursos presentan mayor centralidad en los objetivos organizacionales

(continúa)

**CUADRO 2. Teorías en la relación organización-naturaleza y referencias a estudios en empresas turísticas (finaliza)**

Teorías organizacionales	Teorías de las capacidades y recursos de la organización	Teorías de la responsabilidad social empresarial	Teorías de las distintas perspectivas	Otras teorías
Resultados esperados de la relación con la naturaleza y el desarrollo sostenible	Ventaja competitiva sostenible mediante el uso racional de los recursos naturales	Conservación de la naturaleza como valor agregado para la empresa	El desarrollo sustentable es objetivo de la empresa al serlo de los <i>stakeholders</i>	Conservación, equidad, justicia como valores organizacionales
Teorías organizacionales con las que se asocia o se fundamenta	Ventaja competitiva, institucional, capital humano	Neoclásica, roles administrativos, operacional, neoinstitucional, situacional	Neoclásica, situacional, redes sociales, neoinstitucional	Simbiosis industrial, emprendedurismo sustentable, ética de la acción empresarial, noción política de la RSE, campos estratégicos de acción, actor-red
Enfoque filosófico que le enmarca	Positivismo	Neopositivismo, posmoderno	Neopositivismo, posmoderno	Crítico, posmoderno
Dimensiones que aborda	Organizacional, interorganizacional y entorno-organización	Organizacional y entorno-organización	Interorganizacional y entorno-organización	Organizacional, interorganizacional o entorno-organización
Algunos estudios en el ámbito de las organizaciones turísticas	Flagestad y Hope (2001), Rivera (2002), Inoue y Lee (2011), Claver-Cortés, Molina Azorín, Pereira-Moliner y López-Gamero (2007), García Rodríguez y Armas Cruz (2007), Ayuso (2006)	Holcomb, Upchurch y Okumus (2007), Henderson (2007), Rivera y De Leon (2004), Rivera (2004), Erkuş-Öztürk y Eraydın (2010), Kasim (2006), Goodall (1995), Grimstad (2011), Sánchez-Fernández, Vargas-Sánchez y Remoaldo (2014)	Sautter y Leisen (1999), Sheehan y Ritchie (2005), Byrd (2007), Byrd, Bosley y Dronberger (2009), Céspedes-Lorente, De Burgos-Jiménez y Álvarez-Gil (2003)	Viken et al. (2011), Lucchetti y Arcese (2014), Crnogaj, Rebernik, Bradac Hojnik y Omerzel Gomezelj (2014), Foley (2008), Graci y Dodds (2008), Chow y Chen (2012), El Dief y Font (2012), Pomeroy, Noble y Johnson (2011), Pillmayer y Scherle (2014), Jaafar, Tuan Lonik, Shah Nordin y Abdullah (2014), Erkuş-Öztürk y Terhorst (2010), Høegh-Guldberg y Fuglsang (2002), Van der Duim (2007), Paget, Dimanche y Mounet (2010), Rodger, Moore y Newsome (2009), Van der Duim y Caalders (2008)

Fuente: Elaboración propia.

nización tiene responsabilidades sociales que van más allá de generar riqueza o empleos.

Esta idea que se insinúa de manera incipiente en un trabajo de Bowen (1953), durante años apareció poco en la literatura, salvo por un influyente trabajo de 1970 (Wallich y McGowan, 1970), aunque no tuvo mayores efectos sino hasta la siguiente década. En los ochenta, la temática a discusión se centraba en plantear cómo hacer rentable para las organizaciones invertir en tecnologías y procesos ecológicos, “verdes”, o amistosos con el ambiente. Entonces la idea de que la empresa puede aprovechar sus recursos y capacidades para conseguir una ventaja competitiva hizo propia la ocasión de asumir su responsabilidad frente a la sociedad en aras de alcanzar una mejor posición frente a la competencia. En consecuencia, en la década de los noventa se institucionalizó el reconocimiento de la RSC ramificada en dos vertientes: 1) la responsabilidad a cargo de la alta dirección de la propia organización: teoría de la RSC, y 2) en corresponsabilidad con las partes interesadas: teoría de los *stakeholders*. Se puede afirmar, comprendiendo esta sucesión cronológica, que la evolución de las tres teorías es también la evolución de la teoría de la RSE (Garriga y Melé, 2004): en ese marco se han desarrollado estudios que involucran a empresas turísticas.

### 3.2.1 Teoría de las capacidades y recursos de la empresa

La teoría de las capacidades y recursos de la empresa, la primera en incorporarse a la corriente principal teórica de las organizaciones, tiene una orientación instrumental, en la cual la organización se vincula con los recursos como medio para alcanzar objetivos económicos, por ello interpreta las acciones sociales de la empresa como un medio más para lograr sus objetivos, ya sea obtener ventaja competitiva (Hart, 1995; Prahalad y Hammond, 2002) o desarrollar relaciones públicas con fines de *marketing* (Varadarajan y Menon, 1988). Específicamente, las acciones centradas en la conservación o manejo racional de los recursos naturales que se encuentran más vinculadas con la idea del desarrollo sostenible (Aragon-Correa y Sharma, 2003; Christmann, 2000; Johnson y Greening, 1999; Sharma y Vredenburg, 1998) son de interés organizacional dado que la naturaleza provee recursos que pueden ser aprovechados de manera eficaz y eficiente para alcanzar ventajas competitivas, sostenibles en el largo plazo mediante el uso racional de tales recursos. Esta perspectiva teórica se asocia directamente con las teorías generales organizacionales de la ventaja competitiva, la institucional, y la del capital humano, por lo que su principal enfoque filosófico está en el positivismo. Su interés se ubica en las formas iniciales del ámbito de la dimensión intraorganizacional, publicadas en los noventa y evoluciona hacia el entorno competitivo a finales de la década, con lo que aborda asimismo las dimensiones interorganizacional y entorno-organización.

Con el sustento teórico de los recursos y capacidades de la empresa, se han desarrollado estudios que incluyen o se centran en empresas turísticas. También en esta perspectiva teórica se encuentran diversos trabajos sobre turismo sostenible, por ejemplo los casos de sitios turísticos invernales (Flagestad y Hope, 2001), la certificación de turismo sostenible en Costa Rica (Rivera, 2002), en hoteles (Ayuso, 2006; Claver-Cortés et al.,

2007; García Rodríguez y Armas Cruz, 2007), los efectos en el desempeño financiero de empresas turísticas (Inoue y Lee, 2011) o el desempeño ambiental de los hoteles en un sitio turístico (Mensah y Blankson, 2013).

### 3.2.2 Teoría de la responsabilidad social corporativa (RSC)

La teoría de la RSC, ya identificada claramente como tal, con una orientación neoinstitucional entendida en términos de que la RSC se incorpora formalmente en la estructura organizacional, se consolida desde mediados de la década de los noventa, a partir de los trabajos de Freeman con un enfoque normativo (Donaldson y Preston, 1995; Freeman, 1994; Phillips et al., 2003), con enfoque de contrato social integrativo (Donaldson y Dunfee, 1994), o de ciudadanía de los negocios (Matten y Crane, 2005). Desde estos enfoques, la empresa es considerada responsable de lo que sucede en su entorno social y natural derivado de su acción productiva (Campbell, 2007; Delmas y Toffel, 2004) y se establece como objetivo explícito el desarrollo sostenible, entendido como un valor agregado para la empresa (Bansal, 2005; Jennings y Zandbergen, 1995; Matten y Moon, 2008).

Esta teoría de la RSC encuentra fundamento en las teorías generales organizacionales neoclásica, de los roles administrativos, la operacional, la neoinstitucional y la situacional o de la contingencia, por lo que su marco filosófico es en principio positivista, influido por diversas ideas posmodernas, por lo que su ubicación precisa tendría que ser neopositivista. Las dimensiones de abstracción sobre las cuales centra su interés son la intraorganizacional y la de entorno-organización.

Con fundamento teórico en la perspectiva de la RSE institucionalizada, se han desarrollado estudios que incluyen o se centran en empresas turísticas; de hecho, la gran mayoría de los trabajos sobre turismo sostenible que abordan empíricamente el tema del desarrollo (Hashemkhani Zolfani et al., 2015) lo han hecho sustentados en este enfoque teórico, por ejemplo, aquellos que se interesan en el desarrollo de herramientas para evaluar el desempeño ambiental en empresas turísticas (Goodall, 1995; Kasim, 2006), los que promueven la evaluación voluntaria del desempeño ambiental en centros de esquí (Rivera y De Leon, 2004) o del sector hotelero (Rivera, 2004; Henderson, 2007; Holcomb et al., 2007; Mensah y Blankson, 2013; Sánchez-Fernández et al., 2014), incluso de manera interorganizacional, abordando la gobernanza ambiental en regiones turísticas (Erkuş-Öztürk y Eraydın, 2010; Grimstad, 2011).

### 3.2.3 Teoría de las distintas perspectivas en la RSC

Por su parte, la aquí denominada teoría de las distintas perspectivas o de los *stakeholders* en la RSC incorpora las demandas sociales a los objetivos organizacionales, por lo que el desarrollo sostenible se torna en objetivo de la empresa a partir de los intereses de más de uno de los *stakeholders*. Desde este enfoque teórico, resultan fundamentales una adecuada gestión de *stakeholders* (Mitchell et al., 1997; Rowley, 1997) y una precisa medición del desempeño social corporativo (Carroll, 1979; Swanson, 1995; Wartick y Cochrane, 1985;



Wood, 1991). Además, surgen argumentos para introducir la evaluación de las aportaciones de la empresa al desarrollo sostenible como indicador del desempeño (Hamilton, 1995; Hillman y Keim, 2001), puesto que el desarrollo sostenible se torna objetivo de la empresa al serlo de los *stakeholders* (Buysse y Verbeke, 2003; Henriques y Sadowsky, 1999). Este enfoque teórico se sustenta en las teorías generales organizacionales neoclásica y situacional, y toma ideas de las teorías de las redes sociales y la neoinstitucional, por lo que su fundamento filosófico se enmarca en el neopositivismo y en el ámbito posmoderno. Las dimensiones de abstracción en las que se centra su interés son la interorganizacional y la de entorno-organización.

En esta tercera perspectiva teórica han encontrado fundamento diversos trabajos que incluyen a la industria turística y al turismo sostenible, por ejemplo, como modelo para la planificación del desarrollo interorganizacional (Sautter y Leisen, 1999), la influencia colectiva de las distintas partes interesadas en el entorno medioambiental (Céspedes-Lorente et al., 2003; Sheehan y Ritchie, 2005) o su influencia en el desarrollo sostenible (Byrd, 2007; Byrd et al., 2009; Imran, Alam y Beaumont, 2014).

### **3.2.4 Otras teorías que relacionan a la empresa con su entorno natural y el desarrollo sostenible**

En los estudios organizacionales, las tres posturas teóricas de la corriente principal son las antes expuestas, pero no son las únicas: pueden destacarse algunas más que abordan y enmarcan la relación entre la empresa, su entorno natural y el desarrollo sostenible.

Con fundamento filosófico crítico pueden mencionarse tres: la primera de ellas con enfoque crítico idealista: la teoría de los valores y la acción empresarial (Gladwin et al., 1995; Kaku, 1996), en la cual el desarrollo sostenible es entendido como una utopía y eje de la moral del empresario (Agle et al., 1999; Bansal, 2003; Dunalp y Van Liere, 2008; Swanson, 1995). La segunda encuentra sustento en la Escuela de Frankfurt, representada por Habermas (1994): la propuesta de teoría política de la RSC (Scherer y Palazzo, 2007) introduce la ideología política como eje conductor de la acción empresarial y, por lo tanto, en su razón de ser; y la tercera, más próxima a las ideas económicas poskeynesianas y schumpeterianas de la innovación y el rol del emprendedor en el ámbito local y regional: la del emprendedurismo sostenible (Austin et al., 2006; Mair y Martí, 2006), que plantea que el valor que aporta la empresa para alcanzar el desarrollo sostenible reside en su capacidad de innovación.

Asimismo, con sustento en estos enfoques críticos pueden señalarse algunos trabajos que incluyen empresas turísticas bajo el esquema idealista de los valores del empresario (Chow y Chen, 2012; El Dief y Font, 2012; Graci y Dodds, 2008; Pomeroy et al., 2011), en congruencia con la perspectiva crítica habermasiana (Pillmayer y Scherle, 2014), y en relación con el emprendedurismo sustentable (Crnogaj et al., 2014; Foley, 2008).

Con fundamento filosófico completamente posmoderno se hallan también propuestas teóricas menos difundidas que las descritas: basada en las teorías de los sistemas complejos se encuentra la perspectiva simbiótica de la industria (Chertow, 2000; Korho-

nen, 2004), que propone que las empresas pueden operar de manera organizada, no solo compartiendo recursos, sino encadenando procesos: lo que para unas es residuo para otra puede ser insumo. Desde este enfoque se identificaron dos trabajos, el de Viken et al. (2011) y el de Lucchetti y Arcese (2014), que incluyen empresas turísticas.

Por su parte, con fundamento constructorista de la teoría del actor-red (Latour, 2005), en la cual el medio ambiente se incorpora a la propia actividad organizacional como parte de una red que por sí misma es un actor, se registraron algunos trabajos que abordan empresas turísticas, como los de Van der Duim (2007), Paget et al. (2010), Rodger et al. (2009), y Van der Duim y Caalders (2008).

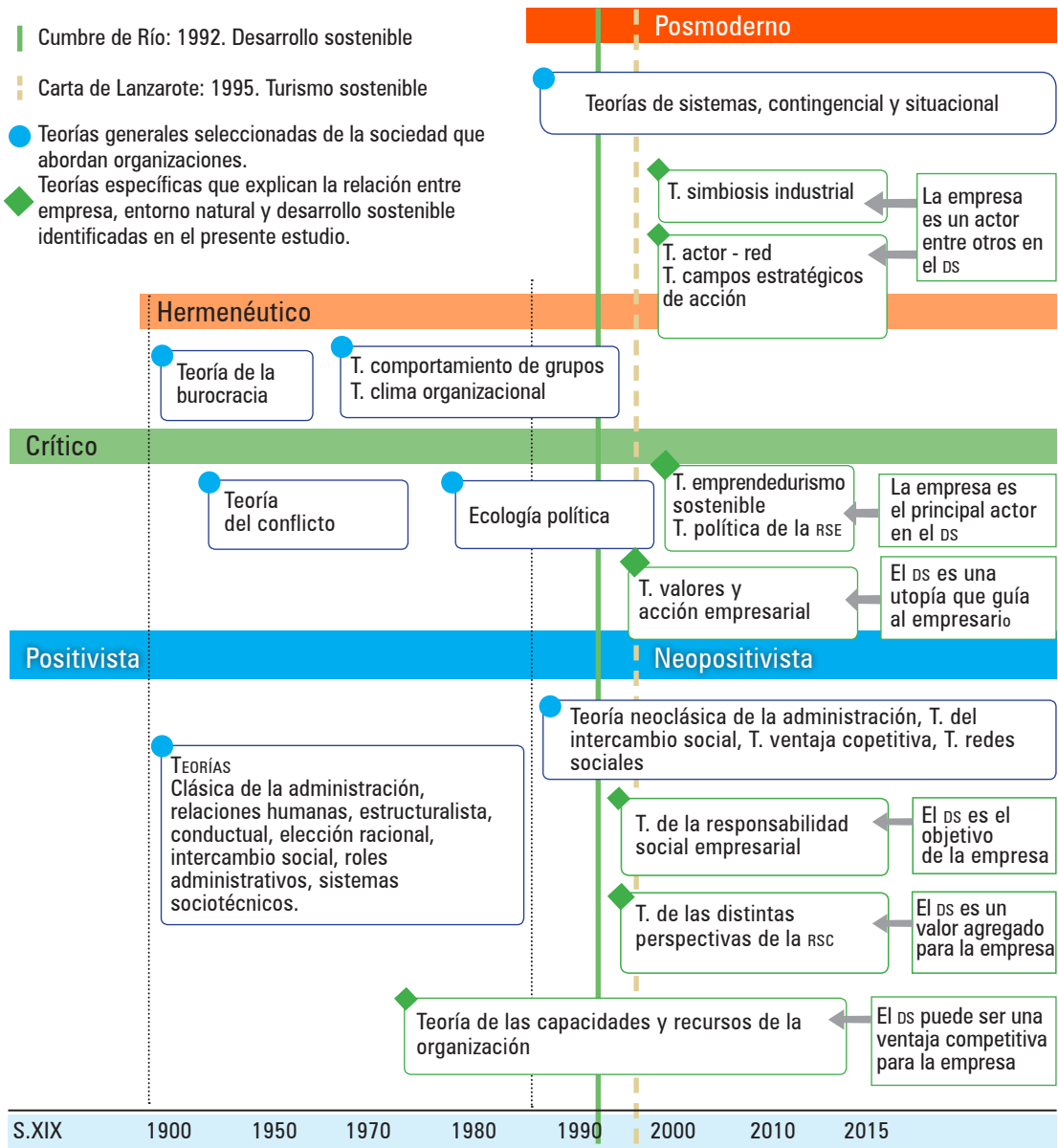
Finalmente, para esta revisión se distinguieron al menos dos trabajos con fundamentos teóricos estructuracionistas, a partir de la teoría de los campos estratégicos de acción (Fligstein y McAdam, 2011): los de Jaafar et al. (2014), y Erkuş-Öztürk y Terhorst (2010). Desde esta perspectiva, las organizaciones se identifican con actores que compiten estratégicamente en un determinado campo de acción, el cual puede o no incluir la búsqueda del desarrollo sostenible.

### *3.3 Ubicación del desarrollo sostenible en relación con la empresa turística en las teorías administrativas y sociales*

A manera de síntesis de este cuarto apartado, puede afirmarse que el estudio de la relación entre empresa turística y desarrollo sostenible se enmarca teóricamente en tres perspectivas principales y varias minoritarias, que encuentran fundamento en las teorías generales de la administración y las teorías generales de la sociedad, que a su vez toman sentido desde cierto paradigma del conocimiento científico, lo cual puede observarse en la línea de tiempo de la figura 2.

La teoría de los recursos y capacidades de la empresa es la primera que da cabida a la noción del desarrollo sostenible, el cual sería un producto indirecto del aprovechamiento óptimo de los recursos naturales, a través del desarrollo y aplicación de capacidades de la empresa o el destino turístico para alcanzar una ventaja competitiva. Como se dijo antes, esta perspectiva tuvo su auge en la literatura administrativa en la década de 1980 y ha seguido desarrollándose sin dejar de ser influyente. Si bien en la propia teoría, particularmente en sus primeros planteamientos, no se menciona como tal al desarrollo sostenible, sí se plantea que las empresas pueden verse beneficiadas en lo financiero encontrando rentabilidad al invertir en tecnología, procedimientos y controles “verdes” o ecológicos.

Desde los años noventa del siglo pasado, y cada vez más, la teoría de la RSE da cabida al concepto de desarrollo sostenible y lo instala entre las condiciones que deben guiar el comportamiento de las empresas y de los empresarios de cualquier destino turístico; constituye un valor agregado a la vista de los turistas actuales y potenciales y una posición favorable ante la sociedad que le acoge. A diferencia de la perspectiva de los recursos y capacidades de la empresa, en la cual el desarrollo sostenible no figura directamente, en esta segunda perspectiva sí se incluye, aunque se le ubica como un concepto que debería incorporarse a la filosofía y políticas que conducen la acción empresarial. Esta es la perspec-



Fuente: Elaboración propia.

FIGURA 2. Línea de tiempo de los enfoques filosóficos, las teorías generales y las teorías específicas que abordan la relación empresa-desarrollo sostenible

tiva que mejor sintetiza el concepto de turismo sostenible defendido por la Organización Mundial del Turismo desde la Carta de Lanzarote (UNWTO, 1995). Con este enfoque, el desarrollo sostenible no forma parte de las responsabilidades de la empresa, pero si se le conduce de manera responsable, sus acciones tendrían posibilidades de influir favorablemente en él.

Por otro lado, la teoría de las distintas perspectivas de la RSC, también surgida en la década de los noventa y que en gran medida coincide con los principios y elementos de la teoría de la RSE, plantea una diferencia importante en cómo incorpora el concepto de desarrollo sostenible, puesto que este se torna en una condición no solo deseable en el actuar de la empresa, sino que constituye uno de sus objetivos al ser de interés de una o más de las partes –*stakeholders*–. Desde este enfoque teórico, las empresas turísticas no únicamente incorporarían al desarrollo sostenible en su cadena de producción como un valor agregado, además sería un objetivo empresarial: la medida de su desempeño al respecto formaría parte de su operación normal. De acuerdo con lo anterior, el desarrollo sostenible se traduce en indicadores observables en políticas, procedimientos y metas, con lo que abandona su carácter filosófico, holístico o integral.

Si bien las perspectivas teóricas minoritarias pueden distinguirse entre ellas, tienen en común enfocar de manera crítica el concepto generalmente aceptado de desarrollo sostenible: partiendo de una redefinición, lo sitúan en relación con la empresa de muy diversos modos, desde la postura de la teoría de los valores y la acción empresarial que le da al concepto una ubicación filosófica y aspiracional; la de las teorías política de la RSC, la perspectiva simbiótica, la del actor-red y la de los campos estratégicos de acción, que ubican a la empresa solo como un elemento en el marco de un desarrollo sostenible que incluye a otros actores; hasta la del emprendedurismo sustentable, que identifica a la empresa como el único actor que puede –y debería– impulsar en la práctica el desarrollo sustentable. No obstante, al tratarse de enfoques teóricos minoritarios, tienen temas y aspectos de su desarrollo pendientes en comparación con lo que se ha trabajado en las tres mayoritarias.

En este sentido, cuando se pretende enmarcar teóricamente un estudio específico en cualquier dimensión y nivel de interés de la relación empresa-desarrollo sostenible, puede ser de utilidad identificar estas relaciones y distancias en aras de comprender mejor las propias teorías y sus aplicaciones empíricas.

#### 4. REFLEXIONES FINALES

En este apartado se exponen algunas consideraciones finales que surgen de los hallazgos presentados y que permiten acotar su alcance y plantear futuras líneas de reflexión e investigación.

Lo primero que salta a la vista es que la mayor parte de los estudios que vinculan a las empresas con su entorno natural y el desarrollo sostenible se han ubicado en marcos teóri-

cos con fundamento filosófico positivista y neopositivista. Esta situación podría explicarse dada la posición hegemónica del positivismo en las ciencias en general, y en particular en las disciplinas económico-administrativas. No obstante, aun con esfuerzos minoritarios, el mundo académico no se ha restringido a esta visión: se ha extendido y ramificado en el propio marco filosófico positivista y hacia otros distintos como el crítico y el posmoderno. Esta reflexión para los estudios organizacionales en general es también aplicable al ámbito de los estudios de empresas turísticas en particular.

Una segunda reflexión es que la corriente principal en los estudios organizacionales que vincula al entorno natural con el desarrollo sostenible toma el enfoque de las teorías de la RSE, en cuatro perspectivas, en orden de primacía por su uso: la teoría institucional de la RSC, la de las capacidades y recursos de la organización, la de las distintas perspectivas de la RSC, y la de los valores y la acción empresarial, lo cual también se observa en los estudios específicamente aplicados en el sector turístico. En este sentido, los autores teóricos más influyentes son los estadounidenses Edward Freeman (Freeman, 1994; Freeman y McVea, 2001; Freeman, Wicks y Parmar, 2004; Harrison y Freeman, 1999; Phillips et al., 2003) y Stuart L. Hart (Hart, 1995, 1997; Hart y Christensen, 2002).

Existen diferencias significativas en el concepto de empresa que cada perspectiva teórica sostiene, pues se le identifica como un colectivo de individuos que libremente se asocian con el interés en común de: *a)* producir riqueza, en la teoría de los recursos y capacidades de la empresa; *b)* producir riqueza de manera responsable ante la sociedad, en la teoría de la RSE, o *c)* impulsar la innovación, en la teoría del emprendedurismo sostenible; o bien se le identifica como un colectivo de individuos que supeditan sus intereses personales a los intereses de la alta dirección, según la teoría de los valores y la acción empresarial; de los diversos *stakeholders*, en la teoría de las partes interesadas de la RSC; de la estructura ideológica del sistema, en la teoría política de la RSC, o los comparten colectivamente a partir del contexto sociocultural, en la teoría del actor-red y en la de los campos estratégicos de acción.

Por su parte, el concepto de desarrollo sostenible se utiliza con diversas acepciones en función de la perspectiva teórica específica, lo cual también es influido por el marco teórico general en el que se ubica y por la postura filosófica del conocimiento científico que le sustenta; fue posible registrar que se le plantea como: *a)* marco moral, en la perspectiva teórica de los valores y la acción empresarial; *b)* postura ideológica, en la perspectiva política de la RSC; *c)* política pública, en la teoría de los recursos y capacidades de la empresa; *d)* estrategia de desarrollo, en la teoría del emprendedurismo sostenible; *e)* fuente de valor para la empresa, en la teoría de la RSE, o incluso *f)* objetivo de los *stakeholders* y meta de desempeño, en la teoría de las partes interesadas en la responsabilidad empresarial.

La relación del desarrollo sostenible con la actividad empresarial también varía en cada perspectiva teórica, desde el extremo de que no se le identifique como algo aplicable, que su aplicabilidad dependerá de la voluntad ética de los empresarios, que no forma parte de los objetivos empresariales directa o indirectamente, o hasta que se le ubique como objetivo de la propia organización, pero se le reinterprete en términos fragmentarios como

conjuntos de indicadores del desempeño de esta.

Si bien es de esperarse que los conceptos de desarrollo sostenible y de empresa, así como de sus relaciones, sean interpretados en función de la perspectiva teórica elegida, pueden encontrarse ciertas coincidencias, particularmente cuando esta se enmarca en relación con otras perspectivas teóricas específicas y con fundamentos teóricos generales de la sociedad y de la administración, y se distinguen rasgos subyacentes que les identifiquen con determinado paradigma del conocimiento científico. Del mismo modo, reconocer los fundamentos teóricos generales y subyacentes de la postura teórica específica de la relación entre desarrollo sostenible y empresa turística favorece la consistencia conceptual, lo que a su vez permitirá seleccionar las técnicas y herramientas metodológicas más pertinentes, acudir de forma directa a las fuentes teóricas que proporcionan sustento, así como reconocer su evolución en el tiempo, identificar proximidades con otros autores y teorías, y quizás también posibles lagunas o vacíos en la fundamentación.

Una reflexión que se desprende de las anteriores es que existe aún mucho trabajo por hacer en el campo de los estudios de organizaciones en el sector turismo y su vinculación con el entorno natural y el desarrollo sostenible, en tres líneas que se proponen de manera sintética como corolario del presente artículo: 1) ampliar y profundizar los trabajos que se fundamenten en las teorías de la corriente principal, en particular en sus formas más recientes, con el fin de contar con información que pueda ser contrastada con la proveniente de estudios realizados en empresas de otros sectores; 2) desarrollar trabajos que se sustenten en marcos teóricos alternativos, con el propósito de enriquecer y retroalimentar el conocimiento no solo en el campo turístico, sino en el de los estudios organizacionales en general, y 3) explorar las posibles bases para desarrollar teorías que se desprendan de los estudios específicamente enfocados a empresas turísticas.

## REFERENCIAS

- Agle, B. R., Mitchell, R. K. y Sonnenfeld, J. A. (1999). Who matters to ceos? An investigation of stakeholder attributes and salience, corporate performance, and ceo values. *Academy of Management Journal*, 42(5), 507-525. doi:<http://doi.org/10.2307/256973>
- Aguilera, R. V., Rupp, D. E., Williams, C. A. y Ganapathi, J. (2007). Putting the S back in corporate social responsibility: A multilevel theory of social change in organizations. *Academy of Management Review*, 32(3), 836-863. doi:<http://doi.org/10.5465/AMR.2007.25275678>
- Alexander, J. C. (1987). *Twenty Lectures: Sociological Theory since World War II*. Nueva York, Estados Unidos: Columbia University Press.
- Aragon-Correa, J. A. y Sharma, S. (2003). A contingent resource. Based view of proactive corporate environmental strategy. *Academy of Management Review*, 28(1), 71-88. doi:<http://doi.org/10.5465/AMR.2003.8925233>
- Austin, J., Stevenson, H. y Wei-Skillern, J. (2006). Social and commercial entrepreneurship: Same, different, or both? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(1), 1-22. doi:<http://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2006.00107.x>

- Ayuso, S. (2006). Adoption of voluntary environmental tools for sustainable tourism: Analysing the experience of Spanish hotels. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 13(4), 207-220. doi:<http://doi.org/10.1002/csr.103>
- Bansal, P. (2003). From issues to actions: The importance of individual concerns and organizational values in responding to natural environmental issues. *Organization Science*, 14(5), 510-527.
- Bansal, P. (2005). Evolving sustainably: A longitudinal study of corporate sustainable development. *Strategic Management Journal*, 26(3), 197-218. doi:<http://doi.org/10.1002/smj.441>
- Bigné, J., Alcañiz, J., Font, X. y Aulet, X. (2000). *Marketing de los destinos turísticos: análisis y estrategias de desarrollo*. Madrid, España: ESIC Editorial.
- Bowen, H. R. (1953). *Social Responsibilities of the Businessman*. Nueva York, Estados Unidos: Harper.
- Bramwell, B. (2015). Theoretical activity in sustainable tourism research. *Annals of Tourism Research*, 54, 204-218. doi:<https://doi.org/10.1016/j.annals.2015.07.005>
- Butler, R. W. (1999). Sustainable tourism: A state of the art review. *Tourism Geographies*, 1(1), 7-25. doi:<https://doi.org/10.1080/14616689908721291>
- Buysse, K. y Verbeke, A. (2003). Proactive environmental strategies: A stakeholder management perspective. *Strategic Management Journal*, 24(5), 453-470. doi:<http://doi.org/10.1002/smj.299>
- Byrd, E. T. (2007). Stakeholders in sustainable tourism development and their roles: Applying stakeholder theory to sustainable tourism development. *Tourism Review*, 62(2), 6-13. doi:<http://doi.org/10.1108/16605370780000309>
- Byrd, E. T., Bosley, H. E. y Dronberger, M. G. (2009). Comparisons of stakeholder perceptions of tourism impacts in rural eastern North Carolina. *Tourism Management*, 30(5), 693-703. doi:<http://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.10.021>
- Campbell, J. L. (2007). Why would corporations behave in socially responsible ways? An institutional theory of corporate social responsibility. *Academy of Management Review*, 32(3), 946-967. doi:<http://doi.org/10.5465/AMR.2007.25275684>
- Carroll, A. B. (1979). Three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of Management*, 4(4), 497-505. doi:<http://doi.org/10.5465/AMR.1979>
- Céspedes-Lorente, J., Burgos-Jiménez, J. de y Álvarez-Gil, M. J. (2003). Stakeholders' environmental influence. An empirical analysis in the Spanish hotel industry. *Scandinavian Journal of Management*, 19(3), 333-358. doi:[http://doi.org/10.1016/S0956-5221\(02\)00034-9](http://doi.org/10.1016/S0956-5221(02)00034-9)
- Chertow, M. R. (2000). Industrial symbiosis: Literature and taxonomy. *Annual Review of Energy and the Environment*, 25(1), 313-337. doi:<http://doi.org/10.1146/annurev.energy.25.1.313>
- Chiavenato, I. (2004). *Introducción a la teoría general de la administración* (7ª ed.). Ciudad de México, México: McGraw-Hill.
- Chow, W. S. y Chen, Y. (2012). Corporate sustainable development: Testing a new scale based on the mainland chinese context. *Journal of Business Ethics*, 105(4), 519-533. doi:<http://doi.org/10.1007/s10551-011-0983-x>

- Christmann, P. (2000). Effects of “best practices” of environmental management on cost advantage: The role of complementary assets. *Academy of Management Journal*, 43(4), 663-680. doi:http://doi.org/10.2307/1556360
- Claver-Cortés, E., Molina-Azorín, J. F., Pereira-Moliner, J. y López-Gamero, M. D. (2007). Environmental strategies and their impact on hotel performance. *Journal of Sustainable Tourism*, 15(6), 663-679. doi:http://doi.org/10.2167/jost640.0
- Crnogaj, K., Rebernik, M., Bradac Hojnik, B. y Omerzel Gomezelj, D. (2014). Building a model of researching the sustainable entrepreneurship in the tourism sector. *Kybernetes*, 43(3/4), 377-393. doi:http://doi.org/10.1108/K-07-2013-0155
- Delmas, M. y Toffel, M. W. (2004). Stakeholders and environmental management practices: An institutional framework. *Business Strategy and the Environment*, 13(4), 209-222. doi:http://doi.org/10.1002/bse.409
- Donaldson, T. y Dunfee, T. W. (1994). Toward a unified conception of business ethics: Integrative social contracts theory. *Academy of Management Review*, 19(2), 252-284. doi:http://doi.org/10.5465/AMR.1994.9410210749
- Donaldson, T. y Preston, L. E. (1995). The stakeholder theory of the corporation: Concepts, evidence and implications. *Academy of Management Review*, 20(1), 65-91. doi:http://doi.org/10.5465/AMR.1995.9503271992
- Duim, R. van der (2007). Tourismscapes an actor-network perspective. *Annals of Tourism Research*, 34(4), 961-976.
- Duim, R. van der y Caalders, J. (2008). Tourism chains and pro-poor tourism development: An actor-network analysis of a pilot project in Costa Rica. *Current Issues in Tourism*, 11(2), 109-125. doi:http://doi.org/10.2167/cit312.0
- Dunalp, R. E. y Liere, K. D. van (2008). The “new environmental paradigm”. *The Journal of Environmental Education*, 40(1), 19-28. doi:http://doi.org/10.3200/JOEE.40.1.19-28
- El Dief, M. y Font, X. (2012). Determinants of environmental management in the Red Sea hotels: Personal and organizational values and contextual variables. *Journal of Hospitality y Tourism Research*, 36(1), 115-137. doi:http://doi.org/10.1177/1096348010388657
- Erkuş-Öztürk, H. y Eraydın, A. (2010). Environmental governance for sustainable tourism development: Collaborative networks and organisation building in the Antalya tourism region. *Tourism Management*, 31(1), 113-124. doi:http://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.01.002
- Erkuş-Öztürk, H. y Terhorst, P. (2010). Variety of modes of governance of a global value chain: The case of tourism from Holland to Turkey. *Tourism Geographies*, 12(2), 217-245. doi:http://doi.org/10.1080/14616681003725193
- Etzion, D. (2007). Research on organizations and the natural environment, 1992-Present: A review. *Journal of Management*, 33(4), 637-664. doi:http://doi.org/10.1177/0149206307302553
- Farrell, B. y Twining-Ward, L. (2005). Seven steps towards sustainability: Tourism in the context of new knowledge. *Journal of Sustainable Tourism*, 13(2), 109-122. doi:http://doi.org/10.1080/09669580508668481
- Flagestad, A. y Hope, C. A. (2001). Strategic success in winter sports destinations: A sustainable value creation perspective. *Tourism Management*, 22(5), 445-461. doi:http://doi.org/10.1016/S0261-5177(01)00010-3



- Fligstein, N. y McAdam, D. (2011). Toward a general theory of strategic action fields. *Sociological Theory*, 29(1), 1-26. doi:<http://doi.org/10.1111/j.1467-9558.2010.01385.x>
- Foley, D. (2008). What determines the bottom line for Māori tourism SMEs? *Small Enterprise Research*, 16(1), 86-97. doi:<http://doi.org/10.5172/ser.16.1.86>
- Freeman, C. y Soete, L. (1997). *The Economics of Industrial Innovation* (3ª ed.). Londres, Inglaterra: Routledge.
- Freeman, R. E. (1994). The politics of stakeholder theory: Some future directions. *Business Ethics Quarterly*, 4(4), 409-421.
- Freeman, R. E. y McVea, J. (2001). *A stakeholder approach to strategic management*.
- Freeman, R. E., Wicks, A. y Parmar, B. (2004). Stakeholder theory and the corporate objective revisited. *Organization Science*, 15, 364-369.
- García Rodríguez, F. J. y Armas Cruz, Y. del M. (2007). Relation between social-environmental responsibility and performance in hotel firms. *International Journal of Hospitality Management*, 26(4), 824-839. doi:<http://doi.org/10.1016/j.ijhm.2006.08.003>
- Garriga, E. y Melé, D. (2004). Corporate social responsibility theories: Mapping the territory. *Journal of Business Ethics*, 53(1/2), 51-71. doi:<http://doi.org/10.1023/B:BUSI.0000039399.90587.34>
- Giddens, A. y Turner, J. (1998). *La teoría social, hoy*. Alianza Editorial.
- Giménez, G. (1997). Materiales para una teoría de las identidades sociales. *Frontera Norte*, 9, 9-28.
- Gladwin, T. N., Kennelly, J. J. y Krause, T. (1995). Shifting paradigms for sustainable development: Implications for management theory and research. *Academy of Management Review*, 20(4), 874-907.
- Goodall, B. (1995). Environmental auditing: A tool for assessing the environmental performance of tourism firms. *The Geographical Journal*, 161(1), 29. doi:<http://doi.org/10.2307/3059925>
- Graci, S. y Dodds, R. (2008). Why go green? The business case for environmental commitment in the Canadian hotel industry. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 19(2), 250-270. doi:<http://doi.org/10.1080/13032917.2008.9687072>
- Grimstad, S. (2011). Developing a framework for examining business-driven sustainability initiatives with relevance to wine tourism clusters. *International Journal of Wine Business Research*, 23(1), 62-82. doi:<http://doi.org/10.1108/1751106111121416>
- Habermas, J. (1994). *Teoría de la acción comunicativa: complementos y estudios previos*. Madrid, España: Cátedra.
- Hamilton, J. T. (1995). Pollution as news: Media and stock market reactions to the toxics release inventory data. *Journal of Environmental Economics and Management*, 28(1), 98-113. doi:<http://doi.org/10.1006/jeeem.1995.1007>
- Hardy, A., Beeton, R. J. S. y Pearson, L. (2002). Sustainable tourism: An overview of the concept and its position in relation to conceptualisations of tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 10(6), 475-496. doi:<https://doi.org/10.1080/09669580208667183>
- Harrison, J. S. y Freeman, R. E. (1999). Stakeholders, social responsibility, and performance: Empirical evidence and theoretical perspectives. *Academy of Management Journal*, 42(5), 479-485. doi:<http://doi.org/10.2307/256971>

- Hart, S. L. (1995). A natural-resource-based view of the firm. *Academy of Management Review*, 20(4), 986-1014. doi:http://doi.org/10.5465/AMR.1995.9512280033
- Hart, S. L. (1997). Beyond greening: Strategies for a sustainable world. *Harvard Business Review*, 66(11), 1-10.
- Hart, S. L. y Christensen, C. M. (2002). The great leap: Driving innovation from the base of the pyramid. *MITSloan Management Review*, 44(1), 51-56.
- Hashemkhani Zolfani, S., Sedaghat, M., Maknoon, R. y Zavadskas, E. K. (2015). Sustainable tourism: A comprehensive literature review on frameworks and applications. *Economic Research-Ekonomiska Istraživanja*, 28(1), 1-30. doi:https://doi.org/10.1080/1331677X.2014.995895
- Henderson, J. C. (2007). Corporate social responsibility and tourism: Hotel companies in Phuket, Thailand, after the Indian Ocean tsunami. *International Journal of Hospitality Management*, 26(1), 228-239. doi:http://doi.org/10.1016/j.ijhm.2006.02.001
- Henriques, I. y Sadorsky, P. (1999). The relationship between environmental commitment and managerial perceptions of stakeholder importance. *Academy of Management Journal*, 42(1), 87-99. doi:http://doi.org/doi: 10.2307/256876
- Hilliard, R. (2004). Conflicting views: Neoclassical, porterian, and evolutionary approaches to the analysis of the environmental regulation of industrial activity. *Journal of Economic Issues*, 38(2), 509-517. doi:http://doi.org/10.1080/00213624.2004.11506712
- Hillman, A. J. y Keim, G. D. (2001). Shareholder value, stakeholder management, and social issues: What's the bottom line? *Strategic Management Journal*, 22(2), 125-139. doi:http://doi.org/10.1002/1097-0266(200101)22:2<125::AID-SMJ150>3.0.CO;2-H
- Høegh-Guldberg, O. y Fuglsang, L. (2002). Towards a multi-level framework of collaborative innovation in tourism. En *European Association for Research on Services Conference* (pp. 1-20). Copenhagen, Dinamarca: European Association for Research on Services.
- Holcomb, J. L., Upchurch, R. S. y Okumus, F. (2007). Corporate social responsibility: What are top hotel companies reporting? *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 19(6), 461-475. doi:http://doi.org/10.1108/09596110710775129
- Hunter, C. J. (1995). On the need to reconceptualise sustainable tourism development. *Journal of Sustainable Tourism*, 3(3), 155-165. doi:https://doi.org/10.1080/09669589509510720
- Imran, S., Alam, K. y Beaumont, N. (2014). Environmental orientations and environmental behaviour: Perceptions of protected area tourism stakeholders. *Tourism Management*, 40, 290-299. doi:http://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.07.003
- Inoue, Y. y Lee, S. (2011). Effects of different dimensions of corporate social responsibility on corporate financial performance in tourism-related industries. *Tourism Management*, 32(4), 790-804. doi:http://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.06.019
- Jaafar, M., Tuan Lonik, K. A., Shah Nordin, A. O. y Abdullah, S. (2014). Entrepreneurship development of rural tourism: Exploring a cooperative business model. *World Applied Sciences Journal*, 31(4), 573-582. doi:http://doi.org/10.5829/idosi.wasj.2014.31.04.1432

- Jafari, J. (2001). The scientification of tourism. En V. L. Smith y M. Brent (eds.), *Hosts and Guests Revisited: Tourism Issues of the 21st Century* (pp. 28-41). Nueva York, Estados Unidos: Cognizant Communication Corporation.
- Jennings, P. D. y Zandbergen, P. A. (1995). Ecologically sustainable organizations: An institutional approach. *Academy of Management Review*, 20(4), 1015-1052. doi:http://doi.org/10.5465/AMR.1995.9512280034
- Johnson, R. A. y Greening, D. W. (1999). Ownership types on corporate social performance. *Academy of Management Journal*, 42(5), 564-576. doi:http://doi.org/10.2307/256977
- Kaku, R. (1996). The path of kyosei. *Harvard Business Review*, 75(4), 55-63.
- Kasim, A. (2006). The need for business environmental and social responsibility in the tourism industry. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 7(1), 1-22. doi:http://doi.org/10.1300/J149v07n01\_01
- Koontz, H. (2000). Revisión de la jungla de la teoría administrativa. *Contaduría y Administración*, 199, 55-65.
- Korhonen, J. (2004). Industrial ecology in the strategic sustainable development model: Strategic applications of industrial ecology. *Journal of Cleaner Production*, 12(8-10), 809-823. doi:http://doi.org/10.1016/j.jclepro.2004.02.026
- Kotler, P., Bowen, J. T. y Makens, J. C. (2009). *Marketing for Hospitality and Tourism* (5ª ed.). Pearson Education India.
- Latour, B. (2005). *Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network-Theory*. Nueva York, Estados Unidos: Oxford University Press.
- Lee, M.-D. P. (2008). A review of the theories of corporate social responsibility: Its evolutionary path and the road ahead. *International Journal of Management Reviews*, 10(1), 53-73. doi:http://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2007.00226.x
- Lu, J. y Nepal, S. K. (2009). Sustainable tourism research: An analysis of papers published in the *Journal of Sustainable Tourism*. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(1), 5-16. doi:https://doi.org/10.1080/09669580802582480
- Lucchetti, M. y Arcese, G. (2014). Tourism management and industrial ecology: A theoretical review. *Sustainability*, 6(8), 4900-4909. doi:http://doi.org/10.3390/su6084900
- Mair, J. y Martí, I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business*, 41(1), 36-44. doi:http://doi.org/10.1016/j.jwb.2005.09.002
- Matten, D. y Crane, A. (2005). Corporate citizenship: Toward an extended theoretical conceptualization. *Academy of Management Review*, 30(1), 166-179. doi:http://doi.org/10.5465/AMR.2005.15281448
- Matten, D. y Moon, J. (2008). "Implicit" and "explicit" CSR: A conceptual framework for understanding CSR in Europe. *Academy of Management Review*, 33(2), 404-424. doi:http://doi.org/10.2307/20159405
- Mayo, E. (2003). *The Human Problems of an Industrial Civilization*. Londres, Inglaterra: Routledge.
- McIntosh, R. W., Goeldner, C. R. y Ritchie, J. R. B. (1999). *Turismo: Planeación, administración y perspectivas*. Ciudad de México, México: Limusa.

- McWilliams, A. y Siegel, D. (2001). Corporate social responsibility: A theory of the firm perspective. *Academy of Management Review*, 26(1), 117-127. doi:http://doi.org/10.5465/AMR.2001.4011987
- Medina, C. (2010). Los estudios organizacionales entre la unidad y la fragmentación. *Cinta de Moebio*, 38, 91-109. doi:http://doi.org/10.4067/S0717-554X2010000200005
- Mensah, I. y Blankson, E. J. (2013). Determinants of hotels' environmental performance: Evidence from the hotel industry in Accra, Ghana. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(8), 1212-1231. doi:http://doi.org/10.1080/09669582.2013.776058
- Mitchell, R. K., Agle, B. R. y Wood, D. J. (1997). Toward a theory of stakeholder identification and salience: Defining the principle of who and what really counts. *Academy of Management Review*, 22(4), 853-886. doi:http://doi.org/10.5465/AMR.1997.9711022105
- Mowforth, M. y Munt, I. (2016). *Tourism and Sustainability: Development, Globalisation and New Tourism in the Third World* (4ª ed.). Londres: Routledge.
- Nechar, M. C. y Netto, A. P. (2011). Implicaciones epistemológicas en la investigación turística. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 20(2), 384-403.
- ONU. (2015) *Promoción del turismo sostenible, incluido el ecoturismo, para la erradicación de la pobreza y la protección del medio ambiente* (Res. No. 69/233). Asamblea General de las Naciones Unidas.
- ONU, Unesco, PNUMA, OMT, INSULA, CCE y WDCD. (1995). *Carta de Turismo Sostenible. Conferencia Mundial de Turismo Sostenible*. Santa Cruz de Tenerife: Conferencia Mundial de Turismo Sostenible. doi:https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004
- Paget, E., Dimanche, F. y Mounet, J.-P. (2010). A tourism innovation case: An actor-network approach. *Annals of Tourism Research*, 37(3), 828-847. doi:http://doi.org/10.1016/j.annals.2010.02.004
- Phillips, R., Freeman, R. E., Wicks, A. C., Adams, J. S., Berman, S. L., Wicks, A. C., ... Sollars, G. G. (2003). What stakeholder theory is not. *Business Ethics Quarterly*, 13(4), 479-502. doi:http://doi.org/10.5840/beq200313434
- Pillmayer, M. y Scherle, N. (2014). Tourism lobbying in Bavaria: Between ignorance, parochialism and opportunism. *European Planning Studies*, 22(8), 1671-1692. doi:http://doi.org/10.1080/09654313.2013.784612
- Pomering, A., Noble, G. y Johnson, L. W. (2011). Conceptualising a contemporary marketing mix for sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(8), 953-969. doi:http://doi.org/10.1080/09669582.2011.584625
- Prahalad, C. K. y Hammond, A. (2002). Serving the world's poor, profitably. *Harvard Business Review*, 80(9), 48-58. doi:http://doi.org/10.1108/02756660710732611
- Ritzer, G. (1993). *Teoría sociológica clásica*. Madrid, España: McGraw-Hill.
- Ritzer, G., Zhao, S. y Murphy, J. (2001). Metatheorizing in sociology. The basic parameters and the potential contributions of postmodernism. En J. Turner (ed.), *Handbook of Sociological Theory* (p. 730). Nueva York: Springer Science-Business Media.
- Rivera, J. (2002). Assessing a voluntary environmental initiative in the developing world: The Costa Rican certification for sustainable tourism. *Policy Sciences*, 35(4), 333-360. doi:http://doi.org/10.1023/A:1021371011105

- Rivera, J. (2004). Institutional pressures and voluntary environmental behavior in developing countries: Evidence from the Costa Rican hotel industry. *Society & Natural Resources*, 17(9), 779-797. doi:http://doi.org/10.1080/08941920490493783
- Rivera, J. y Leon, P. de (2004). Is Greener whiter? Voluntary environmental performance of Western Ski Areas. *Policy Studies Journal*, 32(3), 417-437. doi:http://doi.org/10.1111/j.1541-0072.2004.00073.x
- Rodger, K., Moore, S. A. y Newsome, D. (2009). Wildlife tourism, science and actor network theory. *Annals of Tourism Research*, 36(4), 645-666. doi:http://doi.org/10.1016/j.annals.2009.06.001
- Rowley, T. J. (1997). Moving beyond dyadic ties: A network theory of stakeholder influences. *Academy of Management Review*, 22(4), 887-910. doi:http://doi.org/10.5465/AMR.1997.9711022107
- Sánchez-Fernández, M. D., Vargas-Sánchez, A. y Remoaldo, P. (2014). Institutional context and hotel social responsibility. *Kybernetes*, 43(3/4), 413-426. doi:http://doi.org/10.1108/K-12-2013-0267
- Sancho P., A. (1998). *Introducción al turismo*. Madrid, España: UNWTO.
- Sautter, E. T. y Leisen, B. (1999). Managing stakeholders a Tourism Planning Model. *Annals of Tourism Research*, 26(2), 312-328. doi:http://doi.org/10.1016/S0160-7383(98)00097-8
- Scherer, A. G. y Palazzo, G. (2007). Toward a political conception of corporate responsibility: Business and society seen from a habermasian perspective. *Academy of Management Review*, 32(4), 1096-1120. doi:http://doi.org/10.5465/AMR.2007.26585837
- Sharma, S. y Vredenburg, H. (1998). Proactive corporate environmental strategy and the development of competitively valuable capabilities. *Strategic Management Journal*, 19(8), 729. doi:http://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0266(199808)19
- Sharpley, R. (2000). Tourism and sustainable development: Exploring the theoretical divide. *Journal of Sustainable Tourism*, 8(1), 1-19. doi:https://doi.org/10.1080/09669580008667346
- Sheehan, L. R. y Ritchie, J. R. B. (2005). Destination stakeholders exploring identity and salience. *Annals of Tourism Research*, 32(3), 711-734. doi:http://doi.org/10.1016/j.annals.2004.10.013
- Swanson, D. L. (1995). Addressing a theoretical problem by reorienting the corporate social performance model. *Academy of Management Review*, 20(1), 43-64. doi:http://doi.org/10.5465/AMR.1995.9503271990
- Tribe, J. (1997). The indiscipline of tourism. *Annals of Tourism Research*, 24(3), 638-657.
- Tribe, J. (2000). Indisciplined and unsubstantiated. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 809-813. doi:http://doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00122-X
- Tribe, J. (2001). Research paradigms and the tourism curriculum. *Journal of Travel Research*, 39(4), 442-448. doi:http://doi.org/10.1177/004728750103900411
- Tribe, J. (2006). The truth about tourism. *Annals of Tourism Research*, 33(2), 360-381. doi:http://doi.org/10.1016/j.annals.2005.11.001
- Tribe, J. y Liburd, J. J. (2016). The tourism knowledge system. *Annals of Tourism Research*, 57, 44-61. doi:http://doi.org/10.1016/j.annals.2015.11.011
- Turner, J. H. (ed.) (2001). *Handbook of Sociological Theory*. Nueva York: Springer.
- UNWTO. (2013). *Sustainable Tourism for Development Guidebook*. Madrid, España: Autor.

- Varadarajan, P. R. y Menon, A. (1988). Cause-related marketing: A coalignment of marketing strategy and corporate philanthropy. *Journal of Marketing*, 52(3), 58. doi:<http://doi.org/10.2307/1251450>
- Viken, A., Bovaird, T., Boje, D. M., Luhman, J. T., Baack, D. E., Chertow, M. R., ... Snyder, J. M. (2011). Tourism, research and governance on Svalbard: A symbiotic relationship. *Polar Record*, 47(4), 335-347. doi:<http://doi.org/10.1017/S0032247410000604>
- Wallich, H. C. y McGowan, J. J. (1970). Stockholder interest and the corporation's role in social policy. En W. J. Baumol, R. Likert, H. C. Wallich y J. J. McGowan (eds.), *A New Rationale for Corporate Social Policy* (pp. 39-60). Nueva York: Committee for Economic Development.
- Walls, J. (2011). *Doctoral seminar: Management Research in Sustainability*. Programa de curso en la John Molson School of Business-Concordia University. Recuperado de <http://web.hec.ca/phd/Concordia/H13/ADMI 852G-W11.pdf>
- Walls, J. L. y Paquin, R. L. (2015). Organizational perspectives of industrial symbiosis: A review and synthesis. *Organization & Environment*, 28(1), 32-53. doi:<http://doi.org/10.1177/1086026615575333>
- Wartick, S. L. y Cochrane, P. L. (1985). The evolution of the corporate social performance model. *Academy of Management Review*, 10(4), 758-769.
- Weaver, D. (2013). *Sustainable Tourism* (2ª ed.). Londres: Routledge.
- Wood, D. J. (1991). Corporate social performance revisited. *Academy of Management Review*, 16(4), 691-718. doi:<http://doi.org/10.5465/AMR.1991.4279616>
- Young, W. y Tilley, F. (2006). Can businesses move beyond efficiency? The shift toward effectiveness and equity in the corporate sustainability debate. *Business Strategy and the Environment*, 15(6), 402-415. doi:<http://doi.org/10.1002/bse.510>

# Las universidades y el turismo: Reflexiones sobre la investigación turística en México

## Universities and tourism: Reflections on tourism research in Mexico

Recibido: 10/11/2015 · Aceptado: 15/05/16

ALFONSO DE JESÚS JIMÉNEZ MARTÍNEZ  
*Unidad Académica de Turismo, Universidad Autónoma de Guerrero*  
*jimenema1408@gmail.com*

MARIO ALBERTO VELÁZQUEZ GARCÍA  
*Colegio del Estado de Hidalgo*  
*mar\_002@hotmail.com*

### A modo de introducción. El turismo y la hipermodernidad

En el presente escrito se busca analizar el papel de las universidades en el desarrollo e investigación del turismo. El objetivo es mostrar los retos que afronta un conjunto de instituciones interesadas por entender, explicar y colaborar en el desarrollo de otras actividades humanas, cuando se enfrentan a un entorno tan cambiante y complejo como el turismo. Reflexionar sobre la investigación en turismo para el caso mexicano toma relevancia si se considera el peso económico, cultural y social que tiene esta actividad para el país.

En la actualidad, el turismo constituye uno de los campos sociales donde se manifiesta de manera más clara lo que Lipovetsky denominó como la hipermodernidad; es decir, la transformación de las instituciones, prácticas e interacciones sociales orientadas hacia el consumo masivo (hiperconsumo) de lugares, mercancías y personas. El individuo libre, que se fue construyendo durante la modernidad, es sustituido por el hedonista individualizado; las personas se desplazan alrededor del mundo para satisfacer todo tipo de deseos personales y vivir experiencias “únicas” (Lipovetsky, 2006).

Vacacionar es una de las actividades que definen la nueva individualidad: soy los lugares a donde me gusta vacacionar. La importancia que ha tomado el turismo para definir la identidad descansa en dos condiciones inherentes de este hedonista individualizado: 1) cuenta con tiempo libre que le permite “disfrutar” y “explorar” nuevas realidades sociales o experiencias, y 2) tiene los recursos económicos suficientes para llevarlo a cabo. Este proceso de transformación de la construcción social de la individualidad ha sido acompañado de cambios en las instituciones: la cristalización del turismo como una práctica dentro de las sociedades contemporáneas convirtiéndose en un derecho laboral (las vacaciones pagadas por las empresas), la masificación del turismo gracias a las nuevas tecnologías de

comunicación para el transporte y, al mismo tiempo, una extensión sin precedente de las actividades y espacios considerados lugares para vacacionar. Como resultado, podemos decir que el turismo pasó de ser una actividad remota, lejana y elitista, a una práctica extendida a todos los estratos sociales (Lengkeek, 2009).

El turismo no solo se ha masificado dentro de la población, sino que también se ha expandido a diversos lugares que ahora son vistos como apropiados para esta actividad: playas, ciudades, campos, bosques e incluso las zonas donde viven los pobres. Esta expansión transforma la concepción social sobre el turismo, pero también la idea del tiempo cotidiano; el turismo puede tener lugar en el mismo espacio donde la gente vive y trabaja. Esto constituye una transición significativa si consideramos que durante los siglos XIX y XX la actividad turística normalmente estaba acotada a sitios específicos y por lo general implicaba largos viajes; el turismo ahora es parte de la cotidianidad de las grandes ciudades y zonas costeras antes dedicadas al comercio o la producción (Urry y Larsen, 2011).

Asimismo, el impacto de los procesos crecientemente automatizados en la producción de bienes y servicios tienen consecuencias como la pauperización de las condiciones laborales del mundo globalizado (Rifkin, 1996). Junto con el envejecimiento de las personas de las sociedades desarrolladas –que le dieron sustento y empuje al sistema industrial, y que se encuentran en una etapa de la vida plena de tiempo libre y con recursos, inédita para generaciones de tiempos pasados–, se cuestionan a la par las premisas de esos avances porque también existe una población desempleada, que está lejos de constituirse en demanda potencial de muchos bienes y servicios. De esa forma, en paralelo al fenómeno migratorio del Norte al Sur por ocio, se produce otro de Sur a Norte, más difícil y penoso porque la búsqueda es por trabajo y sobrevivencia que en sus territorios de origen se han visto reducidos por diversas razones (apetencias por recursos y materias primas, ideologías y religiones diferentes, guerras...).

De ese modo, además de los turistas, se observa ahora una migración de personas en procesos jubilatorios, en particular del mundo desarrollado –aunque no únicamente–, que están en la búsqueda de nuevas condiciones de clima y de economías favorables a su retiro, ubicadas frecuentemente en soleados y benévolos territorios del sur. Se vuelven así relevantes los servicios de salud y hospitalarios para los jubilados, que se hallan transformando el viaje, como un fenómeno eminentemente transitorio, para situarse en un punto intermedio entre los turistas y los inmigrantes. Esto se denomina *turigrantes*, personas que se encuentran en localidades específicas durante un tiempo –más o menos largo–,<sup>1</sup> viviendo y conviviendo como residentes locales, en el entorno natural y cultural que han elegido. Algo de eso ya se apuntaba en el capítulo de un libro de corte antropológico de finales de los años noventa (*We Are Not Tourist - We Live Here*, de Jacqueline Waldren, 1997).

<sup>1</sup> Un año, en la definición de la Organización Mundial del Turismo, aunque la legislación de los diferentes países puede diferir en tiempo. En México, el turista se define por una estadía de hasta seis meses, de acuerdo con la Ley de Migración que entró en vigor en 2011. De ese modo, en México, una persona que se encuentra viviendo por cinco meses 29 días será catalogada como turista en las estadísticas, aunque su papel en la comunidad sea más el de un local que vive y convive con el entorno económico, sociocultural y medioambiental del lugar donde habita.



Las transformaciones de la sociedad contemporánea y del turismo requieren un esfuerzo de comprensión integral y detallada en diferentes ámbitos (económico, político, social, ambiental y turístico), que constituye un reto formidable para las nuevas generaciones de estudiosos del turismo. La comprensión integral será muy difícil sin la investigación científica del tema turístico, y no podrá existir investigación suficiente sin los fondos para su realización. A continuación se bosquejaron algunas de las problemáticas relacionadas con la investigación del turismo en México.

## **1. El turismo como objeto de estudio de la academia mexicana**

El turismo se ha convertido en uno de los temas centrales dentro de la planeación estatal mexicana. En las últimas tres décadas, esta actividad ha sido fundamental en la generación de empleo y entrada de divisas para el país. Esto contrasta con el tardío interés que ha existido por parte de la academia y el gobierno por investigar y generar datos respecto a ella. No es el objetivo de este escrito reconstruir la historia de la investigación del turismo en México –para ello sería necesario todo un libro–, sino únicamente señalar algunas tendencias y problemáticas generales.

Los primeros estudios del turismo en México, durante las décadas de los sesenta y los ochenta, se alinearon con los intereses gubernamentales y los de los empresarios del mismo sector, sobre todo en los temas vinculados con el fomento y planeación de zonas turísticas, administración de instalaciones, inversión turística, entre otros. Las primeras áreas del conocimiento que participaron en la investigación del turismo en el país fueron la economía, la administración de empresas, el urbanismo y la arquitectura, y su labor fue principalmente colaborar en hacer operativos los proyectos turísticos.

El crecimiento de los espacios, los grupos sociales y las actividades relacionadas con el turismo en México produjo un incremento de las áreas del conocimiento interesadas en analizar este campo de actividad humana. Los sociólogos, antropólogos, psicólogos, geógrafos y ambientalistas comenzaron a interesarse por estudiar los efectos que esta actividad tenía en las ciudades, las poblaciones indígenas, las zonas naturales protegidas, el acceso y uso de los recursos naturales. A diferencia de la primera etapa de la investigación en turismo, comenzaron a aparecer posturas críticas sobre los resultados del turismo como forma de generar desarrollo, las cuales provenían de las nuevas áreas del conocimiento incorporadas al análisis de estos temas así como de algunas ciencias ya involucradas desde el inicio, por ejemplo el urbanismo o la economía.

Aunque en la investigación académica fue creciendo el interés en torno al impacto social, ambiental e incluso político de esta actividad, en la base del interés gubernamental persistía el tema económico. Esto resulta fundamental, porque alrededor de esta preocupación oficial, distinta de los intereses y las cuestiones considerados importantes para las diversas disciplinas de estudio, descansan algunas problemáticas de la investigación sobre el turismo en el país.

En México, la investigación en torno al turismo ha sido desarrollada primordialmente con el apoyo de fondos de financiamiento gubernamentales: el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt) y la Secretaría de Turismo (Sectur). En este sentido, el Estado mexicano ha constituido el principal apoyo para el desarrollo de la investigación en esta materia, sin embargo, el patrocinio gubernamental no ha sido imparcial, sino que ha devenido objeto de intereses internos que han generado una tendencia hacia temas específicos; no todos los grupos o posibles temas de investigación reciben el mismo respaldo. El gobierno mexicano tiende a favorecer aquellos relacionados con la praxis turística, es decir, la investigación que colabore con el crecimiento de los mercados, la comercialización, los precios, la competitividad y la mejor manera de incorporar productos, segmentos, y un sinnúmero de aspectos que caracterizan y definen el mundo actual del tema turístico.

Pareciera que los temas mencionados satisfacen todos los aspectos de interés para las sociedades receptoras en su escala nacional, regional o local, pero quedan pendientes otras cuestiones sobre el cumplimiento del objetivo último del impulso al turismo –el beneficio de la población local y/o el mejoramiento de su calidad de vida–. Aquí es necesario señalar que existe un creciente apoyo a la investigación proveniente de áreas como la sociología, la antropología, la geografía, la arquitectura o el urbanismo, las cuales realizan una crítica tanto a la misma actividad turística (sus efectos económicos, culturales y ambientales) como a la planeación y los programas gubernamentales.

Para estas reflexiones sobre la investigación en el tema turístico y el papel de las universidades, en particular de las públicas, por la dependencia y subvención de la sociedad en su conjunto, así como el papel de la Academia Mexicana de Investigación Turística (AMIT) en el tema, nos gustaría esbozar tres aspectos vinculados entre sí: la construcción social de la investigación en turismo, la responsabilidad social de la universidad y de la investigación universitaria, y la diferencia entre consultoría e investigación *no contratada o libre*.

## **2. La construcción social de la investigación en turismo**

Como se ha tratado de mostrar, el turismo es un campo de lo social en el que pueden constatarse transformaciones fundamentales de las sociedades contemporáneas, lo cual está relacionado con los intereses económicos, sociales, culturales y de uso de los espacios que distintos grupos sociales tienen dentro de esta actividad. En el caso de la investigación es necesario preguntarnos cómo se definen los temas que la academia estudia sobre el turismo.

Una forma de responder lo anterior es mediante una propuesta sociológica: la construcción social de realidad (Ingram, Schneider y Deleon, 2007), que permite analizar los mecanismos que generan que un grupo social defina la manera de percibir su entorno social, en este caso, los temas de interés en torno al turismo en la academia mexicana. En esta perspectiva, la “realidad” (sobre el turismo en México) no es un objeto externo previamente existente, sino el resultado de una interacción entre grupos sociales con distintos

intereses y formas de percibir un mismo fenómeno social. Los recursos de cada grupo (capital cultural, económico, social) son determinantes en la problematización sobre el turismo. En otras palabras, es el poder de cada grupo social, más que la “objetividad” de las posturas de investigación, lo que determina en que el turismo es definido dentro de las distintas universidades en México (Velázquez y Clausen, 2015).

La construcción social de las poblaciones objetivo nos permite colocar como tema central la forma en que los grupos de investigación definen los problemas, priorizan determinados temas y se conceptualizan los impactos (positivos, negativos, no deseados) que puede producir esta actividad (Ingram, Schneider y Deleon, 2007; Fox, 2001; Shaw, 2004).

En el caso del turismo, este se ha convertido en un tema central en los planes para generar desarrollo en la gran mayoría de los países de Latinoamérica. En México es una actividad estratégica. Esto descansa en una construcción gubernamental sobre el turismo como un agente central para generar crecimiento y empleo. Tal percepción del turismo ha permeado durante una buena parte del siglo xx la investigación mexicana sobre este tema: el análisis va dirigido a resolver los problemas que impiden el crecimiento de esta actividad, definir nuevas áreas de oportunidad o disminuir los efectos secundarios.

Un segundo elemento que influye en la construcción social del turismo como tema de investigación en las universidades de México es su llegada relativamente tardía, en cuanto problema social, a la institucionalización de las áreas de investigación consideradas como “centrales” para el funcionamiento de la sociedad (medicina, derecho, arquitectura) o el crecimiento (economía, ciencia política, ingenierías, etc.). Durante muchas décadas, ha existido una forma de estigmatización a los trabajos dedicados a esta materia por no ser vista como prioritaria o relacionada con el ocio. Esto correspondía a los escasos fondos que el gobierno destinó a la investigación sobre turismo durante gran parte del siglo xx.

Sin embargo, los cambios ya descritos sobre el crecimiento del turismo, en términos de los involucrados, como prestadores de servicios y la extensión territorial de su práctica, su masificación y el nuevo tipo de construcción social sobre el individuo (hedonista individualizado), pero principalmente el creciente interés de los gobiernos y las agencias internacionales de desarrollo por el turismo, han producido una transformación en la construcción social de este tema como campo para la investigación en las universidades.

El turismo se ha institucionalizado como un área de actividad social que merece ser analizada desde distintas disciplinas y genera especialistas dentro de una creciente cantidad de maestrías, doctorados y especialidades sobre turismo. Las agencias mexicanas que financian la investigación (Conacyt y organismos estatales de investigación) han comenzado a destinar importantes recursos para esta área, lo que ha originado que los grupos de investigación cuenten con mayores capitales económicos, sociales y culturales respecto a su actividad dentro del tema de turismo.

### 3. Las universidades y su responsabilidad social y de investigación

En el marco descrito, debemos preguntarnos cuáles elementos determinan la construcción social del turismo dentro de las universidades mexicanas. El tema es relevante porque, entre otras funciones, las universidades generan conocimientos, certifican roles sociales y producen posturas críticas ante los acontecimientos sociales. En otras palabras, en sociedades como la mexicana, las universidades tienen funciones paradójicas: son agentes centrales en la reproducción del orden social, legitimando el acceso de ciertos grupos (abogados, arquitectos, médicos, etc.) al control de roles y estatus socialmente valorados, pero al mismo tiempo concentran el capital social y cultural capaz de cuestionar este mismo orden, generando modelos alternativos contra la desigualdad social.

En este mismo sentido, el lingüista y filósofo Noam Chomsky, uno de los más lúcidos y críticos personajes de la academia y la cultura universal, ha señalado algunos dilemas de la educación y de la investigación de las universidades en el contexto actual. Las universidades son –de acuerdo con Chomsky– entes cuya identidad se significa por la reflexión crítica, libre y desafiante, que coadyuva a la sociedad en la concepción que se tiene del mundo y de eso que llamamos realidad. En primer lugar, este autor expone que la educación superior en las universidades y los temas de la investigación se encuentran firmemente colocados dentro del contexto de poder que las envuelve (Chomsky, 2002). De aquí la importancia que tiene en las esferas del poder el capítulo de la tecnología para el mantenimiento del control y del mismo poder. Pero las universidades también se significan porque precisamente en sus recintos y en la investigación universitaria se han verificado muchos avances tecnológicos que definen el mundo de hoy y que han sido subvencionados por la sociedad (es decir, con dinero público). Son diversos los ejemplos que nos ofrece Chomsky, pero se incluye el armamento, la aviación, los vehículos espaciales e internet. Todos esos avances han sido financiados por gobiernos, en particular el de Estados Unidos en los últimos tiempos.

Además del poder público, en la época actual debe tenerse presente la conexión con instituciones de poder privado: las megaempresas que tienen una influencia descomunal en el mundo de las comunicaciones y el financiero, que incluye actores de la hotelería, los transportes y la comercialización global, que son también un referente de gran influencia en el mundo turístico. Chomsky nos recuerda que el sector financiero y sus *dictums* han dominado el orden internacional actual (2002, p. 114). Y como todos los sistemas de autoridad y dominio, “dependen crucialmente de estructuras de doctrina y creencia que les proporciona legitimación [...] ello requiere de instituciones ideológicas subordinadas y también personas para trabajar en ellas [...] lo que Antonio Gramsci llamaba ‘expertos en legitimación’...” (Chomsky, 2002, p. 115). Las universidades, por su función y trascendencia, están inmersas en estos procesos de poder que tienen contradicciones de base porque, adicionalmente, son instituciones dependientes del apoyo externo para el cumplimiento de sus objetivos educativos y de investigación, esto es, para generar nuevo conocimiento,

y por ello no son ajenas a los sutiles métodos para asegurar la imposición de la autoridad predominante. Chomsky señala con tino el centro de flotación: las preguntas de la educación y la investigación deben tener como eje: “el conocimiento para qué y el conocimiento para quién [...] el concepto de conocimiento es defectuoso si no se acompaña de la comprensión auténtica [...] e intuición de nuestro propio lugar en el mundo material y social y la comprensión de cómo deben vivirse nuestras vidas”.

De ese modo, el conocimiento debe ser una combinación de tradición científica y de ética social, porque, en última instancia, es frecuentemente el dinero público el que paga ese conocimiento. En este sentido, las universidades “deben estar libres de presiones externas y esa libertad debe ser distribuida [...] No pertenece a las administraciones ni a los profesores sino a todo el que participe en la vida universitaria –los estudiantes, los profesores y los demás empleados–” (Chomsky, 2002, p. 118), la sociedad entera se puede añadir.

En los últimos tiempos, el papel de las universidades, en particular de las públicas, se encuentra en peligro. En un artículo publicado en la revista *Sociólogos* (de marzo de 2014), con el revelador título “El trabajo académico, el asalto neoliberal a las universidades y cómo debería ser la educación”, Chomsky menciona la manera en la que, vistas como empresas, las universidades tienen las ataduras de la rentabilidad como principio básico de su orientación empresarial. Sin una rentabilidad adecuada, o preferentemente máxima, no se entiende su existencia. De conformidad con Chomsky, esto tiene implicaciones relevantes para la educación y para la investigación porque la libertad necesaria para la investigación científica parece ponerse en entredicho. El trabajo académico y la contratación temporal de profesores son una señal perversa de ese modelo de negocio que constituye el germen del servilismo laboral, al tener en la inseguridad laboral y la ausencia de derechos laborales y sociales, como la cobertura de salud, elementos importantes de su rentabilidad por la disminución de los costos salariales. A final de cuentas, en la educación y la investigación, el conocimiento es el principal activo que se pone en juego.

En el turismo, esos dilemas son fundamentales para la investigación porque, más que orientarse a identificar y medir los beneficios efectivos para la población local, la búsqueda de respuestas supone con frecuencia temas desde la perspectiva del turista, el mejoramiento de sus condiciones y su bienestar, que además son una importante y legítima fuente temática de la actividad académica y de investigación. Es así que temas como los recursos turísticos y el tiempo libre del que se puede disfrutar, la recreación en el destino e incluso el hedonismo y el anonimato que libera de ataduras sociales son planteados como preguntas recurrentes de la investigación académica. Y aunque esa perspectiva sea perfectamente válida, la argumentación sobre los beneficios del turismo se perpetúa hasta la náusea, sin que parezcan verificarse los beneficios de desarrollo económico y social en las comunidades locales, prometidos por el impulso de una actividad que ya parece “un cordero de Dios”.

En este contexto debemos cuestionar las premisas de la argumentación que le otorga al turismo –actividad orientada por definición a lo extranjero, al que se desplaza hacia

otros- un apoyo casi irrestricto. Asombrosamente, en los temas de la investigación turística de las universidades y de Sectur/Conacyt, cuyos fondos se han constituido en los principales recursos de la investigación turística del país y que se orientan a los procesos prácticos y de promoción e impulso a esta actividad, parecen dejarse de lado temas relevantes de la actualidad turística que pasan por las grandes empresas transnacionales y las condiciones de su operatividad en los destinos. En general, no están en discusión los efectos prometidos que llevarían al desarrollo de las comunidades locales.

#### **4. La diferencia principal entre consultoría e investigación universitaria**

En el contexto señalado anteriormente y en particular para el turismo, hay que diferenciar entre la investigación pública y la consultoría privada. Se ha delineado en párrafos atrás la naturaleza de la investigación universitaria (libertad temática, enfoque y método aplicable a la investigación). Se plantea como fundamental el interés del investigador sobre el tema y las crecientes aportaciones que se han efectuado desde diferentes disciplinas, de las muchas posibles en el tema turístico.

Respecto a la consultoría, es importante destacar un hecho: las preguntas de investigación las realizan las personas físicas o morales que requieren respuestas específicas y que frecuentemente están relacionadas con la incertidumbre de los nuevos negocios con cambios en las tendencias de la demanda, de la operación o de las finanzas. A cambio de ello, deben estar dispuestas a pagar por los servicios que ofrece la empresa consultora que incluye el pago del personal calificado que participa en la consultoría, así como viajes, viáticos y otros costos operativos y administrativos asociados. Las preguntas que la consultoría atiende, como se ha dicho, están normalmente vinculadas con las opciones y la conveniencia o inconveniencia de una decisión de inversión o reinversión. La entrega de las respuestas a las preguntas formuladas se establece en un tiempo determinado y los alcances de cada investigación son muy específicos. En estos casos, la naturaleza de las preguntas suele dejar fuera temas que se requieren para comprender los procesos turísticos a diferentes escalas, en toda la operación local, nacional e internacional.

El reducido universo de empresas consultoras especializadas en turismo es una particularidad de la actividad turística en México. No solo han sido pocas esas empresas, sino que parecen estar permanentemente en peligro de extinción. En otro texto hemos intentado aproximarnos a este proceso, que se vincula de manera directa con la investigación aplicada (Jiménez y Sosa, 2006). Y aquí cabe señalar una diferencia que no por obvia resulta menor tratándose de la investigación universitaria: una investigación universitaria que tiende a la consultoría es una visión que obnubila otros aspectos de una realidad que, en turismo, debería ser cada vez más cuestionada por la ausencia contundente de evidencia ante los argumentos de su promoción e impulso.

En los últimos tiempos, la orientación de la investigación fondeada con recursos públicos en México (Conacyt-Sectur) suele tener destinatario, y la convocatoria hacia los

investigadores normalmente se plantea con temas orientados a la praxis operativa y mercadotécnica. Aunque esos temas han auxiliado en mejorar la operatividad y la función turística, no son los únicos pertinentes. La diferencia es que estos deben ser financiados por los beneficiarios de los resultados de la investigación. Otros temas, de mayor incertidumbre en sus resultados inmediatos o de mayor escala, deberían ser financiados por las instituciones sociales encargadas de la búsqueda de nuevo conocimiento en el sector. Al final, ese debe ser el objetivo de cualquier investigación: desafiar los conocimientos establecidos y avanzar en la formulación de las teorías que buscan describir, explicar y comprender mejor nuestra realidad.

## 5. Algunos temas de la investigación turística

En México hay aspectos de la investigación turística poco explorados. Aquí se referirán solo algunos con énfasis en los aspectos relacionados con políticas públicas y los efectos económicos –en última instancia, la razón de su impulso y promoción en el nivel gubernamental–. También se intentará señalarlos en función de las diferentes escalas de observación posibles, por el tipo de información y los recursos necesarios para obtener respuestas, que podrían ser significativas en la escala internacional. Es la visión a esta escala donde prevalece la óptica derivada de la operación de las grandes operadoras turísticas internacionales (como las grandes corporaciones hoteleras, las líneas aéreas y de cruceros, y los comercializadores como las agencias *on-line* y los turoperadores y mayoristas), que logran una perspectiva que frecuentemente se nubla para quienes trabajan en los ámbitos local o nacional. Eso es relevante por la mirada acrítica de los organismos internacionales que, desde la década de los ochenta, están muy lejos de tener posturas inquisitivas sobre las operaciones de las empresas transnacionales (ETN) (véase, por ejemplo, los documentos del Consejo Económico y Social de las Naciones Unidas, 1975 y 1980, en los que se señalan aspectos y efectos muy interesantes de la funcionalidad turística de las ETN en ese tiempo). En la era neoliberal de los ochenta se detuvo el estudio de ese tema en el turismo.

Los temas de investigación que se enlistan a continuación solo pretenden indicar algunas de sus múltiples posibilidades dentro del contexto descrito anteriormente, relacionado con una necesaria diversidad temática.

### 5.1 Escala mundial y hemisférica (hipersistema y supersistema)<sup>2</sup>

1. Dificultades para dimensionar el efecto de los flujos en los países receptores por la omisión de un factor que incide en su valor de impacto: las estadísticas mundiales de la OMT consideran solo los arribos internacionales y se omite la estadía, cuyo valor está directamente relacionado con los impactos.

<sup>2</sup>Según una terminología de la teoría general de sistemas y turismo.

2. Efectos de las fusiones de las grandes ETN en los principales rubros de la actividad turística (aviación, hotelería y agencias).
3. Efectos del papel de los principales agentes turísticos en el control de los flujos turísticos mundiales a diferente escala.
4. Efectos de la conexión de los bancos y las instituciones financieras internacionales en la conformación de conglomerados gigantes en el sector turístico del mundo.
5. Efectos del papel de los paraísos fiscales en las tendencias observables y en la vulnerabilidad de destinos turísticos y los gobiernos ante prácticas evasoras y de lavado de dinero.
6. Efectos del papel que juegan las nuevas tecnologías en los mecanismos y tendencias de la operación turística –puntos 2 a 5 señalados–.
7. Papel de competencia hemisférica de la política fiscal en el desarrollo de los destinos y participación de las empresas turísticas (incluidas las ETN).
8. Política turística de los países de América Latina y del Caribe (escala hemisférica).
9. Política fiscal hacia el turismo en la escala hemisférica (América Latina y el Caribe).
10. Papel político de las asociaciones y consejos internacionales de carácter público, privado y social, en el impulso de medidas de promoción de políticas públicas y en el marco de las regulaciones internacionales.

## 5.2 Escala nacional

1. Revisión/discusión del dimensionamiento efectivo de los flujos de viajeros caracterizando mejor sus diferencias e indicadores concretos de su impacto. El Comité Técnico Especializado de Estadísticas Económicas del Sector Turismo (CTEEEST), constituido en el año 2009 e integrado por la Sectur, el Instituto Nacional de Estadística y Geografía, el Banco de México y el Instituto Nacional de Migración, publica las estadísticas de Datatur/Sectur con los datos más relevantes del tema. ¿No deberían integrarse miembros de la academia –neutrales en la discusión de esas estadísticas– a los trabajos de ese comité? ¿Resultan compatibles o congruentes los datos?
2. Si el objetivo último del turismo son los beneficios de la población residente, ¿son el empleo, el número de turistas y la ocupación hotelera indicadores válidos de ese cumplimiento? ¿Cómo deben medirse esos beneficios? ¿Cuáles son los indicadores pertinentes?
3. Impacto en el ingreso de las localidades y sus pobladores, según diferentes segmentos y destinos, así como caracterización detallada del empleo y sus condiciones en las distintas actividades anexas y conexas al turismo.



4. ¿Quién, cuánto y dónde se pagan los impuestos de las empresas turísticas, incluidas las transnacionales?
5. Papel de las nuevas tecnologías en el ingreso fiscal derivado del impulso de los flujos y las prácticas de comercialización vía internet (quién paga qué y dónde se pagan impuestos). Conexión de este tema con los CEDT (Convenios para Evitar Doble Tributación, que ha firmado México con muchos países).
6. ¿Cómo se caracteriza la práctica de devolución del IVA derivada de los consumos del turista extranjero?
7. De conformidad con la devolución del IVA, ¿qué compran los turistas: artesanía, aparatos electrónicos? ¿Cuánto se ha regresado y a quiénes? (véase análisis de Cestur-CPTM).
8. Caracterización del consumo de productos en Duty Free.
9. ¿Qué impacto tiene en la operación turística y la fiscalidad el que las empresas Duty Free de los aeropuertos sean también conglomerados internacionales?
10. Lavado de dinero y prácticas de evasión fiscal.
11. Papel político de las agrupaciones privadas (asociaciones, cámaras y consejos) y sociales (ONG y sindicatos) que funcionan como grupos de presión a diferente escala o a todas las escalas (nacional, estatal y municipal), con incidencia en el impulso de políticas públicas de turismo y en las regulaciones y normatividad de escala nacional.
12. El turismo y la gastronomía:
13. Caracterización del consumo de bebidas alcohólicas en destinos turísticos (¿cerveza, tequila?); el papel de las grandes fusiones y adquisiciones de productores por las ETN, y de los productos/marcas (Martínez-Gándara, 2008; *Expansión*, 2014). ¿Qué efecto tiene el hecho de que productos tradicionalmente considerados mexicanos estén bajo el control de grandes empresas transnacionales de licores?<sup>3</sup> El tema de la exclusividad (restaurantes y otros) de las dos grandes empresas (duopolio) cerveceras en México, cuya venta en locales es de una o de otra pero no simultánea. Esas prácticas, ¿limitan el desarrollo de cervezas artesanales?
14. Caracterización del uso/consumo de picantes en destinos turísticos y como identificación singular de la gastronomía mexicana (¿moles?, ¿salsas picantes? ¿Por qué si la comida de México se identifica con picantes (chile), es la Salsa Tabasco la que se ofrece en el mundo como salsa picante?

<sup>3</sup> Es el caso de cierta cerveza (aunque la cebada sea europea, hay cebada de buena calidad en México) – Heineken-Cervecería Cuauhtémoc y Anheuser-Busch InBev-Grupo Modelo– (cf. Martínez-Gándara, 2005). Algo similar sucede con el tequila (véase Hernández López, 2013; *Expansión*, 2014; *Informador.mx*, 2014).

### 5.3 Escala local

1. Beneficio concreto para la comunidad local: ¿qué y cómo se mide?
2. Empleo/recursos humanos:
  - Papel del empleo incierto y basado en propinas.
  - Papel de las *outsourcing* (pagadoras) en el desempeño de los empleados de la hotelería.
  - Prácticas racistas en algunas cadenas hoteleras. El caso de una cadena hotelera española donde un alto ejecutivo selecciona al personal por su fenotipo (imagen occidental) y vetan a los trabajadores con imagen típica de nuestra gente (mexicas, mayas).
3. Ingresos gubernamentales de nivel municipal:
  - a) ¿Cuánto aportan las empresas al fisco municipal en México?
  - b) ¿Cuánto y dónde se pagan los impuestos en el caso de:
    - I. aerolíneas;
    - II. cruceros;
    - III. hoteles locales/nacionales y los de cadena nacional/internacional;
    - IV. Agencias *on-line*.
4. Aportaciones al fisco municipal derivadas de las concesiones de la Zona Federal Marítimo-Terrestre.
5. Segundas residencias y dimensionamiento de la función de renta de esas viviendas.
6. Agencias mayoristas y turoperadores (nacionales e internacionales) y su influencia en la comercialización de localidades específicas.
7. Lavado de dinero y prácticas de evasión fiscal; el endeudamiento de los municipios turísticos ¿se justifica?

### 6. Reflexiones finales

En México, la investigación en turismo se ha convertido en un tema y una responsabilidad central tanto para la academia como para el gobierno y el sector privado vinculado con el desarrollo de esta actividad. Aunque cada uno de estos grupos tiene intereses diferenciados respecto al desarrollo del turismo, todos pueden compartir el interés por que el turismo se convierta en una actividad sostenible en términos económicos, sociales y culturales.

La academia tiene un conjunto de funciones y responsabilidades que la convierten en un vigilante y crítico de las actividades que ella misma avala y construye. Esto no tiene que

<sup>4</sup> Tema derivado de los convenios para evitar la doble tributación. Véase: [http://www.sat.gob.mx/informacion\\_fiscal/normatividad/Paginas/tratados\\_fiscales.aspx](http://www.sat.gob.mx/informacion_fiscal/normatividad/Paginas/tratados_fiscales.aspx)

ser una carga paradójica, sino que debe alentar para repensar sus formas de colaboración con los otros actores interesados en el turismo. Por ejemplo, convirtiéndose en un centro de encuentro y diálogo entre actores que por lo general no son considerados en los procesos de planeación y desarrollo de los programas y planes para el desarrollo del turismo.

Sin menospreciar los temas culturales, políticos o sociales relacionados con el turismo, en este trabajo hemos querido proponer una agenda de investigación del turismo cargada principalmente hacia los temas económicos. Con ello no queremos decir que la economía sea la estructura que sostiene o explica todo el funcionamiento del turismo, pero es un elemento axial que intersecta el desarrollo en este campo de acción social. El turismo es mucho más que una transacción económica, pero no deja de serlo, y este anclaje en lo económico condiciona la agencia de los actores relacionados con él.

## Referencias

- Chomsky, N. (2002). La responsabilidad social de la universidad. En J. E. García-Albea, N. Catalá y J. A. Díez (coords.), *Los límites de la globalización*. Barcelona, España: Ariel Filosofía.
- Chomsky, N. (13 de marzo de 2014). El trabajo académico, el asalto neoliberal a las universidad y cómo debería ser la educación. *Sociólogos*.
- Consejo Económico y Social de las Naciones Unidas. (1975). *The impact of international tourism on the economic development of the developing countries*. PRO/ECOSOC/1758 (LIV).
- Consejo Económico y Social de las Naciones Unidas. (1980). *Las empresas transnacionales en el turismo internacional*. Doc. en español. E/C10/68/8 de abril de 1980.
- Hernández López, J. de J. (2013). *Paisaje y creación de valor. La transformación de los paisajes culturales del agave y el tequila*. Ciudad de México, México: El Colegio de Michoacán/Fideicomiso Felipe Teixidor y Montserrat Alfau de Texidor.
- Informador.mx*. (22 de noviembre de 2014). CRT ve un tequila todavía mexicano. *Informador.mx*. Recuperado de <http://www.informador.com.mx/economia/2014/561104/6/crt-ve-un-tequila-todavia-mexicano.htm>
- Jiménez M., A. de J. y Sosa F., A. P. (diciembre, 2006). Notas sobre las etapas de la investigación del turismo en México. *Análisis del Turismo*, 1, 25-32.
- Lengkeek, J. (2009). Tourism studies in Belgium and the Netherlands. En G. Dann y G. Lieberman (eds.), *The Sociology of Tourism: European Origins and Developments* (Tourism Social Science Series, No. 12, pp. 275-297).
- Lipovetsky, G. (2006). *Los tiempos hipermodernos*. Barcelona, España: Anagrama.
- Martínez-Gándara, A. (julio-diciembre, 2008). Tequila, mezcal y cerveza: de México para el mundo. *Agricultura, Sociedad y Desarrollo*, 5(2), 143-150.
- Rifkin, J. (1996). *El fin del trabajo. Nueva tecnologías contra puestos de trabajo. El nacimiento de una nueva era*. Ciudad de México, México: Paidós.

- Urry, J. y Larsen, J. (2011). *The Tourist Gaze 3.0*. Londres, Inglaterra: Sage.
- Velázquez, M. y Clausen, H. (2015). Propuesta para el estudio de las políticas públicas del turismo: la construcción social de realidad. *Topofilia. Revista de Arquitectura, Urbanismo y Territorios*, V(5), 764-776.
- Waldren, J. (1997). We Are Not Tourist – We Live Here. En S. Abram, J. Waldren y D. V. L. Macleod (eds.), *Tourist and Tourism. Identifying with People and Places* (pp. 51-70). Oxford, Inglaterra: Berg.

## Reseña

Daniel Hiernaux-Nicolas (2015)

### ***Turismo, sociedad y territorio: una lectura crítica. Libro Homenaje a Manuel Rodríguez Woog (1957-2015)***

Querétaro, Universidad Autónoma de Querétaro

---

Recibido: 14/04/2017 · Aceptado: 8/05/17

Felipe Cuamea Velázquez

*Facultad de Economía y Relaciones Internacionales*

*Universidad Autónoma de Baja California (UABC)*

cuamea@uabc.edu.mx

**N**os convoca la presentación de un libro concebido como un “no-libro” con una introducción que no lo es, y se realizó “a manera de introducción”, así que solo me resta escribir esta no-reseña de *Turismo, sociedad y territorio: una lectura crítica. Libro homenaje a Manuel Rodríguez Woog (1957-2015)*. Este no-libro es un extraordinario y encomiable esfuerzo de coordinación a cargo de un destacado académico y analista crítico de los temas que en él se abordan: Daniel Hiernaux-Nicolas. Esta obra conjunta una serie de textos especializados y cumple con dos propósitos fundamentales: el primero, brindar un homenaje a Manuel Rodríguez Woog, protagonista en muchos sentidos del quehacer del turismo en México: en su vertiente profesional como funcionario público, analista, consultor, conferencista, profesor, escritor, empresario, crítico contumaz, y en el ámbito de lo personal: amigo, colega, estudiante y académico, correligionario, provocador, activista, recepcionista, encuestador, organizador de eventos, el de largas sesiones de lectura y discusiones casi interminables; lector ávido, admirador de las ideas antiescolarizantes de Iván Illich, fumador empedernido de Fiesta, Baronet y Raleigh, encaminador de almas, aquel de la duda sistemática y el juicio agudo, la sonrisa inefable bordeando el filo de la complicidad o la ironía; compañero de aventuras creativas, recreativas e intelectuales y muchas otras facetas que pudieran caracterizar a Manuel (José Antonio) Rodríguez Woog, en síntesis, como un *homo ludens* a la manera de Johan Huizinga. A saber.

En segundo lugar, este texto nos ofrece una gama de investigaciones y discusiones más recientes en vertientes diversas del turismo retomando las inquietudes académicas e intelectuales que hace ya más de tres décadas fueron el centro del interés y formación de una generación de la que Manuel Rodríguez Woog fue pieza clave.

La excelente no-introducción de Daniel Hiernaux da cuenta clara y sucinta de las 22 contribuciones que aglutinan a más de una treintena de especialistas en los cuatro grandes ejes que guían la obra y que permiten abordar los ámbitos en los que se ha desarrollado la investigación y discusión académica y profesional del turismo: 1) Conceptualizando el

turismo y su desarrollo, 2) Éxitos y fallas: las paradojas del turismo tradicional, 3) En busca de un turismo alternativo, y 4) Lecciones de experiencias internacionales.

La primera parte, “Conceptualizando el turismo y su desarrollo”, retoma la discusión de conceptos que hace ya más de tres décadas marcaron a una generación de estudiantes y estudiosos del turismo que buscaban afanosamente que el análisis de este fuera considerado como “algo serio”: la reconceptualización del sistema turístico en sus formas más complejas; la industria turística con sus nuevos actores y tendencias tecnológicas y la aún incompleta conciliación del turismo con el espacio natural y la sustentabilidad como ejes de las políticas del sector. En esta búsqueda de renovadas concepciones del turismo y sus protagonistas adquiere relevancia el papel de la subjetividad, las fantasías e imaginarios de los viajeros, el sentido quizá moderno del significado de lo “exótico” y el retorno a la naturaleza.

En la segunda parte, “Éxitos y fallas: las paradojas del turismo tradicional”, se analiza la puesta en marcha y las experiencias resultantes de importantes proyectos de desarrollo turístico en diversas regiones del país con predominancia del binomio sol y playa como anclaje principal, incluyendo centros integralmente planificados (CIP) como Cancún, y otros destinos tradicionales como Acapulco, además de zonas y corredores de desarrollo costeros. Las contribuciones de este capítulo evidencian las paradojas y contradicciones resultantes del despliegue de importantes políticas públicas para financiar con inversiones inimaginables ambiciosos proyectos que llevarían el progreso y bienestar a la población, que transformarían las regiones más atrasadas del país, a partir de la premisa de que el turismo, la “industria turística” era, por su naturaleza, una actividad económica inocua, altamente generadora de empleos, compatible con los recursos naturales como atractivo central: playa, arena. Tras décadas de impulso a la visión predominante y desarrollista del turismo se han originado enormes desigualdades económicas y sociales, enclaves económicamente rentables pero aislados del entorno, según se desprende de los resultados que reportan los estudios de caso. Ninguna política pública, por supuesto, es malintencionada. Las acciones, sin embargo, suelen seguir el rumbo de las ideas que las sustentan.

En la tercera parte, “En busca de un turismo alternativo”, se retoman y revisan viejos conceptos pero en versiones más actualizadas para realidades cambiantes, con un dejo de optimismo esperanzador en la búsqueda del turismo alternativo, donde las estructuras sociales y culturales en las áreas receptoras y la población se conviertan en protagonistas activos en nuevas formas de planificar, gestionar y operar las actividades turísticas, con opciones y motivaciones de viaje que revaloren la importancia del ocio como disfrute de la cultura; un modelo alternativo que haga posible y plausible el desarrollo de las comunidades indígenas, un modelo de turismo compatible con el desarrollo rural y la conservación de los recursos naturales. Explorar nuevas maneras de hacer turismo, o revisarlas desde nuevas perspectivas, también vale la pena como parte de una agenda más amplia y ambiciosa en la búsqueda de (un) turismo alternativo.

El cuarto y último apartado recoge varias experiencias internacionales, desde las transformaciones en la sociedad argentina a principios del siglo xx y su impacto en la interacción social en la moda vacacional de las playas, así como la paulatina incorporación de la mujer en otros aspectos de la vida social antes reservados a los hombres, hasta la noción de la mujer como un “atractivo” más en las playas argentinas. Se ofrece también el caso del modelo de desarrollo turístico de enclave o al estilo del desarrollo inmobiliario hotelero en las Islas Baleares exportado “exitosamente” a países como México, y que hoy se denomina la *balearización* del turismo, en alusión directa a los efectos ambientales y sociales nocivos derivados de ese modelo turístico, además de un trabajo en torno a las diversas formas de interacción social entre turistas y población residente, y las percepciones respecto de los impactos del turismo en diversas dimensiones y cómo incide tal valoración sobre la actividad turística.

Difícilmente un libro (en este caso, un no-libro) puede agotar una agenda de investigación o indagación, sin embargo, este nos presenta en perspectiva los conceptos e ideas que constituyen la veta intelectual y académica que interesó y para la cual vivió Manuel Rodríguez Woog. Se cumple así cabalmente con el reconocimiento y homenaje. Quedan trazadas algunas líneas para proseguir con la búsqueda académica e intelectual, aunque solo sea para el encuentro simple y pleno con el ocio.





# X Congreso Internacional de Investigación Turística

## ACADEMIA MEXICANA DE INVESTIGACIÓN TURÍSTICA

Mónica Velarde Valdez  
Universidad de Occidente,  
Mazatlán  
mvelardemx@yahoo.com

La Academia Mexicana de Investigación Turística (AMIT) y la Universidad Autónoma de Aguascalientes convocaron al X Congreso Internacional de la AMIT con el tema central: *¿Turismo para todos? Retos y posibilidades de desarrollo*, el cual se llevó a cabo del 05 al 08 de octubre de 2016 en las instalaciones de la citada universidad.

La AMIT realiza un congreso cada año, el cual brinda la oportunidad de promover un encuentro entre diversos actores; investigadores, académicos, estudiantes, organizaciones civiles y gobierno, para intercambiar conocimientos, experiencias, así como los resultados de investigación en materia de turismo, lo cual permite conjuntar esfuerzos para hacer frente a retos prioritarios para el sector turismo. En esta ocasión, se celebraron los primeros diez años de vida de la AMIT, lo cual sirvió de marco para realizar un panel de reflexión sobre el desarrollo de esta asociación desde su fundación, con la intención de analizar dónde estamos y hacia donde queremos llegar.

Tomando en consideración que la Organización Mundial del Turismo celebró en 2016 el día mundial del turismo bajo





**DR. AGUSTÍN SANTANA TALAVERA**  
Universidad de La Laguna  
(Tenerife, España)

*X Congreso Internacional de  
Investigación Turística de la AMIT*

el lema “Turismo para todos: promover la accesibilidad universal”. La AMIT retomó el tema desde una perspectiva crítica, con la intención de reflexionar conjuntamente sobre la necesidad de atender cuestiones de infraestructura, equipamiento y capacitación, así como cambios en las actitudes de los actores involucrados para que estos grupos puedan ser también parte del turismo (Convocatoria AMIT, 2016).

Las presentaciones orales se organizaron en las siguientes seis mesas temáticas: 1) Turismo para todos, 2) Educación, capacitación, trabajo y tecnología en turismo, 3) Estudios empresariales y administrativos del turismo, 4) Planeación, gestión e impactos socioterritoriales del turismo, 5) Sustentabilidad y turismo y 6) Turismo y cultura. Se presentaron dos conferencias magistrales, dos paneles, 72 ponencias, siete carteles y cuatro libros, congregando a más de 160 especialistas de distintas disciplinas y procedentes de países como España, Brasil, Colombia y México, que compartieron experiencias y resultados de investigaciones sobre turismo.

El primer día de trabajo en la ceremonia inaugural, la doctora Nora Leticia Bringas Rábago, presidenta de la AMIT hizo una breve reflexión en torno al tema central del congreso sobre quienes han sido excluidos del beneficio del desarrollo turístico, haciendo énfasis en la necesidad de visualizar un modelo de desarrollo turístico más incluyente y al alcance de los sectores más desprotegidos.

La conferencia magistral inaugural “La gobernanza de los destinos turísticos. De la invisibilización a la participación responsable”, estuvo a cargo del doctor Agustín Santana Talavera, Profesor titular de la Universidad de La Laguna (Tenerife) en España, fundador y director de *PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, quien destacó el interés creciente de las últimas décadas hacia el segmento de mercado de personas con discapacidad, haciendo énfasis en la importancia del aspecto

económico de este nicho que no estaba siendo atendido. Expone cinco conceptos claves fundamentales en relación a la gobernanza de los destinos turísticos: competitividad, responsabilidad, sostenibilidad, calidad e innovación, donde el concepto de responsabilidad es central en el ámbito de la gestión turística. Agrega que cualquier proyecto turístico debe cumplir con tres aspectos: accesibilidad, gobernanza y gestión de efectos, siendo la gobernanza una gestión participativa en la que deben estar involucrados todos los actores que participan en el proceso y donde la búsqueda del consenso es todo un reto.

Durante el primer día se llevó a cabo también el panel “¿Turismo para todos? Retos y posibilidades de desarrollo, mismo que contó con la participación de la licenciada Judith Cárdenas, gerente general de la empresa Cancún Accesible, licenciada Diana Monserrat Martínez Juárez, representante del Hotel Fiesta Americana, el C. Juan Enrique Márquez Padilla como turista con discapacidad visual, el doctor Agustín Santana Talavera de la Universidad de la Laguna en España y como moderador el doctor Basilio Verduzco Chávez de la Universidad de Guadalajara. Este panel se constituyó como un espacio donde diversos especialistas, presentaron sus puntos de vista y experiencias sobre las posibilidades de desarrollo del turismo para todos, enfocándose en los retos que se requieren para garantizar el acceso a los servicios turísticos de personas con diferentes necesidades.

La segunda conferencia magistral “¿El turismo debe ser para todos? Apología de un turismo responsable” estuvo a cargo del doctor Juan Ignacio Pulido Fernández, Profesor titular de la Universidad de Jaén y director del Laboratorio de Análisis e Innovación Turística (LAIInnTUR). El doctor Pulido, realizó un debate muy interesante sobre turismo accesible o inclusivo versus turismo para todos, dejando evidencia que este último ha sido mal planteado, reconoce la necesidad de que algunos grupos requieren accesi-



¿TURISMO PARA TODOS?



### ACADEMIA MEXICANA DE INVESTIGACIÓN TURÍSTICA, DÉCIMO ANIVERSARIO

#### **P**residentes de la AMIT (2006-2017)

- MARIBEL OSORIO
- ÁLVARO LÓPEZ LÓPEZ
- ALEJANDRO PALAFOX
- NORA LETICIA BRINGAS RÁBAGO

bilidad universal y por ellos hay que trabajar para garantizar el acceso a los bienes y servicios turísticos. Sin embargo, no significa que el turismo sea para todos. Plantea de una forma adecuada la necesidad de un enfoque de turismo responsable, donde el turismo sostenible sigue siendo la meta. Finalmente realiza una propuesta para reformular el modelo que se basa en cuatro ejes: 1) la racionalización de la actividad turística, 2) asegurar el efecto multiplicador del turismo, 3) asegurar la viabilidad económica y 4) mejorar el acceso a los mercados, donde en se debe contemplar la segmentación, innovación y el conocimiento.

En el marco de la celebración del X Aniversario de la AMIT, se realizó un panel con la participación de los presidentes de la asociación a lo largo de estos diez años; doctora Maribel Osorio (2006-2009), doctor Álvaro López López (2010-2012), doctor Alejandro Palafox Muñoz (2013-2015) y doctora Nora Leticia Bringas Rábago (2016-2018), quienes destacaron los avances que ha tenido esta asociación desde su fundación. La historia inició hace diez años, donde un grupo de 84 investigadores de distintas partes de la República Mexicana, se reunieron un 23 de noviembre de 2006 en la Facultad de Turismo de la Universidad Autónoma del Estado de México, respondiendo a una convocatoria de un grupo de investigadores para constituir una asociación científica sin fines de lucro, especializada en estudios de turismo desde distintas disciplinas.

En 2016 la AMIT estaba formada por 94 investigadores de 36 universidades y centros de investigación de México, España y Colombia; 74 cuentan con doctorado y 20 con



## Mejores tesis de posgrado

MAESTRÍA EN GEOGRAFÍA  
JOSÉ JONATHAN IBARRA  
CORONEL, UNAM

DOCTORADO EN GESTIÓN DEL  
TURISMO  
KENNEDY OBOMBO MAGIO,  
UNIVERSIDAD DE OCCIDENTE

maestría. De los cuales 38 pertenecen al Sistema Nacional de Investigadores: cuatro son candidatos, 26 pertenecen al Nivel I, siete al Nivel II y uno está en el Nivel III.

Se otorgó el Premio a la Mejor Tesis de Posgrado 2016 en las categorías de maestría y doctorado. En esta convocatoria se invitó a participar a posgraduados con tesis elaboradas de forma individual por nacionales o extranjeros residentes en el país que concluyeron y defendieron su tesis de grado ante un jurado durante el año 2015 cuyo tema central se relacionara con el turismo en México. Se recibieron cuatro participaciones de maestría y cinco de doctorado de distintas universidades de México y del extranjero. Ambos ganadores recibieron un diploma como reconocimiento y un cheque por cinco mil pesos (5 000 pesos 00/100 M.N.) en el caso de la tesis de maestría y diez mil para doctorado (10 000 pesos 00/100 M.N.).

En la categoría de maestría la tesis ganadora fue: “Espacios de ocio vividos por PcDV que residen en la ciudad de México”, que presentó José Jonathan Ibarra Coronel para obtener el grado de Maestro en Geografía de la Universidad Nacional Autónoma de México, cuyo director de tesis fue el doctor Álvaro López López.

En la categoría de doctorado, la tesis premiada fue: “Ecoturismo, conservación y desarrollo socioeconómico de las comunidades locales; estudio de caso comparativo de las reservas de la biósfera en México y Kenia”, que presentó Kennedy Obombo Magio para obtener el grado de Doctor en Gestión del Turismo de la Universidad de Occidente, cuya directora de tesis fue la doctora Mónica Velarde Valdez.

La presentación de ponencias se realizó en grupos de temas comunes en cada una de las mesas de trabajo, donde prevaleció la organización y el respeto por los tiempos establecidos, cada mesa concentró entre cinco y seis participantes, la mesa Planeación, gestión e impactos socioterritoriales del turismo con 27 ponencias presentadas fue la que más trabajos recibió.

Durante el congreso se realizó la presentación de cuatro libros de autores miembros de la AMIT, esta actividad ha tenido una amplia aceptación pues representa un espacio para dar a conocer y difundir el trabajo realizado por los integrantes de la asociación. Los libros presentados fueron: 1) El que quiera azul celeste... Experiencias del turista en la era global, coordinado por Tomás Cuevas Contreras. 2) Turismo sustentable y desarrollo local: Estudios en Polonia, Costa Rica y México, coordinado por Mónica Velarde Valdez y Salvador Gómez Nieves. 3) Servir con calidad total. La cultura de la alta dirección empresarial en las micro, pequeñas y medianas empresas japonesas: un enfoque interdisciplinario, coordinado por Irma Magaña Carrillo y 4) Turismo, sociedad y territorio: Una lectura crítica. Libro homenaje a Manuel Rodríguez Woog, coordinado por Daniel Hiernaux.

Como parte del programa del congreso se llevaron a cabo las siguientes actividades de ocio y recreación: un brindis de bienvenida, una visita guiada por la ciudad, una noche fandango -con la animación de la catrina de José Guadalupe Posada- para conmemorar la celebración del décimo aniversario de la academia y finalmente, un recorrido por el viñedo Santa Elena, dichos espacios son importantes porque permiten no solo ser turista en el destino visitado, sino que también son momentos propicios para incentivar la convivencia de los socios, quienes año tras año se dan cita para intercambiar ideas y resultados de investigación, pero también para generar espacios de reunión para encontrar afinidad no solo profesional, sino personal, incentivando así la convivencia y el acercamiento entre los miembros de la AMIT.

De esta manera, se cerró la décima versión del Congreso Internacional de la Academia Mexicana de Investigación Turística cumpliendo con los objetivos planteados, con resultados satisfactorios de los asistentes, así como por la calidad y arbitraje de los trabajos presentados y los conferencistas magistrales que enriquecieron el evento con sus conocimientos.



## POLÍTICAS

### *Enfoque y alcance*

*Dimensiones Turísticas* es una publicación científica, digital y de distribución gratuita que publica y difunde trabajos originales de investigación que abordan temáticas turísticas en México y en otros contextos internacionales. *Dimensiones Turísticas* se especializa en el estudio de los distintos procesos sociales, culturales, económicos, políticos, ambientales y territoriales vinculados con la actividad turística a través de investigaciones analíticas, críticas y reflexivas desde una perspectiva inter y multidisciplinaria con el propósito de difundir los principales hallazgos de investigación tanto entre la comunidad académica, como con el sector gubernamental, empresarial y la sociedad en su conjunto.

Su objetivo es constituirse en un espacio que permita exponer nuevos enfoques, teorías, metodologías, estudios, experiencias y hallazgos de investigación que permitan avanzar en la construcción y difusión del conocimiento acerca del turismo, así como contribuir al enriquecimiento de debates actuales sobre la investigación turística.

### *Políticas de sección*

*Dimensiones Turísticas* publica textos inéditos de carácter científico que analicen teorías, metodologías o procesos sociales, culturales, económicos, administrativos, políticos, ambientales y territoriales vinculados con la actividad turística desde una perspectiva inter y multidisciplinaria. Se publicarán tres tipos de trabajos: artículos, notas críticas y reseñas bibliográficas.

**Artículo:** Se refiere a trabajos originales que expongan los principales hallazgos teóricos, empíricos o metodológicos de investigaciones concluidas o en curso que analicen desde distintas disciplinas procesos vinculados a la actividad turística.

**Notas críticas:** Es una reflexión académica sobre temas actuales o avances de investigación.

**Reseña:** Es un texto breve que refiere o analiza publicaciones en formato físico o electrónico recientes que aborden temáticas de turismo o de investigación. El Comité editorial será el responsable de sugerir los libros a reseñar.

### *Proceso de evaluación por pares*

Los trabajos académicos serán sometidos a un proceso de evaluación anónima por pares. Las notas críticas serán sometidas al mismo proceso de evaluación que los artículos. Las publicaciones reseñadas no deberán tener una fecha de publicación mayor a dos años anteriores al año de envío de la propuesta.

Debido al proceso editorial anónimo, los datos de autores/as como adscripción, currículo sucinto, dirección electrónica y postal figurarán en una hoja aparte. Los trabajos serán sometidos a la revisión de un comité de expertos para avalar la calidad científica y deberán enviarse en su versión final y completa, ya que no se permitirán modificaciones posteriores una vez iniciado el proceso de evaluación.

El proceso para la revisión blindada de artículos es el siguiente:

Recepción del manuscrito y aviso de recepción al autor en un plazo no mayor a 72 horas. Posteriormente, inicia el proceso que consta de las siguientes fases:

- 1. Primera fase:** Envío de la propuesta al Comité editorial para realizar una pre-evaluación de la calidad del manuscrito, la pertinencia temática y la conformidad de las normas editoriales. El manuscrito podrá ser aceptado o rechazado por el Comité, que basa su decisión en criterios de calidad académica, aportación al campo científico y a la temática y normatividad. Si el manuscrito es aceptado, pasa a la segunda fase; en caso contrario, se envía un aviso de rechazo al/la autor/a.
- 2. Segunda fase:** en caso de que el pre-dictamen sea favorable, el manuscrito anónimo se enviará a dos evaluadores/as externos/as, con especialidad en la línea de investigación, temática o materia de la propuesta. En caso de contar con dictámenes contradictorios, el manuscrito se envía a un tercer evaluador/a, también especialista, cuya decisión será determinante para el dictamen final.

Los dictámenes podrán tener los siguientes resultados:

- 1. Dictamen positivo:** indica un resultado favorable; el manuscrito puede ser evaluado como:
  - a) Publicar sin cambios;
  - b) Publicar cuando se hayan cumplido con modificaciones menores;
  - c) Publicar una vez que se haya efectuado una revisión a fondo.
- 2. No publicable:** El manuscrito se rechaza de forma definitiva.

En caso de que el dictamen final solicite cambios o modificaciones, los/as autores/as disponen de cuatro semanas para incorporarlos y volver someter el manuscrito para su revisión. La revisión la realiza el Comité editorial. Si los cambios se incorporan adecuadamente, el manuscrito se acepta finalmente; si se considera que no se han hecho las modificaciones requeridas se pedirá a los/las autores/as que revisen su propuesta y se contará con un



plazo no mayor a dos semanas para incorporar los cambios solicitados. Si los cambios se incorporan, será aceptado para su publicación; si los cambios no se incorporan en este segundo periodo, el manuscrito se rechaza.

Para que las propuestas sean enviadas al Comité editorial deberán cumplir con las normas editoriales de AMIT (APA 6). En caso contrario, serán devueltas a los/las autores/as para que ajusten sus propuestas a las Directrices.

Una vez aceptado el trabajo para su publicación, los/as autores/as conceden a la *Dimensiones Turísticas* los derechos de los artículos publicados, conservando sus derechos morales conforme lo establece la Ley de derechos de autor

### ***Frecuencia de publicación***

*Dimensiones Turísticas* es una publicación semestral. Se publica en junio y diciembre. La convocatoria para recepción de trabajos se mantiene abierta durante todo el año.

### ***Política de acceso abierto***

*Dimensiones Turísticas* brinda un acceso abierto y gratuito al contenido de sus investigaciones con la finalidad de difundir y garantizar un intercambio amplio y directo del conocimiento generado.

*Dimensiones Turísticas* no cobra cuotas por el envío, gestión o publicación de los trabajos enviados a evaluar.

### ***Derechos de los/las autores/as***

Los/las autores/as serán responsables únicos de las ideas, afirmaciones y opiniones expresadas en su texto, por lo que la revista no asume responsabilidad alguna en este sentido. Los/las autores/as conserva/n sus derechos morales conforme lo establece la Ley de derechos de autor. *Dimensiones Turísticas* autoriza la reproducción de su material a través de medios magnéticos, electrónicos y de reprografía siempre y cuando no se alteren los contenidos, sea sin fines de lucro y se cite la fuente completa.

## **DIRECTRICES PARA AUTORES/AS**

Los trabajos serán sometidos a evaluación por un comité de expertos. Todas las propuestas pasarán por un proceso editorial que se desarrollará en varias fases, por lo que es necesario que la presentación de los manuscritos siga una serie de normas que faciliten la edición y eviten el retraso de la publicación.

1. Los trabajos que se envíen a *Dimensiones Turísticas* para su publicación deberán ser originales y académicos, no haber sido publicados en otros medios impresos, ni electrónicos. Tampoco deberán haber sido sometidos de manera simultánea a otras

revistas u órganos editoriales. Deberán atender de manera estricta la presente guía para autores.

2. Los trabajos deberán enviarse en su versión final y completa, ya que no se admitirán modificaciones posteriores una vez iniciado el proceso de evaluación.
3. *Dimensiones Turísticas* publicará tres tipos de trabajos: artículos, notas críticas y reseñas bibliográficas.
4. Todos los trabajos serán revisados para verificar que se ajusten estrictamente a la presente guía para autores. En caso contrario se remitirán a los/las autores/as para que realicen los ajustes correspondientes. Una vez establecido que el trabajo cumple con los requisitos solicitados por la revista, será enviado a dos árbitros, quienes determinarán en forma anónima:
  - a) **Dictamen positivo:** indica un resultado favorable; el manuscrito puede ser evaluado:
    - Publicar sin cambios;
    - Publicar cuando se hayan cumplido con modificaciones menores;
    - Publicar una vez que se haya efectuado una revisión a fondo.
  - b) **No publicable:** El manuscrito se rechaza de forma definitiva.
5. En caso de discrepancia entre ambos resultados, el texto será enviado a un tercer árbitro, cuyo dictamen será determinante para decidir si se acepta o no. Los resultados del proceso de evaluación serán inapelables en todos los casos.
6. Los trabajos enviados por académicos/as adscritos/as a alguna institución serán sometidos a consideración de árbitros externos a la misma.
7. Los dictámenes serán enviados a los/las autores/as oportunamente.
8. Los trabajos enviados deberán estar escritos de manera clara, sencilla y bien estructurada, omitiendo la redacción en primera persona, ya sea en singular o plural (yo o nosotros).
9. Los párrafos adoptarán el estilo de párrafo moderno (sin sangría).
10. Los trabajos podrán estar escritos en español o en inglés.

### **Requisitos para los artículos**

1. Todos los trabajos deberán estar escritos en el programa *Word 2011* o anterior, en hojas tamaño carta, en una sola faz, a espacio y medio y con márgenes de tres centímetros. Tipo de letra Times New Roman de 12 puntos.
2. La extensión mínima del artículo será de 20 cuartillas y la máxima de 30 cuartillas tamaño carta, a espacio y medio, incluyendo resumen, cuadros, gráficos y figuras (mapas, ilustraciones, diagramas, fotografías) y bibliografía.
3. En la primera página deberá aparecer el título del trabajo (redactado en alta y bajas, en negritas y en español e inglés), que deberá ser breve y referir claramente

el contenido. Enseguida se incluirá un resumen en español e inglés (*abstract*) con una extensión máxima de 600 caracteres, en el que se destaque el objetivo, la relevancia del análisis, el método utilizado, los principales resultados o hallazgos más relevantes. Es responsabilidad del autor proveer una traducción correcta del resumen. Asimismo, se requieren cinco palabras clave en español e inglés (*key words*). Se sugiere que estas palabras sean: una geográfica, dos disciplinarias y dos temáticas, con su respectiva traducción al inglés o español que permitan identificar el contenido del artículo. Enseguida se presenta el texto principal y las referencias.

4. El texto deberá organizarse como sigue (los títulos de secciones son indicativos, las propuestas pueden llevar otro título, pero respetar los contenidos):
  - a) Título
  - b) Resumen (español e inglés) y palabras clave en ambos idiomas
  - c) Introducción
  - d) Cuerpo del trabajo: antecedentes, metodología, resultados, discusión y/o hallazgos.
  - e) Conclusiones
  - f) Bibliografía
5. Los **títulos o subtítulos** deberán diferenciarse entre sí, para ello se recomienda el uso del sistema decimal progresivo, cuidando que la numeración de los subtemas o secciones no sea excesiva o mayor a dos órdenes (2., 2.1, 2.1.1, 2.1.2).
6. Las **siglas y acrónimos** deberán ser claramente definidos en su primer uso en el texto.
7. No se aceptan abreviaturas.
8. Todas las **referencias** a material previamente publicado y a fuentes estadísticas deberán estar identificadas en el texto utilizando el sistema de citas autor y fecha de APA 6, anotando entre paréntesis el primer apellido del autor/a o autores, seguido del año de publicación y página(s) de referencia precedida(s) por las letras p. o pp. Por ejemplo: (Hiernaux, 2010, p. 63) o (Hiernaux y Osorio, 2015, pp. 231-235).
9. Las **notas de pie de página** deberán ser las estrictamente necesarias, estar numeradas sucesivamente en números arábigos y estar situadas a pié de página. Se utilizarán sólo para hacer comentarios puntuales o aclaraciones del autor y no para referencias bibliográficas. Deberán presentarse con letra Times New Roman de 9 puntos evitando anexos o apéndices.
10. Los **cuadros, tablas y gráficos** deberán incluir información estadística concisa, en formato de hoja de cálculo, preferiblemente en Microsoft Excel. Igualmente deberán colocarse en formato editable en el lugar propuesto en el documento, con el título colocado en la parte superior del objeto, con tipología Times New Roman 10 puntos y con su respectiva fuente de referencia colocada en la parte inferior.

11. Las **figuras** deberán respaldarse en un archivo aparte, en formato de imagen jpeg (.jpg) o tiff (.tif) con una resolución de 300 dpi y preferentemente en color y un archivo por cada objeto. También deberán colocarse en formato editable en el lugar propuesto en el documento, con el título colocado en la parte superior de la figura, con tipología Times New Roman 10 puntos y con su respectiva fuente de referencia colocada en la parte inferior.
12. Tanto los cuadros, tablas, gráficos y demás figuras serán numerados con el sistema arábigo (cuadro 1, 2, 3, etc.). Las fotografías son consideradas como figuras (figura 1, 2, 3, etcétera). Estas últimas deberán manejarse en formato JPG a 300 dpi como mínimo y deberán especificar como pie de foto, el autor y el año en que fueron tomadas, con tipología Times New Roman 10 puntos y con su respectiva fuente de referencia, colocada en la parte inferior.
13. Cada archivo debe ir titulado en primer lugar por el tipo de objeto, su número consecutivo y la página en que queda ubicado (graf1p8.jpg; mapa1p15.tif; fig1p12.jpg; fig2p16.xls; etcétera). En el cuerpo del texto deberá incluirse cada objeto en el lugar correspondiente en formato editable.
14. La bibliografía se incluirá al final del artículo ordenada alfabéticamente por autor, incluyendo exclusivamente las obras citadas en el cuerpo del texto como libros, capítulos de libros, artículos en revistas digital o impreso, notas periodísticas, archivos de Internet, películas, entre otros.

### *Requisitos para las notas críticas*

1. Las notas críticas son reflexiones sobre temas de actualidad o avances de investigación. Deberán tener una extensión mínima de ocho cuartillas tamaño carta y un máximo de diez, a espacio y medio, en Times New Roman de 12 puntos, con márgenes de tres centímetros.
2. Las notas críticas serán seleccionadas por el Comité Editorial de la revista considerando su calidad, originalidad en el análisis, actualidad y pertinencia temática.
3. Las notas críticas deberán atender las mismas indicaciones con respecto al título (bilingüe), así como para citar referencias y bibliografía.

### *Requisitos para las reseñas bibliográficas*

1. Las reseñas deben referirse a libros relevantes publicados dentro de los dos años anteriores a la fecha de publicación de la revista y su extensión máxima deberá ser de cuatro páginas tamaño carta, a espacio y medio, en Times New Roman de 12 puntos, con márgenes de tres centímetros en todos los lados.

2. La reseña deberá contener la referencia completa de la obra (formato APA 6), seguida de los comentarios de quien hace la reseña y los datos de identificación (nombre y apellidos, adscripción institucional y correo electrónico).
3. Las reseñas deberán atender las mismas indicaciones con respecto al título (bilingüe), así como para citar referencias y bibliografía.

### **Normas para citar las referencias bibliográficas**

Las referencias a fuentes consultadas deberán incluirse al final en orden alfabético, sin distinguir el tipo de fuente y en formato APA 6.

#### **Artículos y publicaciones periódicas impresas**

Apellido, A. A., Apellido, B. B. y Apellido, C. C. (Año). Título del artículo (en redondas). *Nombre de la revista* (en cursivas), *volumen*(en cursivas)(número), pp.-pp.

*Ejemplo:*

Bertoncello, R. (2002). Turismo y territorio otras prácticas, otras miradas. *Aportes y Transferencias*, 6(2), 29-50.

#### **Artículo y publicaciones digitales o electrónicas**

Apellido, A. A., Apellido, B. B. y Apellido, C. C. (Año). Título del artículo (en redondas). *Nombre de la revista* (en cursivas), *volumen*(en cursivas)(número), pp.-pp. Recuperado de [www.direcciónelectrónica.com](http://www.direcciónelectrónica.com)

*Ejemplo:*

Valcuende del Río, J. M. (2012). Turismo y poblaciones indígenas: Espacios, tiempos y recursos. *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, XVI(410), 28-55. Recuperado de <http://www.raco.cat/index.php/ScriptaNova/issue/view/18634>

#### **Artículo con DOI**

Apellido, A. A., Apellido, B. B. y Apellido, C. C. (Año). Título del artículo (en redondas). *Nombre de la revista* (en cursivas), *volumen*(en cursivas)(número), pp.-pp. DOI: XXX-YYYY

*Ejemplo:*

Valcuende del Río, J. M. (2012). Turismo y poblaciones indígenas: Espacios, tiempos y recursos. *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, XVI(410), 28-55. DOI: 1138-9788

#### **Libros**

Apellido, A. A. (Año). *Título* (en cursivas). Ciudad, País: Editorial.

*Ejemplos:*

Santana, A. (1997). *Antropología y Turismo. ¿Nuevas hordas, viejas culturas?* Barcelona, España: Ariel.

Casez, G. (1992a). *Fondements pour une géographie du tourisme et des loisirs*. París, Francia: Bréal Editions.

Casez, G. (1992b). *Tourisme et tiers-monde, un bilan controversé*. París, Francia: L'Harmattan (Tome II).

#### **Libros con editor, compilador o coordinador:**

Apellido, A. A. (Ed.). (Año). *Título* (en cursivas). Ciudad, País: Editorial.

*Ejemplo:*

Vera Rebollo, J. F. (coord.). (2011). *Análisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos*. Valencia, España: Tirant Lo Blanch.

#### **Versión electrónica o digital de libro impreso:**

Apellido, A. A. (Año). *Título* (en cursivas). Editorial. Recuperado de [www.direcciónelectrónica.com](http://www.direcciónelectrónica.com)

*Ejemplo:*

Ascanio, A. (2013). *Economía del turismo* [e-book]. Ediciones de la U.

#### **Capítulo de libro:**

Apellido, A. A. y Apellido, B. B. (Año). Título del capítulo (en redondas). En A. A. Apellido (Ed.), *Título del libro* (en cursivas) (pp. nn-nn). Ciudad, País: Editorial.

*Ejemplos:*

Luka, N. (2011). Del espacio al lugar y al paisaje cultural: segundas residencias a orillas de ríos y lagos en Canadá central. En T. Mazón, R. Huete y A. Mantecón (eds.), *Construir una nueva vida. Los espacios del turismo y la migración residencial* (pp. 21-46). Santander, España: Milrazones.

Salvat, J., Meritxell, S. y Olmos, P. (1998). Evaluación del potencial turístico: las montañas de Prades. En J. Oliveras y S. Antón (eds.), *Turismo y planificación del territorio en la España de fin de siglo* (pp. 107-115). Tarragona, España: Universitat Rovira I Virgili.

#### **Videos, grabaciones y otros soportes digitales:**

Apellido, A. A. (Productor) y Apellido, B. B. (Director). (Año). *Título* (en cursivas) [Película cinematográfica]. País de origen: Estudio.

*Ejemplo:*

Secretaría de Turismo de México (2015). *Compendio estadístico del turismo en México 2016* [disco compacto]. México: Sectur.

#### **Videos, podcast y otras fuentes en línea:**

Apellido, A. A. (día, mes, año). *Nombre del programa o evento* (en cursivas) [Tipo de archivo]. Recuperado de [www.direcciónelectrónica.com](http://www.direcciónelectrónica.com)

*Ejemplo:*

Boehm, P. (26 de noviembre de 2014). *La entrevista de Herta Müller en Hay Festival Cartagena 2013* [Audio en podcast]. Recuperado de <http://programas.cooperativa.cl/unanuevamanana/>

### **Páginas web**

Apellido, A. A. (Año). *Título de la página web* (en cursivas). Recuperado de [www.direcciónelectrónica.com](http://www.direcciónelectrónica.com)

*Ejemplo:*

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) (2014). *Cuenta Satélite del Turismo (CST) de México*. Recuperado de <http://www.beta.inegi.org.mx/app/biblioteca/ficha.html?upc=702825060640>

### **Simposios y conferencias**

Apellido, A. y Apellido, B. (mes, año). Título de la presentación (en redondas). En A. Apellido del Presidente/organizador del Congreso (Presidencia), *Título del simposio* (en cursivas). Simposio dirigido por Nombre de la Institución Organizadora, Lugar.

*Ejemplo:*

Ibáñez, R. (noviembre, 2013). Retos en materia de turismo y sustentabilidad en pequeñas localidades costeras de Baja California Sur (BCS). En *7mo. Congreso Internacional de la Academia Mexicana de Investigación Turística*. Academia Mexicana de Investigación Turística y Universidad Autónoma de Chiapas, San Cristóbal de Las Casas, Chiapas, México.

### **Tesis**

Apellido, A. (Año). *Título de la tesis* (en cursivas) (Tesis de [grado]). Nombre de la Institución, lugar de presentación.

*Ejemplo:*

Gaxiola Aldama, R. (2010). *Turismo sexual masculino y las prácticas sociales de uso del espacio urbano en la ciudad de Tijuana* (Tesis de doctorado en Ciencias Sociales con especialidad en Estudios Regionales). El Colegio de la Frontera Norte, Tijuana, Baja California, México.

### **Comunicaciones personales y entrevistas**

Si bien las comunicaciones personales (correos, cartas privadas, memorandos, entrevistas telefónicas) deberán aparecer referidas en el cuerpo del texto según lo sugerido por las normas APA 6, no se incluyen en las referencias bibliográficas, por no considerarse fuentes consultables.

## ENVÍOS

Los trabajos podrán enviarse atendiendo cualquiera de las dos opciones:

1. Enviar el archivo digital del trabajo a la dirección: [amit.dimentur@gmail.com](mailto:amit.dimentur@gmail.com), asegurándose de eliminar las referencias de autoría y filiación.
2. Subir el archivo digital del trabajo directamente en el siguiente enlace: [www.amiturismo.org/envio-de-articulo](http://www.amiturismo.org/envio-de-articulo)

### *Información adicional*

1. Para asegurar el anonimato, además del texto completo del artículo o reseña, es necesario enviar en hoja independiente o capturar directamente en el siguiente enlace [www.amiturismo.org/envio-de-articulo](http://www.amiturismo.org/envio-de-articulo)
  - Tipo de colaboración
  - Título de la colaboración.
  - Nombre completo del/la autor/a.
  - Correo electrónico del/la autor/a.
  - Institución y dependencia de adscripción.
  - Dirección postal
  - País
2. Currículo abreviado de el/la autor/a o autores/as (máximo 600 caracteres), que incluya el último grado académico y la institución donde obtuvo el grado, ocupación actual, líneas de investigación y título de los últimos tres trabajos publicados.

### *Lista de comprobación de preparación de envíos*

Como parte del proceso de envío se requiere que los autores indiquen que el mismo cumple puntualmente con las siguientes características:

1. Que la propuesta no ha sido publicada previamente, ni se ha enviado simultáneamente a otra revista.
2. Que el fichero enviado está en formato Microsoft Word.
3. Que se han añadido direcciones web para las referencias donde sea posible.
4. Tipografía Times New Roman a 12 puntos para el texto y de 10 para títulos de cuadros, gráficas y figuras y para notas de pie de página el tamaño es 9.
5. Texto interlineado a espacio y medio.
6. Que el texto cumple con los requisitos bibliográficos y de estilo indicados en la presente Guía para autores.



Los trabajos que no cumplan con estas indicaciones pueden ser devueltos al/la autor/a, quien podrá enviar de nuevo su manuscrito siempre y cuando cumpla con los puntos solicitados.

### *Aviso de derechos de autor*

- Los/as autores/as conceden a *Dimensiones Turísticas* el permiso para que su material se difunda en la revista y medios magnéticos, electrónicos y fotográficos. Los derechos de autor de los artículos publicados en *Dimensiones Turísticas* son cedidos a la Academia Mexicana de Investigación Turística, A.C. (AMIT) tras la aceptación del original para que éste se publique y distribuya en versión electrónica; asimismo, los/las autores/as conserva(n) sus derechos morales conforme lo establece la Ley de derechos de autor.
- El/la autor/a principal recibirá una forma de Declaración de originalidad y cesión de derechos de autor que deberá firmar y remitir a *Dimensiones Turísticas* (amit.dimentur@gmail.com) conjuntamente con la versión final del trabajo. Será su responsabilidad obtener la firma y consentimiento de los/las demás autores/as si los hubiere.
- Por otra parte, los/as autores/as podrán usar el material de su artículo en otros trabajos o libros publicados por ellos mismos, con la condición de citar a *Dimensiones Turísticas* como la fuente original de los textos.
- Es responsabilidad de los/las autores/as obtener por escrito la autorización correspondiente para todo aquel material que forme parte de su artículo (Vg. fotografías o mapas satelitales) y que se encuentre protegido por la Ley de derechos de autor.

### *Declaración de privacidad*

Los nombres y direcciones de correos administrados por *Dimensiones Turísticas* se usarán exclusivamente para los fines declarados por la revista y no estarán disponibles para ningún otro propósito u otra persona.

## **OTROS**

### *Declaración de ética*

*Dimensiones Turísticas* suscribe el código de conducta del COPE (Committee on Publication Ethics), que adopta las siguientes recomendaciones de la *Guía de buenas prácticas* revisada y aprobada por el COPE en 2011:

- La *dirección de la revista y demás miembros del equipo editorial* son responsables de garantizar un proceso de evaluación anónimo entre autores y evaluadores. La información sobre el manuscrito se mantendrá en estricta confidencialidad y sólo se informará a autores/as responsables de la propuesta y al equipo editorial.
- La dirección de la revista mantendrá anónima la identidad de los/as evaluadores/as.
- *Dimensiones Turísticas* se compromete a elegir evaluadores/as calificados/as según la temática y con capacidad probada para evaluar de forma ética y profesional, evitando conflictos de intereses.
- *Dimensiones Turísticas* cuidará la calidad académica y ética de la comunicación con los/las evaluadores/as, cualquier falta, descortesía o mala conducta de un/a dictaminador/a será revisada y la revista se compromete a no recurrir a evaluadores/as que realicen tales prácticas.
- Las propuestas serán sometidas a dictamen considerando su contenido intelectual, sin sesgos ni discriminación de edad, género, creencias políticas o religiosas y respetando la libertad de expresión.
- Las decisiones editoriales de aceptación o rechazo estarán basadas en la importancia, originalidad y claridad del manuscrito, en la validez del estudio científico y en su vínculo con la línea editorial de la revista. El/la directora/a sólo podrán revocar propuestas o contribuciones en caso de que se identifiquen problemas serios con las mismas, como plagio, faltas éticas, entre otras, aunque estuvieran previamente aprobadas para su publicación.
- En caso de ser necesario y estar comprobado, *Dimensiones Turísticas* puede hacer públicas cuestiones de mala conducta vinculadas a la investigación y a las propuestas incluyendo prácticas de plagio y duplicidad por parte de los/as autores/as.
- La dirección de la revista y el Consejo editorial recomiendan a sus revisores/as el uso de software para detectar plagios (Turnitin, Paper Rater, Viper, entre otros).

En cuanto a los/las *evaluadores/as*, éstos deberán comprometerse a lo siguiente: Revisar las propuestas de forma confidencial y no utilizar la información de la revisión para otros fines distintos a la evaluación del trabajo.

- Informar a la dirección de la revista en caso de existir algún conflicto de cualquier tipo (de interés o vinculado con la metodología, contenidos o procedimientos de la investigación, los/las evaluadores/as deberán informar a la dirección).
- Informar a la dirección de la revista cuestiones de mala ética vinculadas a la investigación y a las propuestas incluyendo prácticas de plagio y duplicidad por parte de los/as autores/as.

En cuanto a los/las *autores/as*, éstos deberán comprometerse a lo siguiente:

- Las propuestas son responsabilidad de quien sustenta la autoría; los/las autores/as se comprometen a someter obras académicas inéditas y originales elaboradas

por ellos mismos. Las propuestas no deberán ser sometidas a otros procedimientos editoriales ni haber sido objeto de plagio, falsificación o manipulación.

- Todo material no producido por quien sustenta la autoría, deberá estar claramente citado de acuerdo a las normas de *Dimensiones Turísticas*.
- Los/las autores/as tienen la obligación de no incurrir en falsificación de participación de autoría, por lo que deberán equilibrar su participación a fin de que no aparezcan autorías o colaboraciones fantasmas.