

SERIE BIBLIOGRAFICA CEPLADES N° 1
INVESTIGACION CUALITATIVA EN TURISMO, ONTOLOGIA,
EPISTEMOLOGÍAS Y METODOLOGIAS

QUALITATIVE RESEARCH IN TOURISM ONTOLOGIES,
EPISTEMOLOGIES AND METHODOLOGIES.

Edited by Jenny Phillmore and Lisa Goodson. Routledge. Cap. 2 y 3. (2004)

CUESTIONES EPISTEMOLÓGICAS DEL CONOCIMIENTO DEL TURISMO

John Tribe*

Traducción Dr. Adriana Otero (2006)¹

Resumen del Capítulo

Este capítulo analiza las cuestiones epistemológicas de la investigación en turismo. Un mapeo inicial del territorio epistemológico del tema, revela al turismo como un *campo* de estudio más que como una *disciplina*. Un campo en donde el conocimiento del turismo se crea a través de enfoques multidisciplinarios, interdisciplinarios y extradisciplinarios. La existencia de dos grupos distintivos de investigadores queda claramente establecido: aquellos interesados en cuestiones empresariales del sector y aquellos interesados en cuestiones no empresariales. La segunda parte del capítulo utiliza la sociología del conocimiento para problematizar el conocimiento del turismo y revelar su construcción social y política. El concepto de paradigma, la noción de tribus académicas y la idea de intereses constitutivos del conocimiento demuestran que el conocimiento no esta libre de los intereses de los que lo producen.

Adicionalmente el concepto de discurso revela a las fuerzas sociales y políticas en la producción y operación del conocimiento del turismo, y a través de su operación, como muchas interpretaciones del turismo se legitiman y otras quedan excluidas. Finalmente, el capítulo subraya la importancia de la reflexión de la práctica investigativa.

Cuestiones epistemológicas del conocimiento del turismo.

Epistemología: rama de la filosofía que estudia al conocimiento. Explora la teoría del conocimiento.

Exploraremos el territorio epistemológico del turismo y revisaremos el estatus del turismo como disciplina y la creación de conocimiento turístico; a través del trabajo multidisciplinario, interdisciplinario y extradisciplinario.

¿El turismo es una disciplina? Según Cooper et al (1998) en la actualidad el turismo adolece del andamiaje teórico que posibilitaría entenderlo como disciplina.

Hirst (1974) explica el significado de una disciplina “*como un modo distintivo por el cual estructuramos nuestras experiencias por el uso de símbolos públicamente*

¹ Universidad Nacional del Comahue, Neuquén, Argentina.

aceptados”. Hirst propone que las disciplinas explican su cuestión distintiva de cuatro formas:

- 1) Cada disciplina tiene una red de conceptos particulares relacionados a esa forma de conocimiento.
- 2) Por lo tanto esos conceptos forman una red distintiva, que le da a esa forma de conocimiento su estructura lógica distintiva.
- 3) Cada disciplina tiene expresiones o afirmaciones que, de alguna manera, pueden ser confirmadas contra la experiencia usando criterios propios de esa forma de conocimiento.
- 4) Las disciplinas son irreductibles, lo que significa que no es posible seguir reduciendo estas formas de conocimiento; en otras palabras, estos son los bloques constitutivos básicos.

Los estudios en turismo no pueden ser considerados como una disciplina a la luz de estos criterios. Primero, mientras que los estudios de turismo contienen un número de conceptos (motivación turística), ellos son eventualmente particulares o específicos a los estudios turísticos. Generalmente, provienen de otra disciplina, han sido tomados y contextualizados para darles una dimensión turística.

Segundo, necesitan ser comprendidos generalmente dentro de la lógica estructural de su disciplina de base. No forman un marco teórico sólido, de manera que los estudios de turismo, en si mismos, no proporcionan una forma distintiva, estructurada de analizar el mundo como si lo hace por ejemplo la sociología.

Tercero, los estudios de turismo no tienen expresiones o afirmaciones que son confirmables por la experiencia usando criterios particulares para los estudios turísticos, sino que utiliza criterios de las disciplinas que contribuyen a la construcción del campo. Por ejemplo *“satisfacción turística”* es un problema típico del turismo. El término satisfacción puede ser abordado como una cuestión filosófica, cuando indagamos *“satisfacción con que”*. La satisfacción puede contener elementos psicológicos cuando nos cuestionamos acerca de cómo el sujeto percibe la satisfacción. En realidad, entonces, el concepto sustantivo a ser investigado dentro de *“la satisfacción turística”* no es lo turístico, sino la *“satisfacción”*. El turismo provee meramente el contexto.

Las principales limitaciones del turismo para ser considerado como una disciplina son su falta de unidad teórico conceptual y su gran dependencia de las disciplinas contribuyentes.

Turismo: dos campos estudiados multidisciplinariamente, interdisciplinariamente y extradisciplinariamente.

Por lo hasta aquí argumentado Tribe (1997) se refiere al turismo como un campo, más que como a una disciplina. Henkel (1998), hace una diferencia entre disciplina y campo. Las disciplinas *“constituyen una constelación distintiva de teorías, conceptos y métodos cohesionados”*, mientras campos incluyen *“todo tipo de conocimientos que puedo iluminarlos, aportando puntos de partida útiles para desarrollar sus argumentos”*. Escritores como Gunn (1987) clasifican al turismo como un campo, y lista las

principales disciplinas que contribuyen a su construcción: antropología, ecología humana, administración, geografía, ciencias del comportamiento, historia y ciencias políticas, planificación y diseño.

En gran parte de la bibliografía específica el turismo ha sido considerada como una sola entidad llamada estudios de turismo. Pero este enfoque no refleja adecuadamente las tensiones dentro del campo. Más bien, parecería haber dos campos discernibles, uno de ellos claramente identificado como los estudios del mundo empresario del turismo. Su identidad ha sido tomada de prestado de los estudios ya maduros del campo de los negocios, pero en un contexto turístico.

El otro campo, de los estudios del turismo, no tiene un título tan obvio porque es un poco más que el resto de los estudios de turismo, o los estudios del turismo no empresariales. Le falta algo que identifique el marco más allá de su conexión con el turismo. Incluye áreas como el impacto ambiental, los impactos sociales y las percepciones del turismo.

Este campo es llamado *Campo Turístico 2* (CT2), mientras que los estudios empresariales del turismo se denominan *Campo Turístico 1* (CT1). Es de destacar que existen superposiciones entre ambos campos.

La *figura 1* se presenta para demostrar los desarrollos y la creación de conocimiento en los campos del turismo. El círculo exterior representa las herramientas de análisis de las disciplinas (se usa la “n” disciplina nombrar otras disciplinas clave). El círculo del medio $(CT1 + CT2) = CT$, representa el campo de estudio del turismo. Es de hacer notar que entre el círculo externo y el círculo de *CT* hay una banda *K*. La banda *K* denota el área de creación del conocimiento del turismo. Se puede observar que varias actividades tienen lugar en la banda *K*. Primero, en un nivel simple, representa la interfase entre las disciplinas y los campos del turismo. Así, donde la economía entra al campo del turismo, nace la teoría del “*turismo como multiplicador*” (Boyer, 1997). Epistemológicamente hablando cada disciplina suministra la metodología que esa forma de conocimiento necesita.

Asimismo la banda *K* también posiblemente representa un lugar donde las disciplinas interactúan unas con otras en el campo del turismo. Por ejemplo el concepto de capacidad de carga surge de la combinación de disciplinas tales como la sociología, la economía y la biología. Esta combinación de disciplinas crea nuevas miradas del mundo del turismo que representan un abordaje interdisciplinario (Przeclawski, 1993).

Gibbons et al (1994) se refieren al modo de producción de conocimiento que incluye abordajes multidisciplinares, interdisciplinares y los denomina *Modo 1*. El conocimiento *Modo 1* se genera dentro del contexto disciplinar, prioritariamente cognitivo (1994). Es un conocimiento que ha sido primariamente generado y madurado dentro de las instituciones de educación superior. Pero Gibbons et al ha identificado una nueva forma de producción de conocimiento que denota como *Modo 2*:

“*La nueva forma opera dentro del contexto de aplicación en aquellos problemas que no están establecidos en un marco disciplinar dentro de las estructuras universitarias... (y) hace uso de un rango amplio de criterios para juzgar su control de calidad.*”

La mayor parte de la producción de conocimiento del turismo del *Modo 2* tiene lugar en la parte superior del círculo central de la **Figura 1** y se refiere al *CT1*. Esto es así porque

los principales lugares de producción del conocimiento del *modo 2* incluyen al sector, al gobierno, los THINK-TANKS, los grupos de interés, los Institutos de Investigación y las consultorías. Incluye desarrollos y aplicaciones tales como habitaciones de hotel inteligentes, sistemas de reserva computarizados y sistemas de administración.

Gibbon et al, explica el *Modo 2* en términos transdisciplinarios –esto es “conocimiento que emerge de *contextos particulares de aplicación* con sus propias estructuras distintivas, métodos de investigación y modos de práctica pero que no podrían ser ubicados en el mapa disciplinar predominante”.

Se propone el uso del término “*extradisciplinario*” para describir el modo de producción del conocimiento denotado como *Modo 2*. Esto es así porque el término transdisciplinario (o sea a través de las disciplinas) se confunde fácilmente con interdisciplinario. La importancia de destacar lo relativo al *Modo 2* de producción de conocimiento yace, en que ocurre fuera de los centros tradicionales de producción del conocimiento, las instituciones de educación superior. Segundo, que desarrolla su propia epistemología, metodología, basada en lo disciplinar y la revisión de pares, siendo esta última el sello de marca del control de calidad del *Modo 1* de producción del conocimiento.

El conocimiento producido como *Modo 2*, no obstante, juzga su éxito como su habilidad para resolver un problema particular, de costo efectividad, su habilidad para establecer una ventaja competitiva –lo que constituye su efectividad en el mundo real-. Sus resultados se contextualizan a menudo para un proyecto específico.

FIGURA 1

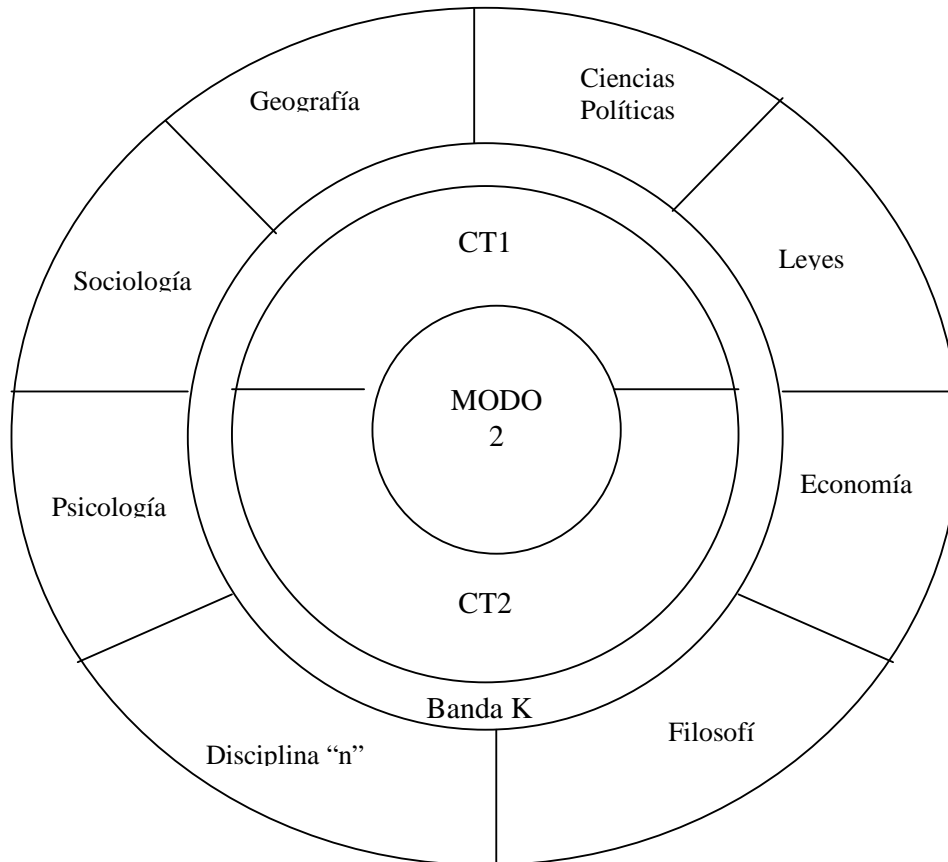


FIGURA 1: La creación de conocimiento turístico. El círculo exterior= disciplinas y subdisciplinas, círculo del medio= campos del turismo. Círculo Interior= Mundo del Turismo. CT1= Interdisciplinariedad del mundo empresario. CT2= Campo del Turismo no relacionado con el mundo empresario.

Problematización del conocimiento turístico

La sección previa ofreció un análisis descriptivo del conocimiento del turismo, esta sección lo problematiza. Los sociólogos sugieren que el conocimiento no es independiente, sino que más bien está condicionado por la cultura particular a la sociedad en la cual se produce. De manera que diferentes tradiciones producen diferentes conocimientos respecto de sí mismos y diferentes proyecciones y comprensiones del mundo y sus habitantes.

Siguiendo la tradición sociológica del conocimiento y destacando que “*los hechos no hablan por sí mismos*” Kuhn (1970) mostró que la ciencia opera en un contexto histórico más trascendental. Para Kuhn un paradigma representa “*ejemplos aceptados de la práctica científica actual... de lo cual surge una tradición de investigación científica coherente*” (1970).

Kuhn ve la creación de conocimiento no a partir del nivel de conocimiento societario de una cultura, sino, del nivel de conocimiento de la cultura de las disciplinas. El punto respecto de los paradigmas es que ellos definen los límites del conocimiento y los métodos para las disciplinas.

Puede entonces argumentarse que los estudios de turismo son ampliamente pre-paradigmáticos debido a la falta de acuerdo respecto de las reglas y esquemas que operan en el campo del turismo denotados como 1 y 2 (CT1 y CT2). Sin embargo, se puede decir que cada uno de los campos del turismo constituye en sí mismo casi un paradigma.

Aitchison (1996) en su estudio específico sobre los campos de estudio del ocio y turismo identificó los mecanismos clave por los cuales se ejerce el poder patriarcal.

Aitchison (1996) muestra que estos mecanismos son cruciales primero para la construcción de conocimiento y para la pedagogía de los estudios de ocio y turismo; y segundo, para la comunicación, legitimación y reproducción de tal conocimiento. Ella argumenta que la “*codificación del conocimiento*” es producto del poder cultural y estructural, y es partidaria de una combinación de análisis material y discursivo para examinar los nexos socioculturales de la producción de conocimiento, su legitimación y reproducción.

Foucault (1980) puso en primer plano la importancia del discurso, las disciplinas, el poder y la vigilancia. Describe a los discursos como “*regímenes de verdad*” dando como ejemplos la medicina, la psiquiatría y otras formas disciplinares de conocimiento. Foucault puntualiza que “*cada sociedad tiene su régimen de verdad*”, sus “*políticas generales de verdad*”; que es el tipo de discurso aceptado y lo hace funcionar como verdadero. Él afirma que los discursos del conocimiento tienen dimensiones de poder y ellas constituyen relaciones de poder y encarnan el poder mismo. Las formaciones de discurso representan una función incluyente y excluyente porque proveen las reglas para lo que pueda ser considerado conocimiento y lo que no. Desde la visión de Foucault, entonces, el discurso tiene un rol para llevar más allá los intereses de algunos grupos mientras se suprime los intereses de otros. Así, por ejemplo, es posible identificar el gerenciamiento como un discurso clave en el campo del turismo denotado *Campo 1* (CT1). El discurso de la administración sostiene un número de dicotomías (nosotros/los otros, el gerente/ los gerenciados; el experto/ el amateur; el desarrollo/ el subdesarrollo,

el exitoso/ el fracasado) todo los cuales son aparentes en los enfoques de administración. Los discursos también “*forman sistemáticamente los objetos de los cuales se habla...*” “(ellos) no se refieren a los objetos, sino que los constituyen” (Foucault, 1974). Este argumento puede ser aplicado a muchos aspectos del turismo. Por ejemplo, Hughes (1995) expone que el discurso del turismo sustentable, mostrando que el enfoque predominante al turismo sustentable es técnico, racional y científico y que el turismo ha eclipsado el surgimiento de una respuesta ética a la sustentabilidad. En otras palabras “*el turismo sustentable está formado por nuestros modos de analizarlo*”.

El conocimiento del turismo se genera usando una variedad de métodos Dann et al, (1998) y Walle (1997) ofrecen una comparación de los métodos cualitativos y cuantitativos en turismo. Pero una mirada más profunda se encuentra en la teoría de Habermas (1978), respecto a los intereses constitutivos del conocimiento. Primero el interés técnico busca el control y manejo; el segundo el interés práctico, busca la comprensión y el tercero, el interés emancipatorio busca la libertad y emancipación de la opresión. Cada uno de estos intereses está servido por paradigmas diferentes. El positivismo científico sirve al interés técnico, los métodos interpretativos buscan la comprensión y la teoría crítica busca la emancipación. Tribe (2001) considera los efectos de estos paradigmas diferentes de investigación en el desarrollo de curriculums en turismo y señala el uso de los métodos interpretativos en turismo otorgan significado para comprender los actores en turismo. Esto de alguna manera se refiere al problema de las relaciones inequitativas de poder entre el investigador y el investigado comunes en los métodos científicos positivistas. Sin embargo, los métodos interpretativos no necesariamente escapan a los efectos de la ideología y la hegemonía.

Conclusión

La investigación en el campo de estudios en turismo no es objetiva, ni libre de valores, ya que, las características epistemológicas de los enfoques de los distintos campos y las reglas de los discursos turísticos representan un rol selectivo.

Además, no solo las disciplinas representan un rol selectivo en la determinación de cómo el mundo exterior del turismo debe ser conceptualizado, categorizado, descripto y predecido. Las disciplinas pueden trabajar dentro de formaciones discursivas particulares (Foucault) las que privilegian unos grupos sobre otros. Las disciplinas también tienen sus culturas distintivas, y trabajan dentro de estructuras socio culturales. Lo que es significativo respecto de las diferentes culturas es que se apoyan en sistemas de valores diferentes, los que inevitablemente son absorbidos por aquellos trabajando dentro de ellas (generalmente en un nivel tácito). Y considerando que los investigadores tienen biografías personales y están culturalmente localizados, tienen puntos de partida e intereses particulares, por lo que no puede sostenerse el argumento de que la investigación esta libre de valores.

Asimismo los valores que sostienen aquellos operando en los distintos enfoques del turismo pueden ser bastante diferentes, haciendo que la comunicación existente entre ambos campos sea dificultosa. Los distintos campos (*CT1* y *CT2*) hablan distintos lenguajes técnicos, usan diferentes técnicas, legitiman el conocimiento y la verdad de

diferente manera, tienen marcos problemáticos diferenciados, lo que produce una falta de intersubjetividad entre ambos.

El mundo académico ha tendido a pasar por alto el modo de producción de conocimiento denotado con *Modo 2*, esto es así porque este tipo de conocimiento no es comunicado en journals y no es validado por la educación superior. Cooper et al (1994) parece desechar el modo de conocimiento 2, observando que “*el problema con la investigación aplicada es que habitualmente falla en agregar algo sustantivo o significativo al cuerpo de conocimiento construido...Esto es porque los problemas son demasiado específicos al sector o a una compañía del mismo, y relativamente limitados en su perspectiva, por ejemplo, están habitualmente orientados por cuestiones concretas y operativas más que por cuestiones de naturaleza abstracta o conceptual y por lo tanto, a menudo no ofrecen progreso al cuerpo de conocimiento.*”

Muchos de los análisis del conocimiento del turismo tienden a ocultar valores, entendimientos tácitos, suposiciones preconcebidas y por lo tanto consecuencias imprevistas en los resultados de investigación.

El conocimiento del turismo ejerce un poder sutil para definir, objetivizar, poner en primer plano ciertos temas, privilegiar algunos grupos y dejar algunas cuestiones sin tocar, excluyendo a otros grupos.

Pero sobre todo, para volver sobre los comentarios del inicio de este capítulo, cuando abordamos la investigación en turismo nos armamos con la adquisición de un conocimiento especializado que parece equipar al investigador para seguir una búsqueda desinteresada por la verdad. Pero como aconseja Botterill (2001), necesitamos explorar los supuestos subyacentes a nuestras prácticas de investigación en turismo porque la aplicación de conocimiento no reflexiva puede conducirnos a verdades que resultan ciegas, parciales y fuertemente influenciadas por nuestros valores.

Bibliografía

- Aitchison, C. (1996) “Patriarchal paradigms and the politics of pedagogy: a framework for a feminist analysis of leisure and tourism studies”, *World Leisure and Recreation*, 38 (4): 38-40.
- Botterill, D. (2001) “The epistemology of a set of tourism studies”, *Leisure Studies*, 20 (3): 199-214.
- Boyer, M. (1997) “Tourism, a specific epistemology”, *Loisir et Société*, 20 (2): 455-477.
- Cooper, C, Shepherd, R. and Westlake, J. (1994) *Tourism and Hospitality Education*. Guildford: University of Surrey.
- Dann, G., Nash, D. and Pearce, P. (1998) “Methodology in Tourism Research”. *Annals of Tourism Research*, 15 (1): 1-28.
- Foucault, M. (1980) *Power/ Knowledge: Selected Interviews and Other Writings, 1972-77*. Brighton: Harvester Press.
- Foucault, M. (1974) *The Archeology of Knowledge*. London: Tavistock.

- Gibbons, M., Limoges, C., Nowotny, H., Schwartzman, S., Scott, P. and Trow, M. (1994) *The New Production of Knowledge*. London: Sage.
- Gunn, C. (1987) "A perspective in the purpose and nature of tourism research methods". In J. Ritchie and C. Goeldner (eds) *Travel, Tourism and Hospitality Research*. Chichester: Wiley.
- Habermas, J. (1978) *Knowledge and Human Interests*, London: Heinemann.
- Henkel, P (1998) "Responsiveness of the subjects in our study: a theoretical perspective". In C. Boyes, J. Brennan, M. Henkel, J. Kirkland, M. Kogan and P. Youl (eds) *Higher Education and the Preparation for Work*. London: Jessica Kingsley.
- Hirst, P. (1974) *Knowledge and the Curriculum*. London: Routledge and Kegan Paul.
- Hughes, G. (1995) "The cultural construction of sustainable tourism", *Tourism Management*, 16 (1): 49-59.
- Kuhn, T. S. (1970) *The Structure of Scientific Revolutions*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Przeclawski, K (1993) "Tourism as the subject of interdisciplinary research". In D. Pearce and R. Butler (eds) *Tourism Research: Critiques and Challenges*. London: Routledge.
- Tribe, J. (1997) "The indiscipline of tourism", *Annals of Tourism Research*, 24 (3): 638- 657.
- Tribe, J. (2001) "Research paradigms and the tourism curriculum", *Journal of Travel Research*, 39: 442- 448.
- Walle, A. (1997) "Quantitative versus qualitative research in tourism", *Annals of Tourism Research*, 24 (3): 524-536.

EL PARADIGMA DE INVESTIGACIÓN EN LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA DEL TURISMO

Lisa Goodson** and Jenny Phillimore***

El rol del paradigma de investigación

Un paradigma es una construcción humana que representa la “visión más informada y sofisticada que sus proponentes han sido capaces de idear”. Hay tres elementos principales que constituyen un paradigma en investigación: ontología, epistemología y metodología. La ontología es el estudio del ser, y cuestiona la naturaleza de la realidad mientras remite a las demandas o supuestos que un enfoque particular de investigación social hace respecto de la naturaleza de la realidad social (Denzin y Lincoln, 1998).

La epistemología es la teoría del conocimiento, y está interesada en los orígenes, naturaleza y construcción del conocimiento, y de las demandas y supuestos que se hacen respecto a la naturaleza de lo que el conocimiento es (Longino, 1990; Dalmiya y Alcoff, 1993).

La metodología es el estudio de cómo construimos conocimiento respecto del mundo. Pero simplemente, la producción de conocimiento yace principalmente en la ontología del investigador- su definición de la realidad.

Su epistemología –lo que consideran conocimiento- depende de lo que quieren saber con el conocimiento, mientras, que el tipo de conocimiento que buscan determina la metodología (Jones, 1993).

El investigador puede identificar su paradigma de investigación contestando tres preguntas que están interconectadas (Guba y Lincoln, 1998):

- La pregunta ontológica –cual es la forma y naturaleza de la realidad, y que puede conocerse respecto de la realidad?
- La pregunta epistemológica, cuál es la naturaleza de la relación entre el investigador y lo que debe ser conocido?
- La pregunta metodológica, cómo puede el investigador descubrir lo que él o ella creen que deben saber?

Existen cuatro paradigmas que estructuran la investigación: positivista, post positivista, crítico e interpretativo. Cada uno de ellos provee lineamientos flexibles que conectan teoría y método para determinar la estructura y forma de cualquier investigación. Guba y Lincoln dan un ejemplo de un paradigma positivista donde el investigador cree sólo en la existencia del mundo real (observable). Por lo que todas las cuestiones relativas a la moral o temas estéticos son excluidas de la investigación. Se asume una realidad real dada, donde, la relación entre el investigador y la realidad puede solo ser de desapego con el objeto, libre de valores para determinar como operan las cosas en la realidad. Un investigador objetivo desearía controlar los factores que posiblemente pudieran generar confusión y buscar así métodos que posibiliten manipular variables.

Cómo hemos establecido en la discusión anterior, los paradigmas positivista y postpositivista proveen el contexto dentro del cual muchos investigadores,

particularmente investigadores en turismo, operan. Estos paradigmas tienden a estar asociados con un enfoque cuantitativo, y están ciertamente asociados también con una visión particular de producción de conocimiento, es decir que los investigadores están libres de valores y son neutrales y pueden ser substituidos por otros sin que esto tenga un impacto en los resultados.

Verdaderamente, ellos argumentan que los investigadores deben ser capaces de trascender subjetividad y desconectar el conocimiento de la vida cotidiana, si es que existe algún conocimiento que valga la pena de ser analizado (Kincheloe y McLaren 1994; Code, 1993). Esta visión es discutida por aquellos investigadores influenciados por los paradigmas crítico e interpretativo.

Aunque ellos argumentan que esos valores, la política y el conocimiento, están interconectados de manera jerárquica y así existe la necesidad de explorar el impacto de los valores y visiones políticas de los investigadores en los modos en cómo investigan y crean conocimiento (Alcoff y Potter, 1993). De manera de crear un conocimiento más sólido y defendible, los investigadores necesitan tratar de ser concientes “de los imperativos ideológicos y los supuestos epistemológicos que informan su investigación así como también de su propia subjetividad, intersubjetividad y la demanda de normas de referencia” (Kincheloe y McLaren, 1998).

Los investigadores influenciados por el paradigma de investigación interpretativo han cambiado el enfoque convencional positivista. En lugar de argumentar que solo los investigadores calificados son capaces de producir conocimiento, consideran que la complejidad del mundo social puede solo entenderse desde el punto de vista de aquellos que operan dentro de él. Así la investigación se lleva a cabo de una manera colaborativa, con el investigador y el investigado, vistos como socios en la producción de conocimiento y la interacción entre ellos es un punto clave tanto para la investigación como para la comprensión (Schwandt, 1998). La argumentación y la discusión resultan centrales en este enfoque de producción de conocimiento y, el que es acompañado por una aceptación de un pluralismo académico e intelectual. Los roles críticos tanto de los valores como del contexto en la producción de conocimiento significan que estos dos aspectos del proceso de investigación deben ser explorados con mayor profundidad. Esto significa llevar a cabo la investigación de una manera reflexiva por medio de la cual las dimensiones éticas, políticas y epistemológicas de la misma sean exploradas como parte integral del proceso de producción de conocimiento (Marcus, 1998).

Se ha argumentado que los enfoques de investigación tradicionales han producido formas de conocimiento que algunos investigadores consideran cuestionables. Esto ha sido así debido a que en primer lugar los positivistas se centran en el fenómeno, abstrayéndose de su contexto social, y buscan explorar lo que ocurre sin indagar en explicaciones relativas a porqué, por ejemplo, la gente se comporta de una manera particular. Segundo, la creencia de que existe una “realidad verdadera” se ha desvanecido, en la medida que la vida social se desarrolla de un modo pluralista.

Tercero, el fracaso de la investigación tradicional en tomar en cuenta los medios de su propia producción de conocimiento significó que no sean consideradas las partes críticas del proceso de investigación –ética, valores y contextos- al momento de producir sus conclusiones.

La racionalidad detrás de esto es que necesitamos explorar exactamente cómo se produce el conocimiento, para determinar la validez de las demandas realizadas. A menos que tengamos en cuenta el paradigma de investigación del investigador y cómo éste influencia sus elecciones a lo largo del proceso de investigación, seremos capaces de explorar los valores asociados a su visión del mundo y cómo ellos pueden impactar en sus juicios respecto de las cuestiones emergentes de los tópicos de investigación para decidir a qué conclusiones arribar.

El entender el tipo de resultado que se pueden ofrecer según las diferentes formas de hacer investigación es el primer paso en un camino hacia una mayor aceptación y legitimación de técnicas no tradicionales- Claramente, tal comprensión surgirá sólo si los investigadores les permiten a otros ver las distintas decisiones tomadas a lo largo del proceso de investigación, y la justificación y evaluación de las decisiones tomadas a la luz de sus influencias y puntos de vista ontológicos y epistemológicos. A través de esta apertura respecto del método de investigación se espera alentar el desarrollo de otros enfoques innovativos que permitan el avance del estado de la investigación cualitativa en turismo. A pesar de la importancia de las influencias dentro antropológicas y sociológicas en la investigación cualitativa en turismo, parece haber pocos investigadores que hayan avanzado más allá de la frontera del paradigma.

Aunque esta claro que los métodos de investigación cualitativos son más utilizados últimamente, discutiblemente, más aceptados como un enfoque legítimo de investigación parecería que aun muchos investigadores están operando dentro de las fronteras de un rango limitado de marcos epistemológicos, ontológicos y metodológicos.

La investigación y el discurso relativo al turismo es multidisciplinario, con un rango de enfoques, los que no siempre son congruentes unos con otros. Por una parte, esto puede darle al campo dinamismo y potencialmente puede ofrecer oportunidades nuevas para la fertilización de ideas, prácticas y procesos entre distintas disciplinas.

La relativa juventud del campo de estudio y su compromiso reciente con cuestiones metodológicas y su tendencia a adoptar enfoques más convencionales en ciencias sociales puede ayudar a explicar el uso limitado de paradigmas interpretativos en el campo del turismo.

Construcción social de la realidad turística

Las contribuciones recientes han generado un reconocimiento creciente de los espacios turísticos como construcciones socio- culturales más que como lugares físicos (Pritchard y Morgan 2000; Aitchison et al, 2001; Crouch, 2000 Rojek, 1997). Considerando que los espacios turísticos no son construcciones físicas sino sociales es importante considerar, como los significados relativos a estos espacios se construyen y desconstruyen a lo largo del tiempo. El turismo es un fenómeno complejo basado en interacciones e interrelaciones, pero la tendencia en la investigación ha sido centrarse en lo tangible, y discutiblemente lo “objetivo” y las interrelaciones fácilmente medibles y las interdependencias entre los lugares y la gente, frecuentemente desde una visión económica de marketing y/o administración.

Conciencia de si mismo/reflexibilidad

Tanto los investigadores como la construcción investigada tienen sus múltiples versiones de la realidad. En consecuencia, necesitamos considerar las formas en que los investigadores en turismo son activos en las construcciones de interpretaciones de sus experiencias en textos.

Conclusión

En este capítulo se han destacado algunas de las críticas de la investigación en turismo (Botterill, 2001). Se ha argumentado que ésto ha conducido a una producción parcial de conocimiento (Wearing y Wearing, 2001).

Por cierto, este libro argumenta que una de las razones por la que investigación en turismo ha quedado retrasada respecto de la investigación en ciencias sociales en general, es que ha fallado en tomar ventaja de la gran variedad de enfoques de investigación que se han ido aceptando en los últimos años en otros campos de investigación y esto ha demorado el tratamiento de cuestiones epistemológicas y ontológicas que han sido debatidos en el contexto amplio de las ciencias sociales.

Las cuestiones ontológicas y epistemológicas han sido raramente discutidas en la vanguardia del turismo, pero hay signos que en los años recientes estas preocupaciones han comenzado a ser tomadas en cuenta por un pequeño pero creciente número de investigadores.

La última mitad de la década pasada ha visto en particular desarrollos significativos en este sentido. Las revisiones post 1996 han demostrado que la investigación en turismo se ha estado desarrollando de manera interdisciplinaria y multidisciplinaria (Botterill, 2001). Los investigadores han comenzado a considerar cuestiones importantes relativas a la naturaleza de la investigación y el conocimiento, el rol de los investigadores, las formas en que se determinan o surgen las preguntas de investigación y las formas en que se interpretan los datos. A partir de estas deliberaciones existe evidencia que los investigadores en turismo están comenzando a adoptar un rango de abordajes más amplios.

Este capítulo ha sugerido que la consideración de cuestiones como la subjetividad, la identidad y la reflexión sobre la práctica investigativa, que son comunes en otras disciplinas, ayudaran a abrir la puerta a los futuros investigadores para entrar al territorio inexplorado del cuarto y quinto momento de investigación, y como consecuencia ampliar sus horizontes mientras mejoran la calidad de la investigación que producen (Denzin y Lincoln, 1998).

Bibliografía

Aitchison, C. MacLeod, N. and Shaw, S. (2001) *Leisure and Tourism Landscapes: Social and Cultural Geographies*. London: Routledge.

Alcoff, L. and Potter, E. (1993) "Introduction: when feminisms intersect epistemology". In L. Alcoff and E. Potter (eds) *Feminist Epistemologies*. London: Routledge.

Botterill, D. (2001) "The epistemology of a set of tourism studies". *Leisure Studies*. 20:199-214.

- Code, L. (1993) "Taking subjectivity into account". In L. Alcoff and E. Potter (eds) *Feminist Epistemologies*. London: Routledge.
- Crouch, D. (2000) "Places around us: embodied lay geographies in leisure and tourism", *Leisure Studies*, 19:63-76.
- Dalmiya, V. and Alcoff, L. (1993) "Are old wives' tales justified?" In L. Alcoff and E. Potter (eds) *Feminist Epistemologies*. London: Routledge.
- Denzin, N. K. and Lincoln, Y. S. (1998) *The Landscape of Qualitative Research: Theories and Issues*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Guba, E. and Lincoln, Y. S. (1998) "Competing paradigms in qualitative research". In N. K. Denzin and Y. S. Lincoln (eds) *The Landscape of Qualitative Research: Theories and Issues*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Jones, P. (1993) *Studying Society: Sociological Theories and Research Practices*. London: Collins Educational.
- Kincheloe, J. L. and McLaren, P. L. (1998) "Rethinking critical theory and qualitative research". In N. K. Denzin and Y. S. Lincoln (eds) *Handbook of Qualitative Research*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Longino, H. (1990) *Science as Social Knowledge: Values and Objectivity in Scientific Inquiry*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Marcus, G. (1998) *Critical Anthropology Now: Unexpected Contexts, Shifting Constituencies, New Agendas*. Santa Fe, NM: School of American Research Press.
- Pritchard, A. and Morgan, N. (2000) "Constructing tourism landscapes: gender, sexuality and space", *Tourism Geographies*, 2 (2): 115-139.
- Rojek, C. (1997) "Indexing, dragging and the social construction of tourist sights". In C. Rojek and J. Urry (eds) *Touring Cultures: Transformations of Travel and Theory*. London: Routledge.
- Schwandt, T. (1998) "Constructivist, interpretivist approaches to human enquiry". In N. K. Denzin and Y. S. Lincoln (eds) *Handbook of Qualitative Research*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Wearing, S. and Wearing, B. (2001) "Conceptualizing the selves of tourism", *Leisure Studies*, 20:143-159.

PERFIL DE LOS AUTORES

***John Tribe:** Es director de investigaciones en la Faculty of Leisure and Tourism (Facultad de Ocio y Turismo) at Buckinghamshire Chilterns University Collage. Es graduado en economía en la University of London (Universidad de Londres), además, en dicha universidad ha realizado sus estudios de maestría y doctorado. Su tesis esta relacionada con el turismo como objeto de conocimiento y desarrollo de curriculms. Su carrera la ha desarrollado en educación en universidades de Estados Unidos y el Reino Unido. Su enseñanza esta centrada en economía y en estrategias educativas en ocio y turismo, y ha escrito dos libros en estas áreas, de los cuales uno ha sido traducido al español. Sus intereses en investigación están relacionados en educación y sustentabilidad. En estas áreas ha publicado en libros y artículos en journals y ha dictado conferencias en Europa. Ha dirigido proyectos en Europa: TOURFOR (Turismo Sustentable en Bosques) y THEME (Desarrollo de Curriculums en Turismo en Moldova).

****Lisa Goodson:** es investigadora de la University of Birmingham, Centre for Urban and Regional Studies (Universidad de Birmingham, Centro de Estudios Urbanos y Regionales). El tema de su tesis de doctorado está relacionado con la participación comunitaria y el desarrollo sustentable en centros turísticos. Está especializada en investigación cualitativa y posee una larga experiencia en trabajos con grupos comunitarios en temas como la exclusión social, desarrollo sustentable y capacitación. También ha trabajado en proyectos para organizaciones como las Naciones Unidas. Además ha co-dirigido programas de métodos de investigación cualitativa en la universidad, seminarios para el personal de la administración pública, consultas comunitarias. A través del desarrollado de un novedoso programa de investigación por pares, junto con Jenny Phillimore, ha capacitado a grupos comunitarios excluidos para que puedan participar como co-investigadores.

*****Jenny Phillimore:** completó su doctorado en estudios etnográficos del empleo de mujeres en turismo rural en el Reino Unido, en 1998, y desde ese momento ha sido disertante en el Centro de Estudios Urbanos y Regionales, en la Universidad de Birmingham. Ha co- dirigido programas de investigación cualitativa en posgrado en la Universidad y ha trabajado junto con Lisa Goodson en varios proyectos. Entre ellos, seminarios de investigación cualitativa, incluyendo a profesionales de la administración pública y en proyectos que involucran a comunidades excluidas. También ha participado en el programa de investigación por pares para la capacitación de co-investigadores. Los beneficiarios del mismo han sido mal vivientes, gente joven sin hogar, y refugiados.

AVANCES EN INVESTIGACIÓN CUALITATIVA EN TURISMO

Epistemología, Ontología y Metodología

Lisa Goodson ** y Jenny Phillmore y ***

Metas del Capítulo

- Ofrecer una discusión introductoria de la investigación cualitativa y cómo el pensamiento respecto a la investigación y la forma que vemos el mundo ha evolucionado en las ciencias sociales.
- Analizar la evolución hecha en la investigación cualitativa considerando la naturaleza de la misma en el campo, el rango de enfoques más comúnmente adoptados y las áreas de futuros desarrollos.

Introducción

El término “investigación cualitativa” es un parte un enigma. Por algún tiempo, la cuestión es la que exactamente la investiagación en turismo ha estado en el centro del debate en las ciencias sociales, fundamentalmente en las disciplinas de sociología y antropología. Más recientemente, estos debates han ganado mayor prominencia en le campo de la investigación en turismo (Hollinshead, 1996, 1999; Jomal y Hollinshead, 2001; Riley, 1996; Riley y Love, 2000; Walle, 1997, Donn, 1996).

Tradicionalmente, la investigación cualitativa ha sido vista de alguna manera simplistamente como un conjunto de método de investigación diferenciadas que tienen directa correlación en común. En este sentido, los métodos cualitativos son empleados para recoger datos respecto de actividades, eventos, hechos y comportamientos y para lograr comprensión de acciones, problemas y process en su contexto social. Desde esta perspectiva, la investiación cualitativa se percibe como diferenciadaa de la investiación cuantitativa en la medida que, una produce hallazgos cualitativos, tiene mediciones e hipòtesis confirmadas como una parte integral del proceso de investigación. Cuando la investigación cualitativa se piensa como una serie de métodos es a menudo considerado dentro de un enfoque e investigación que constituye “otro” al enfoque cuantitativo ya que los datos no se recogen de manera cuanlitativa (Bryna y Brgess, 1994). Como tal la investigación cualitativa ha sido susceptible a la crítica que es “liviana o poco creíble”, “no científica” y un enfoque inferior para estudiar la vida social y un enfoque que es a menudo visto como útil solo cuando acompaña o como precursos para técnicas cuantitativas (Guba y Lincoln, 1998). Esta actitud hacia la investigación ha sido observada por Riley y Love (2000) en su revisión de los enfoques de investigación empleados en los estudios en turismo.

En épocas recientes los textos concernientes a la naturaleza de la investigación social se refieren a la investigación cualitativa. Como una estrategia de investigación cualitativa pueden generar teoría fuera de la investigación, poner énfasis en la comprensión del mundo desde la perspectiva de sus participantes, y de la vidad social como resultado de la interacción y los interpeladotes. Esto no significa decir que no hay luar para la

investigación cuantitativa. En la investigación en turismo existe una necesidad continua de visiones estadísticas en aspectos tales como tendencias de mercado y su XX, generación de ingreso.

No obstante, los enfoques cualitativos ofrecen un gran potencial que gran parte de él permanece aún desaprovechado para comprender las dimensiones de la sociedad, en la que las implicancias sociales y culturales del turismo se encuentran incluidas. Con los enfoques cualitativos, el énfasis está puesto en estudiar los casos en sus contextos naturales interpretando los fenómenos en términos de los significados que la gente le otorga, humanizar los problemas y ganar perspectiva interna de las misiones.

Lo que este libro busca demostrar es que la investigación cualitativa es tanto una forma de conceptualización y enfoque de investigación social como un modo de hacer investigación. Se argumenta que a la fecha la investigación en turismo ha utilizado principalmente la investigación cualitativa como un conjunto de métodos más que como un conjunto de herramientas que le posibilitan a los investigadores considerar distintas formas de abordaje de investigación y descubrir nuevas formas de conocimiento. La lógica principal detrás del desarrollo de este libro es alentar a los investigadores en turismo a adoptar una actitud más sofisticada en lo relativo a la utilización de enfoques cualitativos de investigación. Considerando la investigación cualitativa como algo más que simplemente un conjunto de métodos, los investigadores en turismo pueden comenzar a considerar diferentes formas de pensar en relación a ello, y llevar a cabo investigación y tener una nueva mirada de los fenómenos en que se produce el conocimiento dentro del campo de estudio.

Nos referiremos a las formas en que el pensamiento se ha desarrollado respecto a la investigación en las ciencias sociales y como este desarrollo se relaciona con los debates respecto de cómo pensamos el mundo de manera más general. Utilizando los cinco momentos de la investigación cualitativa como XX (Denzin y Lincoln, 1998) para introducir un número de conceptos clave y cuestiones para diagnosticar que han ganado un reconocimiento creciente en el discurso y la práctica en investigación social. Este capítulo trata sobre hasta qué punto estas cuestiones paradigmáticas han sido incorporadas en la investigación en turismo, explorando los paradigmas de investigación adoptados, tanto explícitamente como implícitamente en algunos de los principales journals de investigación en turismo. Y en ese sentido destacar los temas predominantes, las formas de hacer investigación y las ideas emergentes.

Cinco “momentos” de investigación cualitativa

<p>Plan de Investigación</p>	<p>Que métodos fueron elegidos y cuán creativos fueron? Esto es, cuál es la magnitud de uso de métodos no convencionales, como imágenes? Los métodos seleccionados encajan con los objetivos de investigación? Esto es los métodos son adecuados al propósito? El enfoque ha sido deductivo o inductivo? Esto es, en que fase fue formulada la pregunta de investigación y el marco teórico? Estuvo el enfoque formulado/dirigido por algunas reglas específicas?</p>
<p>Reflexiones Metodológicas</p>	<p>Existe un detalle suficiente sobre los métodos adoptados y cómo fueron aplicados para entender cómo fue realizada la investigación? Puede el lector seguir el encadenamiento de preguntas? El proceso de investigación aparece transparente? El acercamiento metodológico fue considerado desde una perspectiva crítica, con posibles alternativas de evaluación? Se observan visiones de la biografía personal/intelectual del autor?</p>
<p>Análisis de Resultados</p>	<p>Cómo fueron interpretados los datos? Quién/Cómo interpreta los datos? Los participantes tuvieron la oportunidad de contribuir en el proceso de alguna manera? Existen mecanismos de feedback que permitan a los participantes contribuir de alguna forma? Existen mecanismos que permitan a los participantes reflexionar o interpretar para sacar conclusiones?</p>
<p>Presentación de los Resultados</p>	<p>Cómo fueron escritos? Que tipo de lenguaje ha utilizado el autor para presentar sus resultados? Ha habido espacios para las opiniones de los participantes? Cómo fueron generalizados los resultados? Que visión de poder y autoridad yace</p>
<p>Escala de los resultados</p>	<p>En que nivel (local, regional, nacional e internacional) fue realizada la investigación? Que tipo de entrevistados fueron involucrados? Que áreas geográficas o grupos son representados? Los resultados ofrecen conclusiones que no consideran el proceso histórico?</p>

