

## Reseña de Publicaciones

### Montironi N. *Sociología del Turismo y del Tiempo Libre*.

Buenos Aires: Editorial Autores de Argentina. 2016.

ISBN 978-987711679-3

**Maximiliano E. Korstanje\***

Universidad de Palermo (Argentina)

Sin lugar a dudas, en los últimos años la *epistemología del turismo* ha entrado en una crisis sin precedentes. A los problemas propios de la disciplina y su formación curricular (Leiper, 1981), se le suma una dispersión en la producción de conocimientos (Tribe, 1997; 2010), asociada a la falta claridad a la hora de definir el objeto de estudio (Thirkettle & Korstanje 2013; Korstanje, Mustellier & Herrera, 2016), la pasividad de una academia que dialoga –en la mayoría de los casos- de espaldas a sus académicos (Dann 2009; Tribe 2010), y la necesidad nuevos horizontes o temas de investigación que han llevado a una saturación de resultados previsible. El tema obligado en los años por venir será la re-fundación de las bases epistemológicas de los estudios turísticos (Chambers & Rakic, 2015).

En este contexto, el libro del profesor Nicolás Montironi, titulado *Sociología del Turismo y el Tiempo libre*, se presenta como un interesante abordaje respecto a los problemas epistémicos de los estudios en turismo a la vez que se interroga por la posibilidad de re- conceptualizar la definición misma de lo que comprendemos por turismo. Escrito de una forma clara, amena y coloquial, aun cuando no por eso menos profunda, Montironi explica que el turismo dista hoy en día de ser una ciencia consolidada. Para la sociología, el turismo es un objeto de estudio que ha despertado mucho interés en los últimos años aun cuando existen ciertas dudas sobre su posibilidad de transformarse en una ciencia consolidada, y claro que, Montironi en sus capítulos introductorios argumenta el motivo. Partiendo de una definición de turismo que se asocia a una “práctica humana” la cual denota un desplazamiento del entorno habitual, el sociólogo argentino establece que la postura económico-céntrica, la cual enfatiza en la naturaleza económica del fenómeno, debe ceder a posturas menos reduccionistas. El capítulo primero discute críticamente la evolución de las diferentes escuelas de pensamiento (desde el positivismo hasta la fenomenología) que se han ocupado de alguna u otra forma del tiempo libre. Huelga decir que para Montironi, el turismo se afianza a mediados de la era industrial, como una forma de gratificación anclada en el deseo, pero a la vez, puede ser clasificado como un subtipo del tiempo libre u ocio. El capítulo segundo y tercero ofrece, a nuestro entender, la parte mejor lograda del libro pues se revisa toda una serie de argumentos en la pluma de pensadores de la talla de Erich Fromm, Emile Durkheim y también



\* Universidad de Palermo (Argentina); Fellow at CERS Universidad de Leeds (Reino Unido); Fellow at Universidad de la Habana (Cuba); E-mail: <mkorst@palermo.edu>

de envergadura local como Juan Jose Sebrelí, todos ellos interesados en el ocio como categoría analítica. Más allá de los egos, tal vez el mérito de Montironi radica en lograr un abordaje sistemático que permita una mayor comprensión del turismo, y para hacerlo se vale de todo un andamiaje de teorías que llevará al lector por interesantes discusiones. El cuarto capítulo, en este sentido, rastrea historiográficamente la evolución del turismo, que oscila entre el termalismo medieval o el gran tour hasta la consolidación como forma de esparcimiento industrial y masivo. Trayendo a la discusión a los padres fundadores de la sociología como ser Karl Marx, Emile Durkheim o Max Weber, Montironi nos obliga a repensar hasta qué punto ha sido un error -y una obsesión- de los turismólogos en olvidarse la importancia del ocio en la vida productiva de una sociedad. Para Durkheim, Weber o Marcuse el estudio del ocio ofrecía una fértil plataforma para comprender de qué forma se regulaban las frustraciones psicológicas durante el sistema productivo a la vez que apelaba a comprender al tiempo libre como parte integrada a la economía. La posición económico-céntrica dentro de los estudios turísticos se ha esmerado en solapar a toda una gran cantidad de autores clásicos con el único objetivo de desligar conceptualmente al turismo del ocio. De esta manera, el turismo sería comprendido exclusivamente como una unidad de negocio, segmentable y divisible acorde al tipo de demanda sobre la cual se requiera trabajar. En contralor, los estudiosos del turismo propusieron otros exponentes los cuales propugnaban una posición centrada en el destino y en la voz del turista como única verdad revelada, posición que por desgracia ha llevado a una disociación entre el turismo como objeto científico de estudio y como negocio. Particularmente, Montironi nos recuerda que no puede entender al turismo fuera de la experiencia lúdica, la cual se organiza en base a lo que no es planificable. Los aspectos esenciales que dan forma al turismo desde la misma motivación del ser-turista son,

- a) Búsqueda de sociabilidad
- b) Necesidad de experiencia lúdicas
- c) Fantasía turística

La movilización de miles de personas fuera de su lugar de residencia obedece a dos objetivos bien definidos, el escape de la rutina laboral y la necesidad de interactuar con otras personas que nos acercan simbólicamente hacia otras realidades. Esta búsqueda de sociabilidad se encuentra inserta en nuestro sentido de la pertenencia, y es a grandes rasgos, lo que nos permite vivir con otros en sociedad. Claro que, cuando hablamos de experiencia lúdicas nos referimos al juego, a la posibilidad de jugar a ser quien en realidad no somos. Por último pero no por eso menos importante, Montironi aclara, la fantasía se corresponde con el deseo de deshacerse de las normas y consonancia con una ilusión prefigurada antes de nuestra partida. Sin estos tres elementos, el turismo como tal no podría llevarse a cabo. El último capítulo se reserva para una discusión ética de lo que ofrece el turismólogos como agente profesional. En esta sección, Montironi discute no sólo la formación curricular y profesional del turismólogos, sino las diferentes limitaciones que la posición económico-céntrica, la cual se encuentra interesada solo en la rentabilidad, ha impuesto. Según nuestro autor, los licenciados en Turismo no se forman para investigar la complejidad del ocio, los viajes, o el turismo, sino paradójicamente para promover negocios rentables. En este sentido, los académicos del sector deben consolidarse en cuerpos sólidos que transmitan su conocimiento al rubro, siempre abocándose a un código ético y científico de producción de conocimiento. En perspectiva, aquellos lectores que se decidan por abrir las páginas de este libro encontrarán un intento interdisciplinar por discutir críticamente la naturaleza del turismo, sus desafíos como así también los avances que hasta el momento los sociólogos del turismo han realizado, un interesante abordaje que amerita ser continuado.

## Bibliografía

- Chambers, D., & Rakić, T. 2015. "Tourism Research Frontiers". In *Tourism Research Frontiers: Beyond the Boundaries of Knowledge* (pp. 1-11). Chambers D & Rakic T (eds). Bingley, Emerald Group Pub.
- Dann, G. 2009. How international is the International Academy for the Study of Tourism?. *Tourism Analysis*, 14(1), 3-13.
- Korstanje, M. E., Mustelier, L. C., & Herrera, S. (2016). Understanding the Indiscipline of Tourism: A Radical Critique to the Current. *Global Dynamics in Travel, Tourism, and Hospitality*, 208.

Leiper, N.

1981. Towards a cohesive curriculum tourism: The case for a distinct discipline. *Annals of tourism Research*, 8(1), 69-84.

Thirkettle, A., & Korstanje, M. E.

2013. Creating a new epistemology for tourism and hospitality disciplines. *International Journal of Qualitative Research in Services*, 1(1), 13-34.

Tribe, J.

1997. The indiscipline of tourism. *Annals of tourism research*, 24(3), 638-657.

Tribe, J.

2010. Tribes, territories and networks in the tourism academy. *Annals of Tourism Research*, 37(1), 7-33.

*Recibido:* 01/02/2016

*Reenviado:* 14/02/2016

*Aceptado:* 29/03/2016

*Sometido a evaluación por pares anónimos*