

LA DIMENSIÓN TEMPORAL EN EL CAMPO TURÍSTICO

ROSSANA CAMPODÓNICO

campodon@gmail.com

LUIS CHALAR

chalarluis@gmail.com

CENUR Litoral Norte, Universidad de la República

Resumen

Este artículo tiene como objetivo reflexionar/profundizar desde una perspectiva teórica sobre la dimensión temporal en el campo disciplinario del turismo, denominado TEMA al transcurrir por cuatro ejes: tiempo, espacio, motivaciones y actividades, en tres aspectos: institucionalización, percepción y apropiación, constituyendo su principal relevancia el avanzar en la determinación del eje tiempo, elemento clave que aún no recibió la atención necesaria. Un ensayo que reflexiona, a partir de la revisión bibliográfica de distintos autores, principalmente sobre los conceptos de N. Elías desde la sociología histórica. Este análisis expone lo difuso de las fronteras entre la vida cotidiana y no cotidiana actualmente, a pesar de ser el componente binario para establecer las prácticas turísticas.

Palabras claves: dimensión, tiempo, vida cotidiana, turismo, percepción.

THE TEMPORAL DIMENSION IN THE TOURISM FIELD

Abstract

The objective of this article is to reflect/deepen from a theoretical perspective on the temporal dimension in the disciplinary field of tourism, called TEMA as it passes through four axes: time, space, motivations and activities, in three aspects: institutionalization, perception and appropriation. Constituting its main relevance to advance in the determination of the time axis, a key element that has not yet received the necessary attention. An essay that reflects, from the bibliographic review of different authors, mainly on the concepts of N. Elías from historical sociology. This analysis exposes the blurring of the borders between every day and non-every-day life nowadays, despite being the binary component to establish tourist practices.

Keywords: dimension, time, daily life, tourism, perception.

Fecha de recepción: 20 de agosto de 2022

Fecha de aceptación: 12 de octubre de 2022

CÓMO CITAR: Campodónico, R. y Chalar, L. (2022). La dimensión temporal en el campo turístico. *Dimensiones Turísticas*, 6(11), 81-97. <https://doi.org/10.47557/ALNT2723>

1. Introducción

En el entendido de que el tiempo es un componente central en toda actividad humana, este artículo pretende analizar y reflexionar sobre la dimensión temporal del turismo, en la búsqueda de ampliar su comprensión. En este sentido, Campodónico y Chalar (2011) han expresado que los estudios del turismo se basan en cuatro ejes: tiempo, espacio, motivación y actividad (campo de análisis TEMA), que pueden ser abordados en su conjunto, en combinaciones diversas de unidades menores e incluso en una entidad única, de forma tal que permita caracterizarlos y jerarquizarlos de mejor manera.

Cabe aclarar que, si bien la segmentación de la dimensión temporal se realiza a los efectos de ahondar en el tema, es evidente que en el caso de los estudios turísticos es muy difícil no referir directa o indirectamente a los otros ejes ya mencionados. Por lo cual, dicha profundización mantiene las relaciones con el resto de las dimensiones.

La presencia continua e imbricada con otras variables, muchas veces de manera inseparable, provoca que el tiempo no haya tenido la atención debida en las investigaciones en general y del turismo en particular. Ello se refleja principalmente en el amplio desarrollo de las restantes dimensiones, compartiéndose lo expresado por Cohen (1986, p. 13) cuando sostiene que: "However, while the spatial dimension of tourism was the subject of extensive research, ever since Christaller's (1955) early paper in which the centrifugal character of touristic development was pointed out, its temporal dimension remains virtually unexplored."

Esta misma posición es sugerida por Dickinson y Peeters (2012), cuando sostienen que en los últimos años poco se ha escrito sobre la relación entre el turismo y tiempo desde la teoría social, considerando que este último se ha convertido en algo cada vez más relativo y contextual, perdiendo el concepto de linealidad, en tanto que las fronteras entre trabajo y ocio se tornan borrosas.

Este artículo pretende reflexionar desde una perspectiva teórica sobre la dimensión temporal en el turismo y sus diferentes percepciones. Ello obliga a plantear algunas interrogantes, como son: describir la institucionalización del tiempo turístico; indagar sobre la percepción del tiempo cotidiano y no cotidiano, así como reflexionar sobre la apropiación del tiempo. Por lo tanto, se considera este texto un ensayo que parte de la revisión bibliográfica de distintos autores y de la reflexión propia.

Esto permite tener una visión sobre el estado del arte en relación con el tiempo en general y del tiempo turístico principalmente, estableciendo enlaces y comparaciones entre los textos abordados para analizar críticamente la información recopilada sobre el tema en cuestión, y así responder a las preguntas inicialmente propuestas.

2. Consideraciones teóricas

Los autores de este artículo parten del paradigma del pensamiento complejo desde un enfoque constructivista, de acuerdo con Berger y Luckmann (2006, p. 34): “La vida cotidiana se presenta como una realidad interpretada por los hombres y que para ellos tiene el significado subjetivo de un mundo coherente.” En este sentido, se afirma que la referida vida cotidiana (VC) surge de las interacciones del sujeto con otros, pero también con el objeto, donde toman un significado y se manifiestan mediante actividades. Esta realidad interpretada es lo conocido, lo habitual para el individuo, y únicamente surge de las relaciones de esas subjetividades sobre el mundo (Campodónico y Chalar, 2013).

Si esta afirmación es válida para la VC, es necesaria una interpretación para lo antagónico, lo dialógico, a saber, para el turismo. Por lo cual, se plantea que el turismo tiene una significación en el “mundo coherente”, esto es, en actividades particulares que el individuo realiza en tiempo de no trabajo, tiempo de recreación y ocio, en un espacio geográfico diferente al habitual y que, además, tiene un valor simbólico a nivel de representación en el mundo subjetivo, conformando el imaginario turístico (Campodónico y Chalar, 2013).

En este sentido, se creó la Matriz Científica de Turismo (MCT) que es una herramienta epistemo-metodológica donde se produce el cruzamiento de los cuatro ejes del turismo que conforman el campo disciplinario del turismo (TEMA), con los principales actores del objeto de estudio: turistas, comunidades, gobiernos, empresarios y trabajadores (Campodónico y Chalar, 2014).

En este artículo se abordará solamente una de las celdas de la mencionada matriz: la temporal, tratando de mostrar un concepto homogéneo del tiempo para cualquiera de los individuos (o actores), sin importar qué rol ocupan en un momento dado y sabiendo que han pasado o lo harán por cambios sustanciales dentro de lo que se denomina “tiempo”.

No se pretende realizar un abordaje de la dimensión temporal sólo desde el ser turista, como se encuentra en numerosos trabajos académicos; por ejemplo, cuando se analiza fundamentalmente la forma en que el tiempo influye en esta disciplina (Pearce, 2020), la vinculación del tiempo con la atracción turística (Botti et al., 2008) o el papel del tiempo del turismo vinculado al consumo (Dickinson y Peeters, 2012), también la percepción del valor tiempo para los turistas (Kim et al., 2023), simplemente por mencionar algunos de los trabajos más significativos.

3. Conceptualizaciones sobre el tiempo

Dickinson y Peeters (2012) argumentan que existe un debate sociológico significativo sobre el concepto tiempo que ha dado origen a variadas concepciones nuevas como: a) tiempo atemporal (Castells, 1997), b) tiempo fragmentado (Klein, 2004) y c) espacios de flujos (Castells, 1997), entre otros. En todos los casos, el turismo se plantea como un escape a las restricciones que la VC impone a los individuos y, quizás, pueda implicar un tiempo propio que es diferente, dependiendo del contexto en el cual se encuentre el individuo.

Dado el debate planteado, se toman como base las concepciones de Elías (2010), cuya idea central era mostrar que no existe una experiencia ni un concepto unitario y homogéneo del tiempo que haya sido el mismo para cualquier persona, sin importar la época y el lugar donde existiera, sino que se han generado cambios sustanciales en lo que hoy llamamos “tiempo”.

Si bien la obra de Elías (2010) se dio a conocer tardíamente, ha tenido influencia en varios sociólogos; en el caso del análisis, importa destacar algunas referencias de sus obras en los trabajos de Bauman (2006; 2007), quien rescata la importancia del enfoque de Elías y, en particular, sus tesis sobre “los establecidos” y “los de afuera” para analizar la importancia de las nociones de “nosotros” y “ellos” como fundamento del pensamiento sociológico.

Entre los supuestos de partida, los autores de este trabajo consideran que la noción de tiempo (construcción subjetiva por excelencia y con distintos grados de percepción) le aporta al individuo un sentido relacional y de historicidad en el mundo cotidiano y en el no cotidiano.

Cuando se analiza desde el campo de estudio del turismo, se observa que el tiempo se puede apreciar en distintos niveles, dependiendo del objeto de estudio en sí, como de su historia y grado de desarrollo del destino, lugar, zona, región y/o país que se esté abordando, a la par de su trayectoria en el devenir histórico. Igualmente, desde la representación del sujeto (turista/no turista), la valoración del tiempo es distinta y nunca presenta una percepción uniforme (Campodónico y Chalar, 2014).

Este posicionamiento implica que el tiempo es vivido y usado de diferentes formas, por lo que parece importante estudiar cómo se manifiesta en su relación con el ocio y el turismo, cuestiones para las cuales deben tenerse en cuenta los contextos, las historias y las valoraciones que del tiempo se han realizado en cada época, hecho que cobra una nueva significación en la sociedad global, dada la aceleración producida, y requiere repensar el tema. Por tanto, no es posible analizar el tiempo en el ámbito del turismo desde una posición ahistórica; a la vez, es necesario señalar que las percepciones y valoraciones del tiempo tienen significaciones distintas, de acuerdo con la posición que tenga cada uno de los sujetos que integran el sistema turístico.

Ahora bien, ¿cuáles son los pilares esenciales para analizar la dimensión temporal? Aquí las ideas sobre el tiempo de Elías (2010) resultan significativas. Este autor sostiene que la determinación y percepción del tiempo son un problema cognitivo. Por lo tanto, refiere a la capacidad humana de síntesis, como un conocimiento que puede ser acumulado y perfeccionado, no únicamente por los hombres sino por grupos sociales a lo largo de la historia.

La segunda idea central del pensamiento de Elías (2010) gira en torno a la determinación del tiempo, la cual es una relación social, por lo que resulta ser una necesidad colectiva y su realización permite organizar y satisfacer quehaceres sociales. Esto quiere decir que para Elías (2010, p.11) “[...] el tiempo no existe independientemente de los seres humanos, pero eso no significa que sea un a priori que forma parte de la naturaleza humana de cada individuo, independientemente de su situación histórica.” O, dicho de otra manera, el hombre no inventa el concepto en cuestión por sí mismo, sino que lo va aprendiendo desde su infancia en el sentido de “institución social del tiempo” a la cual pertenece y se incorpora de manera natural y sin cuestionamientos.

¿Qué significa para Elías (2010) “determinar el tiempo”? Para que este proceso ocurra se debe dar una relación entre tres componentes: 1) el individuo, en su aquí y

ahora, quien establece y determina las relaciones, 2) el individuo en su continuo devenir (entre el nacimiento y la muerte), y 3) la multitud de procesos que uno mide con su propia vida.

Lo anterior es complementado por Elías (2010, p. 68) cuando expresa que: “[...] la frontera entre pasado, presente y futuro cambia constantemente, puesto que los hombres que viven los eventos como pasados, presentes o futuros se transforman”. Así, la denominada determinación del tiempo de Elías (2010) ocurre en la VC del individuo, pero también se le puede referir al tiempo turístico. Si esta conceptualización se vincula con la propuesta del campo de análisis del turismo TEMA, podría establecerse que se manifiesta como se observa en la tabla siguiente:

Tabla 1. Determinación del tiempo

	Tiempo	Espacio	Motivaciones	Actividades
Individuo	Aquí y ahora	Espacio cotidiano	Infinitas	Cotidianas
	Aquí y ahora	Espacios no cotidianos	Múltiples	Coincidentes con las motivaciones del viaje
Continuo devenir	Toda su vida	Espacios cotidianos/ no cotidianos	Múltiples	Cotidianas y no cotidianas a lo largo de su vida
Multitud de procesos	Hitos que marcan su vida	Todos los espacios	Infinitas	Todas las actividades realizadas (cotidianas y no cotidianas)

Fuente: Elaboración propia con base en Elías (2010).

De acuerdo con las distintas épocas históricas, el tiempo ha sido vivido en diferentes formas y las actividades desarrolladas en él han sido variadas. Es necesario señalar que en las últimas décadas se han producido nuevas apreciaciones sobre el concepto “tiempo” y en ese contexto se producen también nuevas valoraciones sobre los tiempos de ocio, dentro de ellos del turismo.

Esta categorización del tiempo es retomada en parte por Bauman (2006), que, si bien en su vastísima obra sólo ha escrito un capítulo donde alude al turista (*Turistas y vagabundos*) en realidad complementa mejor la idea en su obra *Vida de consumo* “del significado del tiempo” donde el hombre se despoja de su pasado y aspira adelantarse al futuro. Esto significa que la vida del individuo es una serie de “instantes eternos”, entendidos como eventos, accidentes y aventuras que poseen un valor en sí mismos y dentro de los cuales deben ser tenidas en consideración las experiencias turísticas y las modalidades de las cuales son exponentes en estas significaciones.

Lo que Bauman (2007) llama “ahorista”, así como la denominación de “instantes eternos”, tiene una vinculación estrecha con los planteamientos de Elías en las categorías “aquí y ahora” y “multitud de procesos”, señalados en la tabla anterior. A efectos de problematizar el tema, se considera la relación establecida entre pasado, presente y futuro que según Valencia (2007) conforman una quinta dimensión a la que denomina “de la experiencia del tiempo”. Por lo tanto, más que de tiempo se debería hablar de tiempos. Con base en la definición dada sobre la quinta dimensión se debe señalar que la “experiencia del tiempo” se vive también de maneras distintas, dependiendo de la determinación en cada individuo.

Por lo anterior, Valencia (2007) prefiere hablar de tiempo social, el cual, siguiendo el razonamiento de Elías (2010, p. 93) es una síntesis simbólica con el más alto grado de abstracción. Para la autora, el tiempo social es cualitativo ya que “[...] expresa creencias, valores y costumbres propias de un grupo. Esto implica una multidimensionalidad: una multiplicidad de tiempos sociales asociados a distintos grupos y actividades. Con sus propios ritmos y representaciones.”

Cabe resaltar la importancia que señala la autora respecto al papel desempeñado por los distintos grupos y las actividades que estos realizan en el tiempo social. Si bien es claramente una observación muy válida para la VC, también se produce en el campo del turismo, pues los grupos (o segmentos) de turistas realizan actividades diversas que se encuentran vinculadas a las motivaciones que originan su viaje, con un perfil distinto dependiendo del grupo etario, así como del capital cultural que posean.

Lo anterior se sustenta en lo argumentado por Gallino (1995, citado en Valencia, 2007, p. 91) cuando define tiempo social en una primera acepción como: “Elemento que, en tanto se distribuye en diversa medida entre una secuencia de actividades (incluyendo el reposo, el sueño, el ocio) caracteriza de modo determinante la vida cotidiana y con ella el nivel y estilo de vida.” De esta manera, Gallino (1995) expresa el modo directo que incluye al ocio y a las actividades que en él se desarrollan, en función de lo cual el turismo se integra a dicho ocio, por definición.

El tiempo, a su vez, permite analizar la relación vida cotidiana/vida no cotidiana, dicho de otra manera, el tiempo de obligaciones versus el tiempo de ocio y recreación. Estas conceptualizaciones toman como referencia las afirmaciones de Urry (2004, pp. 16-17) cuando sostiene que: “El turismo surge de una división binaria fundamental entre lo ordinario/cotidiano y lo extraordinario. Las experiencias turís-

ticas implican algún elemento o aspecto que induce experiencias placenteras que, en comparación con lo cotidiano, salen fuera [sic] de lo común”.

Si bien se comparte esta afirmación desde un posicionamiento macroconceptual y, en definitiva, es el origen de las prácticas turísticas, con el paso del tiempo se han producido algunas modificaciones donde las fronteras entre la VC y el turismo comienzan a presentar puntos de encuentro o tornarse difusas.

A nivel del sujeto, el tiempo no cotidiano es menor al cotidiano, dentro de este último el de carácter turístico es una ínfima parte, pero es aquí donde cobran importancia las reflexiones de Elías (2010) sobre las fronteras entre pasado, presente y futuro ya reseñadas. Este es un elemento clave, pues el individuo comienza a pensar, a planificar su tiempo turístico en la VC, por lo que sus expectativas sobre el futuro viaje van permeando su aquí y ahora cotidiano.

Lo anterior tiene una continuidad en el futuro, pues, cuando retorna del viaje, las experiencias ocurridas en él se vuelven a introducir en la VC mediante relatos y/o comentarios de esas experiencias a sus amigos o familiares. Eso puede incidir, eventualmente, en propiciar o determinar otros viajes que corresponderán a tiempos de otros sujetos en el campo turístico.

A la vez, cuando el individuo se encuentra en el destino seleccionado para sus vacaciones está en su “aquí y ahora”, pero en un espacio distinto al habitual. Si bien ese presente es efímero —como cualquier otro—, desde el punto de vista simbólico se manifiesta como un presente perpetuo, ya que las imágenes, la percepción del lugar, permanecen en su memoria y nutren al imaginario; por lo cual, la relación de pasado, presente y futuro plantea fronteras difusas desde la perspectiva de la VC del sujeto involucrado, así como de sus interlocutores, debido al sistema interrelacional en el cual se encuentra situado.

4. Sobre la institucionalización del tiempo turístico

El hombre incorpora el tiempo cotidiano mediante un proceso de socialización que ocurre desde temprana edad y que es acompañado de la institucionalización de dicho tiempo, es decir, mediante el mecanismo de legitimación producido por las distintas sociedades en la historia.

Lo mismo acontece con el tiempo no cotidiano y, dentro de este, el tiempo turístico, dado que desde mediados del siglo XIX el turismo como práctica se va afirmando primero en Europa y luego en el resto del mundo. El tiempo turístico se instala para quedarse, como una cuestión firme surgida en las primeras décadas del siglo XX debido a las reivindicaciones obreras que se plasmaron en las legislaciones nacionales e internacionales. Por tanto, el turismo deja de ser privilegio de una clase social, aunque no todos los individuos disponen de los medios económicos necesarios para realizarlo.

Esta legitimación de la actividad turística y su posterior desarrollo conducen a la generalización de la práctica social del turismo y le va confiriendo significación. En la VC el concepto “irse de vacaciones”, la idea del viaje a un lugar diferente del habitual genera significados múltiples, dependiendo de los sectores sociales que se analicen, pero un hecho incontestable es que los significados de esa nueva realidad se incorporan a través de la VC.

No sólo existe una primera legitimación por parte del sujeto, sino que su propia historicidad hace que esas significaciones tengan un alcance social, en el sentido de que mediante acciones o políticas públicas se promueve el tiempo de ocio y, por ende, el tiempo turístico. De ahí que muchos autores hablen de la popularización de las prácticas turísticas.

Se consideran como principales hitos en este proceso de institucionalización, en primer lugar, el Congreso Internacional sobre el Tiempo Libre de los Trabajadores, organizado por la Organización Internacional del Trabajo (OIT), realizado en 1920, entre cuyos objetivos se planteaba: 1) la necesidad de reducir el tiempo de trabajo y 2) organizar el tiempo libre.

Posteriormente, en 1936 la OIT firma el denominado Convenio 52 por el cual se reglamenta el derecho a las vacaciones pagadas para todas las personas, sean empleadas públicas o privadas. En la década siguiente, estos principios se plasmarán en la Declaración de los Derechos del Hombre (Organización de las Naciones Unidas, 1948)¹, en la cual el artículo 24 expresa que: “Toda persona tiene derecho al descanso, al disfrute del tiempo libre, a una limitación razonable de la duración del trabajo y a vacaciones periódicas pagadas”. Estos pronunciamientos internacionales se complementaron con las políticas de turismo social surgidas en primer lugar en Europa, a partir de la década de los treinta y en el caso paradigmático de Argentina en los cuarenta.

1 Art.13 - 2. Toda persona tiene derecho a salir de cualquier país, incluso del propio, y a regresar a su país.

La institucionalización puede verse en la forma de organizar la administración del turismo en los diferentes países; a modo de ejemplo, se nombrarán algunos casos que, si bien directamente refieren a la política turística, brindaron en su momento un marco normativo del cual el ciudadano estaba en conocimiento, sobre todo por el nivel de propaganda y promoción que se hacía. Estos casos específicos fueron: la creación del Departamento de Turismo en Chile, en 1929; la Comisión Nacional de Turismo en Uruguay, reglamentada en 1933; la Dirección Nacional de Turismo en Argentina, instituida en 1938. Se debe señalar que existieron otras organizaciones que jugaron un rol importante en este plano, como lo fue el Touring Club de Argentina, entre otros, pero los organismos referidos anteriormente fueron los que tuvieron competencias a nivel nacional y entre sus objetivos de creación estaba presente el propósito de reglamentar la actividad turística.

Puede considerarse lo señalado anteriormente como temas propios de la política turística, tanto internacional como nacional; sin embargo, es necesario indicar que la propaganda —sobre todo la inicial de las décadas del veinte y treinta— tuvo un fuerte componente de adoctrinamiento, en el sentido de proporcionar recomendaciones de pautas para la buena conducta del turista que se ofrecían mediante folletos y guías, destinado a los trabajadores de los diferentes sectores. En principio, estaba dirigida a aquellos que integraban la primera línea de atención al turista (mozos de cordel, taximetristas, recepcionistas, entre otros), estableciendo las pautas de cómo debían actuar en sus tareas laborales.

Esta propaganda también abarcó a la comunidad en un sentido amplio, donde se mostraba al residente cómo debía ser su actitud como anfitrión, a la vez que se exponían las razones de la importancia de ejercer el tiempo de vacaciones, a la par de los beneficios que ello traía consigo, en tanto fuente reparadora para volver al trabajo, sin dejar de mencionar el fomento del turismo interno, a través del posicionamiento de conocer los lugares más importantes, pero también los más recónditos de los territorios nacionales, en un refuerzo de la identidad de cada país.

A modo de resumen, se puede establecer que existe por parte del individuo una percepción propia del tiempo turístico, que proviene de la trayectoria de una práctica legitimada y, paralelamente, de políticas emitidas por parte de los organismos internacionales desde el punto de vista de los derechos, así como de las políticas nacionales como reguladoras de la actividad turística, pero también como agentes de promoción y propaganda de los destinos propios.

5. Apropiación del tiempo

Se comparte lo sostenido por Woortmann (2007, p. 479) al decir que: “El tiempo, en cualquier lugar, puede ser construido de diferentes maneras, pues él es siempre contextual”. Partiendo de esta premisa y atendiendo a las características de nuestra sociedad actual, Codina (2007) señala que se produce una percepción sobre la escasez del tiempo del individuo, aclarando que es la valoración del ocio lo que hace que el tiempo se tienda a ocupar con una mayor cantidad de actividades.

Cuando se refiere al concepto “percepción”, se comparte lo señalado por Merleau-Ponty (1975, p. 44) quien expresó que ésta no es un añadido de eventos a experiencias pasadas, sino una constante construcción de significados en el espacio y en el tiempo, sosteniendo que:

Percibir no es experimentar una multitud de impresiones que conllevarían unos recuerdos capaces de complementarlas; es ver cómo surge, de la constelación de datos, un sentido inmanente sin el cual no es posible hacer invocación ninguna de los recuerdos [...] Percibir no es recordar.

En el acto de percibir, entonces, el individuo va construyendo, elaborando, asignando significados distintos a la categoría tiempo, por lo que es un acto totalmente subjetivo e intransferible. Dicho de otra manera, cada hombre percibe de determinada forma su tiempo en la VC y, por tanto, también lo hace con su tiempo de ocio y su tiempo turístico.

En este proceso de percibir el tiempo, cada vez con más frecuencia el deseo de viajar se pone de manifiesto en la VC y muchas veces para algunas personas éste se convierte en un deseo tan anhelado que permea en gran parte de su tiempo cotidiano. Este hecho, eventualmente, puede haberse acelerado luego del período de la pandemia, que implicó un confinamiento por demasiados meses y/o años, dependiendo del lugar de residencia del individuo. La forma de percibirlo, en algunos casos, se vincula con lo que algunos autores denominan “la apropiación del tiempo”.

El término apropiar se utiliza aquí en el sentido que le da la psicología, lo que implica que el sujeto “[...] se “apropia” de la experiencia generalizada del ser humano, lo que se concreta en los significados de la “realidad” (Vidal Moranta y Pol Urrútia, 2005, p. 282). El individuo se apropia de su tiempo en la VC y también de su tiempo de ocio, en el cual se incluye el turístico.

En este sentido, Codina (2007) destaca como elemento interesante que la apropiación del tiempo forma parte de la VC de la persona, pero es necesario siempre una posición activa en el mismo. La razón de ello es que lo que se apropia son las significaciones. Ampliando un poco más esa afirmación sostiene que:

“[...] en los últimos años se ha empezado a extender la voluntad de controlar la propia persona su tiempo. Esta tendencia, hace que la relación con el ocio, del turismo y del consumo interese aproximarse a los modos de consumir el tiempo” (Codina, 2007, pp. 212-213).

Cuando este autor define la apropiación del tiempo, argumenta que ello implica una posición activa del sujeto. Si bien lo refiere a la VC, esto también ocurre en el tiempo de ocio debido a que el individuo se apropia de “el tiempo” en su integridad, el cual luego adquiere diferentes categorías (libre, ocio, turístico) (Codina, 2007).

Tal vez, es esta apropiación la que hace que en la VC el individuo realice tareas/actividades excesivas a pesar de carecer de tiempo real, cuestión que también ocurre en el tiempo turístico, lo que se refleja en su vinculación con otros ejes, como el espacio; esto muchas veces lleva al sujeto a visitar múltiples destinos en períodos breves, lo cual es planificado de esa manera en el momento de concebir su viaje y que, necesariamente, ha influido en las nuevas modalidades donde es el turista el que define y diseña los viajes a su medida, poniendo en primer plano sus deseos y el valor que tiene esa experiencia para él.

Una posición extrema de esta actitud se observa en el llamado “turismo *zapping*”, tan vigente en esta época, donde el viaje se planifica con un exceso de actividades y recorridos por múltiples lugares/ciudades/destinos, teniendo como característica ver muchas cosas en poco tiempo, fijando la atención levemente en cada una de ellas. En resumen, prima la inmediatez de la experiencia urbana y los recorridos de máxima intensidad.

Pero también acontece en lo que se denomina la fragmentación de las vacaciones, donde el individuo, en tanto sujeto turístico, se apropia de cada experiencia que realiza a lo largo del año, ya sea en viajes de fin de semana, de placer, de negocios o del simple excursionismo.

Apropiarse del tiempo turístico implica la participación activa del turista en todas las etapas del viaje (pre-viaje, viaje y pos-viaje), donde las decisiones son tomadas

por el propio individuo con base en sus motivaciones. De esta manera, se produce una significación importante entre el viaje y el consumo turístico, desde lo tangible hasta lo intangible, como pueden ser las imágenes.

6. Discusión

El tiempo turístico tiene la característica de ser cualitativo, marcado asimismo por ser exiguo comparado con el tiempo cotidiano, que tiene además limitantes temporales que parten de los procesos de movilidad que involucran, así como de las conexiones dependiendo de la infraestructura utilizada por el turista. No obstante, existen diferencias significativas sobre el uso del tiempo de acuerdo con el tipo de viaje que se realice.

A pesar de ello, cuando el individuo se encuentra en el destino seleccionado, el tiempo parece detenerse, el acto turístico en sí se representa una especie de presente perpetuo. Y de la misma manera entrará en el futuro cuando sea rememorado en la VC mediante cuentos e historias a sus allegados, pero la manera en que fue percibido queda marcada de una forma distinta, no es un simple recuerdo, siendo coincidente con la postura de Merleau Ponty (1975).

Esta conceptualización se puede representar de la manera que se hace en la figura siguiente:

Figura 1. Tiempo social y turismo



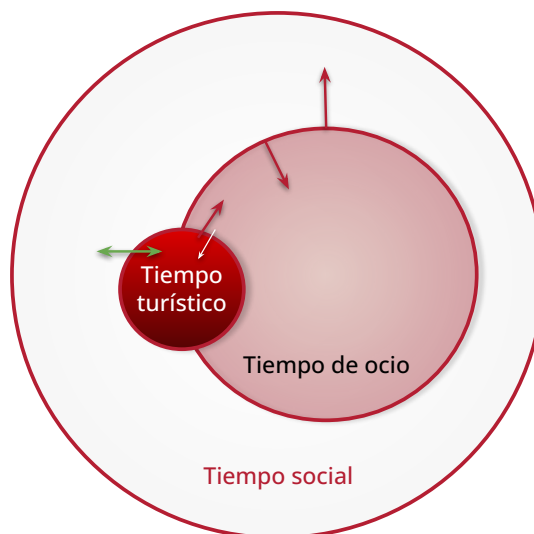
Fuente: Elaboración propia.

En la figura, los círculos representan espacios de tiempos diferentes y superpuestos, no sólo pueden dar cuenta de la distribución, sino también de la centralidad que tiene el tiempo de ocio (TO) en el tiempo social (TS), o el tiempo turístico (TT) en el tiempo de TO. Las flechas sencillas indican fronteras que se mueven; a modo de ejemplo, los esfuerzos de institucionalización de los diferentes actores mientras que las flechas dobles marcan la relación entre diferentes tiempos.

Por otra parte, cuando se habla de la experiencia del tiempo en las prácticas turísticas se debe diferenciar el sujeto de análisis, si es turista o residente. A su vez, dentro de cada una de estas categorías se encuentran distintos perfiles, como el caso del turista, si la experiencia es con base en sus vacaciones anuales o por tiempos fraccionados o finde semanista, sólo por señalar algunas tipologías. En el caso del residente el espectro es mucho más amplio, pues, en principio, refiere a la propia comunidad que vive en el destino y luego a la posición que ocupa dentro de ella, es decir, si es gobernante, empresario, trabajador en alguno de los sectores de la actividad turística, trabajador indirecto o temporal, por establecer algunas de las cualidades. De esta manera, los niveles de experiencia son también múltiples e intransferibles de acuerdo con cada individuo.

Estas dimensiones se pueden representar como se observa en la figura siguiente.

Figura 2. Tiempo social y diferentes actores



Fuente: Elaboración propia.

Esta variante de gráfico intenta dar cuenta de un tiempo turístico que no está inmerso sólo en tiempo de ocio, pues incluye un tiempo turístico asociado a quienes trabajan en el sector por lo que forma parte de su VC. Si bien desde el punto de vista de los derechos el tiempo libre fue institucionalizado, no significa que el derecho a las vacaciones pagadas tenga una relación directa con los tiempos de turismo; desde luego son un aliciente, pero no todos los individuos pueden ejercer este derecho, pues el mismo estará determinado por su situación económica.

Se puede sostener que la apropiación del tiempo conlleva a que la vinculación entre VC/turismo es cada día más estrecha, toda vez que cuando se planea el viaje se hace desde el hoy (en el tiempo cotidiano), el cual se llevará a cabo en un futuro (que todavía no es), pero que tiene el valor simbólico de la meta a cumplir, adquiriendo el valor de lo novedoso y extraordinario.

7. Reflexiones finales

Tomar las ideas de Elías (2010) sobre el tiempo permite analizar integralmente dicho elemento desde la perspectiva del sujeto, a lo largo de toda su vida, incluyendo su vinculación con el turismo, como se ha expuesto en la tabla 1. Pero también posibilita ver cómo la institucionalización del tiempo marca la importancia de los procesos históricos, en la validación de la práctica social turística que se implementa mediante políticas internacionales y nacionales.

En un comienzo, VC y turismo se planteaban como conceptos opuestos, pero considerando la situación actual se observa que el individuo percibe el tiempo de manera diferente a la habitual y lo experimenta también de modo distinto. Si se tienen en cuenta las tres dimensiones planteadas por Elías (2010) en cuanto a la determinación del tiempo, se podría sostener que el turismo debe ser analizado dentro de la tercera, es decir, la que refiere a la multitud de procesos que el individuo mide en su vida, pero no se puede dejar de lado que cada viaje pone de manifiesto su “aquí y ahora”, en un espacio diferente al cotidiano, a la vez que los viajes están presentes en el continuo devenir, esto es, a lo largo de toda su vida. En la existencia de las instituciones acontece lo mismo, una serie de hitos marcan la historia del turismo, ponen de manifiesto las características de cada época y se mantienen en su acontecer.

Referencias

- Bauman, Z. (2006). La globalización consecuencias humanas. *Fondo de Cultura Económica*.
- Bauman, Z. (2007). Vida de consumo. *Fondo de Cultura Económica*.
- Berger, P. y Luckman, T. (2006). La construcción social de la realidad. *Amorrortu Editores*.
- Botti, L., Peypoch, N. y Solonandrasana, B. (2008). Time and tourism attraction. *Tourism Management*, 29(3), pp. 594–596. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.02.011>
- Campodónico, R. (2011). Bauman: una lectura desde el turismo. En A. Álvarez Sousa (Ed.), *Teoría sociológica y turismo* (pp. 37-49). Netbiblo.
- Campodónico, R. y Chalar, L. (2011). Hacia la construcción del conocimiento en turismo. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 20(6), pp. 1307-1323. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180722700005>
- Campodónico, R. y Chalar, L. (2013). El turismo como construcción social: un enfoque epistemo-metodológico. *Turismo y Sociedad*, 14, pp. 47–63. <https://www.redalyc.org/pdf/5762/576261184004.pdf>
- Campodónico, R. y Chalar, L. (2014). Matriz científica en turismo. Una propuesta integradora. *Anais Brasileiros de Estudos Turísticos*, 4(3), pp. 9-17. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5599526>
- Castells, 1997
- Codina N. (2007). Entre el ocio, el consumo y el turismo. El tiempo y la apropiación del tiempo. En J. Romay Martínez (Ed.), *Perspectivas y retrospectivas de la Psicología Social en los albores del siglo XXI* (pp. 205-214). Biblioteca Nueva.
- Cohen, E. (1986). Tourism and time. *World Leisure & Recreation*, 28(5), pp. 13-16. <https://doi.org/10.1080/10261133.1986.10558967>
- Dickinson, J. E. y Peeters, P. (2012). Time, tourism consumption and sustainable development. *International Journal of Tourism Research*, 16(1), pp. 11–21. <https://doi.org/10.1002/jtr.1893>
- Elías, N. (2010). Sobre el tiempo. *Fondo de Cultura Económica*.

- Kim, S., Filimonau, V. y Dickinson, J. E. (2023). Tourist perception of the value of time on holidays: implications for the time use rebound effect and sustainable travel practice. *Journal of Travel Research*, 62(2), pp. 362–381. <https://doi.org/10.1177/00472875211064636>
- Klein, O. (2004) Percepción social del tiempo, la distancia y el transporte de alta velocidad. *Tiempo y Sociedad*, 13,(2-3), pp.245-263.
- Merleau-Ponty, M. (1975). *Fenomenología de la percepción*. Península.
- Organización de las Naciones Unidas (ONU). (1948). La Declaración Universal de Derechos Humanos. <https://www.un.org/es/about-us/universal-declaration-of-human-rights>
- Pearce, P. L. (2020). Tourists' perception of time: directions for design. *Annals of Tourism Research*, 83, 102932. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102932>
- Urry, J. (2004). *La mirada del turista*. Universidad San Martín de Porres.
- Valencia García, G. (2007). *Entre Cronos y Kairòs: Las formas del tiempo socio histórico*. Anthropos.
- Vidal Moranta T. y Pol Urrutia E. (2005). La apropiación del espacio: una propuesta teórica para comprender la vinculación entre las personas y los lugares. *Anuario de Psicología*, 36(3), pp. 281-297. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=97017406003>
- Woortmann, E. (2007). Cambios de tiempo y espacio/cambios sociales, bajo el impacto de la modernización. *Revista Estudios Feministas*, 15, pp. 476-484. <https://doi.org/10.1590/S0104-026X2007000200015>