

APRENDIZAJE COLECTIVO EN EL USO DE LA TECNOLOGÍA COMO PRÁCTICA EN LAS AGENCIAS DE VIAJES

Un abordaje etnometodológico

Marcelo de Souza Bispo
Universidade Federal de Paraíba
João Pessoa – Brasil

Las agencias de viajes se encuentran en una etapa de transición y redescubrimiento. Esta condición se da por el creciente avance de las tecnologías disponibles para la gestión organizacional y por el uso de las tecnologías de comunicación e información (TICs), que demandan nuevos conocimientos y medios de aprendizaje que no necesariamente están vinculados a las metodologías de las aulas y lugares de capacitación formales. Se trata de un proceso tácito y estético donde las soluciones desarrolladas en la cadena de viaje dependen cada vez más del proceso de learning and knowing in practice. Gherardi (2006) propone que el conocimiento es construido a partir de las prácticas uniendo el conocer (knowing) con el hacer (doing). El presente artículo está orientado por la siguiente pregunta: ¿cómo se da el proceso de aprendizaje del uso de tecnologías de información y comunicación, en especial internet, como práctica de trabajo en una empresa de viajes? El objetivo de la investigación busca comprender el uso de las tecnologías como una práctica en las agencias de viajes. El marco teórico se basó en los estudios sobre práctica y en los conceptos sobre etno-metodología. El artículo presenta como principal resultado que el uso de la tecnología como práctica genera un conocimiento que puede ser denominado cadena de viaje en el cual las tecnologías influyen sobre las acciones de los clientes, las agencias de viajes y los proveedores.

PALABRAS CLAVE: aprendizaje colectivo, agencias de viajes, prácticas, etnometodología.