

*Estudios y Perspectivas
en Turismo*

Estudios y Perspectivas en Turismo

ISSN: 0327-5841

cietcr@uolsinetis.com.ar

Centro de Investigaciones y Estudios

Turísticos

Argentina

Osorio García, Maribel

EL CARÁCTER SOCIAL DEL TURISMO. Un análisis sistémico sobre su complejidad

Estudios y Perspectivas en Turismo, vol. 16, núm. 4, octubre, 2007, pp. 464-492

Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos

Buenos Aires, Argentina

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180713898005>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Documentos Especiales

EL CARÁCTER SOCIAL DEL TURISMO Un análisis sistémico sobre su complejidad

Maribel Osorio García*
Universidad Autónoma del
Estado de México - Toluca

Resumen: Este trabajo propone concebir al turismo como una acción social comunicativa con base en la teoría sistémica de la sociedad elaborada por Niklas Luhmann. Desde esta perspectiva, y tras exponer sintéticamente las categorías básicas del planteamiento de este autor, se explica la manera en que el turismo produce relaciones particulares en los distintos sistemas sociales: los de la interacción, de las organizaciones y de los sistemas funcionales, lo que permite distinguir la amplia complejidad del turismo por su diversidad de sentido.

PALABRAS CLAVE: turismo, complejidad, comunicación, sistemas sociales.

Abstract: *The Social Character of Tourism. A Systemic Analysis of its Complexity.* This article, based on the system theory of society of Niklas Luhmann, proposes to conceive tourism as a communicative social action. From this perspective and after presenting briefly the basic categories developed by this author, the particular ways tourism produces diverse relations in different social systems is explained. This allows distinguishing the interaction, the organizations and the functional systems of the ample complexity of tourism by its diversity of sense.

KEY WORDS: tourism, social tourism, complexity, communication.

INTRODUCCIÓN

En sus inicios, el turismo desde una concepción social (Ortuño Martínez 1966; Fernández Fuster 1978; De la Torre 1981), fue presentado como un fenómeno masivo, entendido como un hecho social que tenía causas y efectos identificables que se podían medir. Como hecho social, el turismo ha tendido a ser analizado de manera cuantitativa, considerando necesario este tratamiento para la medición de su magnitud y la construcción de su datación. En un tratamiento más cualitativo, autores como Krippendorf (citado por Álvarez Sousa 1994:60), Jafari (1994), Urry

* Doctora en Ciencias Sociales y Políticas. Es docente y directora del Centro de Investigación y Estudios Turísticos, Universidad Autónoma del Estado de México, Toluca. E-mail: maribelosorio2003@gmail.com.

(2002) y Álvarez Sousa (1994) entre otros, han desarrollado el estudio del turismo como una acción social derivada del ocio. Concebirlo como una acción que se desprende del ocio ha permitido estudiar tanto las actividades externas que expresan su comportamiento (movilización, utilización de servicios, impactos) como las condiciones de su contexto socio-estructural (desarrollo económico, político, cultural), así como sus intencionalidades subjetivas y simbólicas (significados, representaciones, valores). La atención se centra entonces en el ocio y sus dos principales corrientes de estudio: la primera lo concibe como liberador, opuesto al trabajo alienante y facilitador de la mitificación de la vida (la vivencia de lo no-racional); la segunda, desde una posición crítica, lo asume como alienante, consumista y controlador.

Las posiciones de los estudiosos del ocio turístico aún se revelan antagónicas, debatiendo si su acción social se manifiesta como mercantil o cultural, si sus formas son heterogéneas u homogéneas, si acarrea beneficios o perjuicios, si es liberador o controlador, si produce el desarrollo o la dependencia. Los trabajos producidos desde las variadas posiciones teóricas han construido la mayor parte del *corpus* del conocimiento turístico; sin embargo, se hace notar la necesidad de realizar trabajos que permitan superar el discurso de las antítesis y elevar el análisis a otro nivel de discusión.

Con fundamento en la perspectiva teórica de Niklas Luhmann (1989, 1996, 1998a, 1998b, 1998c, 2003, 2004), se hace la propuesta alternativa de concebir al turismo como una operación comunicativa que forma parte de la dinámica de los sistemas sociales. La teoría del sistema de la sociedad del citado autor permite interpretar al turismo como una “distinción social comunicativa”. Desde esta perspectiva el sistema social le confirió al turismo la tarea de reducir la complejidad producida por un nuevo tipo de viaje, que surgió en el mundo a mediados del siglo XIX y que apareció por primera vez en la historia: el viaje de placer, un tipo de viaje distinto al conocido (el viaje por obligación o supervivencia), como una nueva forma de ocio que inició la generación de un enlace particular de operaciones comunicativas.

Si se acepta esta concepción, entonces se reconocerá que a partir del turismo se configuraron nuevas posibilidades de comunicación en la sociedad, que evolutivamente han delineado formas de relación social en distintos sistemas interpersonales, organizacionales y societarios, todos ellos enmarcados en el sistema general de la sociedad. Identificar y caracterizar estas formas sistémicas de relación social son el objeto de interés del presente artículo, cuya exposición se sostiene en un nivel de abstracción con el propósito de lograr la conexión con la base teórica de la cual parte.

La postura teórica de Luhmann se autodefine como funcional-estructuralista, aunque se encuentra distanciada del estructural-funcionalismo de Parsons al establecer la primacía de la

función por sobre la estructura, pero también despojada de la referencia ontológica que subordina la función al análisis causal. La función y la complejidad, en la propuesta del autor, forman parte estructural de su planteamiento teórico. La función queda entendida como "...un esquema lógico regulador que permita comparar entre sí como equivalentes funcionales sucesos que desde otra perspectiva serían absolutamente incomparables" (Rodríguez Mansilla en Luhmann 1996:XII). Dicha teoría ha sido discutida y debatida por importantes sociólogos como es el caso de Habermas (Gutiérrez Pantoja 1998: 366). Sin embargo, su aporte a la comprensión de la evolución social de principios del siglo XXI y a la formulación y re-conceptuación de categorías clave -como sistemas, complejidad, contingencia, autopoiesis y acoplamiento, entre otras- para construir nuevas explicaciones sobre la realidad, la hace referencia obligada al tratar el tema de los sistemas aplicados a las ciencias sociales (véase Torres Navarrete 2002:31-54 y 301-324; Crespi 1997: 67).

La teoría es capaz de dar cuenta de la vasta gama de fenómenos sociales que se dan en el seno de la sociedad, por lo que su generalidad y su multi-dimensionalidad se caracterizan por un alto nivel de abstracción. La pretensión de dar cuenta de todo lo social implica la ambición de la aplicabilidad universal de la teoría a todos los fenómenos sociales, desde los aspectos de mayor generalidad (la sociedad, el sentido, la confianza, el riesgo, etc.) pasando por los subsistemas societarios (la política, la economía, la ciencia, la religión, etc.) hasta alcanzar los aspectos particulares de la interacción (el amor, el dinero, el poder).

Con base en los tipos de sistemas sociales definidos por Luhmann, se ofrece una explicación sobre la complejidad del turismo enmarcado en sus relaciones sistémicas a nivel interpersonal, organizacional y societario.

LA TEORÍA DE LA SOCIEDAD

Con un instrumental conceptual creado y re-creado en torno a la explicación de los sistemas sociales, Luhmann (1998a, 1998b, 1998c, 2003) aborda el interés central de su indagación: la teoría de la sociedad. A los efectos de la construcción de esta teoría, el autor parte de tres teorías de base que le aportan las herramientas para edificar su explicación: la teoría de sistemas, la teoría de la comunicación y la teoría de la evolución. La primera le proporciona el fundamento para señalar a la comunicación como la operación que establece la relación entre los seres humanos y que clausura a la sociedad como un sistema de sentido, autopoietico y auto-referencial. La segunda le ofrece los elementos de la comunicación para exponer las formas en las que opera en congruencia con el planteamiento de la primera teoría. La teoría de la evolución le sirve para explicar la trayectoria de la sociedad en términos de diversas posibilidades de selecciones sujetas a la contingencia y a la complejidad que no trazan una historia lineal u

homogénea de desarrollo, sino que van construyendo distintos órdenes sociales.

Se exponen a continuación las categorías tomadas de la teoría luhmanniana en una secuencia que facilite la comprensión de los conceptos, obviando un orden alfabético, con la advertencia de que para ello no se establecen límites en la descripción de cada una, sino que se recurre a ellas una y otra vez bajo el entendido de que cada categoría requiere de las otras para clarificar su significado. Lo anterior responde a la naturaleza de la propia teoría, la cual no tiene un concepto sino varios que funcionan como nodo central de la propuesta.

a) *Sistema y complejidad*. El concepto de sistema de Luhmann postula que no es una frontera lo que divide al sistema del entorno, sino una *diferencia* en el nivel de complejidad que tiene cada uno; esta diferencia se convierte en el principio guía de la construcción teórica. Se parte del supuesto de que el entorno es siempre más complejo que el sistema, en él existen más posibilidades de selección de los elementos que lo conforman que las posibilidades del sistema. Por ejemplo, la complejidad del entorno social, constituido por aspectos de carácter político, económico, religioso, educativo, científico, educativo, etc. siempre es más compleja que la complejidad de uno sólo de esos aspectos.

b) *Selectividad y contingencia*. Para que el sistema reduzca complejidad y mantenga su constitución tiene que aumentar el número de estados posibles y definir barreras de entrada para los estados del entorno. Se trata de la *selectividad* con la que el sistema se relaciona con el entorno y con la que se relacionan sus propios elementos. La selectividad es la estrategia a través de la cual el sistema produce relativamente pocas respuestas ante relativamente muchos insumos que provienen del entorno. Esto quiere decir que el sistema económico, por ejemplo, debe ser capaz de responder con relativamente pocas selecciones económicas (por ejemplo, los pagos o los precios) a los muchos insumos que recibe del sistema social puesto que sólo admite selecciones que correspondan a su carácter económico, estableciendo barreras de entrada para otro tipo de selecciones (políticas, educativas, religiosas, etc.). Así también la selectividad implica que la selección se realiza en un campo de posibilidades de donde la selección es hecha. Este campo es el de las otras posibilidades, las que no fueron elegidas pero que pudieron haberlo sido, condición que nos conduce al concepto de *contingencia*.

c) *Contingencia*. Refiere a que la selección pudo haber ocurrido de otra forma pero en la que necesariamente se opta por una selección. Por ejemplo, en el caso del sistema económico, la selección del pago sobre un determinado bien indica la no elección de ese pago hacia otros bienes que también existen en el mercado. Dicha selección es, entonces, contingente.

d) *Autopoiesis y clausura operativa*. La integración de un sistema tiene que formar un circuito cerrado en el que sus elementos se enlacen a través de un sólo tipo de operación. El enlace de este tipo particular de operaciones es lo que le da integración al sistema. Las operaciones, entonces, se conectan únicamente entre ellas y las relaciones que se operan construyen una estructura que produce una definición interna. Es así que el sistema se organiza a sí mismo en una permanente expectativa del enlace de operaciones. Al enlazar operaciones del mismo tipo el sistema forma una red que permite producir sus componentes particulares. Sólo él tiene la capacidad de producir y reproducir por sí mismo los elementos que lo constituyen y definir así su propia unidad. A esto se le denomina *autopoiesis*, es decir, genera un proceso de auto-producción de sus propios componentes. La condición de la autopoiesis sólo se puede dar en una unidad cerrada. Si las operaciones de un sistema sólo se conectan entre ellas y, por tanto, son internas, generan un circuito que necesariamente conduce a un cierre de operaciones al que se denomina *clausura operativa*. La clausura supone una operación interna y una diferenciación con el entorno; las operaciones no tienen contacto con el entorno, sólo operan en el interior y generan una unidad sistémica que define sus propias formas de organización y de auto-producción.

e) *Comunicación*. Con la base conceptual expuesta sobre la concepción del sistema y su lógica de operación, Luhmann plantea de nuevo el estudio de las relaciones sociales y explica la manera en que logra integrarse un sistema social: la operación que realiza la autopoiesis del sistema de la sociedad es la comunicación ya que es el único fenómeno que cumple la condición del enlace operativo.

La comunicación tiene todas las propiedades necesarias para la autopoiesis del sistema: es una operación genuinamente social (y la única genuinamente tal) (Luhmann y de Giorgi 1998: 45).

f) *Observación y auto-referencia*. Si el sistema tiene la capacidad para distinguir las operaciones que le son propias de las que no lo son puede discernir lo relativo a sí mismo, lo que le es *auto-referente*. Los sistemas sólo pueden responder a una irritación del entorno con sus propias estructuras, con estructuras auto-referenciales. El sistema social tiene la capacidad de identificar que la comunicación es una operación que le corresponde y que sólo a través de ella puede observar el entorno que le rodea. Un concepto que se deriva de lo anterior es el de observación, entendido como un modo específico de operar para distinguir lo que es auto-referente al sistema. El sistema económico observa que las operaciones relativas al pago en dinero corresponden a sí mismo, no así las de la verdad que le son propias del sistema de la ciencia. La observación permite establecer distinciones (propio/ajeno, sistema/entorno, tener dinero/no tenerlo, etc.), con las cuales se observan las posibilidades de selección del sistema

g) *Distinción*. Con base en el análisis conceptual y metodológico desarrollado por Rodrigo Jokisch (2002) en torno a la metodología de las distinciones, se entiende como distinción a la operación cognitiva que aporta información sobre el mundo real y permite hacer diferenciaciones de sentido. En esta perspectiva, las distinciones son la materia primordial que compone el mundo cognoscitivo, como señala Jokisch (2002: 60), “las informaciones ‘entran’ al mundo a través de las distinciones” y permiten establecer diferencias objetivas sobre la realidad.

h) *Acoplamiento*. La información que se distingue del entorno produce efectos en el sistema que generan cambios en su estado anterior dando origen a un estado emergente que produce un nuevo estado en la estructura de sus operaciones. A este cambio se le denomina *acoplamiento*. En la relación de acoplamiento el sistema y el entorno interactúan estimulándose mutuamente. Es la forma en la que el entorno produce efectos que penetran en el sistema y lo influyen, pero no lo determinan, puesto que el sistema produce de manera interna sus propias formas de funcionamiento.

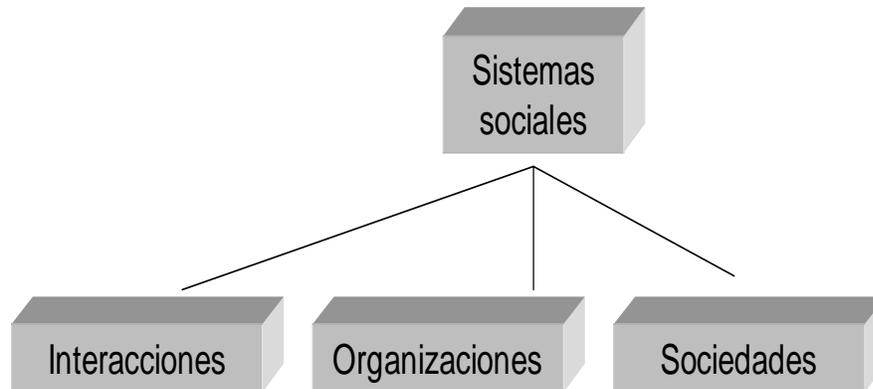
i) *Sistemas humanos*. Los sistemas humanos se clasifican en dos grandes tipos: los sociales y los psíquicos. En ambos la estrategia de selección para enfrentar la complejidad del entorno es el sentido, el cual determina las selecciones que realiza el sistema y conforma su propia complejidad para establecer su diferencia con el entorno. El sentido sobre el que se estructura la complejidad de un sistema, por ejemplo el dinero para el sistema económico, marca su diferencia con el resto de los sistemas, haciendo posible concebirlo como una unidad integrada.

j) *Sistemas psíquicos*. La atribución de sentido que otorga cada individuo a las selecciones de la comunicación se vincula con los referentes que alberga en su conciencia, la cual es constitutiva de su sistema psíquico. La conciencia es un sistema cerrado que mantiene en reserva los pensamientos de Alter, haciendo una selección de aquello que desea comunicar a Ego a través del lenguaje. Así es como los individuos logran entablar una comunicación, su vínculo no es directo de conciencia a conciencia.

k) *Acoplamiento estructural*. La relación establecida entre los sistemas psíquicos y los sociales a través de la comunicación da cuenta de la necesidad que tienen ambos para poder operar. Si no existieran las conciencias no sería posible el proceso de comunicación, por ello se registra un acoplamiento estructural que establece un vínculo requerido para ambos sistemas. Los sistemas psíquicos, por ejemplo, mantienen un acoplamiento estructural a través de los procesos neurofisiológicos del sistema orgánico al que están conectados, la vida del sistema orgánico es necesaria para que los pensamientos puedan seguirse produciendo en la conciencia. A pesar de requerir esta condición, el sistema psíquico no queda determinado por el vínculo y sigue operando tan sólo por los pensamientos en absoluta autonomía del sistema orgánico.

Aunado a las categorías mencionadas con antelación, la construcción de la teoría de la sociedad, delimita los distintos tipos de sistemas sociales existentes, clasificados en tres grandes conjuntos como se observa en la Figura 1.

Figura 1: Tipos de sistemas sociales



Fuente: Corsi, Espósito y Baraldi (1996:152)

Cada tipo manifiesta sus propias características de relación comunicativa. Las interacciones son formas de relación entre presentes que suponen una construcción comunicativa en el momento mismo de la interacción. Si dos sujetos se encuentran, la interacción entre Alter y Ego supone el problema de la selectividad de opciones de sentido para entablar una comunicación lo que produce una relación de doble contingencia. La comunicación resuelve la selectividad que hacen los sujetos, construyendo una estructura relacional y produciendo una historia.

Las organizaciones son sistemas independientes que definen sus propias formas de regulación y control tales como quienes pueden pertenecer a ellas, cuales son sus fines y como deben ser alcanzados. Ejemplos de organizaciones son las empresas, los institutos, las asociaciones, etc. La racionalidad que rige a las organizaciones es diferente a la de la sociedad por lo que no pueden ser consideradas como subsistemas de ella sino como otro tipo de sistemas sociales. La autorregulación les conduce a establecer la comunicación entre sus miembros en forma de decisiones, lo que otorga un carácter de autoridad y subordinación a sus relaciones, así como de manejo de poder a partir de diferentes puestos.

Las sociedades son los sistemas que abarcan internamente toda la comunicación. En esta concepción la sociedad no es el conjunto de relaciones que se establecen entre los individuos, sino el conjunto de sus comunicaciones. La sociedad pone los límites a la complejidad, de las posibilidades de selección, por lo que establece las premisas para la operación de los sistemas de interacción y los organizacionales. Este sistema establece la diferencia con el entorno

constituido por las máquinas, los organismos y los sistemas psíquicos. Asimismo, establece las diferencias a su interior en un ejercicio de auto-observación, capta su propia evolución social y los cambios que se producen en su estructura.

El concepto de *diferenciación* adquiere relevancia al explicar la evolución de la sociedad puesto que diferenciar la evolución que siguen los subsistemas y las relaciones que establecen con el entorno es lo que define formas particulares de integración del conjunto social, permitiendo concebir al mundo en determinados estadios a lo largo de la historia de la humanidad (Luhmann 1989:44). Luhmann y de Giorgi (1998) identifican que se han desarrollado pocas formas de diferenciación social, pero cada una ha ido elevando su nivel de complejidad hasta alcanzar la constitución actual de los sistemas parciales, los que no obstante, han contribuido a reducir la complejidad del propio sistema. Se han identificado fundamentalmente cuatro formas de diferenciación en el proceso evolutivo social.

a) *Sociedades segmentarias*: Esta diferenciación se caracterizó porque la horda primitiva conformaba la sociedad global y los sistemas parciales eran las unidades familiares constituidas. Para cada sistema social el entorno se conformaba por el resto de las unidades familiares las que eran diferentes y desiguales al no pertenecer al núcleo social del clan o de la tribu.

b) *Centro y periferia*. En la evolución histórica, el paulatino asentamiento de los pueblos propició la aparición de nuevas formas de relación entre los sistemas sociales surgiendo un rol comercial localizado en la ciudad que le otorga una posición de dominio por sobre otros territorios. Esta diferencia marca la aparición de espacios que fungen como centros y periferias que modifican su estructura segmentaria hacia una situación de explotación o de protección con respecto al centro. Culturas como Egipto, Grecia y Roma ofrecen los mejores ejemplos de la evolución hacia este tipo de diferenciación.

c) *Sociedades estratificadas*. La diferenciación estratificada se caracterizó porque el estrato superior -la nobleza- se constituyó en un subsistema clausurado que estableció una gran desigualdad con el estrato inferior – el pueblo - en términos de riqueza y poder. En un estricto orden de clases, el estrato superior reconocía relaciones consanguíneas sólo con y entre los de su estrato, entendiendo que las relaciones de parentesco contaban con genealogías nobles, reconocidas y legitimadas por quienes pertenecían al mismo. La nobleza era pequeña y poseedora de riqueza y mando político, con la autoridad para gobernar y dirigir al resto de la sociedad. Entre sus miembros había un sentido de igualdad, de identidad, de autonomía. La estratificación admitió un nivel de complejidad más elevado en el estrato superior al delimitar las relaciones comunicativas sólo a los iguales, concentrando el patrimonio conceptual más importante como por ejemplo el uso de la escritura.

d) *Diferenciación funcional*. Comprende el estadio actual y es el orden que apareció debido a una transformación estructural de las sociedades estratificadas. La complejidad de la sociedad global requirió una especialización de subsistemas en torno al cumplimiento de funciones para la resolución de problemas producidos por ella misma. Por ejemplo, el sistema político tiene la función de generar decisiones vinculantes para la convivencia social, el económico de satisfacer necesidades presentes y futuras, etc. Las funciones sociales fueron creando históricamente clausuras operativas que les otorgaron la exclusividad de dicha función, logrando establecer la primacía de un nuevo criterio de diferenciación, como el caso de la economía monetaria que ya desde el medioevo organizó una división internacional del trabajo y se desligó del control político. Desde esta perspectiva, el concepto de función adquiere una connotación distinta:

De aquí que todo el sistema esté diferenciado precisamente por la función que desempeña en la sociedad. La función no queda entendida - según la antigua teoría sociológica - como el presupuesto que confiere estabilidad al sistema, sino como la tarea social que la evolución histórica le ha conferido a un sistema determinado (Luhmann y Schoror 1993:19).

Así entonces, el análisis de la función hace posible entender la construcción de la complejidad de un sistema como un problema y su reducción como una solución, la complejidad no es vista como un obstáculo o una dificultad para la construcción de un sistema, es su condición misma (Rodríguez Mansilla en Luhmann 1996:XXII y XXIII).

En este marco, las funciones conforman subsistemas que se caracterizan particularmente por dos elementos: por una unidad de operación que se reproduce a sí misma y por mantener una constante diferencia con respecto al entorno. La falta de alguno de éstos haría que el sistema tendiera a diluirse (Luhmann 1998a:10). Para analizar la estructura de los subsistemas, Luhmann (1989:45) definió dos niveles: la codificación y la programación. En la comunicación del sistema global cada subsistema construye su propia referencia en el lenguaje a partir de códigos, unidades elementales cuya estructura básica es de tipo binario, positiva o negativa, por ejemplo verdadero/falso, enfermo/sano, sufrimiento/salvación. El lado positivo del código permite el enlace de las operaciones de comunicación y es el mecanismo que media en las relaciones humanas (Luhmann 1989:37). Los códigos son posiciones iniciales que evolutivamente se van definiendo con su propia operación. La información que recibe el subsistema del entorno contiene una dotación de sentido que se encuentra codificada en ciertos términos y sirve de medio de comunicación. Tanto la binariedad como la atribución de sentido remiten a las posibilidades de contingencia, por lo que los subsistemas establecen reglas de decisión respecto a los códigos que marcan la asociación del sentido de manera correcta. Estas reglas conforman los programas que fijan los criterios de valor. Por ejemplo, para el caso del subsistema económico los precios y el mercado son los programas que definen la operación del código pago/no pago; en el

subsistema de la ciencia son las teorías y métodos los programas del código verdadero/falso; en el subsistema de los medios masivos de comunicación, la publicidad y las noticias son programas del código información/no información. Los programas varían con el tiempo para poder ajustar a la evolución social el cumplimiento de la función del subsistema.

Igualmente, Luhmann acude al concepto de “fórmula de contingencia” para denominar a las estructuras simbólicas que realizan la función de mediar entre el ámbito general de la codificación y las consumaciones de sentido en la vida ordinaria (Luhmann 2003).

En el estadio funcional, el sistema social tiene códigos universales que le permiten mantener la comunicación como base de la relación social: verdad, amor, propiedad, dinero, poder, valor, derecho y arte (Luhmann y de Giorgi 1998: 176). Luhmann recupera la idea de los medios de comunicación simbólicamente generalizados de Parsons para construir, desde otra disposición de teoría, la concepción de los códigos teniendo en cuenta el supuesto teórico parsoniano de que los medios cumplen la función de coordinar las relaciones de entendimiento entre los individuos con una dotación de sentido conocida y aceptada en el conjunto social.

Los códigos desarrollaron estructuras programáticas como resultado de su propia evolución, organizaron la comunicación e instituyeron las estructuras que en un inicio proveyeron de una reducción de complejidad pero que, al evolucionar, han hecho más compleja la red de relaciones autopoieticas. De esta manera, la sociedad actual se describe como un gran sistema social cuya diferenciación por funciones da origen a los subsistemas parciales a los que en adelante se aludirá como funcionales: la política, la economía, el derecho, la educación, el arte, la religión, la ciencia, la medicina, la familia y los medios masivos de comunicación cuya estructura particular está determinada por el grado de organización que cada sistema alcance.

En este estadio, los subsistemas mantienen tres tipos de relación: con el sistema global, con los otros subsistemas y con ellos mismos. En el primer caso, el subsistema establece su relación a través de la función social que cumple; en el segundo, liga su desempeño con el de los otros subsistemas a través de un acoplamiento estructural; en el tercero, mantiene la auto-referencialidad que le otorga identidad y le permite auto-observarse en un ejercicio de reflexión. A pesar de la autonomía de operación de los subsistemas, existe una interdependencia entre ellos: la educación, por ejemplo, requiere del derecho para el soporte legal, de la política para las estructuras de autoridad, de la economía para el suministro de recursos y de la ciencia para la definición de la teoría educativa, no obstante que ninguno de estos puede sustituir la función educativa que le es propia a ese subsistema. La interdependencia hace referencia a una relación de acoplamiento tanto con el entorno como con los subsistemas para que se posibilite su operación funcional a manera de no obstaculizarlo. El acoplamiento puede ser eventual y

contingente, o bien generar un mecanismo estructural que sirva como medio para alcanzar una mayor temporalidad, como en el caso de los sistemas educativo y de la ciencia que encontraron en la universidad una forma de ligar la producción del conocimiento a los contenidos de la enseñanza, o en el de los sistemas del derecho y la política que teniendo como medio a la constitución atan el comportamiento político a las normas del derecho.

Los cambios que se registren en el entorno traerán una irritación en el subsistema a través del acoplamiento estructural, de tal modo que las transformaciones que ocurren en el sistema social conllevan al menos una doble transformación: tanto para el subsistema parcial como para el entorno social aumentando la complejidad y la velocidad de la dinámica del sistema en su conjunto. Recuérdese que la complejidad del entorno siempre es mayor que la del subsistema parcial, puesto que al ser un sistema que produce a su vez una clausura operativa establece límites en su operación comunicativa y reduce la complejidad de las relaciones entre sus elementos: "reducción de complejidad significa que una estructura de relaciones entre elementos (de un sistema, de un entorno o del mundo) se reconstruye en un número menor de relaciones en un sistema particular" (Corsi, G., Esposito, E. y Baraldi, C. 1996: 44).

Es importante aclarar que, según el teórico base de este trabajo, entre los distintos subsistemas funcionales no existe alguno que tenga prioridad sobre los otros, la sociedad moderna no cuenta con una sola jerarquía como principio de orden – como sucedió en las sociedades segmentarias con los lazos de parentesco y de delimitación territorial -, que sirva de eje integrador. Por el contrario, la sociedad funcional cuenta con un orden heterárquico, conformado por una serie de subsistemas parciales cuya unidad sólo se manifiesta de manera auto-referencial; los sistemas son desiguales, pero a la vez simétricos, ya que todos son esenciales para la sociedad: "la sociedad se ha convertido en una sociedad "sin centro" y "sin cúspide" de sistemas simétricos..." (Wilke citado en Luhmann 1998c:15).

Así, en el estadio de la diferenciación funcional se entiende que la sociedad es "...una muy diferenciada y abstracta red comunicativa, que proporciona poco más que unas muy laxas condiciones de compatibilidad social" (Berlain y García en Luhmann; 1998c: 16), ya que cada sistema funcional sigue su propia unidad autopoiética en un complejo entorno interno de elevada selectividad (Luhmann 1998a:90). Como se puede deducir, la diferenciación funcional propicia más la incompatibilidad social que su opuesto, la compatibilidad. A continuación se describirá la forma de operación de cada uno de los sistemas sociales identificados: las interacciones, las organizaciones y los sistemas funcionales con respecto a la distinción del turismo.

INTERACCIONES

Como se mencionó en el primer apartado, se concibe al turismo como una “distinción social comunicativa” al que el sistema de la sociedad le confirió la tarea de reducir la complejidad producida por el viaje de placer. En consecuencia, se reconoce al viaje turístico como una fórmula contingente del viaje, que se construye con una doble distinción. La primera referida al viajar/permanecer, en la que el lado positivo del binomio indica la diferencia entre lo móvil y lo fijo; y la segunda referida al ocio/trabajo, en la que el lado positivo señala la diferencia entre el placer y la obligación.

Así entonces, en un horizonte de sentido, el viaje turístico se erige como distinción al negar “las otras posibilidades de viaje” tales como los viajes comerciales o militares. El viaje turístico se entiende como una forma de disfrute, una práctica que se lleva a cabo de manera voluntaria y recreativa, como una manifestación de ocio.

Es importante destacar que el viaje turístico establece su diferencia de sentido mediante una combinación de las dimensiones espacial y temporal aplicadas al ocio y al viaje. En la dimensión temporal se erige el binomio tiempo de trabajo/tiempo libre que establece la diferencia entre el tiempo de las actividades realizadas por obligación y el de las realizadas por voluntad; en la dimensión espacial se eleva el binomio espacio de vida cotidiana/espacio de vida no cotidiana que establece la diferencia entre el lugar de residencia habitual y el de residencia temporal. El viaje turístico se realiza en el tiempo libre y en el espacio de vida no cotidiana, implicando su regreso a éste espacio para el desarrollo de las actividades en el tiempo de trabajo lo que presupone una movilidad física y una estadía temporal.

El desplazamiento físico y la estadía temporal de visitantes hacia un ámbito geográfico diferente al del hábitat producen una forma de comunicación entre presentes denominada interacción, un tipo de relación de doble contingencia que supone la presencia de personas. La interacción que se genera puede relacionar a personas de muy distinto tipo dado que sus ámbitos de vida pueden ser sumamente diferentes. En materia de turismo, dichas interacciones son producidas por dos actores principales: el turista y el residente (regularmente en la posición de prestador de servicios turísticos) cada uno con un rol distinto en el viaje de placer. La interacción que se establece entre ellos constituye uno de los objetos más atendidos por los estudiosos del turismo (véase De Kadt 1979, Smith 1977, Nettekoven 1979 y Murphy 1984 citados por Santana 1997) y de acuerdo a sus hallazgos, se distinguen las siguientes tres oportunidades de comunicación (Santana 1997:93):

- a) Cuando el turista adquiere un bien o servicio del residente.
- b) Cuando el turista y el residente se encuentran uno junto al otro en lugares de ocio, tales como una playa, un parque, una discoteca o un festival.
- c) Cuando las dos partes intercambian información e ideas que faciliten su entendimiento.

Las comunicaciones que se pueden generar varían de acuerdo al nivel de madurez de cada destino puesto que según los estudios empíricos aquellos espacios que se inician en su despegue turístico reciben turistas que procuran entablar comunicación del tipo c) con los residentes, al comportarse como *exploradores* o *mochileros* - según la clasificación de Cohen (citado por Santana 1997) - que buscan entornos alejados de los centros turísticos declarados y una mayor convivencia con la población local. Cuando los destinos se encuentran en una fase de consolidación, los turistas orientan su comunicación sobre los tipos a) y b), al seguir un patrón de *turismo de masas individual* (el turista define su itinerario y reparto de su tiempo) u *organizado* (el turista realiza su viaje en paquete con itinerario y tiempo fijos). En estos casos, la interacción mediada por el dinero se torna en la relación recurrente. Desde la perspectiva de este trabajo, el turista tiene una vivencia de ocio en un ámbito diferente al de su hábitat cotidiano; el residente, en calidad de prestador de algún bien o servicio turístico, se encuentra en una actuación de trabajo (Santana 1997:113) en su ámbito cotidiano. De hecho, en la distinción ocio/trabajo el turista opera su comunicación desde el lado del ocio y el residente desde el lado del trabajo, su contrapuesto, lo que establece claramente la diferencia entre sus selecciones comunicativas.

Por lo general, para hacer posible la doble contingencia el sistema social recurre a los códigos de selección universales que Parsons denominó medios de comunicación simbólicamente generalizados, los cuales configuran selecciones aceptables y transmisibles para la comunicación entre alter y ego.

Cuadro 1: Matriz de mediaciones simbólicas entre alter y ego

Alter/Ego	Vivencia	Acción
Vivencia	Verdad y valores	Amor
Acción	Dinero/propiedad y arte	Poder/derecho y arte

Fuente: Esquema modificado a partir del expuesto en el libro Teoría de la Sociedad de Luhmann y De Giorgi (1998:144)

Dichas selecciones se establecen con base en la acción o la vivencia (Luhmann; 1998b: 9-73), es decir, las posibilidades comunicativas que no se reducen sólo a la acción y la reacción, sino que también usan como modo de selección a la vivencia, como se ilustra en la matriz que se observa en el Cuadro 1. De acuerdo a lo anterior, en una comunicación entre alter y ego se producen cuatro constelaciones posibles:

* Al comunicar alter su vivencia activa una vivencia en ego. Esta tiene como medios simbólicos a la verdad y a los valores.

* La comunicación de la vivencia de alter provoca una actuación de ego. Su medio es el amor.

* El accionar de alter produce una vivencia en ego. Los medios son el dinero, la propiedad y el arte.

* El accionar de alter genera una acción de ego. Los medios son el poder, el derecho y el arte.

Las constelaciones anotadas circunscriben las opciones de interacción en el marco de los medios simbólicos, dentro de las cuales se generan las particulares del turismo. Según el resultado de los estudios efectuados por el Profesor Eduardo Mira (citado por Mazon 2001:30), la interacción comercial es la que obliga a establecer los contactos entre anfitriones e invitados – unos pagan y otros prestan sus servicios – y están orientados a la gratificación de cada una de las partes. Este tipo de interacción produce que las relaciones sean breves y centradas en una comunicación mediada por el dinero, en la cual el turista (ego) obtiene una vivencia -como pasar una noche en un hotel, comer en un restaurante, disfrutar de un recorrido, etc.- a partir de la acción que ejecuta el residente (alter) en su calidad de vendedor de un bien o prestador de un servicio turístico. Los residentes, entonces, recrean o producen servicios, bienes y/o escenarios para la venta a los turistas en una relación fundamentalmente económica.

Como rasgo único, el dinero continuamente regenera otras posibilidades de otorgar servicios y seleccionar vivencias a la vez que permite la especificación continua de las necesidades del turista, guiando la selección de la acción del residente. Así entonces, el turista demandará servicios y bienes que respondan a sus expectativas vivenciales (paseos a caballo o en lancha, visitas a museos o parques temáticos, recorridos por centros históricos o zonas arqueológicas, etc.) y el residente los otorgará en calidad de prestador de servicios. En ambos casos -tanto para el turista como para el residente- la relación queda entendida en este marco, las expectativas son conocidas y las conductas se fijan un patrón para la interacción (Santana 1997:111): el turista espera del residente un comportamiento servicial, atento, sumiso; el residente actúa en consecuencia para la obtención de la remuneración económica por el trabajo que presta. Las expresiones de respeto, de bienvenida, de cordialidad y de interés hacia sus requerimientos serán las conductas que se esperan de los agentes de viajes, los guías de turistas, los recepcionistas, los meseros, los vendedores de souvenirs y demás personas que tengan una relación directa con los turistas. Los residentes toman este estereotipo de comportamiento como una guía para conducirse en los encuentros interpersonales. No obstante que la mediación económica vincula a ambos actores, es preciso aclarar que la interacción entre los turistas y los residentes puede estar

mediada por cualquiera de las otras constelaciones problemáticas, como por las relaciones sociales posibles a generarse.

3) Las organizaciones

Como se refirió con antelación, las organizaciones tales como las empresas, las instituciones y las asociaciones constituyen sistemas independientes en el conjunto de los sistemas sociales. Como tales, su condición autopoietica les permite establecer sus propios fines, normas, integrantes, estrategias y procedimientos internos. Su operación comunicativa básica reside en las decisiones que se toman por sus miembros, de acuerdo a las estructuras orgánicas, funcionales y de poder existentes. Así entonces, el diseño y ejecución de sus objetivos, planes de trabajo, reglamentos, asignación de actividades, estrategias de mercado, esquemas de capacitación, vinculaciones y alternativas de financiamiento, entre otros, son sujetos de decisión para construir la trayectoria de cada sistema.

No obstante su condición independiente, su acoplamiento con el entorno es indispensable para su existencia, puesto que las posibilidades de evolución de las organizaciones están sujetas a procesos que se desprenden de la operación del sistema de la sociedad y con regularidad están identificadas con algún sistema funcional, como en el caso de las empresas productivas con el sistema económico, o de las entidades públicas con el sistema político, asumiendo como propia la función primaria del sistema. Se reconoce que existen organizaciones que no necesariamente están identificadas con los sistemas funcionales existentes, como las organizaciones ambientales no gubernamentales, las asociaciones civiles ciudadanas, los clubes deportivos, etc., en cuyo caso su identificación queda referida al ámbito del sistema de la sociedad.

Para el caso del turismo y de acuerdo a los hallazgos realizados en el apartado de los sistemas de interacción social, la mediación económica del pago en dinero es la que vincula en mayor medida a los actores centrales de este quehacer, constelación que produce una fuente de relaciones que aumentan particularmente la complejidad del sistema económico. Para su disminución se requiere del nivel de las organizaciones, las cuales hacen posible la comunicación articulada al interior del sistema. Esta tarea debe ser asumida por el conjunto de empresas que proporcionan los servicios turísticos en un esfuerzo por establecer una red operativa de comunicación que entrelace a tipos específicos de negocios de una manera organizada, permanente y especializada, como lo señala Ramírez Blanco (1981:22). De acuerdo a Lickorish y Jenkins (1997:130), las empresas primarias que conforman la industria turística son las de transportes, las organizadoras de viaje, las de alojamiento y alimentación y las atracciones turísticas todas ellas con la misma característica: son empresas de servicios que dependen de su

capacidad de diferenciación e integración para su incursión en la red del negocio turístico. Al igual que en cualquier organización, dicha capacidad es reflejada en la gestión organizacional que cada una opera para su funcionamiento, lo que nos conduce a clarificar de qué manera intervienen en el sistema. En atención al planteamiento de Rodríguez Mansilla (1996) sobre la gestión de las organizaciones, la diferenciación y la integración constituyen las formas básicas de operación establecidas en la teoría luhmanniana para este nivel sistémico, en tanto que la diferenciación permite la división del trabajo y conduce a fraccionar las tareas para alcanzar la especialización de los subsistemas. En cambio, la integración logra cohesionar el trabajo y mantiene la unificación para conservar la pertenencia. Con relación a la primera forma, la organización tiene que entender y dirigir cuatro dimensiones de diferenciación para su funcionamiento:

a) Temporal, que consiste en fijar horizontes de planificación y acción entre el corto y el largo plazo.

b) En la orientación a metas, que implica la coordinación de las tareas específicas de las diferentes sub-unidades en torno a las metas generales de la organización.

c) En la orientación interpersonal, que refiere la forma en que se establecen las redes de comunicación entre los miembros, variando entre una comunicación de rueda (jerárquica) a una de todo canal (interacción entre todos los miembros).

d) En la estructura, reside en el diseño organizacional de acuerdo a la especialización del trabajo, tendiendo hacia una configuración mecánica (centralizada con reglas y procedimientos establecidos, divisiones rígidas y coordinación formal) o hacia una orgánica (descentralizada, amplio ámbito de control y coordinación personalizada e informal).

Estas dimensiones se traducen en problemas de coordinación, control y comunicación en la gestión organizacional de los subsistemas, que se deben enfrentar para alcanzar el adecuado nivel de diferenciación. En general las organizaciones que se desenvuelven en entornos más inciertos requieren de una mayor diferenciación interna entre subsistemas. Con respecto a la segunda forma, la integración, se consideran varios mecanismos para lograr las relaciones laterales efectivas entre los subsistemas:

- a) Establecimiento de reglas y procedimientos que especifiquen los criterios de actuación.
- b) Coordinación establecida por la autoridad jerárquica.
- c) Definición de metas y objetivos comunes a través de la planificación.
- d) Contacto directo entre ejecutivos para la coordinación de actividades.

- e) Asignación de personas para que desempeñen roles de enlace.
- f) Integración de miembros a fuerzas de tareas por tiempos específicos.
- g) Creación de equipos de trabajo para tareas de mayor alcance y decisión.
- h) Constitución de coordinaciones permanentes para organizaciones matriciales entre unidades.

Los mecanismos f, g y h se consideran los más efectivos para lograr la integración entre subsistemas, por lo que es pertinente su utilización para organizaciones que tienen mayores niveles de diferenciación.

Cuadro 2: Diversificación de servicios turísticos

Tipo de servicio	Diversificación
Transporte	<ul style="list-style-type: none"> • Por tierra: carretero (automóvil, autobuses públicos y privados, microautobuses o combis, taxis) y ferrocarril. • Por agua: Marítimo (cruceiro, velero, galeón, bergantín, goleta y yate), fluvial (lancha de pasajeros, catamarán, aliscafo, ferry y hovercraft) y lacustre (barcazas) • Aéreo: aviones comerciales y privados.
Organizadoras de viajes	<ul style="list-style-type: none"> • Agencias mayoristas: venta de paquetes a agencias minoristas. • Agencias minoristas: venta directa de paquetes al turista. • Operadoras: además de paquetes, es dueña de hoteles, empresas de transportes, etc. • Guías turísticos: especializados y generales.
Alojamiento	<ul style="list-style-type: none"> • Hoteles, moteles, mesones, cabañas, albergues, casas de huéspedes, departamentos, segundas residencias, etc. • Posibles servicios adicionales: lavandería, teléfonos, restaurantes, bares, servicio a las habitaciones, centro de negocios, salas de congresos y convenciones, salones de eventos especiales, discotecas, etc. • Posibles servicios integrados: salón de belleza, guardería, gimnasio, tienda de souvenirs y farmacia, servicios de taxis, renta de autos, agencia de viajes, servicios de guías, inmobiliarias, etc.
Alimentación	<ul style="list-style-type: none"> • Restaurantes tradicionales: restaurantes, mesones, cafeterías, tascas, cantinas, bares, tabernas, cocinas económicas, etc. • Neo-restaurantes: restaurantes de especialidades, de autoservicio, buffets, hamburgueserías, pizzerías, creperies, drug-stores, coffe-shop, cervecerías, criosanteries, etc.
Atracciones	<ul style="list-style-type: none"> • Naturales: parques naturales, zoológicos, centros ecoturísticos, etc. • Culturales: museos, conventos, zonas arqueológicas, ciudades, pueblos típicos, etc. • Eventos: festivales, congresos, carnavales, etc. • Negocios: centros industriales y corporativos. • Compras: centros urbanos, ferias, exposiciones, tianguis, etc. • Diversiones: parques temáticos, discotecas, cines, etc. • Deportivas: centros de esquí, de alpinismo, de buceo, de espeleología, etc.

Fuente: Schlüter y Winter (2003)

La conjugación de ambas formas está sujeta al diseño que cada organización construye y plasma en su estructura en función de sus características y del ambiente en el que se desenvuelve, siendo el reto disminuir la complejidad que la organización representa. Este esquema se aplica tanto para el interior de cada organización como para la relación con su entorno, consideración fundamental para este caso en virtud de la variedad de las empresas turísticas y sus condiciones de tamaño, propiedad, mercado, productos y servicios, entre otros. El Cuadro 2 ilustra la variación de las empresas primarias de la industria turística:

La información del Cuadro 2 no pretende ser exhaustiva, sino sólo ejemplificar la pluralidad de los servicios, lo que conlleva a entender la alta diversificación de la industria turística. Cada uno de los tipos de servicios multiplica su variedad a partir de la diferenciación de:

- a) El tamaño de la empresa, que comprende desde una gran corporación trasnacional a una microempresa.
- b) La propiedad, que puede ser de propietario único o de asociados, con un régimen de sociedad anónima o limitada
- c) El mercado y segmento, que atiende a turistas y población local, con segmentos infantiles, juveniles, familiares, ejecutivos, etc.
- d) El entorno geográfico, económico, político, sociocultural y tecnológico.

Dada su heterogeneidad, las empresas turísticas procuran altos niveles de especialización en el servicio para lograr la calidad y competitividad que les permita diferenciarse en el mercado; sin embargo, su capacidad de integración entre los subsistemas internos y de éstos con los sistemas organizacionales del entorno les implica una mayor o menor complejidad organizativa. Esto dos ejemplos permiten ilustrar lo anterior: la compañía Southwest Airlines (Porter 1999:51) ofrece sólo el servicio de vuelo sin los tradicionales servicios de otras aerolíneas como comidas a bordo, conexiones intermedias, traslado de equipajes, venta de boletos en agencias de viajes, etc., ofertando tarifas reducidas y servicios oportunos al cliente. Esta forma de operar la convierte en una organización funcional y redituable, pero la desarticula del entorno turístico al no ofrecer otros servicios laterales o conexos. En cambio, los hoteles de la cadena Hilton ofrecen, además del servicio de habitación para dormir, los servicios de lavandería, teléfonos, restaurantes, bares, centro de negocios, salones para congresos y convenciones, salones de belleza, guardería, gimnasio, tienda de souvenirs, taxis, renta de autos y guías que pasan a formar sub-unidades de la organización para satisfacer las posibles demandas del turista.

En ambos casos se trata de organizaciones orientadas a metas, con redes de comunicación de alta interacción y estructuras de tipo orgánico, pero la primera resuelve su integración a través de roles de enlace y fuerzas de trabajo en tanto la segunda, debido a su alta diversificación de servicios, requiere de organizaciones matriciales en un esquema como el que se presenta en el Cuadro 3.

Cuadro 3: Modelo de organización matricial de Figuerola Palomo

		Dirección general				
		Finanzas	Marketing	Administración	Personal	Conservación y mantenimiento
Habitaciones		X	XX	XXX	XXXX	XXXXX
Restaurantes		X	XX	XXX	XXXX	XXXXX
Cafeterías		X	XX	XXX	XXXX	XXXXX
Recreación		X	XX	XXX	XXXX	XXXXX
Zona deportiva		X	XX	XXX	XXXX	XXXXX

Fuente: Schlüter y Winter, Gabriel (2003:61)

La integración organizacional es una forma de operación indispensable para el turismo pues fue justamente la capacidad de vinculación de los servicios lo que produjo su evolución histórica. La aparición del viaje turístico como una nueva forma de ocio en el siglo XIX generó una nueva complejidad en la sociedad que provocó el surgimiento de distintas formas de organización. Las empresas navieras, ferrocarrileras, de alojamiento, de alimentación, de espectáculo, entre otras, existían ya como proveedoras de distintos servicios dirigidos al viajero, pero paulatinamente fueron apareciendo fórmulas inéditas para organizar viajes “en paquete”, que hicieron posible la masificación del ocio turístico. Se considera al célebre Thomas Cook el iniciador del viaje organizado, cuando en 1841 llevó a cabo el primer viaje por ferrocarril de Leicester a Loughborough en Inglaterra de ida y vuelta con 570 pasajeros para asistir a una reunión de delegados predicadores, ofreciendo el transporte ferroviario, el alojamiento y la alimentación en un servicio integrado que resolvió a los viajeros hacer una sola contratación, lo que de otra manera hubiera implicado la búsqueda, conexión y contratación de varios servicios por separado. En 1871 fundó su agencia de viajes en Inglaterra, ejemplo seguido por el alemán Stanger, cuya agencia en Alemania abrió en 1873.

La diferenciación de las empresas turísticas ha hecho compleja su articulación en el entorno, debiendo construir específicas posibilidades de hacer turismo y ofrecerlas como selecciones organizadas de acuerdo a los contextos geográficos y sociales. Así se construyen los llamados productos turísticos, distinciones que dan sentido a las formas de integración de los atractivos y las organizaciones turísticas y que establecen formas particulares de viaje presentadas como una unidad: de sol y playa, de turismo cultural, de negocios, de aventura, etc. Por ejemplo, las opciones de paquetes de sol y playa en el Caribe o en el Mediterráneo que se promueven en Estados Unidos, Canadá y Europa fueron las selecciones más demandadas en los años cincuenta y sesenta por la población de estos países para pasar sus vacaciones de verano, para cuyo propósito los tour operadores, los hoteles de cadena y las aerolíneas integraron sus

servicios para hacer óptima una oferta que simplificó la organización del viaje en una selección armada. Los paquetes de viajes a casinos en las Vegas o Montecarlo, a los parques Disney en Orlando o Florida, de cruceros por el Caribe o las Islas Griegas, de congresos en Barcelona o Cuba, de campamentos a áreas naturales de Estados Unidos o Canadá, etc. han sido configuraciones integradas por las empresas turísticas para crear selecciones comunicativas accesibles a la elección del turista. Las posibilidades de combinación y de selecciones estriban en los cambios que el propio entorno genere, tales como preferencias de los turistas, novedades en los atractivos, constitución de nuevas empresas, operación de nuevos servicios, etc. así como de la capacidad de las organizaciones turísticas para su identificación e integración.

Particularmente las agencias operadoras de viajes han dado muestra de la capacidad de las organizaciones turísticas para “absorber” y racionalizar los cambios que se suscitan en el entorno social sobre las nuevas formas de ocio, muestra de la facultad que tienen las organizaciones en general para conocer y procesar los datos del entorno en los sistemas funcionales. Luhmann (2004) ha precisado este importante papel de la siguiente manera:

Si se quiere determinar la función de las organizaciones en la construcción de una sociedad funcionalmente diferenciada, es necesario tener presente que las organizaciones son los únicos sistemas sociales que se pueden comunicar con los sistemas de su entorno. Los mismos sistemas de funciones no pueden hacerlo. Ni la ciencia, ni la economía, ni siquiera la política, ni la familia como unidad, pueden establecer comunicación con el exterior. Para que los sistemas de funciones puedan tener la capacidad de comunicación exterior (que, naturalmente, en cuanto comunicación es siempre realización de la autopoiesis de la sociedad), es necesario que en los sistemas de funciones se formen organizaciones (Luhmann 2004:18).

Lo anterior implica que cada sistema funcional requiere contar con unidades que articulen su sistema de organización con otro o con el entorno mismo, por ejemplo, la vinculación entre las empresas y las entidades públicas harán posible la comunicación entre los sistemas económico y político, son ellas las que deben establecer sincronización para dar forma a las nuevas selecciones de comunicación producidas en el sistema de la sociedad.

Cuando la agencia de viajes armó el viaje turístico como un paquete articulado se resolvió la complejidad creada por el desplazamiento masivo de varias formas. En principio surgió un agente social que tomó para sí la resolución de la ruta y el transporte del viaje, el tipo de personas que integrarían el grupo a viajar, la elección de los sitios a visitar, la contratación de los servicios, la penetración a otros países, la comunicación con personas que hablaban otros idiomas, etc. El agente de viajes resolvió e integró todas las decisiones necesarias: guiaba el recorrido, explicaba el sentido de los sitios a observar, indicaba el comportamiento a seguir, informaba de horarios y

servicios, definía los eventos y las posibilidades de consumo, respaldaba la reputación y estatus social e incluso decidía el tiempo del que se podía disponer “libremente”.

Adicionalmente, Urry (2002) y Goldstone (2003) resaltan dos aspectos sobre la empresa impulsada por Thomas Cook, que muestran el alcance de su funcionalidad y su capacidad de comunicación con el entorno: por una parte, el propio empresario era un caballero inglés de reconocida reputación que abrió a las damas de la época la oportunidad de viajar bajo su custodia sin la necesidad de ningún otro acompañante varón (regla social que impedía a las mujeres viajar solas), captando una demanda potencial insatisfecha de suficiente solvencia para llevar a cabo diversos viajes de placer lo que resolvió la preservación simbólica de los valores de la vida cotidiana de la época.

Por otra parte, el viaje organizado disminuyó la probabilidad del riesgo. El viaje siempre ha generado una expectativa de riesgo puesto que la transportación a una realidad diferente a la cotidiana, en la que la complejidad se incrementa, aumenta la incertidumbre. El riesgo (Luhmann 1998c:163) contiene la probabilidad de un posible daño aún no consumado, que resulta de una determinada decisión, lo que implica que, dependiendo de la decisión que se tome, variará su probable o improbable acontecer. La relativa prosperidad registrada en Europa durante la época de Cook, aunada al dominio colonial de ciertos territorios en Asia y África, crearon un entorno más seguro para el desplazamiento del turista europeo. Desde entonces, el tour programado ofreció al viajero la certidumbre de arribar a un lugar en el que tiene resuelto dónde dirigirse, cómo llegar y qué hacer convirtiéndose en la fórmula que resuelve la contingencia del viaje. Este armazón sigue siendo vigente para la industria turística, aunque efectivamente se ha flexibilizado a partir de que en algunas regiones del mundo, particularmente en los países emisores de Europa y América del Norte, después de vivir la experiencia del viaje turístico por décadas, el turista ha aprendido a realizar por sí sólo las conexiones operativas en un mundo que le proporciona cada vez mayor información y condiciones tecnológicas de posibilidad. Sólo de manera ilustrativa, se cita el análisis realizado por Mazon (2001) quien, desde un planteamiento teórico diferente, utilizó el modelo explicativo de la modernidad y la posmodernidad para referir que hay grupos sociales en regiones como en la Europa Oriental y África, que se habían incorporado tardíamente a la práctica del turismo, por lo que seguían esquemas tradicionales como la preferencia por destinos de sol y playa, en cambio, en las sociedades desarrolladas, el turismo mostraba transformaciones culturales producidas por la posmodernidad, generando nuevas tendencias como el ecoturismo.

Si bien la integración de un tour corresponde a las organizaciones turísticas, su propia funcionalidad debe quedar comprendida en el marco de los sistemas funcionales de la sociedad.

LOS SISTEMAS FUNCIONALES

En el apartado anterior se hizo referencia a las empresas turísticas como organizaciones pertenecientes al sistema económico que disminuyen la complejidad de las interacciones mediadas por el dinero; sin embargo, las organizaciones que se vinculan con el turismo son de muy diversa índole y conciernen a distintos sistemas funcionales de la sociedad. Por ejemplo, las empresas y corporaciones nacionales e internacionales de transportación, organizadoras de viaje, alimentación, alojamiento y atracciones se vinculan para la integración de productos turísticos pero deben relacionarse con organismos públicos de distintos niveles de gobierno tales como ministerios o dependencias de relaciones exteriores, hacienda, turismo, salud, ecología y cultura, entre otras, para la obtención de permisos migratorios, pago de impuestos, registro de establecimientos, autorizaciones de construcción, certificaciones de higiene y sustentabilidad, etc., lo que implica operar en el ámbito del sistema político. De igual forma, la promoción y publicidad de las empresas y destinos turísticos en mercados reales y potenciales se organiza a partir de las campañas realizadas por las agencias publicitarias que operan los medios masivos de comunicación, participando en el sistema de los *mass media*. Las contrataciones de los servicios turísticos que se realizan a las empresas, la creación de éstas como sociedades anónimas o limitadas, requiere de las instancias jurídicas para su operación en el ámbito del sistema del derecho. En este marco queda claro que las organizaciones existentes vinculadas al turismo deben sincronizarse de modo complejo con otras de características heterogénea.

Las vinculaciones anteriores muestran que el viaje turístico genera una serie de efectos en los sistemas funcionales como parte de las operaciones de comunicación que los conforman. Con ello aumenta la complejidad de las relaciones entre los elementos de estos sistemas que sólo pueden codificarse como información desde sus propios esquemas autopoieticos, es decir, desde aquella información que les es auto-referente pero sin la posibilidad de codificar el total de interacciones que se producen por esta distinción.

Lo anterior implica que el turismo requiere de varios sistemas funcionales para su ejecución dado que no lo puede hacer a través de uno solo y tiene que ligar a varios sistemas parciales para su comunicación en el sistema de la sociedad, tarea que revela una función de medio de acoplamiento entre sistemas parciales. En otras palabras, las diferentes relaciones que se generan por efecto de la actividad turística son distinciones que se operan en los sistemas funcionales existentes de la sociedad y que les confieren la auto-referencia y hétéro-referencia respectivas. El turismo tiene representación en el sistema social en virtud de que, como medio, permite un acoplamiento entre los sistemas funcionales que lo distinguen.

Así entonces, el turismo al actuar como distinción aumenta la complejidad en el sistema de la sociedad, pero al actuar como medio la disminuye en la medida que genera estímulos suficientes en los sistemas funcionales que obligan a realizar sólo ciertas selecciones del entorno vinculadas con él y a mantener un acoplamiento que posibilite una coordinación entre las operaciones de los distintos sistemas. El acoplamiento puede ser eventual y contingente en aquellos lugares en los que la actividad turística se presenta de manera momentánea, como en el caso de un congreso en una ciudad no turística, pero también puede constituirse en un mecanismo estructural en destinos consolidados como en París o Atenas, cuyos sistemas funcionales se encuentran mayormente acoplados para la práctica turística.

El nivel de acoplamiento que se alcance por medio del turismo estará sujeto a los cambios que se registren en el entorno y a la capacidad de irritación de cada sistema funcional. Históricamente el sistema económico fue uno de los primeros en incorporar información del entorno sobre las nuevas formas de ocio asociadas al viaje, logrando establecer una mayor organización para la creación de productos turísticos y, con ello, incrementar la operación del pago en dinero. No obstante, es importante recordar que la propia diferenciación funcional de la sociedad proporciona unas laxas condiciones de compatibilidad entre los sistemas debido a que cada uno debe seguir su propia unidad autopoietica, lo que significa que el turismo al actuar como medio de acoplamiento tiene que enfrentar las desavenencias de los sistemas. Son múltiples los ejemplos al respecto: una comunidad que no está de acuerdo en vender su propiedad al estado para la instalación de un aeropuerto limita la conectividad entre diversos destinos; una restricción de movilidad en la frontera por cuestiones de seguridad inhibe la afluencia turística internacional y la entrada de divisas; la declaración de patrimonio natural o cultural de un sitio restringe la edificación y el establecimiento de empresas turísticas; etc. Casos como los anteriores obstaculizan el acoplamiento entre el sistema político y el económico para el crecimiento turístico.

Así entonces, los eventos o cambios que se suscitan en el entorno, como los ataques terroristas o las preferencias de los turistas, provocan cambios en la compatibilidad de los sistemas funcionales producidos por el turismo transformando su situación y construyendo su evolución histórica. Bajo este supuesto, la contingencia que logra el turismo en cada sistema funcional es fundamental para cumplir su papel como medio de acoplamiento.

De acuerdo al planteamiento anterior, la pregunta a contestar sería ¿de qué manera distingue al turismo cada uno de los sistemas funcionales? La complejidad que presenta el fenómeno turístico en el sistema de la sociedad cuyas operaciones comunicativas aluden a muy distintos aspectos sólo se puede reducir a partir de su análisis en los sistemas parciales, diferenciando el sentido de la comunicación con referencia a los distintos códigos con los que opera cada sistema. A continuación se expone una primera noción sobre la forma en que cada sistema distingue al

turismo:

a) *El sistema económico.* Este sistema es uno de los principales estructuradores del turismo a partir del código del pago en dinero ya que define los precios y revela las tendencias de los mercados turísticos para la venta de bienes y servicios de las empresas. El propio código excluye a quienes pueden participar como turistas y quienes no, al identificar su capacidad de pago.

b) *El sistema del arte.* El sistema ha dado una de las principales motivaciones para el viaje turístico: el deseo de observar directamente las obras de arte para conocer distintas formas de concepción del mundo comunicadas a través del tiempo y del espacio. El conjunto de las obras se ha reconocido como patrimonio turístico y la modalidad de viaje como turismo cultural.

c) *El sistema político.* A través de la figura del Estado, este sistema ha promovido la implantación del turismo como una estrategia para dar cumplimiento a su misión de procurar el bienestar común. Con base en el medio simbólico del poder ha sido el principal gestor de la vinculación de las diferentes organizaciones públicas, privadas y sociales ligadas con el turismo, así como el responsable de la definición de orientaciones futuras a través de la planificación.

d) *El sistema de la ciencia.* En la búsqueda de la verdad del turismo, el sistema lo ha concebido como un objeto de estudio que requiere teorías y metodologías provenientes de distintos campos de conocimiento disciplinarios o interdisciplinarios: administración, economía, educación, sociología, política, psicología, etc. construyendo su explicación de manera fragmentada y dispersa.

e) *El sistema de los medios masivos de comunicación.* Este sistema ha tematizado al turismo básicamente a través de la publicidad que proporciona la información sobre la oferta y los destinos turísticos para su consumo acoplada con el sistema económico. Su principal función ha sido proveer al imaginario social la idea de que el viaje turístico es una de las prácticas contemporáneas de la felicidad, el éxito y el estatus. Su avance tecnológico ha permitido crear formas virtuales de turismo.

f) *El sistema de la religión.* Al igual que el sistema del arte, éste ha proporcionado uno de los motivadores históricos del desplazamiento. Si la religión opera buscando comunicar aquello que es inobservable en este mundo a través de sus rituales, el turismo ofrece la posibilidad de practicarlos en los sitios sagrados en los que se ha manifestado lo trascendente. En este caso, el sentido del viaje no está dado por el ocio sino por la fe religiosa lo que otorga al sistema la capacidad de inclusión de todos los individuos y propicia formas de viaje diferentes a las estructuradas por el sistema económico, como es el caso de las peregrinaciones.

g) *El sistema de la medicina.* Al aludir a las condiciones orgánicas y mentales de los individuos en términos de padecimientos, el sistema pone su atención en las enfermedades de las personas a fin de establecer un correcto diagnóstico y terapia para lograr su curación. El turismo se concibe como una forma de terapia que apoyará el restablecimiento del enfermo para su codificación como sano. De hecho, vale notar que los desplazamientos de los centros industriales a las costas de Inglaterra se iniciaron justamente por esta operación comunicativa: viajes a las aguas termales y a las playas para combatir el asma y respirar el aire limpio, prácticas vigentes hoy en día.

h) *El sistema de la familia.* Aquí se tematiza al ocio como práctica familiar o íntima, por lo que la elección de la forma de ocio turístico se acuerda y comunica en este círculo dando a conocer los motivos y consecuencias personales del viaje. La narración de las acciones y experiencias relevantes en el viaje (lugares visitados, acontecimientos ocurridos, impresiones recibidas, niveles de satisfacción, etc.) se exponen al interior del sistema y los cambios que se suscitan en la persona se tornan en objetos de observación por los miembros de la familia, registrando sus fijaciones y mudanzas en el tiempo.

i) *El sistema educativo.* La adquisición de una capacidad en la conciencia de los individuos para participar en la comunicación fue otro de los motivadores históricos del viaje desde la antigüedad. Se destaca el Grand Tour de los jóvenes ingleses, pero el acoplamiento más importante que se logra con este sistema es la aplicación de su código de selección en la construcción curricular de las carreras que acreditan a los sujetos para comunicarse profesionalmente en el turismo.

j) *El sistema del derecho.* Este sistema establece las normas y procedimientos que deben regir la conducta legal de los turistas y los residentes de acuerdo a los establecidos en las disposiciones de la jurisdicción que corresponda. El código *conforme a derecho/no conforme a derecho* hace posible dirimir las controversias que se susciten entre las partes. En este sentido, el derecho ha elaborado disposiciones particulares para el caso del turismo en virtud de la alta variedad de situaciones y organizaciones que se vinculan para su ejecución.

La variedad de las posibilidades comunicativas del turismo a partir de su distinción por cada uno de los sistemas funcionales es muestra de la complejidad que implica alcanzar un acoplamiento. Para cada uno de los sistemas se podría desarrollar de manera pormenorizada la forma en que los programas han operado su codificación sobre el turismo, la evolución que han seguido y las formas en que han logrado o no acoplarse, entre ellos y con el entorno.

CONCLUSIONES

Con base en lo expuesto se puede afirmar que el turismo ha creado sin duda una particular complejidad de comunicación en la sociedad. En los sistemas de interacción, la comunicación entre los sujetos queda mediada particularmente por el dinero como mecanismo simbólico que resuelve la prestación de servicios por parte de los residentes a los turistas. Las interacciones que se establecen conllevan, además, otras mediaciones simbólicas a través de la verdad, los valores, el poder y el derecho, aunque se considera que éstas son relaciones laxas en comparación con la del dinero.

Las organizaciones vinculadas con el turismo se constituyen como entidades de comunicación dedicadas a sistematizar las selecciones comunicativas ocasionadas por el viaje. Las empresas de servicios son las organizaciones económicas que en mayor medida articulan al turismo, las cuales requieren integrarse en productos estructurados para lograr una mejor organización y mayor diferenciación de las posibilidades de viajes constituyéndose así en distintas modalidades: ecoturismo, turismo cultural, turismo rural, etc. No obstante, para su ejecución, el turismo requiere de organizaciones de distintos sistemas funcionales, en virtud de que genera relaciones de diversa índole.

Al nivel de los sistemas funcionales, se reconoce al turismo como una distinción que produce información en el entorno, la cual es decodificada desde sus esquemas auto-referenciales para operar desde sus códigos y programas. Así entonces, el turismo queda incorporado desde cada sistema funcional con un sentido diferente:

- * Para el económico como actividad que genera el pago de bienes y servicios.
- * Para el político como estrategia vinculante para el bienestar común.
- * Para el derecho como un conjunto de normas y procedimientos.
- * Para el arte como un conjunto patrimonial.
- * Para el educativo como capacidad para participar en la comunicación profesional.
- * Para el religioso como una manifestación de la fe.
- * Para los mass media como un tema de información.
- * Para el científico como un objeto de estudio.
- * Para la medicina como una posibilidad terapéutica.
- * Para la intimidad como una práctica de ocio.

En este estado de complejidad, las organizaciones de los sistemas funcionales son las unidades encargadas de “absorber” y racionalizar los cambios suscitados en el entorno. Cada sistema funcional cuenta con unidades que articulan su organización y son ellas las que deben

establecer sincronización para dar forma a las nuevas selecciones de comunicación producidas por el turismo. Es claro entender que las organizaciones turísticas se encuentran en posición de decidir si llevarán a cabo la instrumentación de los cambios requeridos para mejorar las formas actuales de practicar el turismo o implantar nuevas, y el momento en que lo realizarán.

La constitución de unidades organizadoras de turismo, integradas o no a algún sistema funcional, y su conexión en redes de comunicación será el aspecto básico para hacer posible su desarrollo. Sin embargo, el requerimiento de tan elevada complejidad hace mayormente difícil poder lograrlo. Los cambios que se produzcan en las estructuras internas de cada sistema funcional en atención a mejorar o a producir nuevas formas de hacer turismo, podrían contribuir o no a que se lleven a cabo de una manera más fácil y coordinada, ya que es necesario un cambio en las estructuras organizacionales creadas o crear nuevas organizaciones que incorporen particulares selecciones comunicativas, a la vez que establecer una integración organizacional para conformar específicos productos turísticos que ofrecer.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Álvarez Sousa, Antonio

1994 *El ocio turístico en las sociedades industriales avanzadas*. Bosch, Barcelona

Corsi, Giancarlo, Esposito, Elena y Baraldí, Claudio

1996 *Glosario sobre la Teoría Social de Niklas Luhmann*. Anthropos, Universidad Iberoamericana e ITESO, México

Crespi, Franco

1997 *Acontecimiento y estructura. Por una teoría del cambio social*. Ediciones Nueva Visión, Buenos Aires

De la Torre Padilla, Oscar

1981 *El turismo fenómeno social*. Fondo de Cultura Económica, México

Fernández Fuster, Luis

1978 *Teoría y técnica del turismo*. Hispano-Europea, Madrid

Goldstone, Patricia

2003 *Turismo. Más allá del ocio y del negocio*. Debate, Madrid

Gutiérrez Pantoja, Gabriel

1998 *Metodología de las ciencias sociales II*. Oxford University Press, México

Jafari, Jafar

1994 *La cientifización del turismo*. *Estudios y Perspectivas del Turismo* 3(1):7-36

Jokisch, Rodrigo

2002 *Metodología de las distinciones*. UNAM y Casa Juan Pablos, México

Lickorish, Leonard y Jenkins, Carson L.

1997 *Una introducción al turismo. Síntesis*, Madrid

Luhmann, Niklas

1989 *Ecological communication. The University of Chicago Press*, Londres

Luhmann, Niklas

1996 *Confianza. Universidad Iberoamericana/ Anthropos*, Barcelona

Luhmann, Niklas

1998a *Sistemas Sociales. Anthropos, UIA y Centro Universitario Javeriano*, Barcelona

Luhmann, Niklas

1998b *Teoría de los sistemas sociales (artículos). Universidad Iberoamericana*, México

Luhmann, Niklas

1998c *Complejidad y modernidad. De la unidad a la diferencia. Editorial Trotta*, Madrid

Luhmann, Niklas

2003 *La política como sistema. Universidad Iberoamericana*, México

Luhmann, Niklas

2004 *Interacción y sociedad. Manuscrito en revisión para su publicación*, México

Luhmann, Niklas y de Giorgi, Raffaele

1998 *Teoría de la sociedad. Universidad Iberoamericana y Triana*, México

Luhman, Niklas y Schoror, Kart Eberhard

1993 *El Sistema Educativo. (Problemas de Reflexión). Universidad Iberoamericana e ITESO*, México

Mazon, Tomás

2001 *Sociología del turismo. Centro de Estudios Ramón Areces, S.A.*, España

Ortuño Martínez, Manuel

1966 *Introducción al estudio del turismo. Porrúa*, México

Porter, Michael E.

1999 *Ser competitivo. Deusto*, España

Ramírez Blanco, Manuel

1981 *Teoría general del turismo. Diana*, México

Rodríguez Mansilla, Darío

1996 *Gestión organizacional. Elementos para su estudio. Plaza y Valdés*, México

Santana, Agustín

1997 *Antropología y turismo. Ariel*, Barcelona

Schlüter, Regina y Winter, Gabriel

2003 *Turismo. Una perspectiva empresarial. Centro de Investigación y Estudios Turísticos*, Buenos Aires

Torres Navarrete, Javier

2002 *Niklas Luhmann. Introducción a la teoría de sistemas. Universidad Iberoamericana*, México

Urry, John

2002 The tourist gaze. Sage Publications, London

Recibido el 26 de noviembre de 2006

Correcciones recibidas el 05 de febrero de 2007

Aceptado el 09 de febrero de 2007

Arbitrado anónimamente