

REFLEXIONES ESTUDIANTILES

LA LÚDICA EN LAS
INSTITUCIONES MODERNAS
Y DE TIEMPO LIBRE

TURISMO 
y SOCIEDAD

María Alejandra Cortés Gutiérrez

Estudiante de quinto semestre
de la Facultad de Administración
de Empresas Turísticas y Hoteleras
Universidad Externado de Colombia
[Alcorgu@hotmail.com]



¹ Artículo de reflexión como producto de investigación dentro de la asignatura Teoría del Turismo de la Facultad de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras de la Universidad Externado de Colombia.

Resumen

El turismo es un hecho social al integrar al humano, pero también es producto de unos efectos económicos y culturales, es decir, el turismo es un hecho integrador y, por lo tanto, el turismo debe ser visto como hecho sociocultural y económico, debido a que el hombre se manifiesta dentro de unos espacios determinados.

Además, es un hecho social porque puede ser entendido y analizado desde el exterior y porque está en constante cambio. Por lo tanto, el turismo debe ser visto holísticamente, ya que integra varios elementos; visto como totalidad, como complejidad, como sistema. El turismo también es generador de impactos negativos y positivos sobre las comunidades, unas veces integra, otras destruye, aísla, daña.

Abstract

Tourism is a social fact by integrating the human, but is also a product of economic and cultural tourism is an integrator and therefore tourism must be seen as socio-cultural and economic fact, because the man manifests itself within a given space.

Moreover, because social fact can be understood and analyzed from the outside and because it is constantly changing. Therefore, tourism should be viewed holistically, as it integrates several elements, seen as a whole, as complex as a system. Tourism is also a generator of positive and negative impacts on communities, sometimes incorporates other destroys, isolated, damaged.

Palabras clave: Manifestaciones sociales, valores socioculturales, visión holística, hecho social, complejidad, sistema.

Key words: social events, sociocultural values, holistic vision, social Fac., complexity, system.

Introducción

La sociología busca el análisis de las diferentes manifestaciones de las sociedades y los múltiples comportamientos que éstas pueden adquirir; es así como las actividades que el hombre realiza responden a una necesidad de interrelacionarse y ser parte de una colectividad. Por lo tanto, el turismo en este escrito va a ser analizado como un fenómeno propio del hombre, pero no como individualidad, sino en el marco de sus relaciones directamente sociales y que es afectado por otros factores como el cultural y el económico, ya que es impensable estudiar lo social sin repercusiones en la cultura y en la economía. Surgen de esta manera unas consecuencias producto del turismo que hacen de éste un fenómeno transformador de valores socioculturales y con efectos en la economía.

Se manifiesta además el lado negativo del turismo, como un hecho modificador que involucra varias dimensiones y que es afectado por factores externos que lo hacen vulnerable frente a los cambios y, al mismo tiempo, lo convierten en un proceso en constante cambio, que impulsa las transformaciones. Transformaciones que producen impactos sobre la cultura y la economía. Por un lado, la economía está directamente relacionada con el turismo, ya que éste busca unos beneficios económicos y lucrativos que le permiten expandirse cada día en el mercado mundial, siendo un fenómeno sociocultural y económico practicado en una gran parte del mundo. Estos impactos se reflejan por un lado en la economía, con incidencias positivas y negativas; positivas como el incremento en la calidad de vida, ser un impulso en el desarrollo de las zonas receptoras y ser un generador de empleo; pero a la vez al ser masivo daña y desgasta significados inherentes a las comunidades que integran esta realidad.

En cuanto a la cultura, se menciona como el conjunto de significados que permiten que las sociedades se distinguan y que a su vez,

las componen en su totalidad, es decir, cultura como un todo que no puede aislarse de lo social. Al estar relacionado con lo social claramente se ve afectada por los cambios producidos en el turismo y que hacen de ésta un elemento insignificante frente a objetos económicos y que de hecho es utilizable para los fines económicos; en esta dinámica aparece una cultura caracterizada por ser una copia, un resultado de imitaciones y de préstamos de rasgos culturales para que sean adoptados burlescamente por otras culturas y que denigran los valores tradicionales y de significaciones. Esta cultura se presta para ser objeto de comercialización de las empresas de turismo y muchas veces de los deseos del turista.

La cultura presta, transforma, pierde, cede sus valores frente a las otras culturas y tradiciones de las otras poblaciones que se enfrentan en un medio determinado, ganando siempre las culturas mejor adaptadas y con mayor desarrollo. Pero no todo lo que proviene del turismo es negativo, existen unas ventajas y oportunidades que se producen a raíz de la aplicabilidad de este fenómeno, por ejemplo la cultura puede verse como un promotor del conocimiento de otras culturas y de un fortalecimiento de sus propias características, siempre y cuando se den unas condiciones de respeto y de igualdad.

Sumado a la visión holística se habla de la visión sistémica, ya que el turismo como fenómeno y a la vez como sistema debe ser tratado como tal, estas dos visiones no son excluyentes sino por el contrario la una complementa a la otra, existe una reciprocidad entre ambas. El sistema estudia un hecho social en particular, y este hecho social a su vez está conformado por elementos o unidades que están dispuestas para formar una complejidad, entre estas unidades está el factor social, es decir, la cantidad de personas que se pueden ver involucradas en esta actividad y que se vuelven participantes activos de la misma.

Como lo señala MATHIESON y WALL² existen unos determinantes del sistema, como lo son: lo dinámico, lo estático y lo consecuencial, de donde se deduce el movimiento que genera el turismo, es decir, el de los turistas que manan hacia los diferentes destinos turísticos y los efectos que pueden producir sobre las poblaciones. Como sistema, el turismo se da a conocer desde diferentes posturas, es decir, varias ciencias se pueden encargar de su estudio, ya que pensarlo desde una única visión es erróneo.

Finalmente, se retoman las visiones sociológicas y sistémicas para definir al turismo como un fenómeno social, cultural y económico, que permiten una movilización hacia el lugar donde éste es desarrollado y que además concurre gracias a la existencia de tiempo libre, ya que es necesario contar con un espacio y tiempos, libre de obligaciones cotidianas, en donde se ponga en práctica el principio de libertad y satisfacción personal.

Es necesario que el turismo integre al hombre social a su desarrollo y que lo haga participe activo de sus beneficios, que le permita un encuentro enriquecedor y no destructor, que le brinde las condiciones necesarias para realizar su viaje y, en donde la cultura y la economía sean tenidas en cuenta.

Cabe aclarar que estas visiones: la sociológica y la sistémica se refieren en este texto con el fin de entender el turismo desde lo social, como un fenómeno creado por el hombre y que ha llegado a ser generador del cambio, cambio que puede ser efectivo o perjudicial para el avance de unas relaciones entre turista y comunidad local. O por el contrario, como sistema, al ser necesariamente el turismo un conjunto de elementos organizados para lograr una finalidad: por un lado, la prestación de servicios para satisfacer al turista y por

otro, la necesidad de lucro, en donde prima lo económico, pero siempre van a existir unas relaciones producto de un intercambio cultural, de una dominancia, es decir de unas relaciones de poder, de una búsqueda hacia nuevas experiencias y conocimiento, etc. que hacen inevitable entender el turismo sin entender su esencia: el factor social, el hombre social que está presente y se manifiesta constantemente.

Visión Sociológica

*A quienes me preguntan la razón
de mis viajes les contesto
que sé bien de qué huyo,
pero ignoro lo que busco.*

MICHEL DE MONTAIGNE

El turismo es esencialmente social ya que involucra a grupos de personas y éstas se ven influenciadas por factores externos que hacen que se integren al hecho turístico, por lo tanto, es erróneo pensarlo sólo desde lo económico, ya que participan del turismo las sociedades entrando en contacto con otros y no sólo se intercambian bienes tangibles. Desde esta postura prevalece la concepción social sobre la económica. Pero lo social no excluye a lo económico, de hecho lo social es lo que da lugar al desarrollo y manifestación de las relaciones de carácter económico.

La sociología tiene en nuestro días un gran campo de acción en el turismo por ser un moderno fenómeno social que interviene en temas tan diversos y trascendentales como: el bienestar y la calidad de vida, la cultura, la comunicación, los grupos sociales, el desarrollo, el encuentro entre sociedades diferentes, la psicología de los individuos, la liberación del tiempo del trabajo, los procesos de urbanización, la exclusión social, la inmigración, la estructura demográfica, la influencia en la política, el medio ambiente,

² MATHIESON y WALL. *Turismo: repercusiones económicas, físicas y sociales*, México, Editorial Trillas, 1990.

los roles familiares, la religión, la juventud, la mujer, la modernidad y un largo etc³.

Dadas las diferentes repercusiones expuestas por Mazón, se hace necesario analizar el turismo como un hecho social, ya que éste permite la interacción entre individuos, que en este caso son los turistas y las comunidades receptoras. Así, esta connotación social rompe cualquier forma de individualismo y nos lleva a la importancia del valor social en el desarrollo de las comunidades.

Como lo plantea la sociología, el individuo separado es una simple abstracción y por lo tanto el hombre es estudiado no como individualidad sino como actor social que se manifiesta dentro de unos entornos y espacios determinados. Para hablar del turismo como hecho social es fundamental definir al hecho social:

“Se considera al ‘hecho social’ como una cosa o dato real, cuyas tres características fundamentales son:

- a. Exterioridad (fuera de la individualidad). Se considera al “hecho social” independientemente de la conducta personal que le dio origen con existencia propia.
- b. Objetividad (una realidad concreta: una cosa). Es un fenómeno concreto que se puede estudiar de una manera objetiva.
- c. Coactividad o compulsividad (presiona las conciencias individuales). El hecho influye porque coadyuva con los individuos para que ajusten su conducta a ciertos cánones⁴.

A través de estas características nos damos cuenta de que el turismo es un hecho social y de esta manera una realidad, que es externa al

individuo al presentarse como un fenómeno de carácter social; así mismo, se establece como un factor que permite ser estudiado, es decir, que sus características le permiten ser observado, pero desde una visión externa, es decir, social y no interna y, actúa como elemento que coacciona por cuanto influye en los valores socioculturales de las poblaciones.

Entonces, como lo afirmó DURKHEIM⁵, el turismo es un hecho social, entre otras razones porque es una práctica dada del exterior; es decir, es un fenómeno que sólo puede darse en la medida que sea colectivo y general y que sea producto de unas transformaciones. “Pero para que haya un hecho social, es preciso que por lo menos varios individuos hayan mezclado sus acciones y que esta combinación haya producido algo nuevo”.

De esta manera el turismo denota un carácter social y hace parte de la realidad en la que están incluidos los individuos; pero es un hecho en constante movimiento, no es estático, por el contrario implica un proceso que a su vez involucra las características de las comunidades y que es vulnerable frente a otros fenómenos. De ahí la concepción de desplazamiento que le atribuye ALFONSO FLÓREZ:

El turismo se presenta como un fenómeno social de movilización o desplazamiento de personas dentro de un país, o de un país a otro, un continente a otro continente, movimiento que en el mundo actual tiene una mayor significación cuantitativa y cualitativa por los fenómenos de la comunicación e integración física. Desde luego que para que ese desplazamiento se produzca con intensidad mayor, surgen como casi necesarias las empresas de transportes, de hoteles, etc., toda una serie de servicios que frente a aquéllos factores instintivos

³ TOMÁS MAZÓN. *Sociología del Turismo*, Madrid, Centro de Estudios Ramón Aceres, 2001, p. 20.

⁴ YUMKA BALAM. *Sociología del Turismo*, México, Mc Graw Hill, 1996, p. 29.

⁵ EMILE DURKHEIM. *Las Reglas del Método Sociológico*, Buenos Aires: Argentina, Hispamerica Ediciones, 1982, p. 28.

y psicológicos de que hablábamos en un principio, pueden resultar accesorios, o meras relaciones estructurales que el hombre crea en torno a sí.⁶

Se tiene al turismo como un hecho social que necesariamente implica movimiento, porque para que éste se produzca debe haber un encuentro entre turistas y la población receptora; pero esta interacción trasciende el ámbito social ya que se hacen necesarias relaciones culturales y económicas.

La cultura aparece como aquéllos significados inherentes a las comunidades que las diferencia de otras. Así, el individuo es cultura, la sociedad es cultura, debido a que cada actividad que realice el hombre o la mujer en un medio dado demuestra sus características culturales y hacen de la cultura un todo que integra, confronta y rechaza los valores propios de los individuos dentro de sus entornos.

Entonces, el turismo ya no sería un fenómeno social sino que integra también la cultura, porque es impensable una sociedad o grupo de personas sin lenguaje, tradiciones, expresiones artísticas, comportamientos, modos de vestir, entre otros, que constituyen su cultura. El turismo es un fenómeno sociocultural en la medida en que es el hombre en comunidad el que ha creado el turismo y en tanto la cultura es un rasgo propio e identitario de las sociedades. La cultura actúa como un elemento modificable y de vulneración frente al turismo; cuyo aspecto se desarrollará más adelante.

Las relaciones producto del turismo también son económicas, ya que de por medio está el factor dinero y la industria turística que recibe ingresos por la prestación de sus servicios y que ya se ha integrado al modelo capitalista que produce la globalización con

sus consecuencias materialistas por encima de lo humano y social. De esto se manifiestan intereses lucrativos y una búsqueda por la supervivencia, en este mundo en que lo humano ha pasado a segundo plano y en el que se busca unas relaciones de poder económico en el que tienen una gran participación las multinacionales y que influyen en la forma de pensar de las comunidades llevándolas a un consumo masificado.

En este punto se puede hablar del turismo como un fenómeno sociocultural y económico que influye y transforma la vida de las sociedades que participan de esta actividad. El turismo es además un fenómeno que transforma la cultura tanto positiva como negativamente. Además estos cambios socioculturales se producen muchas veces por un intento de anteponer lo económico sobre estos valores y por usar la cultura con fines económicos. “De esta forma, lo cotidiano es adornado con pautas de comportamiento, emociones o colores hasta transfigurarlo y convertirlo en una forma de ser, un paisaje manufacturado y frívolo en aras del beneficio económico”⁷.

De esta manera, la cultura es vulnerada por factores económicos y ésta es modificada cuando el turista se encuentra con la comunidad receptora. Sin embargo, no todos los efectos que se producen sobre la cultura traen consecuencias negativas y nefastas, por el contrario se puede dar un intercambio cultural que genere un conocimiento de otras culturas y un fortalecimiento de las identidades culturales. Como resultado se tiene dos culturas totalmente diferentes en el hecho turístico, estas culturas pueden comportarse de diferentes maneras, llegando a ser ésta producto de transformaciones, dando lugar a la aculturación:

⁶ *Ibíd.*, p. 2.

⁷ AGUSTÍN SANTANA. *Antropología y Turismo*, Barcelona, Ariel, 1997, p. 64.

El proceso de aculturación turística puede ser favorable o desfavorable. Cuando es favorable o parcial, se produce la aculturación o la aceptación de elementos culturales provenientes de otro medio social, que mejoran y enriquecen el medio nativo, sin que se afecte lo fundamental de la cultura autóctona. Cuando el proceso es desfavorable se le llama de transculturación, que es el resultado de aceptar en el medio social propio, elementos culturales ajenos foráneos, rasgos culturales que reemplazan y disuelven la idiosincrasia, riqueza y valores autóctonos de una comunidad⁸. (JIMÉNEZ: 1986, pág. 150)

Cultura y turismo están estrechamente vinculados. “Turismo como una expresión cultural: El turismo es una de las influencias modernizadoras e impulsoras de la instrucción, haciendo que se modifiquen los valores y cambien las actitudes humanas en todas las civilizaciones”⁹.

Vemos que el turismo puede producir efectos socioculturales y económicos positivos y negativos para las comunidades; se desconoce la magnitud de estos efectos y cuáles inciden más sobre las sociedades; sin embargo, es evidente que no todo lo que proviene del turismo genera beneficios, ya que por ejemplo en el caso de la cultura se sufren alteraciones y ésta se deteriora y si se habla del aspecto económico, muchas veces éste no genera beneficios a las poblaciones sino por el contrario crea brechas entre los países desarrollados y los del Tercer Mundo.

En términos generales, los antropólogos comprobaron que este tipo de cambios, que residen en la variación de las ideas, valores y creencias del individuo, acontecen bien cuando se sufren adaptaciones concretas al medio ambiente, bien cuando se agregan nuevos

elementos o se perfeccionan los antiguos por medio de invenciones, se toman en préstamo elementos culturales diferentes o se dan fallas de transmisión cultural de una generación a la siguiente. Por sí misma, ninguna de tales causas ha de motivar prejuicios a la población, en tanto que las modificaciones o cambios culturales son inherentes a toda sociedad, pero es frecuente que cuando los cambios suceden a ritmos acelerados, como pasa con los impulsados por el desarrollo turístico, se sufren consecuencias disfuncionales y en menor medida desintegradoras¹⁰.

Es así como la cultura está en constante cambio y puede verse influida por factores externos, algunos consecuencia natural del medio y proceso evolutivo del hombre y otros por procesos acelerados y desestabilizadores, en este caso, tanto para el turista como para el habitante, estos cambios o transformaciones drásticas dependen del desarrollo masivo del turismo que involucra los medios en los cuales interactúan turistas y receptores, creando una nueva cultura que responde a una fusión de aquellos valores y comportamientos propios de cada una de estas comunidades y en donde éstas ceden algunos de sus valores, para que éstos sean imitados por otras o bien para obtener beneficios económicos.

Esta nueva cultura estará caracterizada por ser superficial y por ser objeto de modificaciones en pro de un mal llamado progreso económico. Aunque si bien el turismo puede actuar y generar oportunidades para las comunidades, también actúa como generador de impactos negativos tanto en la cultura como en la economía. En la cultura se puede producir una ruptura en los límites culturales, cuando dos comunidades entran en contacto, debido a que se da un remplazo de valores culturales; esta asociación hace que una cultura tome prestado o adopte definitivamente rasgos culturales de la otra. De otra forma, el turismo incide

⁸ LUIS FERNANDO JIMÉNEZ. *Teoría Turística: un enfoque integral del hecho social*, Universidad Externado de Colombia, Bogotá, 1986, p. 150.

⁹ AGUSTÍN SANTANA. *Antropología y Turismo*, ob. cit.

¹⁰ *Ibíd.*, p. 18.

para que la cultura sea comercializable y sea impactado por el consumismo. Así, cultura y economía también se relacionan y conllevan efectos sobre lo social. En este intercambio cultural van a predominar siempre los rasgos culturales de aquella que esté mejor establecida y que tenga mayor poder.

En contraste, los efectos positivos pueden incidir y verse fuertemente marcados en la socialización del turista y comunidad receptora, al crear espacios de intercambio saludables para éstas y permiten una difusión de los comportamientos propios de estas comunidades, para que sean aceptadas y reconocidas globalmente. Los individuos están en un constante contacto que produce impactos positivos y negativos para su desarrollo como sociedad: “Éstos no son siempre simples sujetos pasivos de cambio y, aunque sólo en extrañas circunstancias promueven conscientemente el encuentro, no se pueden negar ni las ventajas económicas en principio y con frecuencia necesarias y útiles, ni que en ciertas ocasiones el desarrollo turístico brinda a los locales, como grupo la posibilidad de abrirse al mundo exterior y promocionar su identidad cultural”¹¹.

Así, el turismo es un transformador socio-cultural y hasta económico que permite la posibilidad de generar efectos, algunos beneficiosos para la economía, como la generación de empleo, el desarrollo de las zonas en donde se practica y en algunos casos el mejoramiento de la calidad de vida. En contraste a esta visión aparece la negativa, que pretende el enriquecimiento y el ánimo lucrativo de las grandes empresas de turismo y en general de esta industria; la modificación radical de las culturas a objetos perdiendo todo su significado de identidad y tradición. El turismo transforma y crea, unas veces arrasadora y aceleradamente, pero otras constructivamente y en pro del progreso humano.

¹¹ *Ibíd.*, p. 67.

Visión Sistémica

El individuo en el terreno del comportamiento, es por tanto, a la vez fuente de orden y de desorden, de determinismo y de azar

EDGAR MORIN. *Sociología*

El turismo es necesario analizarlo de forma holística, debido a que al denominarlo como hecho social debe verse como totalidad y no como elemento aislado; es decir, es necesaria la comprensión de todas sus partes. Se parte de que el hombre es un ser social que está inmerso en unas relaciones sociales y éstas deben estudiarse integradamente. “Un sistema turístico funcionando sobre la base de sucesos aislados, que no se conocen o de los que no se tiene constancia, en todos los subsistemas, no puede más que estar viviendo constantemente en crisis”¹².

El turismo es una complejidad que une varios elementos como los económicos, culturales y sociales y que son la esencia y soporte para que éste se pueda manifestar. El turismo está compuesto por una variedad de elementos que al estar interrelacionados entre sí le dan significación y concepción de un sistema. Así: “Los sistemas se integran de un conjunto de elementos que trabajan agrupadamente para el objetivo general de todo”.¹³ Estos elementos se unen para darle mayor significación y razón de ser al turismo.

Desde la perspectiva expuesta y basándonos en el esquema propuesto por MATHIESON y WALL y LEA,¹⁴ en el sistema turístico podemos distinguir tres grandes elementos que funcionarán hasta cierto punto como

¹² ROBERTO BOULLÓN. *Un nuevo tiempo libre*, México, Trillas, 1982, p. 27.

¹³ WEST CHURCHMAN. *El enfoque de los sistemas*, México, Universidad Nacional Autónoma de México, 1993, p. 28

¹⁴ MATHIESON y WALL. *Turismo: repercusiones económicas, físicas y sociales*, ob. cit., p. 16.

subsistemas: son los denominados dinámico, estático y consecuencial:

El elemento dinámico, implicando viaje o desplazamiento, incluso a los componentes de las sociedades generadoras de turistas, los individuos turistas potenciales y su proceso de conversión a unas formas determinadas de turismo¹⁵.

Este elemento dinámico hace referencia directa a la demanda, ya que es ésta la que promueve los desplazamientos y es ésta la que fluye hacia los destinos turísticos. El turismo necesariamente es traslado de unas personas a otros lugares distintos a los de su procedencia. Además, el turismo al estar integrado y sustentado por personas, es decir, por un factor social requiere de unas relaciones, que se producen necesariamente por el movimiento y la búsqueda de otros lugares impulsada por diferentes motivos del turista. “La movilidad, como requisito previo al turismo, es necesaria para el contacto de los diferentes grupos sociales, nacionalidades y culturas. Se ha demostrado que tales contactos pueden contribuir a la eliminación de prejuicios sociales y nacionales y a la promoción de un mejor entendimiento y cambio social positivos.”¹⁶

La dinámica a través de un contacto armonioso garantiza las condiciones para un enriquecimiento social y cultural entre dos comunidades (turista y población local); de esta manera la socialización permite un buen desarrollo del turismo y es una característica propia del sistema turístico.

“El elemento estático, en tanto que lo referimos a la actividad y rapidez del primero, tiene por componentes el destino como entorno global, la estructura empresarial de acogida

y los propios turistas y sus actividades”¹⁷ Lo estático se interpreta como la oferta turística, es decir aquellas empresas que prestan determinados servicios y que mantienen una relación directa con el turista. Además este elemento estático impulsa una cercanía con el turista, la población receptora y las empresas turísticas.

“El elemento consecuencial; impacto resultante de las anteriores, incluye tanto a los efectos primarios, ocasionados con el desarrollo inicial del turismo en un destino, como los rutinarios que suceden lentamente en comparación con los anteriores pero de manera mucho más firme; además de los distintos controles y correcciones efectuados, en su mayoría institucionalmente”¹⁸ Este factor hace referencia a las repercusiones del turismo, sean positivas o negativas, que van a marcar un destino turístico y a transformarlo, en donde participan activamente las industrias, los turistas y las comunidades receptoras; estos tres actores modifican e impulsan el cambio.

Otra visión es la planteada por EDGAR MORIN en *Introducción al pensamiento complejo*¹⁹, allí manifiesta la complejidad de los fenómenos y el conocimiento multidimensional de los sistemas. Expone además que es imprescindible que se dé una interacción con el entorno, es decir, que se estudien los sistemas a partir de las interacciones, éstas deben integrar las partes en el todo y el todo en las partes. Para MORIN las complejidades pueden producir orden o desorden. De MORIN se deduce que el turismo es un sistema complejo que induce la interacción y la socialización y que muchas de estas relaciones pueden generar desintegración, en este caso de los actores del turismo. Al asociar la idea de Morin sobre que los sistemas son complejos, se llega que

¹⁵ AGUSTÍN SANTANA. *Antropología y Turismo*, ob. cit., p. 54.

¹⁶ MATHIESON y WALL. *Turismo: repercusiones económicas, físicas y sociales*, ob. cit., p. 208.

¹⁷ AGUSTÍN SANTANA. *Antropología y Turismo*, ob. cit., p. 55.

¹⁸ *Ibid.*, p. 58.

¹⁹ EDGAR MORIN. *Sociología*. Madrid, Editorial Tecnos, 1994.

al tratar al turismo como sistema es necesario reconocerle su complejidad, que está relacionada a la totalidad de las unidades o partes que constituyen el turismo. Al ser complejo el turismo como sistema son indeterminables sus posibles consecuencias, que pueden ser desestabilizadoras o constructoras.

La definición sistémica de turismo también induce la noción de multidisciplinariedad, es decir, la posibilidad de que el turismo sea visto desde varios enfoques y sea objeto de estudio de varias ciencias, como es el caso de las ciencias sociales: “CLAUDE KASPAR (1976) llega a la mejor concepción integracionista y pluridisciplinaria: El turismo es un fenómeno sistemático, todas las ciencias humanas se ocupan en igual intensidad de su estadio, hasta el punto en que el mismo modifica y hace avanzar las disciplinas en las cuales se apoya” (JIMÉNEZ: p. 159). Esta multidisciplinariedad permite tomar al turismo desde diferentes facetas y con variadas implicaciones.

Mi Postura

Para demostrar la verdad, es preciso dudar en cuanto sea posible, de todas las cosas.

RENÉ DESCARTES

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico debido a que es cognoscible, creado por hombres y mujeres al entrar en contacto con otros, que necesariamente involucra su condición cultural y que constituyen relaciones económicas, ya que este es el principio y finalidad de la industria, debido a la expansión del capitalismo, que induce a un consumo desaforado y masivo. Este turismo implica un movimiento, un traslado de personas hacia otros lugares en búsqueda de esparcimiento, relajación, recreación y todas aquellas actividades que implican un

carácter lúdico y de buen aprovechamiento del tiempo libre.

El turismo está determinado por el tiempo libre, pues para que se pueda llevar a cabo este fenómeno se debe contar con un espacio libre de tensiones sociales y de la monotonía de la cotidianidad.

Defino el tiempo libre como el espacio en que el individuo actúa con cierta libertad y bajo su voluntad, fuera de imposiciones y obligaciones que le generan sus núcleos sociales: familia, trabajo, etc. y que no tiene otro fin que el de disminuir las tensiones, olvidar los problemas y vivenciándose un tiempo satisfactorio y placentero, que siempre generará nuevas experiencias y conocimientos.

También el turismo es un transformador sociocultural y económico, algunas veces generador de impactos positivos y otras negativos; aunque esta proporción no se pueda predecir a ciencia cierta, pero se conoce las posibles consecuencias: para la cultura puede evidenciarse una copia e imitación de comportamiento propio de otras culturas, al usar una máscara y olvidar la cultura propia y muchas veces se van perdiendo rasgos de algunas de las culturas involucradas, ya que por lo general una domina a la otra, o por el contrario puede ser una experiencia que impulse el conocimiento hacia otros valores socioculturales. En cuanto a la economía, el turismo ha permitido el desarrollo de las poblaciones locales, pero muchas veces éste se ha impedido como consecuencia del deseo de lucro de las empresas de turismo, que pasan por encima de las comunidades para alcanzar sus fines; así mismo, la cultura es usada banalmente para incitar al consumo y hacer de ésta un objeto comercializable.

La visión del turismo, como fenómeno es complementada con la de considerarlo un sistema, que necesariamente consta de uni-

dades que se agrupan para formar un todo con funcionalidad, es decir, comprender los elementos que conforman y son en sí mismos el turismo. Retomo la característica otorgada por MATHIESON y WALL²⁰ de ver el sistema turístico como dinámico, pues sin los desplazamientos es inviable el turismo y sobre todo las relaciones que se dan para que el turismo pueda existir.

Al tomar la complejidad asignada por MORIN²¹ a los sistemas, considero que el turismo puede ser estudiado, pero algunas veces es imprescindible sus consecuencias al ser un fenómeno que cada día se expande más y adquiere una noción global; es un fenómeno expansionista que necesariamente requiere la interacción de grupos de personas para que éste sea viable.

Adicionalmente, el turismo como sistema debe fundamentarse en la indeterminabilidad, ya que si bien actúa como generador de modificaciones se desconoce la magnitud de los efectos y el tiempo en que éstos se puedan presenciar. Es decir, no se conoce aún la respuesta que da el turismo frente a la influencia de otros factores externos. Otra característica que le asigno al turismo como sistema es la generalidad, es decir, la capacidad de llegar a varios rincones del mundo y al incremento y significancia que éste ha adquirido como actividad popular y masiva desde hace un tiempo para acá que reside en las mentes de la sociedad como sinónimo de lujo, diversión, esparcimiento, ocio, recreación, liberación, entre otros significados.

Sin embargo, es impensable un sistema que no esté determinado o regido por algunas reglas, es decir que no sea controlado, por lo que debe ser además panificable y orientador, ya que si el turismo se rige por sí solo caerá

en un caos total y llevará al declive de las sociedades, se perderán los valores sociales y culturales, la economía quedará en manos de las grandes potencias, que actualmente controlan gran parte del mercado turístico, entonces no se puede pensar un sistema sin un control que propenda por mejores y más productivos efectos y que tenga en cuenta a todos los que participan de dicho fenómeno, es decir el sistema como complemento y no como unidad aislada.

Conclusión

El turismo aparece como fenómeno en las dimensiones: social, cultural y económica, que en muchos casos van ligados a factores externos como la tecnología y el medio ambiente. El individuo en sociedad ha creado y ha permitido el desarrollo de este hecho, que lo constituye en una realidad que cada día toma más auge y significancia para las poblaciones. De ahí su carácter expansionista y global, ya que el turismo involucra cada día a más personas e integra a varios elementos para su mejor desarrollo y funcionamiento.

El turismo transforma rasgos socioculturales y además promueve un cambio en la economía; se sabe que no todo lo que proviene del turismo es próspero y benéfico, algunas veces puede generar efectos negativos y desastrosos, en donde se vulnera y deteriora principalmente a la cultura. También la economía es incluida en el análisis del turismo, porque las poblaciones que participan de éste crean relaciones basadas en el consumo y la productividad; es entendible que toda industria va tras de unos objetivos rentables y que les produzcan mayores beneficios monetarios. Estas consecuencias son indeterminables pero se conoce que pueden afectar y transformar comportamientos. No se pueden desconocer las cosas negativas que se derivan del turismo, pero tampoco evitar los impactos nocivos. Turismo como fenómeno transformador y generador de resultados tanto positivos como negativos.

²⁰ MATHIESON y WALL. *Turismo: repercusiones económicas, físicas y sociales*, ob. cit.

²¹ EDGAR MORIN. *Sociología*, ob. cit.

El turismo, al ser un sistema, es una complejidad como lo dijo EDGAR MORIN, que necesariamente requiere de interrelaciones con el entorno; relaciones que se dan al entrar en contacto dos grupos de personas a saber: turista y población local; por lo tanto, este sistema turístico es complementario, es decir sus unidades o elementos están disponibles para evaluarse como conjunto y no abstracta o aisladamente.

Es un sistema que mantiene una generalidad al ser cada día más amplio y al llegar a más lugares del mundo, involucrar a más personas y ser impulsado por un consumo masivo. Al ser masivo y global es arrastrado por el modelo económico dominante: el capitalismo, que no tiene en cuenta lo humano sino los recursos económicos como pretexto de una hegemonía y una homogeneización a nivel mundial.

Frente a la indeterminabilidad de sus consecuencias, es relevante incluir una planeación, que oriente estas prácticas y que reduzca estos impactos para que el turismo sea edificador y no desestabilizador, que actúe como cohesionador y no como elemento de ruptura.

Apreciaciones finales

El turismo actualmente está creciendo a un ritmo acelerado y muchas veces genera consecuencias desastrosas y negativas para las comunidades que integran este fenómeno. Es necesario rescatar y aumentar los efectos positivos y rechazar y mitigar los negativos; porque de lo contrario nos enfrentaremos a una cultura insulsa y carente de significaciones que buscan una aparente y vana representación de valores, en donde predomina la economía sobre lo social y humano.

El turismo puede favorecer a las comunidades receptoras siempre y cuando éstas participen activamente del turismo y obtengan beneficios económicos y propendan por un mantenimiento de las identidades y en general de su

cultura. Por lo tanto, no puede desviarse de la búsqueda de la satisfacción y del placer, de un espacio de relajación mental y espiritual. El turismo se ha construido gracias al accionar de la sociedad y en esta medida éste debe tener en cuenta al hombre como ser social en sus constantes interrelaciones y darle prioridad sobre las cosas materiales, sobre lo que no debería ser tan importante, pero que desafortunadamente hoy en día así es.

No hay que permitir que el turismo sea una realidad devastadora, sino que tenga límites y sea regulada para que todos tengamos las mismas oportunidades, que se acepten patrones de comportamiento distintos a los propios, que aceptemos la diferencia, que erradiquemos la xenofobia, que apreciemos otros paisajes sin destruirlos y en general que mantengamos un equilibrio entre la cultura, lo social y lo económico para fortalecer y evolucionar como humanos, no como meras conciencias manipuladas por un sistema capitalista, que ha transformado la concepción de turismo, a un turismo masivo mas no incluyente, arrasador mas no constructivo. Aún se pueden incrementar y fortalecer las consecuencias favorables y disminuir el desorden ocasionado por este hecho.

Bibliografía

- BALAM, YUMKA. *Sociología del Turismo*, México, McGraw Hill, 1996.
- BOULLÓN, ROBERTO. *Un nuevo tiempo libre*, México, Trillas, 1982.
- CHURCHMAN, WEST. *El enfoque de los sistemas*, México, Universidad Nacional Autónoma de México, 1993.
- DURKHEIM, EMILE. *Las Reglas del Método Sociológico*, Buenos Aires, Argentina, Hispamerica Ediciones, 1982.
- FERNANDEZ, FUSTER. *Introducción a la Teoría y Técnica del Turismo*, Madrid, Alianza Editorial, 1985.

FLÓREZ, ALFONSO. *Derecho Turístico Colombiano*, Bogotá, Editorial Presencia, 1979.

JIMÉNEZ, LUIS FERNANDO. *Teoría Turística: un enfoque integral del hecho social*, Bogotá, Universidad Externado de Colombia, 1986.

KNEBEL, HANS JOACHIM. *Sociología del Turismo. Cambios estructurales en el turismo moderno*, Madrid, Hispano Europea, 1974.

MATHIESON y WALL. *Turismo: repercusiones económicas, físicas y sociales*, México, Editorial Trillas, 1990.

MAZÓN, TOMÁS. *Sociología del Turismo*, Madrid, Centro de Estudios Ramón Aceres, 2001.

MORIN, EDGAR. *Sociología*. Madrid, Editorial Tecnos, 1995.

SANTANA, AGUSTÍN. *Antropología y Turismo*, Barcelona, Editorial Ariel, 1997.