

# **Empistemología del turismo: teoría del sistema onírico.**

Maximiliano E. Korstanje<sup>1</sup>

## **Resumen**

El presente trabajo desarrolla la idea de una definición holística del turismo y explora los diferentes problemas que han tenido los abordajes precedentes. Bajo la premisa que el turismo es parte del sistema onírico cuya función es regular la práctica social de la sociedad, se establecen nuevas formas de estudiar el fenómeno que apelan a la comprensión inter-cultural y a la aceptación real no cosificada de otras culturas. Nuestra tesis, es que no existe un turismo sino diversos turismos que se adaptan a las necesidades de cada cultura y sociedad permitiendo una adaptación sistémica entre economía, religión, política y seguridad.

***Palabras Claves:*** Sistema Onírico, Ocio, Regulación, Cambio Social, Viaje

## **Abstract**

The present paper develops the needs for an all-encompassed view of tourism exploring the precedent limitations in the line of time other approaches showed. Under the premise that tourism is associated to onyric sub-system whose ends are aimed at controlling the social and personal behavior, it is hypothesized new forms and methods for understanding tourism from a cross-cultural manner are needed rather than a one-sided view. From this point of view, our thesis is that there seems not to be one definition of tourism but there are many tourism(s) adjusted to the requirements of each society in order to allow a new intra systemic dialogue between economy, religion, politics and security.

***Key Words:*** Onyric System, Leisure, Monitoring, Social Change, Travel.

---

1. Dr. Korstanje Maximiliano. Departamento de Ciencias Económicas, Universidad de Palermo. Larrea 1079 – 3 Piso. Buenos Aires, maxikorstanje@fibertel.com.ar

## Introducción

Diferentes autores en diferentes idiomas y contextos históricos han intentado definir que es el turismo y sus oportunidades o limitaciones para convertirse en disciplina científica (Jafari y Aeser, 1988; Jafari y Pizam, 1996; Jafari, 2005; Korstanje y Busby, 2010; Schluter, 2008; Xiao y Smith, 2008; Pernecky y Jamal, 2010; Tribe, 2010). Si bien existen interesantes trabajos epistemológicos en la materia, una creciente desintegración de todos ellos los ha llevado casi a su incomprensión por parte del lector y/o público especializado (Meira-Martoni, 2011). Coincidimos con aquellos que señalan que hablar de la cientificación del turismo no es suficiente ya que la cantidad de trabajos publicados, congresos o libros, no es condición necesaria para el surgimiento de una disciplina científica. En la actualidad, el turismo se presenta como una actividad comercial, cuyos alcances son estudiados por varias disciplinas como la economía, geografía, sociología, psicología y antropología entre otros. El nivel académico y el cuerpo de conocimientos es tan grande y variado, que se ha generado una supuesta incomprensión o simplificación del mismo (Munoz-Escalona, 2011; Tribe, 2010). A pesar de casi 50 años de trabajos ininterrumpidos el turismo aún no ha sido consolidado siquiera como disciplina científica. La pregunta que muchos se hacen es ¿por qué?

George Canguilhem, maestro de Foucault y Deleuze, afirmaba toda convención científica apela aun saber que presenta como verdad, y que en ese discurso impone un método que intenta legitimar esa verdad. El concepto científico debe tener un objeto central de estudio resultante de la evolución histórica de diversos conceptos. Estos criterios axiológicos son la base del andamiaje teórico de toda ciencia (Canguilhem, 1994). Siguiendo, entonces estos lineamientos, uno debe preguntarse ¿si las vacaciones son sinónimo de turismo, o si el turismo se agota sólo en el consumo moderno?. El turismo carece no solo de método distintivo sino lo que es peor, de objeto de estudio. A diferencia de otras disciplinas como la geografía (territorio), la psicología (personalidad), la antropología (cultura), el turismo no posee una base estable de estudio. Eso ha llevado a una serie de fragmentaciones inter-disciplinares en donde no queda claro cual es la definición del turismo. Sin objeto claro, los métodos tampoco fueron claros.

Dentro de ese contexto, el presente trabajo intenta no solo rescatar y/o resumir voces que han sido silenciadas en el transcurso del tiempo y sus contribuciones al estudio del turismo, sino también proponer un nuevo paradigma neo-sistémico que ayude a los especialistas a comprender el fenómeno turístico y su complejidad. Este estudio teórico sintetiza más de 8 años de trabajo. Por una cuestión de espacio y tiempo, es imposible resumir a todos los autores o exponentes que han tratado el tema; de todos modos, se intentará abordar el tema con la mayor seriedad posible haciendo dialogar a los autores más reconocidos tanto en lengua inglesa como española. La falta de diálogo entre ambos cuerpos del saber, o la implícita complacencia del mundo hispano-parlante con respecto a lo que se escribe en el anglo-sajón (Korstanje, 2010), hace que nuestro objetivo valga la pena. Nuestra tesis es que el turismo tiene como objeto de estudio la hospitalidad, porque sin ella aun cuando los viajes fueran posibles no existiría recepción del cuerpo extraño. Definido el objeto

del estudio, la teoría del sistema onírico sienta las bases metodológicas para comprender al turismo como una parte importante del ocio. Al igual que otras formas estereotipadas de ocio, la función social del turismo es revitalizar todos los lazos sociales rotos por la interacción entre los subsistemas político, económico, religioso y geográfico. En tanto perspectiva superadora, nuestro aporte sugiere la idea de considerar al turismo en forma comparativa y experimental respecto a otras culturas y otras formas de organización social. El turismo moderno, nacido de la Inglaterra victoriana, puede muy bien ser comprendido en perspectiva con otras formas no occidentales de turismo practicadas por tribus no europeas o civilizaciones extintas.

## Diferentes Caretas del Turismo

La historiadora E. Pastoriza (2011) señala que la consolidación del turismo pudo llevarse a cabo con efectividad gracias a un aumento significativo en la circulación de personas, las intervenciones del poder público y el sector privado en la urbanización que luego posibilitó la infraestructura necesaria, como también el pintoresquismo como movimiento estético tendiente a imponer la necesidad de disfrutar visualmente un paisaje. Existe consenso en afirmar que mientras la movilidad hace de ciertos grupos sociales un ejemplo a seguir, a otros simplemente los aísla simbólicamente (Wood y Graham, 2006). El acto viajar evoca la idea de una visión turística (*tourist-gaze*) la cual construye previamente el objeto y la experiencia a ser consumida (Urry, 1990; 1995). El turismo para ciertos autores puede ser visto como un viaje cultural (rito de pasaje), o un consumo de signos entrelazados en un discurso coherente y organizado (Culler, 1981). Desde sus orígenes la disciplina intentó definir de antemano al turismo aun cuando la fragmentación de conocimientos llevó a una especie de indisciplina epistémica (Tribe, 2010; Escalona; 2011; Korstanje, 2007; 2008). Según la bibliografía especializada el turismo puede comprenderse como a) viaje a un centro ejemplar o sagrado cuya necesidad evoca la comercialización de la hospitalidad (Cohen, 1972; Graburn, 1983; Maccanell, 1988; 2003; 2007; Korstanje, 2010); b) un agente democratizador que desestabiliza las asimetrías generadas por el colonialismo mercantil (Turner y Aash; 1991; Palmer, 1994), c) una forma estereotipada de Ocio (Dumanzedier, 1967; Nash, 1981; Muneo, 1999; Getino, 2002; Korstanje, 2009); una expresión cultural (DE Kadt, 1992), un sistema interconectado de factores motivacionales push (vinculados a los atributos del destino turístico) y pull (asociados a características psicológicas del viajero) (Dann, 1977; Crompton, 1979; Klenosky, 2002) o un encuentro inter-étnico entre huéspedes y anfitriones (PI-Sunyer, 1977; Smith, 1977; Santana-Talavera, 2006). Como bien afirma el economista Muñoz Escalona (2011), en los últimos años ha surgido una corriente epistémica (nacida del Management) que ha priorizado la demanda turística olvidando el papel de la oferta dentro del sistema económico. Para estos estudiosos, la complejidad del turismo amerita un estudio inter-disciplinar pero lejos de “aclarar las aguas o llegar a paradigmas unificados” que permitan una elaboración metodológica-científica, sus esfuerzos parecen puestos en estudiar exclusivamente ciertas cuestiones que hacen a la imagen de los destinos y su rentabilidad. La metodología, para estos estudios, culmina en meros análisis de casos cuya raíz nace de los estudios clásicos de mercado o tendencia

al consumo. Por lo tanto, la función del turismo dentro de la sociedad fue simplificada a un mero producto. En tanto que tabú mercantilizado, la hospitalidad, según el autor ha sido mal comprendida y con ella también el turismo. Por su parte, el antropólogo español A. Santana Talavera (2006) explica que a pesar del taboo sobre la antropología para tratar temas desde una perspectiva integradora y sistémica, el turismo para una mayor comprensión debe ser abordado desde una perspectiva holística que pueda describir no solo su dinámica sobre el campo de observación sino sus efectos y alteraciones a lo largo del tiempo. A diferencia de sus colegas, Santana-Talavera sugiere que el sistema turístico obedece a tres componentes bien definidos. El primero se refiere a un elemento dinámico el cual no es otra cosa que la demanda por la cual se movilizan todos los actores dentro del sistema, ya sea por consumo de comodities u bienes con valor agregado. Segundo, tenemos al componente estático lo cual posibilita (en forma de infraestructura) la actividad turística y su posterior ordenamiento territorial. Por último, el componente secuencial por el cual las partes, integradas a un todo se entrelazan para dar origen al sistema (principio de homeóstasis). En forma más amplia, lo cierto parece ser que el turismo no puede ser comprendido en forma ajena al desplazamiento geográfico con expectativas específicas de retorno. Asimismo, J. C Monterrubio ha desarrollado un modelo sistémico que ayuda a comprender la evolución de las diferentes variables que hacen al sistema turístico. En la actualidad el turismo ha tenido varios problemas en ser reconocido por otras disciplinas ya instaladas debido a la dispersa desintegración que han sufridos los textos y los abordajes, pero no sólo eso además existe una consideración excesiva a considerar o definir, mejor dicho, al turismo sólo por sus efectos sobre la economía, la población o el medio ambiente sin tomar en cuenta otros componentes esenciales. Si bien los viajes son un producto esencial del turismo, adelanta el autor, no todo viaje puede considerarse turístico y entonces así, prefiere una definición más ligada a la recreación enraizado en el ocio. Sin embargo, definir al turismo como sólo vinculado al ocio sería un reduccionismo porque sólo se vería la perspectiva del turista siendo que dicha actividad abarca mucho más que aspectos relacionados a la residencial habitual o el desplazamiento. El turismo sería para Monterrubio Cordero: *“un sistema complejo compuesto por un conjunto de elementos, estructuras, interacciones, relaciones y consecuencias de carácter social, cultural, económico, político y ecológico que implica el desplazamiento de uno o varios individuos de su lugar de residencia habitual hacia, y la estancia en, un destino específico, en su mayoría por razones de recreación”* (p. 103). Para poder lograr una comprensión del turismo como fenómeno social, es necesario, retornar al paradigma sistémico (Monterrubio Cordero, 2011), como lo intentaremos en el siguientes ensayo.

Si bien existen significativos y numerosos tratados de epistemología, a raíz de no confundir al lector, discutiremos en esta sección las posiciones centrales que hacen al método científico. Esa ha sido, sin lugar a dudas, una de las fallas más representativas de Jafari cuando elaboró su tesis sobre “la científicización”. En parte este error grave se debe a que no ha tomado en cuenta la evolución histórica de las diferentes ciencias como así tampoco su vinculación a los sistemas económicos desde donde esas disciplinas nacían. Pero ni Jafari ni sus seguidores dieron bases sólidas y estables para conformar una epistemología del turismo.

## El Viaje Turístico

Etimológicamente el término viaje se compone de dos vocablos, vía del latín camino y cum que denota acompañamiento. A diferencia de la peregrinación (per agrere) que implica “ir por fuera de la infraestructura dedicada para los viajes”, el viaje debe concretarse dentro de un canal estipulado por la sociedad. Siguiendo este argumento, G. Santayana (2001) explica que el viaje es una habilidad humana por cuanto persigue un motivo preestablecido que condiciona la identidad del viajero; a diferencia del animal que no es conciente de ello. En este sentido, la adaptación y la dominación son dos aspectos inherentes al viaje. Para fines del siglo XVIII, los franceses comienzan a utilizar la palabra *tour* como una forma de viaje educativo dado al príncipe para conocer las costumbres de las diferentes comarcas europeas (Jimenez-Guzman, 1986). Siguiendo este razonamiento, Alberto Sessa (1971) explica que el turismo está compuesto por tres elementos: el sujeto, el desplazamiento y la permanencia. El tipo de lucro, aunque sea parte, no es inherente al turismo. Por lo tanto, todo desplazamiento en el que esté involucrado un sujeto e implique una residencia temporal es un hecho turístico. Contrariamente, otros autores como Barucci (1976) consideran que el turismo como tal poco tiene que ver con los viajes en sí. El autor entiende que el turismo es un hecho totalmente distinto a otros desplazamientos; tales como aquellos que se emprenden en búsqueda de nuevas tierras, o de habilidades y destrezas para algún oficio. En concordancia, con la postura del profesor Barucci, los teóricos de la escuela histórico-evolutiva se esforzarán por demostrar que el turismo es un hecho social (económico) surgido de la revolución industrial, desconocido hasta ese entonces.

Para otros autores como J. Urry, por el contrario, el turismo no puede comprenderse ajeno a la experiencia subjetiva. Por lo tanto, toda experiencia turística adquiere una característica netamente visual hecho que dispara la necesidad de desplazamiento geográfico. En este contexto, las diferentes formas de mirar son organizadas por profesionales en categorías específicas tales como a) la educación (viajes por motivos educativos), la salud (por motivos terapéuticos), la solidaridad social (en busca de cohesión social) o lúdico (como forma de descanso). La predominancia de lo estético que se despierta en el siglo XIX en Europa Occidental marca una de las principales características del turismo actual (Urry, 2007, p. 21-22). Precisamente por esa ruptura de la epistemología de la ilustración que implica la modernidad, es que se dan dos fenómenos en simultáneo. Por un lado, la categoría de los saberes científicos comienza a fragmentarse en “particularismos” y subdisciplinas; por el otro, el turismo adquiere una naturaleza puramente estética y hedonista cuya principal función es mantener las asimetrías productivas de la propia sociedad que ha fundamentado el origen del turismo masivo. Si bien el turismo masivo puede ser comprendido en la actualidad como una combinación de factores económico-sociales importantes como el avance tecnológico y la reducción del tiempo dedicado al trabajo a mediados del siglo XX, la realidad parece indicar que todas las sociedades han recurrido a sus propias construcciones y mecanismos de evasión para absorber la tensión propia del aparato político y económico. La historia del turismo nos enseña que las diferentes etapas construyen cíclicamente su propio discurso respecto a la forma de hacer turismo (Rejowski, 2002; Khatchikian, 2000; Schluter, 2008).

¿Es el turismo un viaje rentado?. Por demás interesante es el abordaje realizado y recientemente publicado de Minnaert, Maitland y Miller (2011) quienes estudian el “turismo social” como fenómeno vinculado a la protección de los más carenciados. En su desarrollo, los autores se preguntan si el turismo debe ser concebido como una actividad rentada asociada al placer y al lujo o como un derecho adquirido por todo ciudadano al margen de su poder de compra. La respuesta parece no ser simple, y obliga a presentar la siguiente idea. Los países capitalistas explotan al turismo desde una perspectiva puramente mercantil mientras los socialistas lo hacen como una oportunidad de adquirir un derecho (entitlement). Desde esta perspectiva, el turismo adquiere una naturaleza diferente dependiendo de la sociedad donde opera. Para el primer tipo de sociedad, el turismo es un resultado lógico de los beneficios dados por el trabajo, para el segundo tipo, un derecho universal otorgado a cualquier persona por el sólo hecho de serlo. Ahora bien, si el utilitarismo propio del capitalismo da como resultado un turismo pago, los autores no van por el camino correcto al afirmar que los países socialistas instauran una forma universal del turismo. El capitalismo moderno, tanto en los países industriales como en los socialistas ha naturalizado al turismo como una institución y el derecho al consumo como universal, tema que discutiremos más adelante con nuestra teoría de la naturaleza onírica del turismo.

## El Paradigma Sistémico

En forma similar a las Ciencias Sociales la pregunta acerca de ¿dónde nace y que es el turismo? son dos cuestiones irresueltas que por años han congregado y desvelado a los turismólogos. Desde hace unos años, los padres fundadores del paradigma sistémico en el estudio del turismo argumentaban que el turismo es un hecho social total cuyos alcances y funciones deben ser estudiados en forma comprensiva y holística. Los particularismos de nada sirven a la hora construir una teoría explicativa del fenómeno turístico. En Neil Leiper (1979) el sistema turístico posee tres componentes bien definidos: los turistas, quienes ponen en funcionamiento con sus prácticas a toda la maquinaria turística; los elementos geográficos, de las cuales pueden distinguirse la región emisora, de tránsito y receptora, y por último la industria turística propiamente dicha, que se compone de toda una gama de negocios y empresas que operan en la dinámica del mercado. Para este autor, cada parte del modelo interactúa con el resto estableciendo una red de transacciones. Por el contrario, para Molina (1986) el turismo se articula por medio de un conjunto de subsistemas relacionados a un objetivo conjunto. Según el modelo de Molina, el sistema turístico se compone de: En primer lugar, a) una superestructura, formada por leyes, normas y reglamentos, b) una demanda, representada por los turistas c) infraestructura, cuya función dar soporte y permitir la comunicación entre las partes, como por ejemplo puede ser carreteras, aeropuertos etc, d) atractivos, que los clasifica como naturales o culturales e) equipamiento, vinculado a hoteles, agencias de viaje y otras empresas f) una comunidad o grupo receptor, que hace referencia a los residentes del lugar (Molina, 1986). Básicamente, el sistema turístico posee un foco emisor, o también llamado demanda; ciertos subsistemas de

transporte por los cuales se hace efectivo el desplazamiento, y un foco receptor (u oferta) que consisten en un conjunto de equipamientos para satisfacer las necesidades de alojamiento. (Calizzo Soneiro, 1991:18). Por su parte Gunn y Var (2002) definen al sistema turístico en la convergencia entre oferta y demanda. Entre los indicadores que denotan o forman la oferta están el transporte, los atractivos, la información, los servicios y la promoción. Por su parte la demanda, se constituye en base a recursos naturales, capital humano y financiero, políticas públicas y organizaciones. Uno de los intentos sistémicos más importantes en la actualidad se lo debemos a la socióloga mexicana Maribel Osorio-García para quien el sistema turístico debe ser comprendido como un conjunto de componentes intercomunicados “autopoieticamente”; en otras palabras como un sistema cerrado. A su vez, también los sistemas no se distinguen por su límite sino por su complejidad. Dos sistemas pueden interactuar en diferentes dimensiones del mismo entorno (Osorio-García, 2004; 2007). A primera vista, parece que el principal elemento para estudiar al turismo como sistema es el motivo del viaje. Según un interesante estudio comparativo, los investigadores Gil-Moreno y Quintana-Aguilar (2006) fundamentan que en los clientes ejecutivos predomina una tendencia racional con arreglo al control mientras que los clientes vacacionales demuestran una motivación orientada a lo emocional. El paradigma sistémico realmente fracasa cuando el marketing y el Management comienzan a minar sus postulados epistemológicos. En forma gradual, el turismo comenzó a ser adoptado por las universidades como carrera pero sujeto a departamento de mercadotecnia, los contenidos curriculares fueron alterando el objeto de estudio. A las preguntas de los primeros antropólogos sobre la raíz social del turismo, se fueron correspondiendo nuevos objetivos tendientes a revitalizar y diseñar productos turísticos. En cierta forma, el social-funcionalismo fue visto con buenos ojos por los gurues del Management turístico, y así una buena idea se transformó en una perspectiva pseudo-científica.

En perspectiva, F. Darbellay y M Stock proponen un modelo conceptual para comprender porque ha fracasado el paradigma sistémico a pesar de los voluminosos y buenos trabajos sobre turismo. El primer problema se suscita cuando se intenta definir al turismo como un aspecto “auto-organizado” y cerrado y autónomo de la vida social en general. Este paradigma ayudó a los sistémicos originales a inferir reglas generales que fueran observables y claro está comparables. Pero el turismo engendraba la posibilidad de establecer una relación con “otros” cuyas prácticas no correspondían con las sociedades de origen. En parte, la incompreensión del otro como normativamente subordinado a la razón occidental, llevó a los primeros estudiosos a pensar al turismo como un ente único. La episteme del turismo, sin embargo, adhieren los autores sufrió diferentes mutaciones que fueron desde una postura holística, pasando por una más especializada y fragmentada, hasta una multi-disciplinar. Fue precisamente la multidisciplinariedad en donde cada disciplina tomaba al turismo como objeto sin diálogo, lo que no permitió su maduración como sistema de conocimientos autónomo. El objeto debería haber conseguido una inter-disciplinariedad donde hubiera co-producción de conocimientos (Darbellay y Stock, 2012). ¿Es conveniente dadas las limitaciones del postulado sistémico volver sobre sus conclusiones?

## Turismo, Ocio y Sistema Onírico

El turismo en tanto práctica es parte inherente al subsistema del ocio (en donde entran otras instituciones y actividades como la lectura, las películas, espectáculos deportivos, el teatro, etc). Una de las cuestiones más importantes del ocio es mantener equilibrado al sistema societario. Como bien explicaran Elías y Dunning (1998), el ocio fundamenta las bases no solo para el trabajo sino para socializar a los diferentes individuos en los diversos aspectos culturales y valores que son importantes para la sociedad. Inicialmente, autores como S. Freud o K. Jung se habían preocupado por definir lo onírico como un mecanismo regulador psíquico y biológico asociado al sueño. Para ambos autores, el sueño representaba la actividad del inconsciente producidos por la libido cuya característica principal es compensar al sistema psíquico las diferentes frustraciones experimentadas en la vigilia (Freud, 2000). Por medio del cumplimiento del deseo, reprimido, el sueño combina y articula niveles de pensamiento en un todo coherente. Por el contrario, para Jung, el sueño debe decodificarse como un mensaje cuya representación apela a nuestro propio “auto-conocimiento”. A diferencia de Freud, Jung sostiene que el sueño debe ser comprendido como algo más que una simple derivación de la represión del deseo o del miedo, los sueños trabajan bajo el principio de fantasía evocando a “verdades inapelables” que el sujeto desconoce o no ha registrado en la vigilia (Jung, 1999). ¿Implica ello que el turismo es una industria de la fantasía?. El turismo, dentro o fuera del ámbito vacacional, es definido por medio de un *proceso de onirización*, que sucede al preturístico.

Según nuestra perspectiva, el subsistema onírico de la sociedad posee dos funciones, a) distensión y b) re-acomodamiento. Mientras el primero tiende a reducir el conflicto evitando o aflojando los lazos sociales que mantienen unida a la sociedad llevando al sujeto al individualismo (o al yo quiero), el segundo, se refiere a una dinámica normativa en donde el sujeto vuelve a insertarse en un rol que lo define. Ese rol, que confiere cierta identidad al sujeto, persigue procesos cíclicos. A diferencia de lo que sostenían Turner y Cohen, un vacacionista no cambia ni estatus ni rol por vacacionar en determinado destino. La función del sistema onírico es preservar los diferentes componentes de la sociedad, su sistema político y productivo evitando el cambio social (principio de restauración). La formación del sistema onírico a su vez descansa sobre tres pilares principales. La primera es la *escasez* sin la cual no podría operar. Las diferentes relaciones entre los actores llevan a situaciones de deprivación cotidianas y hasta frustración simbólica. Para evitar que los miembros abandonen completamente al grupo (límites) como se observa en el caso de la migración, el sistema onírico retorna a los sujetos “un motivo” para pertenecer al grupo, “un lema” por el cual pertenecer es necesario y valedero.

El segundo elemento importante es la *extraordinariedad* la cual evoca la línea fundadora de los primeros héroes. El subsistema onírico (como los sueños) permite en su narrativa que el sujeto pueda hacer cosas o inclinarse a prácticas que en su vida cotidiana (vigilia) están vedadas. Es importante mencionar que en un film, espectáculo deportivo, o evento, el sujeto experimenta una especie de catarsis con su héroe ejemplar quien está destinado a mediar entre los hombres y los dioses. Por último, *la predestinación* da a la sociedad



ejemplos concretos por medio de los cuales su seguridad ontológica podría resquebrajarse o estar en peligro. El subsistema onírico, por medio de lo lúdico en el sentido de Huizinga (1968), y la competencia agonial, redefine los límites de la incertidumbre generando narrativas ejemplares por medio de las cuales los sujetos deben anticiparse al accidente. La distracción o el entretenimiento adquieren en este sentido, un tono aleccionador por el cual, el sufrimiento del otro (noticieros, películas de terror, de desastres naturales, juegos interactivos, incluso museos dedicados recordad prácticas genocidas) implica un reforzamiento en la propia percepción de seguridad. La predestinación y relatos fabulados del desastre cumplen un rol importante en casos de emergencia ya que dan a los sujetos guías morales específicas para sobrevivir. De todos modos, como veremos a continuación el subsistema onírico no funciona sólo sino en acoplamiento con otros cuatro subsistemas, tan o más importantes que él. Cómo cada ruptura está condenada a reajustarse, así el sistema onírico se encuentra determinado por los conflictos suscitados por el devenir humano (historia), sus expectativas, frustraciones y contradicciones.

La sociedad se compone de 5 sub-sistemas interconectados entre sí: *político* (acumula y dispersa poder), *económico* (regula la escasez), *mítico-religioso* (explica las incongruencias cosmogónicas por medio de la búsqueda de conocimiento), *geográfico* (mantiene la identidad, la seguridad y regula la permisividad de las fronteras) y *onírico* (absorbe las tensiones y conflictos generados por los otros cuatro subsistemas, y los sublima en forma de discurso unificado y hegemónico el cual nadie pone en duda). El ocio, precisamente, es parte del sub-sistema onírico y a la vez el turismo es una de las tantas formas de ocio pero su poder es aún mayor genera un discurso regulador de las voluntades individuales. Por ejemplo, nadie cuestionaría la movilidad de las sociedades occidentales como un derecho adquirido por medio de la fuerza y la expropiación; la movilidad como valor supremo cultural de Occidente se transmite a los niños en los diferentes canales de socialización desde pequeños y en las vacaciones (como espacio sagrado dado para la práctica del turismo) con fines de reproducción económica, e intereses políticos específicos. Asimismo, el subsistema geográfico juega un rol más que importante en la fijación de circuitos o canales donde viajar para recrearse se torna seguro o inseguro. El entretenimiento, propio de todo viaje el cual alterna distensión con riesgo contenido y moderado, es la base del turismo como fenómeno total y aplicable a todas las culturas del planeta (Elias y Dunning, 1998).

Volviendo al tema de la conquista, cuando existen inconsistencias ya sea generadas por el propio sistema o por un sistema o sociedad externo (es decir por un encuentro entre dos etnias), el ocio y el turismo no solo seguirán al discurso de la sociedad dominante, y con él al subsistema político, sino crearan una cosmovisión (*gaze*) con el poder simbólico suficiente para justificar el acto de expropiación. Cuando el sistema onírico no puede regular las bases de la homeostasis del sistema, deviene el cambio social. Por otro lado, el subsistema mito-religioso (donde entran aquellos sectores preservadores del saber como sacerdotes, científicos y periodistas entre otros) necesita de una fábula o historia para darle sentido al mundo y a los eventos que en él se suceden. La mito-poiesis, o proceso de construcción mitológica, funda los valores culturales que van a dar sustento a la sociedad y alrededor de los cuales se van a crear los diferentes ritos, héroes y prácticas culturales. El vínculo entre

el subsistema mito-religioso y el onírico es de una elevada complejidad. Valores culturales que se presentan como incuestionables, a saber el descanso, la movilidad, el retorno, son esencialmente transmitidos por medio de los mitos de origen (génesis) y observables en las diferentes doctrinas religiosas del mundo. El viaje temporal por lo tanto requiere de una dislocación psíquica del viajero quien experimenta (en su fantasía) la necesidad de un cambio fabulado (dislocación identitaria) y posterior retorno a su matriz de origen.

## Conclusiones (El Turismo)

El ocio es un aspecto importante del subsistema onírico desde donde se desprende el turismo como fenómeno social. En tanto que viaje -con el objetivo de descanso pero por sobre todo con las características discutidas en la presente sección- estamos en condiciones de definir al turismo como una institución social cuya consolidación comercial fue impuesta por Inglaterra y la revolución industrial en forma de viaje comercializado con arreglo a un retorno dentro de los primeros 6 meses antes de la partida. Empero, esta definición aún sigue siendo insuficiente para deconstruir realmente que es el turismo. En perspectiva, el turismo en tanto que proceso requiere de un desplazamiento físico que responde a la necesidad psicológica de evasión. Esta pulsión da origen a la motivación turística de exploración y novedad aun cuando se contrapone a una segunda tendencia nacida la conservación, “la motivación nativista” sugiere que el sujeto ante un grado elevado de incertidumbre debe regresar a su hogar. La posibilidad de perder algo valioso al viajar o adentrarse a un destino no conocido, exige el retorno de todo viaje turístico. Caso contrario, el turista se transforma en un migrante. La alineación y la opresión permiten el alejamiento pero la necesidad de lo cotidiano devuelve al sujeto a su comunidad. De este doble juego donde se combinan obligación y exhibición, nace el viaje turístico (Wenge, 2007). Si bien es cierto, que la comercialización o intercambio monetario es una condición para la experiencia turística, no es su determinante natural. El viaje turístico, puede ser o no comercializado; lo cierto, es que el intercambio monetario en el capitalismo tardío ha invadido a todos los subsistemas incluyendo el onírico.

El viaje turístico también debe cumplir con los tres prerequisites de nivelación de la escasez, extraordinariedad, y predestinación cuyo mensaje apunta a que el sujeto sienta el privilegio de pertenecer. El sujeto-turístico, entonces, se siente especial, recopila información antes de viajar, y regula su propia frustración interna. El viaje turístico obedece a un motivo y a un rol que los definen previamente, por lo tanto, existe premeditación en el ser-turista. Desde una perspectiva hermenéutica, muchos autores sugirieron que el turista debe definirse en tanto su rol el cual lo conduce a elegir tal o cual destino como es el caso de Erik Cohen. A diferencia de Urry y Maccannell a quienes éste autor crítica, Cohen sugiere que el viaje es un proceso liminar por el cual el viajero retorna a su hogar con un estatus diferente al de partida; siguiendo esta definición, el turismo sería un “rito de pasaje” (Cohen, 1988). El tratamiento de Cohen al igual que al de Turner tiene un problema fundamental; cuando una persona sale de viaje, su estatus no cambia sino que es reintroducido en el anterior. El souvenir como forma de distinción no evoca el cambio

de estatus, sino precisamente todo lo contrario, es prueba suficiente por la cual el viajero debe demostrar “haber estado ahí donde dice que estuvo”; al retornar, el sujeto vuelve a su anterior rol. En consecuencia, el turismo puede ser comprendido como un ritual que obedece a un proceso cíclico de renovación y destrucción para una nueva renovación. La función del viaje turístico, en tanto forma acabada de ocio, es la estabilidad.

Por lo tanto y en resumidas cuentas, el turismo puede ser definido como *un proceso cíclico cuya función es la dislocación identitaria y desplazamiento físico a un espacio ajeno al lugar de residencia o habitual con fines recreativos para una posterior reinserción cumpliendo temporalmente las necesidades psíquicas de evasión, curiosidad y extraordinariedad propias de cualquier forma de ocio*. En tanto que práctica social, el turismo mantiene un mensaje encriptado en su interior cuyo fin es educador y socializador con respecto al resto de la sociedad. El contenido de ese discurso, claro ésta, varía dependiendo el contexto socio-económico y político. El tiempo o espacio en los cuales el turismo como fenómeno transcultural debe llevarse a cabo es una discusión secundaria a su definición. Lo importante, es comprender no solo su evolución y diferentes formas en otras culturas y tiempos, sino su función dentro de un sistema complejo como lo es la sociedad. Por lo tanto, si bien existe un turismo que es hegemónico, impuesto por construcciones culturales de algunos imperios, también existen formas locales de turismo los cuales dialogan o confrontan con esa narrativa impuesta. Comprender la relación entre turismo y sociedad, es explorar las bases de la conquista, el imperialismo y la expropiación territorial. ¿Los azande, navajos, aymará etc acaso no viajan también por evasión o placer?. Su inmovilidad como productos cosificados ha hecho olvidar a los científicos que existen otras prácticas de turismo no occidental que deben ser estudiadas. En resumen, la historia, la comparación inter-cultural, el análisis exegético de los mitos y la etnografía como viajes simbólicos en donde la mismidad se encuentra con otros para reconocerse; es necesario desarrollar un nuevo método más que eficiente para comprender las propias prácticas sociales con respecto al turismo y/o los turismo. El etnocentrismo lleva a pensar al turismo moderno como la única forma de viajar civilizadamente y es aquí donde se encuentran una serie de definiciones erróneas sobre el turismo. Lo otro no occidental es decir lo aborigen forma parte del turismo cultural o étnico. El paternalismo occidental obliga a tener que proteger formas elaboradas culturalmente que refuerzan el propio etnocentrismo.

## Referencias

- Barucci P. (1974) *Tourism: ¿the end of Myth?*. Firenze, Giunti-Barbera ed. Centro Studi Turistici,
- Callizo-Soneiro J (1991) *Aproximación a la Geografía del turismo*. Madrid: Editorial Síntesis
- Canlguilhem, G. (1994). *Etudes d'histoire et de philosophie des sciences concernant les vivants et la vie*. Paris, Vrin.
- Cohen, E. (1972) Toward a Sociology of International Tourism. *Social Research*, 39, 164-182
- \_\_\_\_\_ (1988) Traditions in the Qualitative Sociology of Tourism. *Annals of tourism Research*, 15, 29-46.
- Crompton, J. L (1979). Motivation for Pleasure Vacation. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 409-424
- Culler, J. (1981) The Semiotics of Tourism. *American Journal of Semiotics*, 1, 127-140
- Dann, G. (1977) Anomie, ego-enhancement and tourism. *Annals of Tourism Research* 4(4), 184-194.
- \_\_\_\_\_, G. The theoretical State of the State-of-the-Art in the sociology and anthropology of tourism. *Tourism Analysis*. 10, 3-15.
- Darbellay, F. y Stock, M. (2012) Tourism as Complex interdisciplinary Research Object. *Annals of Tourism Research*. 39, 1, 441-458.
- De Kadt, E. (1992) *Turismo: ¿pasaporte al desarrollo?*. México, Editorial Endymion
- Dumanzedier, J (1967). *Toward a Society of Leisure*. Nueva York, Free,
- Elias, N. y Dunning, E (1992). *Deporte y Ocio en el Proceso de la Civilización*. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica
- Freud, S. (2000) *La interpretación de los sueños*. Edición centenario [1900-2000]. Traducción José Luis López-Ballesteros y de Torres. Madrid, Biblioteca Nueva
- Getino, O. (2002) *Turismo: entre el ocio y el negocio*. Buenos Aires, Ediciones Ciccus.
- Gil-moreno, S y Quintana-Aguilar, T. (2006) Diagnóstico, tendencias y estrategias de futuro para las agencias de viaje: el caso del sector español. *Revista Estudios y Perspectivas en Turismo*, 15. (4), 327-349
- Graburn, N. H (1983). the Anthropology of Tourism. *Annals of Tourism Research*. Vol. 10 (1)
- Gunn, C.A. y Var, T. (2002). *Tourism Planning: basics, Conceptos Cases*. London, Routledge.
- Huizinga, J. (1968). *Homo Ludens*. Buenos Aires, Emecé.

- Jafari, J. y Aeser, D (1988). Tourism as a subject of Doctoral Dissertations. *Annals of tourism Research* 15 (1), 407-429.
- Jafari, J. y Pizam A. (1996) Tourism Management. En M Warner (ed) *International Encyclopedia of Business and Management*. London, Routledge.
- Jafari, J. (2005) El Turismo como disciplina científica. *Revista Política y Sociedad*, 42 (1), 39-56.
- Jung, G (1999). *Obra completa*. Madrid: Editorial Trotta
- Klenosky, D. (2002) The Pull Tourism Destinations: a means-end investigation. *Journal of Travel Research*, 40(4), 385-395
- Korstanje, M. (2007) Aportes de los viajes a las Ciencias Sociales: un relevamiento bibliográfico para un análisis teórico. *Gestión Turística*, Número 8. Universidad Austral de Chile
- Korstanje, M. (2008) Epistemología de la Palabra para las Ciencias del Turismo. *Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*, 19 (3), 93-111.
- Korstanje, M. y Busby, G. (2010) Understanding the Bible as the roots of physical displacement: the origin of Tourism. *E-Review of Tourism Research*, 8 (3), 95-111.
- Leiper, N (1979) The Framework of tourism: towards a definition of tourism, tourist and the tourist industry. *Annals of Tourism Research*. 6, 390-407.
- Maccannell, D. (1988). Turismo e Identidad cultural. En Todorov, Tzvetan. *El Cruzamiento entre culturas*. Madrid, Ediciones Jucar
- \_\_\_\_\_ (2003) *El Turista: una nueva teoría de la clase ociosa*. Barcelona, Melusina Ed.
- \_\_\_\_\_ (2007) *Lugares de Encuentro Vacío*. Barcelona, Melusina Ed
- Meira-Martoni, R. (2011) A Dialectica na Perspectiva do Materialismo historico : un procedimento Epistemologico para la Leitura do Turismo em sua Essencialidade. VIII Seminario de Assocacao Nacional Pesquisa e Pos-graduacao em Turismo. 02 al 04 de Octubre 2011, UNIVALI, Brazil.
- Minnaert, L. Maitland, R. & Miller, G (2011) What is social Tourism?. *Current Issues in Tourism*, 14 (5), 403-415
- Molina, S (1986) *Planificación del Turismo*. México, Nuevo tiempo Libre.
- Monterrubio-Cordero, J. C (2011) *Turismo y Cambio Socio-cultural, una perspectiva Conceptual*. Plaza y Valdez y Universidad Autónoma de México, México.
- Munee, F. (1999) *Psicosociología del Tiempo Libre: un enfoque crítico*. México, Trillas

Muñoz de Escalona, F. (2011) La Visión convencional del Turismo según sus primeros codificadores (los grundisse de Hunziker y Krapf, 1972". *Turydes. Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo*, 3 (8), 1-20

Osorio-García, M. (2004) La Complejidad del Turismo. *Ponencia presentada en el VI Congreso Nacional de Investigación Turística*. 22 al 24 Septiembre, 2004.

\_\_\_\_\_ (2007) "El carácter social del Turismo: un análisis sistémico sobre su complejidad". *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 16. (4), 464-492

Pastoriza, E (2011). *La Conquista de Las Vacaciones: breve historia del turismo en la Argentina*. Buenos Aires, Edhasa

Pernecky T. y Jamal, T.(2010) Hermeneutic, phenomenology in tourism Studies. *Annals of Tourism Research*, 37 (4), 1055-1075.

Rejowski, M. (2002) *Turismo no Percurso do Tempo*. San Pablo, El Aleph

Santana-Talavera, A (2006). *Antropología y Turismo. ¿Nuevas hordas, viejas Culturas?*. Barcelona, Ariel

Santayana G. Filosofía del viaje" *A Parte Rei*, número 15 (Mayo). 2001. Material disponible en <http://serbal.pntic.mec.es/~cmunoz11/page9.html>. Extraído el 05 de Octubre de 2007.

Schluter, R. (2008) *Turismo: una versión integradora*. Buenos Aires, Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos

Sessa, A (1979) *El Balance de la Investigación turística con implicaciones sociales en los últimos 25 años: ensayos de turismo*. Bogotá, Bogotana Impresores

Tribe, J. (2010) Tribes, Territories and Networks in the Tourism Academy. *Annals of Tourism Research*,. 37 (1), 7-33

Urry J. (1990) *The Tourist Gaze*. Londres, Sage.

\_\_\_\_\_ (1995) *Consuming Places*. Londres, Routledge.

\_\_\_\_\_ (2007) Introducción, Culturas Móviles. *En Viajes y Geografías*. Zusman, P. Lois, C y Castro H (compiladoras). Buenos Aires, Prometeo, Pp. 17-31

Wenge, C. O. (2007) Razones para Viajar. *Factótum. Revista de Filosofía*. Edición Viajes y Viajeros, 5 (1), 88-91

Wood, D. y Graham, S. (2006) Permeable Boundaries in the Software-sorted society: surveillance and the differentiation of mobility. En Sheller, M. y Urry, J. *Mobile Technologies of the city*. Londres, Routledge.

Xiao, H. y Smith, S. L. J (2008) Knowledge Impact: an appraisal of tourism Scholarship. *Annals of Tourism Research*, 35 (1), 62-83.