

# EL TURISMO DESDE LA TEORÍA DE LA SOCIEDAD DE NIKLAS LUHMANN

MARIO ALBERTO ENRÍQUEZ MARTÍNEZ  
MARIBEL OSORIO GARCÍA  
DIANA VÁZQUEZ RAMÍREZ  
REBECA OSORIO GONZÁLEZ

Coordinadores



Universidad Autónoma  
del Estado de México



Doctora en Ciencias Sociales  
**Martha Patricia Zarza Delgado**  
*Rectora de la Universidad Autónoma del  
Estado de México*

Doctora en Ciencias Computacionales  
**Arianna Becerril García**  
*Secretaria de Ciencia*

Doctor en Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales  
**Francisco Herrera Tapia**  
*Secretario Académico*

Doctora en Estudios Latinoamericanos  
**Cynthia Ortega Salgado**  
*Secretaria de Identidad y Cultura*

Doctor en Ciencias Sociales  
**Jorge Alejandro Vásquez Caicedo**  
*Secretario de Gobernanza Universitaria*

Doctora en Farmacia y Tecnología Farmacéutica  
**Mariana Ortiz Reynoso**  
*Secretaria de Vinculación, Extensión y Promoción de la  
Empleabilidad*

Maestra en Administración  
**Miriam Liliana Padilla Mora**  
*Secretaria de Gestión y Administración Universitaria*

Maestra en Hacienda Pública  
**Miriam Sierra López**  
*Secretaria de Finanzas*

Doctora en Humanidades  
**María de las Mercedes Portilla Luja**  
*Secretaria de Desarrollo y Fortalecimiento Institucional*

Doctora en Ciencias con Énfasis en Educación  
**Miriam Sánchez Angeles**  
*Secretaria de Igualdad Sustantiva y Cuidados*

Doctor en Ciencias e Ingeniería de Materiales  
**José Guadalupe Miranda Hernández**  
*Secretario de Centros Universitarios  
y Unidades Académicas Profesionales*

Maestrante en Derecho  
**Evangelina Sales Sánchez**  
*Consejera Jurídica Universitaria*

Doctora en Diseño  
**María Fernanda Valdés Figueroa**  
*Directora General de Comunicación Social Universitaria*

Doctor en Políticas Públicas  
**Bernardo Jorge Almaraz Calderón**  
*Jefe de la Oficina de la Rectoría*

El turismo desde la teoría de la sociedad de  
Niklas Luhmann

Dirección de Publicaciones Universitarias  
*Editorial de la Universidad Autónoma del Estado de México*

Doctora en Ciencias Sociales  
**Martha Patricia Zarza Delgado**  
*Rectora*

Doctora en Estudios Latinoamericanos  
**Cynthia Ortega Salgado**  
*Secretaria de Identidad y Cultura*

Doctor en Administración  
**Jorge Eduardo Robles Alvarez**  
*Director de Publicaciones Universitarias*

# El turismo desde la teoría de la sociedad de Niklas Luhmann

MARIO ALBERTO ENRÍQUEZ MARTÍNEZ  
MARIBEL OSORIO GARCÍA  
DIANA VÁZQUEZ RAMÍREZ  
REBECA OSORIO GONZÁLEZ

Coordinadores



Universidad Autónoma del Estado de México

*"2025, 195 años de la apertura del Instituto Literario en la ciudad de Toluca"*

Este libro fue positivamente dictaminado con el aval de dos revisores externos, conforme al Reglamento de la Función Editorial de la UAEMEX, y fue sometido a un proceso de identificación de duplicidad de la información mediante un *software* especializado.

Primera edición, noviembre 2025

*El turismo desde la teoría de la sociedad de Niklas Luhmann*

Mario Alberto Enríquez Martínez

Maribel Osorio García

Diana Vázquez Ramírez

Rebeca Osorio González

Coordinadores

Universidad Autónoma del Estado de México

Av. Instituto Literario 100 Ote., Col. Centro

Toluca, Estado de México

C.P. 50000

Tel: (52) 722 481 1800

<http://www.uaemex.mx>

Registro Nacional de Instituciones y Empresas Científicas y Tecnológicas (Reniecyt: 1800233)



Esta obra está sujeta a una licencia Creative Commons Atribución-No Comercial-Sin Derivadas 4.0 Internacional. Los usuarios pueden descargar esta publicación y compartirla con otros, pero no están autorizados a modificar su contenido de ninguna manera ni a utilizarlo para fines comerciales. Disponible para su descarga en acceso abierto en: <http://ri.uaemex.mx>

ISBN: 978-968-9718-43-7

Hecho en México

Director del equipo editorial: Jorge Eduardo Robles Alvarez

Coordinación editorial: Ixchel Edith Díaz Porras

Corrección de estilo: Edith Muciño Martínez

Gestión de diseño: Luis Alberto Maldonado Barraza

Formación: Elizabeth Vargas Albarrán

Diseño de portada: Sara V. Gómez Hernández



# CONTENIDO

## PREFACIO

*Javier Torres Nafarrate*

9

## INTRODUCCIÓN

*Rebeca Osorio González*

13

## SECCIÓN I REVISIÓN GENERAL

### CAPÍTULO 1

Luhmann en el mundo del turismo: un mapeo de la literatura científica de los estudios turísticos basada en el cuadro epistémico-teórico-metodológico de los sistemas complejos

*Thiago Duarte Pimentel*

*Josep Vidal*

21

## SECCIÓN II APLICACIONES

### CAPÍTULO 2

Configuración de rupturas de reciprocidad en el turismo.

Un acercamiento desde la complejidad de los sistemas funcionales

*Mario Alberto Enriquez Martínez*

61

### CAPÍTULO 3

Resonancia del turismo verde y diferenciación funcional, un análisis en clave sistémica

*Claudia Elisa López Miranda*

91

### CAPÍTULO 4

El turismo espacial de la sociedad: expansión de la comunicación espacial y desinflación de expectativas turísticas

*Sergio Pignuoli Ocampo*

107

## CAPÍTULO 5

Reflexiones teóricas sobre la crisis del turismo durante la pandemia por COVID-19

*Maribel Osorio García*

127

## CAPÍTULO 6

Los viajeros Van Life como figuras *preadaptative advances* en la activación del turismo durante la pandemia por COVID-19

*Diana Vázquez Ramírez*

159

## CAPÍTULO 7

El vino queretano en tiempos de crisis: semánticas mediáticas del enoturismo durante la pandemia del COVID -19

*Gerardo Novo Espinosa de los Monteros*

*Humberto Thomé Ortiz*

*José Antonio Uribe Esquivel*

187

## PREFACIO

Me permito comenzar con una anécdota: cuando recién empezábamos a estudiar la teoría de Luhmann, varios de los autores de este libro y yo teníamos la duda de si el turismo podría considerarse un sistema societal. Después descubrimos que el mismo Luhmann lo consideraba así, además de que desde entonces se ha desarrollado una literatura muy amplia sobre el carácter sistémico del turismo.

¿Qué gana Luhmann con describir el turismo como sistema societal? Para él, la sociología se reduce a la comunicación. De salida, hay que tener claro que en nuestra vida hay mucho más que comunicación: lo inconcebible que sucede en nuestros sueños, el poder que desencadena la naturaleza en los terremotos, las causalidades internas que provocan el cambio climático. Todo eso son dimensiones ‘reales’ que suceden más allá de la comunicación. Se vuelven, sí, sociales en la medida en que las comunicamos. Comunicar es hacer entrar no el mundo en su totalidad, sino un mundo condensado por la comunicación. El orden social moderno se decide, para Luhmann, solo en referencia a lo comunicativo: si el individuo quiere saber de cuánto dinero dispone, es algo que se decide en el sistema económico; los reclamos jurídicos que puedan hacerse valer son asunto que zanja el derecho; a qué se considera obra de arte se resuelve en el sistema del arte, y el sistema de la religión establece las condiciones bajo las cuales el individuo se asume como religioso; de qué saber científico se dispone (si, por ejemplo, son recomendables los medicamentos) es algo que se despeja en el sistema de la ciencia.

La sociedad es el sistema social omnicompreensivo que ordena todas las comunicaciones posibles entre los seres humanos. El sistema político, por ejemplo, es un ámbito de comunicación, frente al cual se diferencian otros espacios comunicativos: la religión, la ciencia, la economía, la educación, la vida familiar, la asistencia médica, etcétera. Cada ámbito de comunicación actualiza a la sociedad desde su punto de vista, desde su particular perspectiva de sistema/entorno. Esta diversidad de ámbitos comunicativos no excluye las fuertes dependencias recíprocas, aunque la diversidad sea el presupuesto para que las demandas de las distintas funciones de la sociedad puedan acrecentarse y realizarse de manera progresiva. Los seres humanos concretos participan en todos estos

espacios de comunicación, pero no se incorporan del todo a ninguno de ellos ni en el ámbito de comunicación de la sociedad total: “la sociedad no se compone de seres humanos, se compone solo de comunicaciones entre seres humanos”.

Partiendo de esta premisa, el desarrollo social que se extiende hasta nuestros días puede entenderse como ampliación de las disposiciones comunicativas, “pero no como una ampliación del ser humano en el sentido de Rousseau o Nietzsche”. A partir de grandes logros culturales, las posibilidades de éxito de la comunicación se impulsaron hasta lo inverosímil, porque “ningún ser humano concreto puede generar por sí mismo individualidad, civilización, dinero o poder legítimo”. A ello contribuyeron dos principios: la diferenciación de una determinada capa superior, dotada de una fácil y atinada comunicación interna (por ejemplo, la nobleza) y la diferenciación de determinados centros de gravedad funcionales, que en un principio eran sobre todo de tipo religioso, político-militar y comercial. “La diferenciación de religión, política, economía y formación de la personalidad empezó a florecer apenas en la Edad Media tardía, gracias a que la reflexión filosófica había alcanzado en la escolástica un grado de abstracción que facilitó la discusión crítica y el cambio social de las premisas. La consecuencia fue una ola de fanatismo religioso-reformador que, sin embargo, no se tradujo en instituciones estables, sino en una guerra religioso-confesional, que se fue apagando en los inicios del tiempo moderno”.

Sobre esta base, la sociedad moderna adquiere su perfil particular, históricamente único. Se caracteriza por el primado de la diferenciación funcional, que tiene el efecto de una enorme ampliación de las comunicaciones altamente especializadas, así como de su efectividad: lenguajes extremadamente teóricos como las matemáticas, la multiplicación del empleo de la técnica en la comunicación por parte de los medios de masas, la institucionalización de medios de comunicación simbólicos, como el amor, el dinero, el poder, etcétera. De esta forma, el potencial para la acción humana se puede organizar, especializar y coordinar como no había sido posible hasta ahora. La verdad comprobada científicamente, el dinero, el poder organizado por la política y acotado por el derecho, sirven de mecanismos para llegar a actuar, incluso en aquellos casos en los que el ser humano, desde una perspectiva antropológica, nunca lo hubiera logrado. Lo improbable se convierte en posible, se vuelve rutinariamente pronosticable: puede acumular sus propios efectos, acrecentarse a sí mismo y, con todo ello, tiene profundos efectos sobre el ecosistema de la sociedad e incluso sobre el mismo ser humano.

Como resultado de este desarrollo, han surgido múltiples ámbitos de comunicación que combinan alta sensibilidad para determinadas cuestiones con indiferencia hacia todo lo demás. La limitada capacidad para orientarse dentro de un ambiente complejo se ejerce, desde diferentes lugares, de diversas formas, pero siempre a costa de la falta de atención respecto de otras perspectivas. Toda profundización en este desarrollo aumenta a la vez sensibilidad e indiferencia, y acrecienta ésta en modo más que proporcional, ya que la indiferencia hacia todo lo demás es algo que se sigue de concentrar la atención en un solo punto.

Con otras palabras, la civilización y sus consecuencias son producto de la diferenciación de los rendimientos comunicativos del ser humano en la sociedad. Desde el punto de vista de la evolución sociocultural, hoy se ha llegado en ella a una situación en la cual el sistema de la sociedad transforma profundamente su propio entorno y modifica así los presupuestos sobre los que descansa su propia diferenciación. Para poder adaptarse a esta situación sólo se dispone, una vez más, de comunicación.

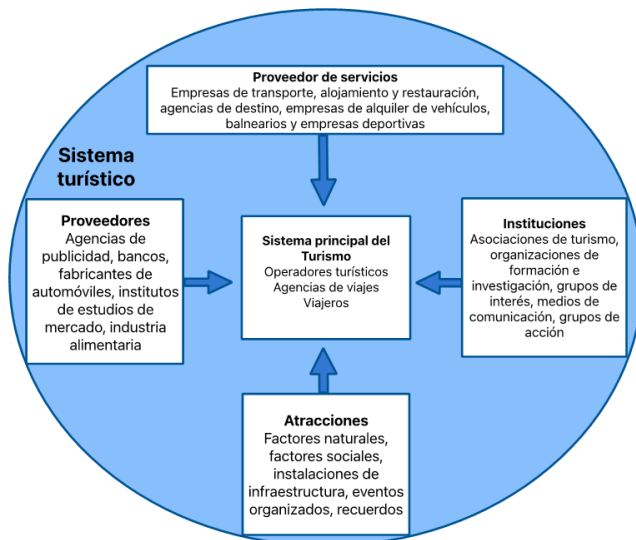
Quizá, para un entendimiento mayor, podríamos servirnos de algo muy sugerente que descubrió Max Weber sobre el derecho: “el derecho se legitima mediante un orden válido abstracto realizado por autoridades administrativas”. En la sociedad moderna, nuestras principales orientaciones están dirigidas por constelaciones abstractas que definen el rumbo de nuestras operaciones. Si se trata de obtener dinero debo dirigirme por la economía, si quiero impartición de justicia debo inclinarme por el derecho, si quisiera obtener seguridad sobre el medicamento debo escuchar a la ciencia. Weber lo remarca así: los actores orientan en parte su acción hacia las ideas, y en este papel las ideas tienen una poderosa (a menudo decisiva) influencia causal en el curso de la acción de los individuos reales (Weber, 1974:14).

Sigamos con el ejemplo del derecho: Puede ser que, en las antiguas culturas de la Atenas de Pericles y Eurípides, se considerara que la función del derecho consistía en proteger a los pobres frente a los ricos y poderosos. Es decir, el derecho se enfrenta a los que tienen poder. A partir de ahí, los romanos empiezan a ordenar (codificar en el derecho romano) a favor de quién o de qué se ha ido inclinando la historia de las decisiones en la resolución de los casos. Surgen, pues, los legisperitos, después los tribunales, luego la dogmática como ciencia de los principios jurídicos. Luego la diferenciación interna del derecho: civil, administrativo, penal. Es decir, a partir de haberse orientado por una comunicación inicial, resulta con el tiempo una

configuración que llamamos el derecho de la sociedad. Una distinción de origen (de tipo comunicativo) ha construido un mundo de comunicación para sí.

Cuando Luhmann sostiene que el turismo (en la sociedad moderna) se ha convertido en un sistema societal, quiere decir que, de una distinción comunicativa inicial (alejarse temporalmente de los contextos de obligación de la vida cotidiana), van surgiendo comunicaciones internas que van dando pie a una diferenciación del sistema llamado turismo. Podríamos visualizarlo así:

### Modelo del sistema turístico



Este libro trata de dejar en claro por qué el turismo es una dimensión social comunicativa, es decir, un sistema societal.

## INTRODUCCIÓN

El objetivo de la presente obra es acercar al lector algunas pinceladas para revisar el turismo desde la teoría de la sociedad de Niklas Luhmann, y qué es sino entender el fenómeno turístico desde las posibilidades que nos da la comunicación -de acuerdo con Nafarrate (2024) y Farías (2024)-, en tanto herramienta que clasifica y concreta las realidades sociales. Así cada sociedad se materializa en la comunicación y desde su enfoque situado-sistémico. El turismo, por tanto, es sistema societal que se pre-figura y con-figura constantemente por la abstracción de las ideas y el accionar desde la agencia de los sujetos inmersos en la dinámica y sistema turístico.

Es en este marco que el libro se organiza en dos apartados: el primero compuesto por una antesala epistémica, nombrada Sección I. Revisiones generales, misma que facilita la lectura de las figuras en abstracto, que se han construido con Luhmann, para mirar y estudiar el mundo del turismo. Así en la primera antesala epistémica titulada: *Luhmann en el mundo del turismo: un mapeo de la literatura científica de los estudios turísticos basada en el cuadro epistémico-teórico-metodológico de los sistemas complejos*, se tuvo como objetivo identificar, mapear y caracterizar la literatura científica en turismo sustentada por los trabajos de Luhmann, donde la pregunta rectora cuestiona ¿cuál es la dimensión, extensión y características de la literatura científica en turismo, informada por los trabajos de Luhmann?

Para ello, se realizó un estudio bibliométrico, a partir de 8 bases de datos, a saber: 1) Portal de periódicos Capes; 2) Publicações de turismo; 3) Redalyc (Rede de Revistas Científicas da América Latina e Caribe, Espanha e Portugal); 4) Scielo (Scientific Electronic Library Online); 5) SPELL Scientific Periodicals Electronic Library); 6) BDTD (Biblioteca Digital de Teses e Dissertações Capes); 7) Actas del Encuentro Nacional da ANPTUR (Associação Nacional de Pós-Graduação em Turismo); y 8) Actas del Encuentro Nacional da ANPAD (Associação Nacional de Pós-Graduação em Administração). La principal contribución de este capítulo es la formación de un cuadro analítico, sintético, actual y preciso de la dimensión, extensión y características de la recepción de la obra de Luhmann, en los estudios turísticos brasileños y latinoamericanos. Aunque de forma general, se verificó que la literatura

existente es escasa, fragmentada, predominantemente teórica y sin una reflexión sistemática de su obra.

Por otra parte, la Sección II. Aplicaciones, presenta seis capítulos. El primero titulado: “Configuración de rupturas de reciprocidad en el turismo. Un acercamiento desde la complejidad de los sistemas funcionales”, el cual intenta hacer un recorrido por la distinción de reciprocidad, a fin de observar su presencia al interior de las relaciones sociales entre diferentes actores -individuales y colectivos- del fenómeno turístico, que se hace evidente en el caso de la oferta derivada desde iniciativas locales, pero con influencia externa. El análisis de la dicotomía reciprocidad/obligación responde a una metodología cualitativa, agregando un estudio documental guiado a través de la reflexión de dos temáticas: 1. La configuración de la reciprocidad a través de las sociedades diferenciadas según la Teoría de Sistemas de Niklas Luhmann, y 2. El papel que el turismo ha jugado en la ruptura de estructuras de reciprocidad en las comunidades periféricas (denominadas rurales), todo lo anterior expuesto desde la significación de dones como medio de cohesión social.

En las conclusiones, el autor subraya que las relaciones recíprocas se han convertido en una condición necesaria para la sociabilidad; hay rasgos de reciprocidad entre *ego* y *alter*, entre el que otorga y el que recibe y hasta en el que manda y obedece; pero más allá de ello, a través del análisis de la actividad turística actual, los lazos de reciprocidad constantemente se ven fracturados, solamente sujetos de manera artificial a través de las condiciones que un actor ejerce sobre otro, y que le son devueltas con el tiempo, en lo que Luhmann menciona como un doble condicionamiento. Sin embargo, se agrega en el cierre del texto, que para mantener los principios de simetría e igualdad en cuanto a la cooperación y solidaridad, se propone recurrir a los pensamientos arcaico-tribales, en donde más allá de favores, se habla de ofrendas y prácticas rituales, que regulan las dinámicas de interacción social, incluso a diferente escala, de una forma más armónica y amigable.

En el segundo capítulo, “Resonancia del turismo verde y diferenciación funcional, un análisis en clave sistémica”, la autora analiza los límites que la diferenciación funcional pone en la resonancia del llamado turismo verde o ecoturismo. La aportación de este capítulo versa en mostrar la utilidad del aparato teórico-sociológico para el análisis sobre turismo. Pensar el turismo verde y los peligros ecológicos desde la teoría sistémica de Niklas Luhmann, permitió subrayar la importancia de una perspectiva que ilumina aspectos que generalmente quedan opacos. Con un análisis

como el presentado, agrega la autora, la sociología encuentra pruebas de que la teoría de sistemas puede llevarse a ámbitos tan concretos como la resonancia del turismo verde; por su parte, la investigación en turismo logra poner a prueba no sólo nuevos aportes teórico-metodológicos, sino distintos niveles de observación. El capítulo en sí, llama a profundizar los esfuerzos por mirar temáticas relativas al turismo desde la teoría luhmanniana, dicho ejercicio revitaliza la propia teoría, al tiempo que acentúa la dimensión científica de la investigación sobre turismo, pues la coloca en una perspectiva que, sobre cualquier cosa, duda, cuestiona y problematiza.

En el tercer capítulo de esta segunda sección: “El turismo espacial de la sociedad: expansión de la comunicación espacial y desinflación de expectativas turísticas”, se aborda el caso del turismo espacial desde el programa de investigaciones de la Teoría General de Sistemas Sociales. En el marco de la notable expansión de la comunicación espacial y de la segunda época dorada de la exploración espacial, que están teniendo lugar en nuestros días. En consecuencia, el autor busca generar una indagación exploratoria del caso, y sugiere un esquema de observación que permita distinguir su particular evolución en el marco de la diferenciación, y evolución de la comunicación espacial de la sociedad.

En sus conclusiones, el autor agrega que, desde el punto de vista de la Teoría de la Sociedad, la desinflación del turismo espacial en función del desacoplamiento entre comunicación espacial y la comunicación turística, se plantean algunas tensiones relevantes en cuanto al supuesto geocéntrico del concepto y al horizonte de la sociedad mundial y las fronteras traspuestas por la comunicación funcionalmente diferenciada. En algunos análisis, se había concluido que la comunicación espacial implicaba consecuencias problemáticas para el atributo de mundialidad asignado por la Teoría de Sistemas, al sistema de la sociedad, pues revela el supuesto planetario que dicho atributo arrastra. Esta consecuencia problemática resulta llamativa, pues la principal discusión sobre la expansión de la sociedad mundial funcionalmente diferenciada y sus límites, se referenciaba a los límites regionales, los procesos de regionalización y al supuesto eurocéntrico que eventualmente podría suponer un obstáculo epistemológico para dicha perspectiva.

En la cuarta intervención titulada “Reflexiones teóricas sobre la crisis del turismo durante la pandemia por COVID -19”, la autora busca reflexionar teóricamente sobre la complejidad sistémica en torno al turismo frente a perturbaciones críticas de gran magnitud, como la sucedida durante la pandemia por COVID-19, haciendo énfasis en

el caso de México. Metodológicamente, la investigación se describe como cualitativa, argumentativa y reflexiva, cuyo propósito consiste en aportar entendimiento sobre la complejidad del turismo en el marco de los sistemas sociales. Particularmente, la teoría de Luhmann hace uso de un método funcional, el cual se puede caracterizar como un programa de observación. Desde esta perspectiva, la observación no está relacionada con percepciones visuales, sino con cualquier praxis de indicaciones distintivas para reconocer una diferencia entre un nivel de complejidad y otro, entre un problema (complejidad) y su solución (reducción de complejidad) (Knudsen, 2011).

Sin duda, el universo de los cambios producidos en la complejidad del turismo durante la transición crítica de la pandemia por COVID-19, agrega la autora, no se alcanza a integrar en este primer acercamiento de investigación, pero las observaciones de segundo orden que se lograron dilucidar, proporcionan importantes aportaciones para el entendimiento del sistema funcional del turismo ante contingencias de gran magnitud. Por tanto, subraya la autora, este acercamiento puede dar nuevas pistas a los estudiosos del turismo en sus trabajos de investigación, puesto que, entre tantas incertidumbres, podemos estar ciertos de que a lo largo del presente siglo tendremos más transiciones críticas a partir de riesgos climáticos, energéticos, bioquímicos, de seguridad sanitaria y de violencia, entre otros, que afectarán la evolución del sistema turístico. En este espectro, entender el funcionamiento societal del turismo, será una ventaja para la implementación de asertivas decisiones.

Así llegamos a la quinta intervención, “Los viajeros Van Life como figuras *preadaptative advances* en la activación del turismo durante la pandemia por COVID-19”, donde la autora busca explicar cómo los *preadaptative advances* del turismo han posibilitado su reactivación, previo al fin de la emergencia sanitaria de carácter internacional. Para lograr dicho objetivo, la autora menciona que fue necesario emplear la teoría de la evolución, la teoría de la comunicación, la teoría de la diferenciación y la hermenéutica, como herramientas que abonaron a la comprensión de las figuras preadaptativas, partiendo de la autopoiesis de la sociedad para llegar a una autodescripción de la sociedad. Cabe señalar, que el uso de estas tres teorías, no se da en un sentido lineal, sino más bien como una innovación estructural que se manifiesta en un momento histórico único y sin precedentes. Tal y como lo menciona Luhmann, la evolución solo es posible como concreción empírica.

Sin duda alguna los viajeros del estilo *Van Life*, continúa la autora, son formas que preceden la funcionalidad del turismo, por tanto, entre más estudios se presenten

sobre la evolución e historia del turismo, será más fácil identificar su función comunicativa, logrando establecer la diferenciación presente/ausente en relación con la comunicación del turismo. Al destacar -a partir de la autopoiesis- a las diferentes figuras de *preadaptative advances*, se abren las posibilidades para conceptualizar al turismo como un sistema funcional, añadido a los sistemas funcionales que actualmente componen al sistema societal. De esta forma, se establece, por tanto, el entendimiento que comunicativamente se da a conocer por las formas recreativas del viaje; con lo cual se evidencia un acercamiento a la conformación de un concepto más sólido del turismo.

La autora cierra mencionando que la construcción de un sistema turístico a partir de las comunicaciones, responde a lograr que su comunicación se siga reproduciendo en el tiempo, pues no debe perderse de vista que uno de los principales problemas de la doble contingencia es seguir hilando comunicaciones continuamente, ya que la comunicación desaparece en cuanto surge. Entre más clara sea la comunicación que permea al turismo, será más fácil establecer los límites de sentido, en otras palabras, refiriéndose a la realidad y a la posibilidad, por tanto, los *preadaptative advances* del turismo, son el sentido que establece la relación entre posible/real (siempre van a aparecer juntos), por ende, la comunicación del turismo en el lado de lo posible, hace referencia al *viajar* y en la parte de lo real, se encuentra el *turismo*, de esta forma se logra reducir la complejidad dando paso a la conformación de un sistema de sentido.

Finalmente, el capítulo que completa esta obra, lleva por nombre “El vino queretano en tiempos de crisis: semánticas mediáticas del enoturismo durante la pandemia del COVID-19”, donde los autores analizaron la forma en la cual el sistema de los medios masivos, en particular la comunicación publicitaria, construyó su realidad social particular del turismo del vino en Querétaro, México, durante la pandemia. Esta acción permitió hacer una distinción de las narrativas y semánticas visuales, que otorgaron un nuevo significado a la comunicación turística en tiempos de crisis. Respecto a la conclusión se agrega que el confinamiento y las restricciones impuestas por las autoridades, a través del sistema legal y político condicionaron la práctica del turismo, lo que a su vez generó modificaciones en las semánticas visuales del enoturismo durante la contingencia. Estas nuevas configuraciones, evidenciadas a través de los medios de comunicación, permearon en el discurso publicitario emergente.

La selección de información por parte de las empresas vitivinícolas, agregan los autores, contribuyó de manera diferenciada al aumento o reducción de la complejidad en el sistema de medios masivos, como respuesta a la evolución del entorno y ante la presión ejercida por el confinamiento, que amenazaba la supervivencia de las empresas como organizaciones económicas. El sistema de medios masivos desempeñó un papel fundamental mediante la selección de información que motivó el consumo del vino y siguió promoviendo el enoturismo durante la pandemia. Este papel se dio como un claro acoplamiento con el sistema económico, en el cual la publicidad turística colaboró a enriquecer la semántica de la economía y evitó el colapso de la actividad enoturística en la región.

Como se observa, el conjunto de capítulos que alimenta esta obra, generan un esquema de comprensión, que permite acercarnos a la interpretación del fenómeno turístico desde la pluma abstracta de Niklas Luhmann. Los sujetos en sociedad, por tanto, significan su paisaje cultural y reconfiguran constantemente sus elementos identitarios, porque son seres dinámicos que generan escenarios contradictorios y en constante cambio. La manera en cómo surgen, se gestionan y consolidan estas formas que construyen ciertos sistemas societales —como el turismo—, es a través de la intersubjetividad, que existe en raíz, debido a los **códigos lingüísticos que se comparten mediante la comunicación.**

*Rebeca Osorio González*

**SECCIÓN I**

**REVISIÓN GENERAL**



## CAPÍTULO 1

# LUHMANN EN EL MUNDO DEL TURISMO: UN MAPEO DE LA LITERATURA CIENTÍFICA DE LOS ESTUDIOS TURÍSTICOS BASADA EN EL CUADRO EPISTÉMICO-TEÓRICO-METODOLÓGICO DE LOS SISTEMAS COMPLEJOS

*Thiago Duarte Pimentel<sup>1</sup>*

*Universidade Federal de Juiz de Fora (Brazil)*

*thiago.pimentel@ich.ufjf.br*

*Josep Vidal<sup>2</sup>*

*Universidade Federal do Pará / UFPA (Brazil)*

*joseppontvidal@gmail.com*

## INTRODUCCIÓN

En los últimos 50 años, el turismo ha sido ampliamente estudiado e investigado y mucho se ha producido, en términos teóricos y prácticos, llevando a una consolidación del campo del conocimiento, ya sea por su crecimiento numérico, institucionalización en distintos frentes y asociaciones, por su alcance internacional y universalización, o incluso por un salto cualitativo en su producción.

---

<sup>1</sup> Postdoctorado en Estudios Urbanos y Turismo (Geopolítica y Gobernanza Regional del Turismo) por la UQAM. Postdoctorado en Teoría Social (Realismo Crítico) por la UFRJ. Doctor en Ciencias Sociales por la UFJF. Máster en Gestión de Empresas y Licenciado en Turismo, ambos por la UFMG. Profesor e investigador a tiempo completo (UFJF) en programas de posgrado (Maestría/Doctorado en Ciencias Sociales) y cursos de grado (Licenciatura en Ciencias Humanas y en Turismo). Miembro de ISA, AIEST, IPPA. Miembro de la Cátedra UNESCO Creative Economy and Public Policies. Profesor visitante en Canadá, EE. UU., México, Cuba, Ecuador, etc. Editor en jefe de *Brazilian Annals of Tourism Studies* y de *Latin American Journal of Turismology*. Director del Centro Latinoamericano de Turismología. Vicedirector del Centro de Investigación Social de la UFJF. Exconsejero del Consejo Estatal de Turismo de Minas Gerais. Temas de interés: Teoría Social, Realismo Crítico, Acción Colectiva y Organizaciones; Sociología del Trabajo, Ocio y Turismo; Políticas Públicas, Educación y Universidad. CV Lattes: <http://lattes.cnpq.br/9841188234449467> OCIRD: <https://orcid.org/0000-0003-1889-069X> E-mail: [thiago.pimentel@ufjf.br](mailto:thiago.pimentel@ufjf.br)

<sup>2</sup> Postdoctorado en la Universidad Politécnica de Cataluña. Doctorado en Sociología Política en la Universidad de Barcelona (1997). Maestría en Sociología Política - Universidad de Bielefeld (1987), Licenciado en

Sin embargo, a pesar de tales esfuerzos y excepciones, parece que poco se ha avanzado en términos de la teorización social del mismo (Pimentel, 2018). La mayoría de estos estudios adoptan una perspectiva considerada como naturalista, externa y positivista (Kuhn, 1975; Harré, 1988). Varios autores consideran que el turismo, al ser visto tan sólo como un servicio, ha asumido una dimensión y significado reducidos, lo que genera un doble problema: por un lado, una ausencia y dificultad de avanzar teóricamente en la producción de conocimientos (dado que, al tomarse así, se le considera no más que una técnica).

Y, por otro lado, la propia capacidad reducida de intervención calificada y efectiva que tiene en la realidad. Esto, porque la base de los conocimientos técnicos descansa en su valor utilitario, pero no en la comprensión profunda de cómo se operan las cosas en la realidad; no se puede dominar plenamente los objetos y situaciones sin un verdadero conocimiento de sus causas, estructuras internas y lógicas de operación (Bunge, 1978).

Haciendo hincapié en la necesidad de una teoría fuerte en el turismo, para que se pueda rebasar el reduccionismo de los análisis superficiales que toman las apariencias de la propia realidad, Pimentel (2014; 2016; 2018), por ejemplo, defiende la incorporación de la teoría social de Pierre Bourdieu en el turismo para abordar las relaciones de poder, el acceso a recursos y la capacidad de hacer las cosas, aun cuando no están distribuidas de manera equitativa entre todos los actores presentes en un DT (Bourdieu, 2001).

Tomando como ejemplo la cuestión de la gobernanza en los destinos turísticos, en lugar de entender la evolución de un sistema turístico como un proceso natural,

Sociología - Universidad de Bielefeld - Alemania (1986). Profesor adjunto e investigador en el Núcleo de Altos Amazónicos (UFPA). Profesor visitante en la Universitat Oberta de Catalunya. Experiencia como profesor visitante en varias universidades latinoamericanas y brasileñas. Miembro de la Cátedra UNESCO de Desarrollo Sostenible. Experiencia y actuación en el área de Políticas Públicas y Gobernanza, con trabajos desarrollados en el Banco Interamericano de Desarrollo (BID - Washington), Universidad Autónoma de Barcelona (UAB), Instituto de Desarrollo Económico, Social y Ambiental de Pará (IDESP) e Instituto de Investigación Económica Aplicada (IPEA) (Brasilia). También actúa en las áreas de Metodología de la Investigación, Políticas Públicas, Planificación Territorial y Gestión Pública, con énfasis en los siguientes temas: Políticas Públicas, Políticas Sociales, Esfera Pública y Estatal, Acción Colectiva. Consultor del Fondo para la Investigación Científica (Argentina). Miembro del Comité Científico de la red RESURBE, que incluye universidades como la Universidad Politécnica de Cataluña, Bradford (Gran Bretaña), Medellín (Colombia), UNAM (México) y Salvador/BA (Brasil). CV Lattes: <http://lattes.cnpq.br/441536251817732>. E-mail: joseppontvidal@gmail.com

cronológico, de “envejecimiento” y de su posición en su ciclo de vida, se argumenta que los agentes en un campo turístico necesitan, directa o indirectamente, reflexionar y lidiar con las posiciones de los demás actores en el campo, y que el estado de desarrollo del destino turístico debe considerar el camino interno de relación de los agentes en dicho destino, además del externo (Pimentel, 2018; Pimentel *et al.*, 2022).

Por otro lado, densidad y capacidad analíticas no son prerequisites exclusivos de las teorías críticas. La Teoría de Sistemas es considerada el abordaje más común en los estudios del turismo (Beni, 2001; Pimentel *et al.*, 2018). Sin embargo, su amplia dispersión, fragmentación y uso indiscriminado ha llevado a un empobrecimiento de su léxico, de su aplicación y, sobre todo, de su continuación y profundización —ya sea por la creación de nuevos conceptos para el área del sistema estudiado o para la propia Teoría General de Sistemas—. La teoría de Niklas Luhmann, algunas veces considerada hermética, todavía representa la versión más refinada de la Teoría de Sistemas después de la teoría de Talcott Parsons, con potencial para fundamentar los estudios en turismo (Osorio-García, 2000; Monteros *et al.*, 2012).

La teoría luhmanniana de los sistemas sociales se desprende del estructural-funcionalismo y avanza rumbo a una teoría de sistemas adaptativos complejos, basada en un intercambio más dinámico, plural y diversificado con el entorno (Vidal, 2017). Al analizar cómo tal entorno puede exigir al sistema turístico respuestas operativas de funcionamiento, Pimentel *et al.* (2014) parten de Luhmann (2009) de que los sistemas son dinámicos, vistos tanto desde la perspectiva del funcionamiento interno como de las relaciones con el ambiente. Dado que el sistema necesita responder a exigencias funcionales que derivan de relaciones con un medio concreto; los autores analizan cómo dicho medio puede interferir en las operaciones del sistema, a pesar de la defensa de Luhmann de que el sistema debe, por sí mismo, realizar operaciones autoconstitutivas o autopoiéticas como respuesta a exigencias funcionales (Pimentel *et al.*, 2014).<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Esta iniciativa de investigación del entorno surgió en función de una proposición de Luhmann sobre la forma del sistema. Para el autor, incluso la forma compuesta de dos lados —el sistema y el medio— a menudo se analiza en la Teoría de los Sistemas considerando solo uno de los lados —el sistema—, siendo el entorno relegado del debate sobre cómo el sistema es llevado a responder a exigencias funcionales impuestas por el entorno. El sistema turístico, como quedó evidente, no es un sistema autopoiético, en el que el acoplamiento estructural actúa solo estimulando las operaciones, es capaz de determinar qué, cómo y dónde se procesarán las operaciones. Por lo tanto, la forma del sistema turístico no es autorreferenciada, sino referenciada por dinámicas ajenas al sistema.

Sin embargo, con raras excepciones, se verifica la existencia de una brecha en el marco teórico del sistema simbólico del turismo en la teoría luhmanniana. Por otro lado, pocos son los estudios en turismo derivados de la teoría social del Luhmann; como se registra de forma precisa en las palabras de Enríquez Martínez *et al.* (2023, p. 1):

Retomando a Klaus Dammann en su texto: Los escritos de Luhmann sobre los Derechos Fundamentales (su actualidad después de más de 40 años), publicados en el libro en español “Los derechos fundamentales como institución (aportaciones a la teoría sociológica)” editado en 2010 por la Universidad Iberoamericana; se menciona que Luhmann retoma los sistemas parciales del orden social parsoniano (economía, política y cultura) para proponer trece sistemas funcionales, los 10 ya conocidos habitualmente más el deporte, el ejército y el turismo (p. 26) aunque estos tres fueron abandonados en la década de 1990. [...]

Ya a partir del año 2006 y con asesoría del Dr. Javier Torres Nafarrate, nos hemos dado a la tarea de abonar a la Teoría de la Sociedad de Luhmann a partir del turismo, el cual hemos caracterizado como un medio simbólico (Vázquez *et al.*, 2013), como posibilidad de acoplamiento estructural de sistemas funcionales como economía, política y *mass media* (Osorio, 2010; Novo *et al.*, 2012; Enríquez *et al.*, 2014), como una acción social comunicativa (Osorio, 2007), desde la dicotomía inclusión/exclusión hacia comunidades rurales (Enríquez & Vázquez, 2022), hasta mantenernos en la búsqueda de un código interno que posiblemente, permita re-considerarlo como un sistema funcional. La tarea resulta compleja, al igual que la teoría base, por ello resulta importante contar con otros referentes teóricos que contribuyan al análisis del turismo desde un encuadre teórico complejo.

En este contexto, se propone la siguiente interrogante: ¿Cuál es la dimensión, extensión y características de la literatura científica en turismo, incluida en los trabajos de Luhmann? Para responderla, en este trabajo se plantea como objetivo *identificar, mapear y caracterizar la literatura científica en turismo incluida en los trabajos de Luhmann*. Para ello, se realiza un estudio bibliométrico a partir de 8 bases de datos, a saber: 1) Portal de periódicos Capes; 2) Publicações de turismo; 3) Redalyc (Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal); 4) Scielo (*Scientific Electronic Library Online*); 5) SPELL (*Scientific Periodicals Electronic Library*);

6) BDTD (Biblioteca Digital de Teses e Dissertações Capes); 7) Actas del Encontro Nacional da ANPTUR (Associação Nacional de Pós-Graduação em Turismo); y 8) Actas del Encontro Nacional da ANPAD (Associação Nacional de Pós-Graduação em Administração).

Dichas bases de datos fueron elegidas por ser las más significativas en Brasil y América Latina, y por presentar la concentración de casi la totalidad de la producción sobre el tema del turismo, a partir del cual se delimita su interfaz con el tema específico de la teoría social luhmanniana.

Como contribución se espera proporcionar un cuadro analítico sintético, actual y preciso de la dimensión, extensión y características de la recepción de la obra de Luhmann en los estudios turísticos brasileños, latinoamericanos y, en buena medida, a nivel mundial.

## NIKLAS LUHMANN: RETRATO DE UN PROGRAMA SÓLIDO DE INVESTIGACIÓN

### *Antecedentes*

El turismo, como fenómeno social, ha sido abordado, estudiado y analizado por diversas corrientes y puntos de vista teóricos procedentes de la Sociología, la Administración y la Ciencia Política, principalmente. Estas disciplinas, especialmente la Administración, han empleado en los últimos años la Teoría de Sistemas Abiertos (sistemas basales), o sea, han enfocado el fenómeno en la óptica de considerarlo como un sistema compuesto por múltiples actores, interacciones, demandas y productos (en forma de *inputs* y *outputs*) e intereses representados por la diversidad de actores participantes.

Con ello, se ha iniciado la presentación de este fenómeno social de masas de una forma heurística, o sea, a partir de las interacciones de los diversos actores con intereses, a menudo, asimétricos y en conflicto. Sin embargo, esta perspectiva muestra limitaciones funcionales, pues presenta el turismo solo como un sistema de entradas y salidas, ofreciendo soluciones en forma de políticas públicas y acciones gubernamentales.

Esta perspectiva tiene claramente sus límites en: 1) no contemplar al turismo en su medio, altamente complejo (cultura, economía, medio ambiente; geopolítica, cambio climático, etc.); 2) presentar un hipotético “sistema turístico” sin capacidades operativas y sin posibilidades de crear sus propias estructuras internas, limitadas, a menudo, a únicamente *outputs* o respuestas mecánicas; 3) mostrar este fenómeno de manera superficial por medio de la heurística, sin considerar de manera más precisa la función, las comunicaciones de los actores estratégicos y otros subsistemas que forman parte e inciden directamente en el fenómeno (sistema jurídico, sistema político-administrativo, sistema cultural, entre otros).

En esta situación se considera que la Teoría de Sistemas Autorreferenciales puede aportar nuevas perspectivas de observación y análisis; por lo que nos proponemos explicar las posibilidades de utilizar esta abstracta y compleja teoría para exponer este fenómeno. Para abordarlo desde esta perspectiva, se requiere en primer lugar explicar de manera sucinta cómo realizaremos esta presentación, dado el elevado carácter de abstracción de esta teoría. En este sentido, exponemos de manera introductoria los conceptos de sistema y acoplamiento estructural vinculados con el fenómeno que nos ocupa, para seguidamente delinear la hipótesis de considerar al turismo como un sistema autorreferencial. El deseo comunicativo de esta presentación reside precisamente en vincular este fenómeno con su entorno cada vez más complejo.

Publicaciones recientes han adoptado el modelo sistémico de manera más sofisticada. Wiweka *et al.* (2019), mantienen en su hipótesis que se debe considerar al turismo como un sistema formado, a su vez, por dos tipos de subsistemas: el interno y el externo. El subsistema interno es la interacción; representa a la persona o turista denominada “demanda turística”, y desde el turista se genera un viaje a un destino llamado “oferta turística”. El subsistema externo consta de factores de comercio internacional, seguridad y protección, factores naturales o climáticos; socioculturales, tecnológicos, económicos o financieros; políticos, demográficos y geográficos. También se considera la existencia de factores que pueden interferir en los dos subsistemas (interno y externo).

### *El medio y la comunicación*

En la óptica que proponemos, el punto de partida es considerar *al turismo como un sistema en un entorno* que se produce al definir la diferencia entre sistema y medio o entre sistema y ambiente. Un sistema es constituido a partir de un conjunto de elementos que interactúan entre sí, o que poseen un tipo de conexión operativa en sus relaciones. Uno simple, indiferenciado y funcionalmente estructurado, es un tipo de sistema inicial para la teoría evolutiva; para ser operativo debe poseer una diferenciación toda vez que no puede existir sin su entorno. En los sistemas simples (sistemas basales) existe un tipo de diferenciación simple.

La Teoría de Sistemas Autorreferenciales da un paso en esta descripción habitual e introduce el cierre operativo como condición necesaria para que un sistema se diferencie de su medio mediante un tipo de selectividad. De este modo, se establece una conexión entre los elementos y relaciones internas del sistema, permitiendo una posible reducción de la complejidad externa. Esta tesis se mantiene a partir del supuesto de entender la compresión y presentación de la sociedad como funcionalmente diferenciada y formada por subsistemas cerrados autorreferenciales (política, economía, derecho, planificación, ciencia, entre otros).

Así pues, el medio es siempre más complejo que el sistema, habida cuenta que el sistema es siempre un producto del medio para la reducción de la complejidad. Para el turismo significa que será necesario primero definir lo que se entiende por “turismo”: ¿Es cualquier persona que viaja por placer, por negocios?, ¿o es también cualquier persona que desea vivir por un tiempo en otro lugar? Participar de un congreso, por ejemplo, de Sociología en otro país, ¿es una acción de turismo?; un profesor que es invitado a realizar un *workshop* en un lugar diferente a su residencia, ¿es considerado como un turista?

### *Delineamiento del sistema turismo como hipótesis*

No es posible observar y describir a la sociedad desde fuera como si el observador (investigador) fuese una persona externa, toda vez que el observador es parte de la sociedad. ¿Acaso no ha sido en algún momento de su vida un turista en una ciudad o región desconocida por él? El observador observa un sistema por medio de una

operación de primer grado (observación basada en códigos y respuestas binarias), pero también mira el proceso por medio de una observación de segundo grado (observación sobre su papel como observador y si se encuentra en un lugar distinto al de su residencia habitual, como turista).

Veamos aquí un ejemplo. Un investigador que está realizando un estudio empírico sobre el turismo en otro país, región o ciudad ¿no posee al mismo tiempo diversos papeles? Como investigador y como turista, estará utilizando servicios de hostelería, gastronomía y orientación en el lugar de recepción. Su observación estará fundamentada en métodos científicos, pero podrá tener una visión subjetiva del país como turista. En este sentido, se deberá preguntar: ¿cómo observa el fenómeno del turismo, siendo él mismo un observador, un turista?

El observador en su acción de observar podrá tener los mismos sentimientos previos como desconocimiento, prejuicios, informaciones subjetivas previas, etc., del país o región que observa como un turista más, sin comprender el entorno cultural en el cual desarrolla su tarea de investigación y sin comprender las consecuencias de su acción, al proponer o planear un tipo de políticas para el turismo. Las propuestas serán diferentes entre un académico, un empresario o un político; así como son diferentes para la misma persona de acuerdo con el grado de observación que emprende en la realidad, o aún en función del contexto en el que se encuentra.

Así pues, como sucede en la acción de planificar, la actuación del observador o el investigador que delinea políticas públicas para el turismo, no se reduce a configurarlas, sino que él forma parte en este momento (como persona externa), como agente interno al sistema cuando se inserta en él, y también podrá representar el papel de turista en el futuro.

En esta línea argumentativa, proponemos que el turismo puede ser presentado como un sistema que denominamos “sistema turismo” (Pimentel *et al.*, 2011). Este planteamiento posee una orientación estratégica y conceptual y define cómo será la acción como resultado de la ejecución de sus operaciones internas subsecuentes. La consideración de presentar el fenómeno del turismo como un sistema, significa también verlo como un sistema autónomo y, en consecuencia, autorreferencial en sus operaciones internas por medio del cierre operativo (Vidal, 2015).

Para ejecutar este tipo de operaciones el observador adquiere un papel fundamental, toda vez que deberá diferenciar el sistema de su entorno y medio, o sea, distinguir entre los elementos que forman parte de este sistema y los que conforman su entorno.

La pregunta aquí es: ¿Puede el turismo como actividad orientada a la comunicación y a la transformación dinámica constante ser entendido a partir del supuesto del cierre operativo? Un sistema no puede existir sin un cierre previo que diferencia entre lo que es sistema y lo que es entorno. ¿Cuál debería ser, entonces, el cierre operativo del supuesto “sistema turístico” para que pueda ser tomado como un sistema autónomo?

Un sistema está compuesto también por diferentes subsistemas técnicos, responsables por su organización (Vidal, 2012). En el caso del hipotético sistema turismo, su entorno comprende: 1) el conjunto de empresas directamente vinculadas (empresas aéreas, hostelería, gastronomía, etc.), además de infraestructura, o sea, el sistema económico; 2) la academia como formadora de expertos (sistema ciencia); 3) las leyes que reglamentan el sector (sistema jurídico); 4) la cultura territorial en la que se inserta el turismo (sistema cultural); 5) el conjunto de comunicaciones conformado por los medios (sistema medios de comunicación); 6) las políticas públicas incentivadoras y para la población receptora (sistema político-administrativo); 7) control en aeropuertos e infraestructura (sistema de seguridad pública).

Por otro lado, destaca el papel del observador que denominamos aquí como “turista”, habida cuenta de que éste no sólo observa el fenómeno, sino que también interviene en la sociedad como un potencial turista y define mediante la operación, la diferencia entre la reproducción de los elementos de un sistema autorreferencial. Dicha operación es necesaria para la observación, toda vez que no es posible ejecutar observaciones comunicativas sin la existencia previa de un sistema (2014). La diferenciación de este sistema no es una operación arbitraria de observador, sino que debe contemplar múltiples relaciones (por ejemplo, cómo se relaciona el sistema jurídico con las leyes ambientales, tasas turísticas, etc.) o la arquitectura con el volumen construido de hoteles o parques acuáticos, y ser justificada en la medida en que hay un conjunto de operaciones funcionales que permiten diferenciar este hipotético sistema de su entorno o medio. El sistema en sus operaciones de diálogo con el sistema político-administrativo deberá definir o dar respuesta al modelo de turismo que se desee: de masas, cultural, de convenciones empresariales y corporativas, ecológico y ambiental, de grandes parques temáticos, etcétera.

Además, el turista juega un papel clave en el cierre operativo, toda vez que no es posible un sistema turístico sin turistas.<sup>4</sup> Así, la diferencia entre el entorno y el sistema que se observa en el proceso de “turistificación” – o emergencia y constitución de un sistema turístico, donde no había uno – es triple: a) el turista interviene como elemento externo, temporal y detonador de cambios funcionales y operativos; b) aporta una mirada selectiva y distintiva sobre algunos de los elementos ya existentes en la sociedad (o en el conjunto de sistemas con los cuales y a partir de los cuales el entonces sistema turístico emergente descansa); c) los cambios operativos y simbólicos que se operan en el emergente sistema demandan la constitución de un lenguaje propio – un código (binario) –; por ejemplo, “turístico” *versus* “no turístico”, que sirve para dar cuenta de la significación de los procesos operativos específicos que tienen sentido dentro del sistema turístico.

Las condiciones para la existencia de un sistema requieren la búsqueda de la observación de segundo grado para determinar su capacidad de autoobservación como sistema; y también de la observación de tercer grado (operación que diferencia el sistema de su medio). El observador debe, previamente en su decisión, distinguir

---

<sup>4</sup> La Teoría Social de Niklas Luhmann sitúa los procesos de comunicación en el centro, considerando a los sistemas sociales como redes de comunicación en lugar de colecciones de actores individuales. Los seres humanos no son el sujeto principal de su teoría; más bien, son la dinámica de la comunicación la que es de importancia central. Luhmann enfatizó la centralidad de los procesos de comunicación en su Teoría de los Sistemas Sociales, argumentando que el enfoque debería estar en comprender cómo opera la comunicación dentro y entre los sistemas en lugar de centrarse únicamente en los actores individuales. “Los sistemas sociales son sistemas de comunicación, y la comunicación tiene lugar entre elementos del sistema. Los elementos mismos pueden ser de cualquier tipo: personas, eventos, situaciones, cosas, símbolos o lo que sea. Se ponen en funcionamiento al ser incorporados a la comunicación, lo que significa que adquieren la capacidad de marcar la diferencia en el proceso de comunicación” (Luhmann, 1995, p. 75). Esta perspectiva desplaza el énfasis del individuo en la interacción y comunicación entre individuos y entidades sociales, evidenciando que, para él, la comunicación es el proceso fundamental a través del cual operan los sistemas sociales. Además, Luhmann aborda explícitamente el papel del individuo humano dentro de su teoría. En *Observaciones sobre la Modernidad* [*Observations on Modernity*] (1984), él afirma: “La teoría [de los sistemas sociales] puede llevarse a cabo sin ningún supuesto sobre los seres humanos. De hecho, es la ventaja de esta teoría, que puede abstraerse de los seres humanos. No es necesario comenzar con los seres humanos o suponer los seres humanos para derivar el surgimiento de la teoría de la sociedad” (Luhmann, 1984, p. 39). Esta cita ilustra la afirmación de Luhmann de que su teoría no requiere al actor humano individual como punto de partida. En cambio, se enfoca en los procesos de comunicación que ocurren dentro y entre los sistemas sociales. Así, queda abierta la posibilidad de pensar en el turismo como un sistema de flujos de comunicaciones –en lugar de personas– para futuras discusiones.

un sistema, los conceptos y selección de los actores que formarán parte de él (Vidal, 2014; 2015; 2017).

**Tabla 1. Presentación esquemática del subsistema turismo.**

<i>Sistema</i>	<i>Código</i>	<i>Función</i>
Sistema turismo	“Turístico” versus “no turístico”, siendo el “turístico” orientado a los procesos de “turistificación”, es decir, de la adición de elementos de otros sistemas en la “red” emergente de relaciones de los objetos (elementos) del sistema turístico.	Atribución de propiedades (o valor de uso turístico) a determinados recursos de otros sistemas, añadiéndoles una capa / camada con este nuevo valor de uso que les otorga una posibilidad de una nueva inserción.

Fuente: elaboración propia.

*El subsistema político-administrativo en el “sistema turismo” (un ejemplo).* El sistema político-administrativo, o en un tipo de diferenciación funcional más diferenciada con los códigos y las funciones, el subsistema administrativo, configura su programa por medio de normas y decisiones vinculantes que incluyen la eficacia y la eficiencia del sistema el cual deberá también proveer los medios.

El programa establece los criterios de atribución de los códigos, orientando así las operaciones del sistema en su conjunto (Vidal, 2017; 2023). En la situación de la acción del sistema, es posible resumirla por medio del código binario: “política pública eficaz / política pública no eficaz” o, incluso, en la perspectiva de acciones públicas orientadas para el turismo “acción eficaz para promocionarlo/acción no eficaz para promocionarlo”. En la prospección de políticas sostenibles de turismo en particular, las administraciones públicas y las organizaciones gubernamentales reducen sus contingencias y riesgos (para el futuro) por medio de la planificación del turismo.

Para una planificación sostenible, el código deberá ser: “turismo sostenible/ turismo no sostenible o, incluso como sucede a menudo: “turismo de masas depredador/ turismo de masas regulado”. El entorno, formado por otros subsistemas y por otros agentes como el sistema político-administrativo, está inserto en un ambiente externo de alta complejidad, formado por asociaciones, instituciones y grupos de la sociedad civil.

Al presentar al turismo como sistema, el programa por medio del cual el sistema turismo se justifica como un subsistema puede ser diferenciado de uno más amplio denominado sistema político-administrativo. El resultado de un plan para el

desarrollo del turismo dependerá aquí de decisiones político-administrativas o de las decisiones que resulten del gobierno. En este orden de configuración de las estructuras y operaciones, el sistema turismo, orientado para las decisiones previas vinculadas a la planificación y al desarrollo económico de una región o un país, constituye siempre un proceso contingente y de riesgo toda vez que estará sujeto a diversas amenazas (cambio climático, conflictos geoestratégicos, políticas internas de la región o país receptor, formación de la población y la fuerza de trabajo, etcétera).

**Tabla 2. Presentación esquemática del subsistema político-administrativo en el “sistema turismo”**

<i>Sistema</i>	<i>Código</i>	<i>Función</i>
Sistema turismo	Turismo orientado a la sustentabilidad (ecológica y cultural) /turismo no orientado a la sustentabilidad ecológica y cultural.	Regulación de la planificación turística evitando al máximo la contingencia y el riesgo.

Fuente: elaboración propia.

En síntesis, para la existencia de un hipotético *sistema de turismo*, es necesario un cierre operativo inicial como condición para la existencia de este sistema. Esta operación es realizada por medio de la autopoiesis; con ella aumenta la complejidad de este sistema y lo diferencia de un ambiente que no forma parte de él. Un cierre operativo por medio de la autopoiesis también tendrá sus limitaciones en relación con el ambiente; la estructura interna del sistema es organizada por medio de un programa y un *medium* que define los códigos binarios con los cuales este sistema se comunicará con otros sistemas y con su entorno.

Así, si el supuesto sistema de turismo desarrolla un código propio —turístico *versus* no turístico— como forma de orientar sus operaciones y de diferenciarse del entorno, conducirá a su autoconstitución; por otro lado, este sistema es extremadamente dependiente del entorno, lo cual tiene gran influencia en sus operaciones, por lo cual las perturbará. La interrogante será, por lo tanto, si se puede considerar como un sistema propio o más bien como un subsistema, y en este caso, en lugar del cierre operativo será el acoplamiento estructural lo que vendrá en primer plano en este contexto (Monteros *et al.*, 2013).

El acoplamiento estructural es una forma de autoprotección contra irritaciones externas, que pueden derivar de situaciones entre actores, posturas asimétricas entre

sistemas, pero también, de la apertura comunicativa a través de una orientación contextual. Esta operación permite que las comunicaciones e *inputs* procedentes del entorno del sistema turismo, sean operacionalizadas internamente y que este sistema se vea obligado a dar respuestas.

#### CUESTIONES METODOLÓGICAS: UN ESTUDIO BIBLIOMÉTRICO SOBRE EL TEMA

El objeto empírico de investigación fue definido como la producción bibliográfica en turismo que se vale de la aportación teórica de la Teoría Social de Niklas Luhmann, en Brasil en particular y América Latina en general. Para abarcar este objeto, se propuso en la presente investigación la búsqueda de información bibliográfica en diferentes bases de datos para conocer las características que tienen las publicaciones que incluyen el tema en el contexto mencionado.

Así, en la primera fase de investigación del estudio bibliométrico,<sup>5</sup> se procedió a la selección y recolección de datos, donde fueron elegidas 8 bases de datos (consideradas como las principales usadas en Brasil y en América Latina, en el área de turismo y conexas), a saber: 1) *Portal de Periódicos Capes*; 2) *Publicações de Turismo*; 3) *Redalyc* (Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal); 4) Scielo (*Scientific Electronic Library Online*); 5) SPELL (*Scientific Periodicals Electronic Library*); 6) BDTD (*Biblioteca Digital de Teses e Dissertacoes Capes*); 7) Actas del Encuentro Nacional de la ANPTUR (*Associação Nacional de Pós-Graduação em Turismo*); y 8) Actas del Encuentro Nacional de la ANPAD (*Associação Nacional de Pós-Graduação em Administração*). Dichas bases de datos fueron elegidas por concentrar casi la totalidad de la producción sobre el tema de turismo,<sup>6</sup> a partir del cual se delimita su interfaz con el tema específico de la Teoría Social luhmanniana.

---

<sup>5</sup> Los estudios bibliométricos usualmente han sido hechos utilizando una base de datos, lo que puede resultar en una muestra de datos sesgada, por más importante que sea la base elegida. Por este motivo, este estudio hace uso de diferentes bases de datos especializadas, con el fin de intentar ampliar la muestra de datos y disminuir la posibilidad de errores directos e indirectos en el proceso y obtener resultados más representativos y fidedignos, en relación con el cuadro de la producción bibliográfica sobre el tema en el contexto mencionado.

<sup>6</sup> *Portal de Publicações de Turismo*, porque reúne alrededor de 52 revistas científicas especializadas en Turismo de Latinoamérica, Portugal y España, con 17.025 documentos (consulta realizada en 20/3/24) siendo el mayor repositorio especializado en el tema de lengua no inglesa. Se recupera la información del portal:

Una vez identificadas las bases de datos, se procedió a la búsqueda de los documentos, que se caracterizó por hacer uso del término “Luhmann” aliado al término “turismo” (éste en 3 idiomas: español, portugués e inglés)<sup>7</sup> (véase tabla 3). Después de la búsqueda inicial, los resultados fueron debidamente analizados y divididos por las respectivas bases de datos; fueron excluidos después de una lectura inicial aquéllos que no correspondían

<http://www.each.usp.br/turismo/>; *Portal Scientific Periodicals Electronic Library (SPELL)*, reúne 142 revistas científicas en el área de Administración (Pública y de Empresas), Contaduría y Turismo (en Brasil), siendo el principal repositorio nacional de esta área en Brasil y de América Latina con 68 mil 214 documentos (20/3/24). Se recupera la información del portal: <http://www.spell.org.br/>; *Portal Scientific Electronic Library Online (SciELO)*; es el principal portal de periódicos Latinoamericano, de todas las áreas del conocimiento, con 1654 periódicos y 1,194,560 documentos publicados (en 20/3/24). Se recupera la información del portal: <https://scielo.org/>; *Portal de Periódicos Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES)*, más allá de recuperar también gran parte de las revistas no inglesas indizadas en grandes bases de datos, también confiere acceso a miles de revistas científica de bibliotecas mundiales, sobre todo de habla inglesa. Se recupera la información de: <https://www-periodicos-capes-gov-br> (en 20/3/24); Actas del *Encontro Nacional da Associação Nacional de Programas de Pós-graduação em Administração (ENANPAD)*, debido a que es el 2º mayor encuentro mundial de administración del mundo y reúne cerca de 4 mil trabajos de investigación al año, siendo la principal ventana de presentación de estudios en proceso (*working papers*), los cuales son publicados en revistas científicas posteriormente. Se recupera la información del portal: <http://www.anpad.org.br/>; *Catálogo de teses e dissertações CAPES*, la cual es una plataforma brasileña perteneciente a Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) que permite el acceso a 901, 915 documentos (en 20/3/24) derivados de investigaciones de posgrados de 140 universidades y sus programas de excelencia académica e investigativa. Se recupera la información de: <https://catalogodeteses.capes.gov.br/catalogo-teses/#/>

<sup>7</sup> Por otro lado, el trabajo complementario consistió en el análisis de la información encontrada en las bases de datos (aquí es necesario decir cuántos resultados se encontraron originalmente cuando se lanzaron los términos y búsqueda en cada base de datos), publicaciones científicas de cada una de las bases de datos de búsqueda. En seguida, dada la sobreposición de documentos entre las bases de datos (un mismo documento puede aparecer en varias bases), la pertinencia del uso del término (la búsqueda retorna con resultados de todos los documentos que contienen alguna o todas las palabras del término de búsqueda, lo que no significa, sin embargo, que el texto se dedique específicamente al tema; puede existir apenas una cita o un texto listado en las referencias finales sin que el tema sea efectivamente tratado en el documento) y la disponibilidad (hay documentos que constan en los resultados de búsqueda, pero que no están disponibles – o porque son pagados, o porque el link no está activo, entre otras razones, lo que imposibilitó la consulta del mismo y su inclusión en la muestra), se tomaron estos criterios como guía para llegar a la conformación de la muestra de este estudio, la cual fue constituida por 41 documentos. Por supuesto, ella no representa la totalidad de los documentos existentes ni permite, dado su pequeño número, inferencias estadísticas. Sin embargo, dada la ausencia de estudios similares sobre el tema y el uso de varias bases de datos, creemos que los resultados son razonablemente robustos para caracterizar el campo temático en Brasil.

al término de búsqueda que contenía las palabras “Niklas Luhmann” + “Turismo”.<sup>8</sup> Es importante destacar que los trabajos que sólo presentaban uno de los términos de la búsqueda también fueron excluidos del análisis. Derivado de ello, se consigna información importante de cada uno de los documentos tales como abordaje teórico, principales resultados, año de publicación: metodología usada, tipo de investigación, lugar de aplicación, revista científica, indexación, número de citas, entre otros.

**Tabla 3. Documentos seleccionados por bases de datos**

<i>Base de datos</i>	<i>Número inicial</i>	<i>Exclusiones*</i>	<i>Número final</i>
Portal de periódicos Capes	22	16	6
Publicações de turismo	6	4	2
Redalyc	38	8	30
Scielo	2	2	0
SPELL	13	13	0
Biblioteca Digital de Teses e Dissertações Capes	3	1	2
Anais Anptur	1	0	1
Anais Enanpad	0	0	0
Total de documentos inicialmente encontrados	85	44	41
Total de documentos analizados (muestra final)			41

Nota: véase explicación detallada en la nota #6.

Fuente: elaboración propia.

<sup>8</sup> Fueron realizados 3 tipos de exclusión: 1) exclusión por falta de relevancia del contenido: al utilizar el parámetro de búsqueda (“Luhmann”), se observó que entre los resultados había documentos que mencionaban la palabra “turismo” al menos una vez, en algún lugar (por ejemplo, en la lista final de referencias), pero que, de hecho, el texto no trataba sobre el uso de la teoría de Niklas Luhmann en estudios de turismo; 2) tipo de documento: cuando el documento en cuestión no se refería a artículos científicos, ensayos, tesis o disertaciones, sino a editoriales, resúmenes, reseñas u otro tipo de comentario breve que no profundizaba en la obra de Luhmann ni proporcionaba una reflexión sobre su uso en el turismo; y 3) duplicidad de documentos: cuando el mismo texto aparecía en más de una base de datos. En este caso, sólo se contabilizaba y analizaba una vez. Además, vale la pena mencionar que en estudios de esta naturaleza es común encontrarse también con la imposibilidad de recuperar algún archivo, que puede no estar disponible para su descarga por diversas razones, como enlaces rotos, artículos retirados debido a problemas de derechos de autor, eliminación por plagio o mala conducta, entre otros. En este estudio, en los dos casos en los que no fue posible acceder a los artículos directamente desde la base de datos consultada, se procedió a buscarlos a través de otros medios electrónicos (por ejemplo, *Google Scholar*), siendo posible recuperarlos y mantenerlos en la muestra.

El análisis realizado fue del tipo bibliométrico, el cual recopila la información de publicaciones y la categoriza según criterios diversos. Esto permite examinar la producción bibliográfica de un tema en una disciplina o área de conocimiento, centrándose en las categorías teóricas y metodológicas más utilizadas por la comunidad científica estudiada (Lenine & Mörschbacher, 2020). Para el presente estudio bibliométrico, se utilizaron los indicadores relacionados por Soares *et al.* (2018), quienes compilan las principales categorías más utilizadas y difundidas como lo son: la Ley de Lotka, Ley de Bradford, Ley de Zipf; el número de publicaciones por autor, revista, institución o tema, número de citas, índice de afinidad, lazos científicos, y co-citaciones (Véase tabla 4).

**Tabla 4. Indicadores bibliométricos.**

<i>Indicador</i>	<i>Concepto</i>
Ley Lotka	Investiga las distribuciones de frecuencia de autoría de artículos sobre un tema/área determinada.
Ley de Bradford	Investiga las distribuciones de frecuencia del número de artículos publicados por revistas sobre un tema/área determinada.
Ley de Zipf	Investiga las distribuciones de frecuencia del vocabulario de los textos en un tema/área determinada.
Número de publicaciones por autor, revista, institución o tema	Investiga el volumen de publicaciones por autores, revistas, instituciones o temas en un área determinada.
Número de coautores/ Colaboradores	Investiga la cooperación entre representantes de entidades y países, en investigaciones conjuntas, con el propósito de crear una matriz que muestre los principales socios y proporcione la descripción de la red científica.
Co-publicaciones: publicación con autores de diferentes países, instituciones	Investiga la cooperación entre representantes de entidades y países en investigaciones conjuntas, con el objetivo de crear una matriz que destaque a los principales socios y proporcione una descripción de la red científica.
Número de citas	Investiga el impacto de artículos, revistas e investigadores en función del número de citas.
Índice de afinidad	Investiga la tasa relativa de intercambios científicos (entre países, instituciones) a través de citas.
Lazos científicos	Investiga y mide la influencia de las redes entre diferentes comunidades científicas.
Co-citaciones	Investiga el número de veces que dos o más artículos son citados simultáneamente en un mismo artículo.

Fuente: Recuperado de Soares *et al.* (2018, pp. 321-322).

Para complementar el proceso de análisis de datos, propuesto por el estudio bibliométrico, se hizo uso de la estadística descriptiva para conseguir información relevante con respecto a los estudios del fenómeno del turismo elegidos como muestra para el presente trabajo, en este caso se refleja una síntesis del análisis con las características de dichas publicaciones.

#### ANÁLISIS BIBLIOMÉTRICO DE LA LITERATURA EN TURISMO SOBRE NIKLAS LUHAMNN EN BASES DE DATOS SELECCIONADAS

##### *Mapeo de la producción reciente sobre Luhmann en el Turismo*

Con la finalidad de contrastar las conclusiones con los estudios encontrados en las bases de datos revisadas —*Portal de periódicos Capes, Publicações de Turismo, Redalyc, Scielo, SPELL, Biblioteca Digital de Teses e Dissertacoes Capes, Anais Anptur, Anais Enanpad*—, buscamos con este estudio analizar información importante para identificar cómo se trata el tema en la investigación científica, considerando: el tipo de trabajo (artículo, tesis o disertación), el periodo con mayor número de publicaciones, revistas científicas, indexación; enfoque teórico, metodología utilizada, género del primer autor, entre otros.

Se puede señalar que los resultados representan 85 de un total de 3,308,539 de documentos existentes posibles (entre el 0,0001 %), o 41 dentro del total de 1,995,765 para los textos válidos (es decir, considerando tan sólo las bases con resultados diferentes de cero y excluidas las repeticiones), lo que corresponde a 0,00002 % de los documentos totales disponibles en cada uno de los buscadores alusivos a los términos de búsquedas referentes a “Luhmann” y “Turismo”, en todos los idiomas en que se presentan en las diferentes bases (véase tabla 5).

**Tabla 5. Distribución de los documentos válidos encontrados y seleccionados por base de datos.**

<i>Base de datos</i>	<i>Total de documentos encontrados</i>	<i>Total de documentos de la base</i>	<i>% en relación con el total</i>
Portal de Periódicos Capes	6	275000	0,0021
Publicações de Turismo	2	17,025	0,0117
Redalyc	30	798,252	0,0047
Scielo	0	1,194,560	0
SPELL	0	68,214	0
Biblioteca Digital de Teses e Dissertacoes Capes	2	901,915	0,0002
Actas del ANPTUR	1	3,573	0,0270
Actas del ENANPAD	0	50,000*	0
Total de documentos encontrados	41	3,308,539	0,00001

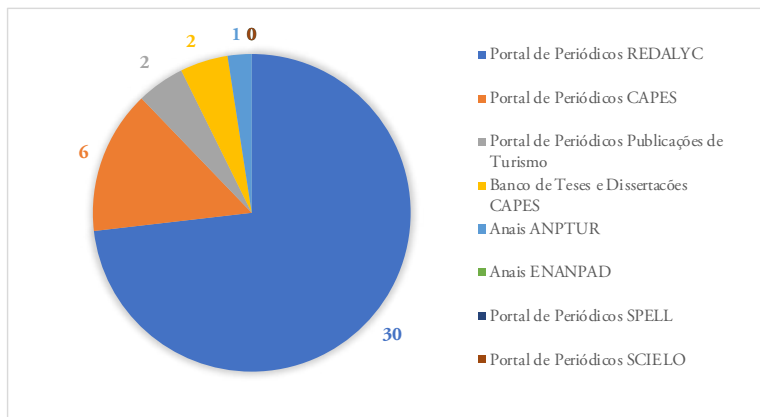
Nota: \* sin cantidad oficial, número aproximado; \*\* excluido los números de *SPELL* y *Actas del ENANPAD* (en rojo) por no presentar en ningún registro; en *Publicações de Turismo* de los 6 documentos encontrados, 4 ya habían sido identificados en otra base de datos, en *Scielo* los 2 documentos encontrados ya habían sido identificados en otra base de datos, así se excluyó la repetición para que fueran contabilizados dichos documentos una sola vez.

Fuente: elaboración propia con base en los resultados de búsqueda de base de datos seleccionados.

Cuando se analiza la distribución de la muestra entre las bases de datos consultadas, se observa que la base *Redalyc* concentra 73.1 % (30 de los 41 documentos válidos), mientras otras bases como *SPELL* y *Actas del ENANPAD* no tienen documentos sobre el tema (0 %). El *Portal de Periódicos Capes* cuenta con 14.6 % de la producción existente encontrada, lo que es algo sorprendente porque es la base de datos con mayor volumen de documentos, y recaba y concentra la literatura internacional en inglés.

Hay, por lo tanto, evidencia de que este tema ha sido poco explorado en lengua inglesa (y por los datos existentes, menos explorado en español o portugués). Las demás bases –*Publicações de Turismo* (4.8%), *Biblioteca Digital de Teses e Dissertações Capes* (4.8 %), y *Actas del ANPTUR* (2.4 %)– agrupan una producción residual, siendo evidente que son canales poco utilizados para la difusión de discusiones sobre el tema.

**Figura 1. Distribución entre las bases de datos.**

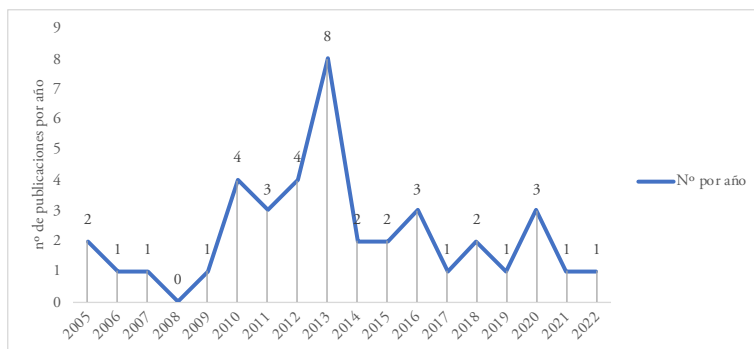


Fuente: elaboración propia.

La distribución de los estudios a lo largo del tiempo es baja y regular (véase figura 2). También se observa una distribución bastante homogénea de las publicaciones en turismo; el recorte temporal establecido comprende el periodo entre 2005 y 2022 y se dio en función de la existencia de documentos que hacen uso de la teoría de Niklas Luhmann, cuyas primeras publicaciones registradas datan del año 2005. En los 18 años analizados, el promedio de publicaciones sobre el tema fue de 2.2 por año, siendo la moda 1 publicación por año. El año con el mayor volumen fue 2013, con 8 (19.5 %) publicaciones en diferentes bases de datos, seguido por los años 2010 y 2012 con 4 (9.7 %) cada uno, y 2016 y 2020, cada uno con 3 (7.3 %) trabajos.

La década de 2010-2020 concentra el 80.4 % de la producción sobre el tema. Específicamente, a excepción del pico alcanzado en 2013, los años inmediatamente anteriores (2010-2012), con 26.8 %, y posteriores (2014-2016), con 17 %, son los periodos en los que se concentra la mayor parte de la producción. En este sentido, el crecimiento y declive observado sugiere que posiblemente está limitada predominantemente a los mismos autores y grupos de investigación que trabajan en el tema. Además, parece haber habido un evento externo (por ejemplo, un número temático sobre el tema) en 2013 que podría haber suscitado una eventual producción adicional de textos, de autores no habituales en relación con la teoría.

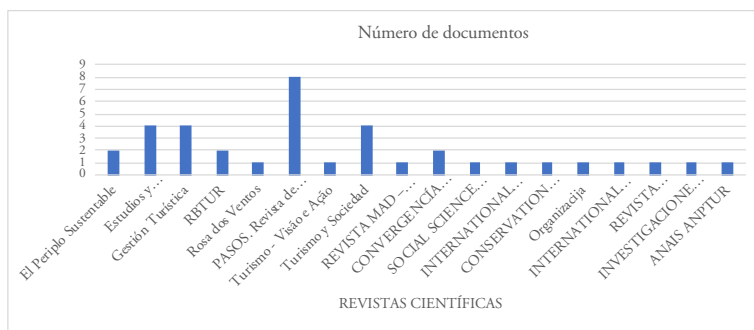
**Figura 2. Relación de publicaciones encontradas y línea de tendencia.**



Fuente: elaboración propia.

Aproximadamente, 97 % de los trabajos seleccionados se caracterizan como artículos científicos, 2 % son tesis de maestría, presentadas en programas de posgrado de universidades brasileñas y 1 % son reseñas. En este contexto, se observó que *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* presentó el mayor número de trabajos relacionados con el tema (Luhmann & turismo), con un total de 8 artículos, seguida por las revistas *Estudios y Perspectivas en Turismo*, *Gestión Turística* y *Turismo y Sociedad*, cada una presentando 4 artículos sobre la temática estudiada (véase Figura 4).

**Figura 4. Número de trabajos distribuidos por revista científica.**

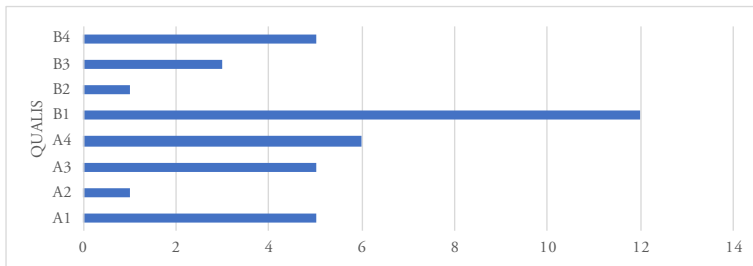


Fuente: elaborado por los autores, 2024.

Además, es importante destacar que, junto con las revistas presentadas en la muestra, se verificaron sus respectivas evaluaciones en el *Qualis* a través de la Plataforma

*Sucupira* (Figura 5). De esta forma, considerando el mayor número de trabajos por revista, se encuentran *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* (B1), *Estudios y Perspectivas en Turismo* (A3), *Gestión Turística* (B4) y *Turismo y Sociedad* (A4) (según el Gráfico 4). Las publicaciones con las mejores evaluaciones en *Qualis* son: *Social Science & Medicine* (1982), *Convergencia* (Toluca, México) e *International Review for the Sociology of Sport*, todas clasificadas como A1 en la plataforma *Sucupira*.

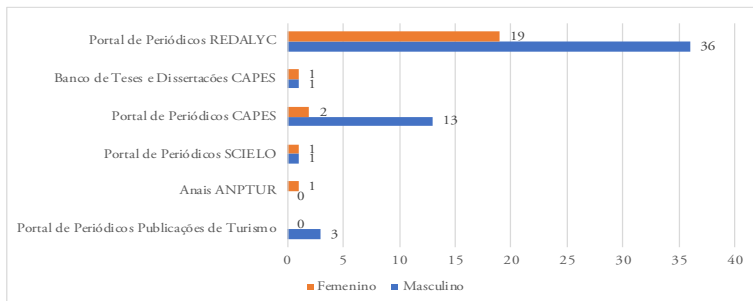
**Figura 5. Evaluación de las revistas en la plataforma *Sucupira*.**



Fuente: elaborado por los autores, 2024.

En cuanto al perfil biográfico de los autores, específicamente analizando las publicaciones relacionadas con el género, se observa una gran predominancia de trabajos realizados por personas del sexo masculino. En el portal *Redalyc* se encontró que 36 % son autores del sexo masculino, mientras que 19 % son del sexo femenino (Figura 6).

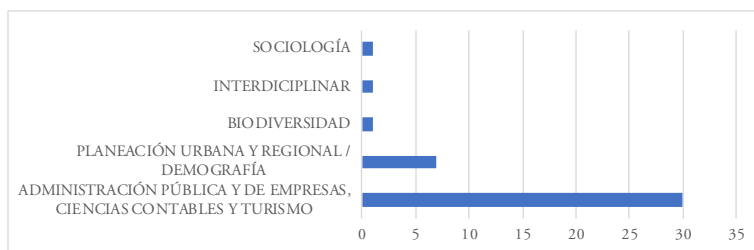
**Figura 6. Publicaciones según el género de los autores principales (primer autor) de los trabajos.**



Fuente: elaborado por los autores, 2024.

En relación con el área de clasificación en *Qualis* de la plataforma *Sucupira*, se encontró predominancia de trabajos presentes en el área de Administración Pública y Empresas, Ciencias Contables y Turismo, con un total de 30 artículos, seguido por Planeamiento Urbano y Regional/Demografía con 7 (Figura 7).

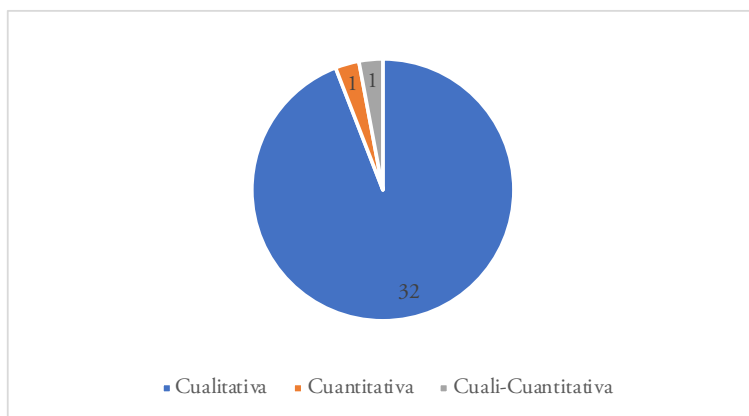
**Figura 7. Área de concentración de los trabajos analizados.**



Fuente: elaborado por los autores, 2024.

En *términos metodológicos*, cuando se verificó la metodología utilizada en los trabajos analizados para el desarrollo de la investigación, se pudo constatar que 32 (78 %) de ellos utilizaron la investigación cualitativa como método principal, mientras que los demás emplearon el método cuantitativo (2.4 %) y cuali-cuantitativo (2.4 %) (Figura 8).

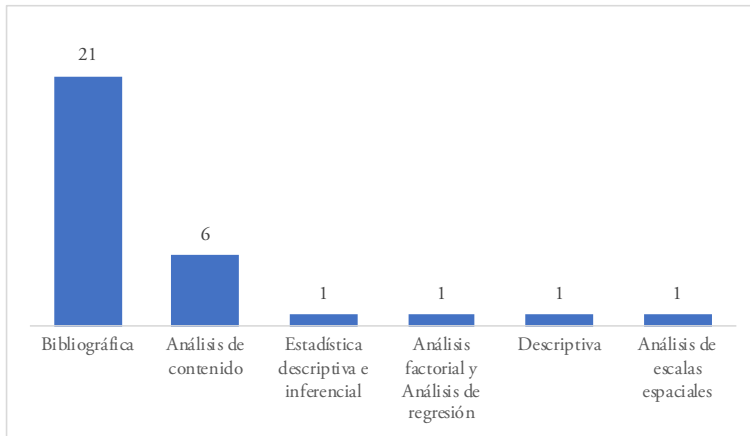
**Figura 8. Tipo de investigación realizada en los trabajos.**



Fuente: elaborado por los autores, 2024.

Por otro lado, en cuanto al método de análisis utilizado en estos trabajos, se observó una predominancia de la investigación bibliográfica con un total de 21 (51.2 %), seguida del análisis de contenido con 6 (14.6 %), los demás corresponden al 2.4 % (Figura 9).

**Figura 9. Método de análisis realizado en los trabajos.**



Fuente: elaborado por los autores, 2024.

En relación con las *teorías abordadas en las investigaciones*, se observa una gran predominancia de la Teoría de los Sistemas Sociales de Niklas Luhmann (29.2 %) como la corriente teórica principal utilizada para el análisis en diferentes contextos del turismo, seguida por la Teoría de la Sociedad también del sociólogo Niklas Luhmann (12.1 %). Cabe destacar que todos los trabajos analizados utilizan las teorías de Luhmann en su construcción teórica, aunque algunos emplean más de una aproximación (Figura 10).

**Figura 10. Los 10 principales conceptos de la Teoría Social de Luhmann observados en las investigaciones.**

<i>Teorías y conceptos de Niklas Luhmann</i>	<i>Nº</i>	<i>%</i>
Teoría (general) de los sistemas / abordaje sistémico	15	36,6
Análisis relacional	3	7,32
Riesgo	3	7,32
Teoría de la sociedad	3	7,32
Confianza y cooperación	2	4,88
Capital social	1	2,44
Organización	1	2,44
Sistemas autopoieticos	1	2,44
Sistemas complejos	1	2,44
Teoría cibernética	1	2,44
Otros*	10	24,4
Total	41	100%

Nota: artículos con teoría en primer plano, 31 de los 41 analizados.

Fuente: elaborado por los autores, 2024.

Por otro lado, cuando se analizan los principales temas de turismo en los documentos con base en las aportaciones de Luhmann, se identifica que los objetos del turismo abordados son muy variados, con una ligera diferencia para el deporte con 2 publicaciones (4.88 %) mientras los demás temas presentan una distribución homogéneamente fragmentada con 1 trabajo cada una (2.44 %).

**Figura 11. Los 10 principales temas de turismo en los documentos con base en las aportaciones de Luhmann.**

<i>Temas y conceptos del turismo</i>	<i>Nº</i>	<i>%</i>
Sociology of sport (turismo y deporte)	2	4.88
“El multiconjugado académico”	1	2.44
Cartografía dos saberes	1	2.44
Desarrollo turístico	1	2.44
Destino turístico de eventos deportivos	1	2.44
Epistemología del turismo	1	2.44
Hospitality industry	1	2.44
La hospitalidad recíproca del Couchsurfing	1	2.44

La imagen cognitiva y afectiva	1	2.44
Las teorías de las motivaciones turísticas	1	2.44
Otros*	31	75,6
Total	41	100%

Nota: artículos con temas de turismo como tema principal, 10 de los 41 analizados.

Fuente: elaborado por los autores, 2024.

En el análisis, aparecieron 81 autores, la mayoría apenas una vez, siendo un total de 73 (90.10 %) autores. Los demás autores que fueron 8 (9.87 %) tuvieron una presencia mayor en los artículos con la temática estudiada. El autor con mayor representatividad fue Maximiliano Emanuel Korstanje en 8 (9.88 %) artículos, seguido por Maribel Osorio García con 7 (8.64 %) artículos; los demás, apenas aparecieron dos veces, como se presenta en la figura 12.

**Figura 12. Los 10 principales autores en los documentos con base en las aportaciones de Luhmann en el turismo.**

<i>Autores</i>	<i>Cantidad</i>	<i>%</i>
Maximiliano Emanuel Korstanje	8	9.88
Maribel Osorio García	7	8.64
Edgar Esquivel Solís	2	2.47
Gerardo Novo E. de los Monteros	2	2.47
Javier Torres Nafarrate	2	2.47
Rocío del Carmen Serrano Barquín	2	2.47
Romano Gino Segrado Pavón	2	2.47
Rudinei Picinini	2	2.47
Alejandro Palafox Muñoz	1	1.23
Alfonso González Damián	1	1.23

Fuente: elaboración propia.

### *Síntesis y discusión*

De forma general, se puede sintetizar el perfil de la producción bibliográfica en turismo inspirada por la Teoría Social de Luhmann como netamente marginal (tema menor

que 0.001 % de las publicaciones en turismo en los buscadores analizados); en la base *Redalyc* se concentra la mayor cantidad de textos (con 73.1 % del total de documentos válidos); cuya producción se inicia en 2005 y se extiende hasta 2022, teniendo un promedio de 2.2 documentos publicados por año, y un “pico” en publicados en 2013 con 8 artículos (19.5 %).

Del total de documentos analizados, 97 % de los trabajos seleccionados se caracterizan como artículos; *Pasos* es la revista que tiene mayor concentración de documentos (8). Se destaca que los trabajos se concentran mayormente en el área de Administración Pública y Empresas, Ciencias Contables y Turismo (30), y que son mayoritariamente de carácter cualitativo (78 %), más específicamente teóricos (51.2 %), y concentran la discusión de la Teoría de Sistemas Sociales (12), de forma genérica.

### *¿Qué dicen los estudios sobre Luhmann en el turismo?*

Desde una mirada cualitativa —sin hacer una revisión sistemática de la literatura, lo que excedería los límites de este texto— se pueden verificar tres cuestiones clave en los estudios sobre Luhmann en el campo turístico.

*Hay una tendencia aproximativa a un primer nivel de abordaje de su teoría y su acercamiento hacia el turismo.* Del total de los trabajos analizados, casi la mitad (43.9 %) está compuesta de documentos que promueven un primer acercamiento al tema. Al hacerlo, usualmente exploran, de forma genérica (o no específica), su teoría de los sistemas sociales; enfocándose sobre todo en el tema de sistemas, las partes y sus interrelaciones (Rocha *et al.*, 2017, p. 626). En el original: “La contribución de este estudio radica en la propuesta de establecer relaciones y parámetros que permitan comprender el proceso de construcción epistemológica y metodológica de la investigación en turismo, en este caso, desde la perspectiva del enfoque sistémico”.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> No original: “A contribuição advinda deste estudo está na proposta de estabelecer relações e parâmetros que possibilitem compreender o processo de construção epistemológica e metodológica da pesquisa em turismo - neste caso, na visão da abordagem sistêmica”.

Un ejemplo positivo de la discusión amplia sobre la teoría de Luhmann, aparece en Osorio-García (2000), *Nuevos Caminos para el Estudio del Turismo desde la Teoría de Sistemas*, donde se hace un recorrido más largo y completo sobre sus conceptos y su traducción al turismo, pasando por los antecedentes de la Teoría de Sistemas, la relación sistema/entorno, la Teoría de Sistemas Sociales, la diferenciación funcional en el sistema turístico y las interrogantes para una interpretación sistémica luhmanniana del turismo: su reproducción no autopoiética, su acoplamiento estructural con otros sistemas, y la necesidad de un código binario.

*Hay una exploración selectiva y puntual de aspectos de la actividad turística, con base en algún concepto luhmanniano, como una especie de insight inicial, pero sin continuidad.* Al presentar un sobrevuelo sobre la teoría de Luhmann, este grupo de trabajos se enfocan más bien en la exploración de un único concepto (o un número estricto de ellos), como, por ejemplo, el análisis relacional, el riesgo (Korstanje, 2010; 2015), el capital social (Sagrado Pavón *et al.*, 2013), la confianza y la cooperación (Ehtiyar & Aktas, 2006), entre otros. Un ejemplo es el trabajo de Pimentel *et al.* (2014) quienes han analizado el problema de la autopoiesis en el sistema turístico.<sup>10</sup> Según los autores:

Con el fin de analizar cómo el entorno puede exigir al sistema turístico respuestas operativas de funcionamiento, se estudiaron tres posibles sistemas turísticos, indicados por parámetros espaciales, a escala mundial (macro), nacional (meso) y regional/municipal (micro). En cuanto al entorno, las discusiones teóricas sobre los modos de integración de los pueblos en la civilización moderna permitieron comprender cómo se constituyó el entorno de múltiples relaciones en que se insertan los sistemas turísticos en la actualidad. A partir de ahí, fue posible percibir que, al mismo tiempo que son interdependientes, las relaciones entre el entorno y los diferentes sistemas turísticos son desiguales, ya que los recursos (materiales, tecnológicos, información, etc.) a los que pueden recurrir los sistemas turísticos están dispuestos de manera desigual en el entorno.

---

<sup>10</sup> Esta iniciativa de investigación del entorno surgió en función de una proposición de Luhmann sobre la forma del sistema. Para el autor, la forma compuesta de dos lados —el sistema y el medio— a menudo se analiza en la Teoría de los Sistemas considerando solo uno de los lados —el sistema—, siendo el entorno relegado del debate sobre cómo el sistema es llevado a responder a exigencias funcionales impuestas por el medio.

Fue posible percibir que el entorno es capaz no sólo de influenciar los sistemas turísticos e interferir en ellos, afectando su funcionamiento, sino también de distinguir los sistemas turísticos entre sí. Por lo tanto, surgen algunas preguntas: ¿el sistema turístico es capaz de organizarse y elegir sus propias estructuras? ¿La realización de operaciones autopoiéticas es inherente a los sistemas, debiendo ser tratada como principio en la Teoría de los Sistemas, o son inherentes a los sistemas autopoiéticos, así definidos de la misma forma que se caracterizan sus operaciones?

El sistema turístico, como quedó evidente, no es un sistema autopoiético en el que el acoplamiento estructural actúa estimulando las operaciones; en cambio, es capaz de determinar qué, cómo y dónde se procesarán éstas. Por lo tanto, la forma del sistema turístico no es autorreferenciada, sino referenciada por dinámicas ajenas al sistema<sup>11</sup> (Pimentel *et al.*, 2014).

*Hay pocos trabajos —en verdad son la excepción— de un grupo reducido de autores que han publicado un volumen pequeño de estudios, textos y ensayos, pero de forma continuada a lo largo del tiempo.* Es el caso, por ejemplo, de los trabajos de Maximiliano Korstanje (2010; 2011; 2012; 2013; 2015) y de Osorio-García (2000; 2005; 2007), como único autor, o en colaboración (Monteros *et al.*, 2012), quienes tienen un liderazgo en la producción científica bajo este tema. Sin embargo, los trabajos de Korstanje se enfocan en conceptos o elementos de Luhmann, mientras Osorio-García ha elaborado reflexiones más sistemáticas en torno a la teoría del autor. A pesar de ser prematuro clasificarla como una escuela, resulta claro que su producción, sea individual o en colaboración, ocupa un lugar destacado, no sólo por la cantidad de aportaciones (cerca de una cuarta parte de los documentos encontrados), sino que constituye también parte de los análisis más estructurados y sistemáticos con base en la teoría

---

<sup>11</sup> Una conclusión similar es alcanzada por Osorio-García (2000, p. 233), quien considera que: “[...] el estudio del turismo representa interpretarlo como una distinción dentro de varios sistemas y no como una conjunción de elementos que conforman por sí mismo un “sistema”. La primera implicación que surge (y se considera la de mayor trascendencia) es que su comprensión no puede ser referida a una autorreferencialidad propia, sino a la de un código unitario de un sistema funcional. Ello se traduce en que su evolución no se encuentra en función de su propia fenomenología, sino que está sujeta a la autopoiesis del sistema económico, del educativo, del sistema del derecho, etcétera. El turismo no evoluciona según su propia fenomenología, sino que está sujeto a la autopoiesis de sistemas como el económico, el educativo y el jurídico”.

de Luhmann, en el campo del turismo; siendo, por lo tanto, una de sus principales intérpretes en este contexto. Aquí también vale mencionar los esfuerzos de Rocío del Carmen Serrano Barquín (investigadora de la Universidad Autónoma del Estado de México).

### *Gaps y propuestas*

En los epígrafes y apartados anteriores hemos expuesto, de manera introductoria, y, por lo tanto, sin profundizar, tres cuestiones relacionadas con el fenómeno del turismo y con los conceptos de las teorías de sistemas autorreferenciales. En este sentido, hemos analizado el fenómeno en Brasil con base en la producción teórica y en las posibilidades de seguir profundizando y desarrollando esta teoría. Para ello hemos analizado tres cuestiones fundamentales para continuar con el desarrollo de este camino teórico:

- La posibilidad conceptual y operativa de considerar el fenómeno del turismo no sólo como un sistema basal (constituido por *inputs* y *outputs*), sino como un sistema autónomo y, por lo tanto, autorreferencial con operaciones internas propias.
- El considerar y explicar el turismo como un sistema autónomo requiere presentarlo de manera conceptual por medio de conceptos procedentes de la Teoría de Sistemas con sus posibles códigos, funciones y operaciones.
- Como complemento a las dos hipótesis anteriores, hemos considerado el ejercicio de presentar el estado del arte de la producción bibliométrica de artículos publicados en Brasil que vinculan, establecen un nexo e inician un diálogo todavía tímido entre el fenómeno del turismo y la Teoría de Sistemas luhmannianas.

La posibilidad conceptual y operativa de considerar el fenómeno del turismo como un sistema autónomo y, en consecuencia, autorreferencial, requiere de estudios detallados sobre la construcción de sistemas en sus posibilidades y límites operativos delineados inicialmente por Luhmann. En este sentido, es necesario introducir y ampliar conceptos todavía poco analizados como son: acoplamiento estructural, orientación contextual, o los sistemas de interacción continuados (Vidal, 2015; 2017). Este tipo

de operación requerirá de estudios más profundos sobre qué se entiende por “turista” y por “no turista”, diferenciación de este hipotético sistema; y de cómo la teoría luhmanniana y las aportaciones posteriores neosistémicas (ortodoxas y heterodoxas) pueden resolver los posibles “puntos ciegos” en esta teoría.

El segundo factor conceptual está orientado a la operación abstracta de explicar el turismo como un sistema autónomo. Ello requiere presentarlo de manera conceptual por medio de conceptos procedentes de la Teoría de Sistemas, con sus posibles códigos, funciones y operaciones. No es un camino fácil, pues el turismo, como un fenómeno dinámico en el que intervienen ámbitos sociales, culturales y económicos, requiere presentarlo de manera heurística operativa. Las publicaciones existentes se han limitado a numerosos estudios de caso, con escasa reflexión teórica, por lo que su utilidad práctica queda reducida a estudios concretos sin posibilidad de establecer hipótesis que puedan ser aplicables al fenómeno considerado de manera más amplia y en su relación con la sociedad.

Por último, indicar como premisa, la todavía escasa producción académica que utiliza la Teoría de Sistemas Autorreferenciales en las Instituciones de Enseñanza Superior en Brasil. Si bien en los últimos años es posible identificar un aumento paulatino de las publicaciones, éstas se restringen, en su mayoría, al ámbito disciplinario de las Ciencias Jurídicas, siguiendo por la Administración y la Gestión. Son escasas las publicaciones en Sociología y Ciencia Política y en la Teoría Organizacional (Vidal, 2017; 2015; 2012) o en otras áreas del conocimiento.

A este hecho, hay que añadir la inexistencia de estudios empíricos (observaciones de segundo orden) en ámbitos sociales o profesionales específicos, fundamentados en conceptos de la Teoría de Sistemas Autorreferenciales, destacando el ámbito de las organizaciones jurídicas (Vidal, 2014). Es necesario enfatizar que el hecho de filtrar los conceptos o nociones de “turismo”, “sistemas” o, incluso “Luhmann” (como hemos expuesto en el apartado de metodología), no significa necesariamente que el artículo identificado se fundamente en las hipótesis de la Teoría de Sistemas, sino que puede darse el caso que tan sólo utilice alguno de estos conceptos sin asumir plenamente una observación o exposición sistémica, ya sea en una lectura ortodoxa o heterodoxa.

## REFLEXIONES FINALES

En este artículo se propuso identificar, mapear y caracterizar la literatura científica en turismo que se fundamenta en los trabajos de Luhmann. De forma general, se verificó que la literatura existente es escasa, puntual, fragmentada, predominantemente teórica y sin una reflexión sistemática de su obra. Se presenta un análisis sintético, actualizado y preciso sobre la recepción de la obra de Luhmann en los estudios turísticos brasileños, latinoamericanos y, en gran medida, a nivel mundial.

Así pues, no es posible establecer un perfil de la producción sobre este fenómeno basado exclusivamente en la Teoría de Sistemas Autorreferenciales, sino que aparecen citas y referencias de ella sin que sea posible determinar que se trata de nuevas aportaciones a la teoría. Para futuros estudios, resulta necesario identificar con más claridad y detalle las posibilidades de esta teoría (ya sea en publicaciones ortodoxas o heterodoxas) en sus puntos ciegos, paradojas y avances cualitativos con capacidad explicativa para ser aplicados en la realidad del fenómeno del turismo en un país del sur global, como es Brasil.

En suma, la utilización de la Teoría de Sistemas Autorreferenciales de Niklas Luhmann constituye un desafío para la experimentación de nuevas posibilidades de observación y análisis del fenómeno del turismo en Brasil, en América Latina y posiblemente en el mundo cuando se trata de su relación con los estudios turísticos. No será un camino fácil por diversos motivos: las todavía escasas publicaciones y traducciones al portugués de la producción de Niklas Luhmann dificultan su análisis para un público más amplio. Asimismo, la elevada abstracción de su teoría desanima a muchos estudiosos a seguir con este camino iniciado.

Por último, las resistencias de otras corrientes teóricas y de sus representantes académicos en facultades y departamentos, en aceptar esta teoría como una contribución para explicar la complejidad y contingencia de los fenómenos en las sociedades actuales. Estos fenómenos no son nada más una característica de las universidades brasileñas y latinoamericanas, sino que reaparecen de manera transnacional.

## REFERENCIAS

- Aliu, A., Parlak, B., & Aliu, D. (2014). Hybrid structures in tourism industry: Innovative models, sociological insights and multilevel approaches. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 23(4), 834-851. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180732145011>
- Alvarez Sousa, A. (2015). Imagen, lealtad y promoción turística: Análisis con ecuaciones estructurales. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 13(3), 629-648. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88136217012>
- Arriaga Álvarez, E. (2003). La teoría de Niklas Luhmann. *Convergencia Revista de Ciencias Sociales*, (32). Recuperado de <https://convergencia.uaemex.mx/article/view/1628>
- Aureliano-Silva, L., Gonçalves de Oliveira, P. S., & Alves, C. A. (2017). A relação entre a felicidade e o desejo por hospitalidade mediada pela autoimagem do turista e a imagem do seu destino. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 11(3), 436-452. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=504154165003>
- Becerra, G. (2019). La teoría de los sistemas complejos y la teoría de los sistemas sociales en las controversias de la complejidad. *Convergencia Revista de Ciencias Sociales*, 27, 1-23. <https://doi.org/10.29101/crcs.v27i83.12148>
- Bechmann, G., & Stehr, N. (2003). Niklas Luhmann. *Convergencia Revista de Ciencias Sociales*, (32). Recuperado de <https://convergencia.uaemex.mx/article/view/1627>
- Bialakowsky, A. (2018). Vida cotidiana y reclasificaciones sociológicas según Giddens, Bourdieu, Habermas y Luhmann. *Convergencia Revista de Ciencias Sociales*, (77), 125-147. <https://doi.org/10.29101/crcs.v25i77.4456>
- Bodnár, I. (2009). Human body, consciousness and identity in the mirror of life interviews with female coaches. *Physical Culture and Sport. Studies and Research*, 46(1), 208-219.
- Bouças da Silva, D. L., Hoffmann, V. E., & Araújo Costa, H. (2020). Confiança em redes de cooperação do turismo: Análise de seu papel e elementos vinculados em Parnaíba, Piauí, Brasil. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 14(2), 9-29. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=504164214002>
- Bunge, M. (1989). *La investigación científica* (2ª ed.). Barcelona: Ariel.
- Cardinale Baptista, M. L., Carvalho De Melo, C., Dos Santos Bernardo, J., Picinini, R., Sandi, S. M., Santos, J. A., Haas Hammes, C. E., Dannenhauer, K., & Bauer Eme, J. (2020). Por um mundo mais amoroso e autopoietico! Reflexões Amorcomtur! durante a pandemia Covid-19. *Rosa dos Ventos*, 12(3), 1-23. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=473564229014>

- Delgado Hurtado, C. (2010). Multiconjugado académico para turismo, un programa en contexto. *Turismo y Sociedad*, 11, 85-104. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=576261181007>
- Durán, A. M., & Bacigalupe, M. de L. Á. (2018). El turista y la percepción del riesgo: El rol de la gestión de la información sobre la imagen de los destinos que han sufrido atentados terroristas. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 27(4), 831-851. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180757663005>
- Ehtiyar, R., & Aktas, A. (2006). Confianza en la organización: El caso de la industria turística turca. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 15(4), 293-306. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180713892001>
- Espinosa, P. (2016). Segregación socio-espacial en una urbe turística de elite: El caso de Pucón, Chile. *Revista Mad*, (34), 155-178.
- Faldetta, G., Fasone, V., & Provenzano, C. (2013). Turnover in the hospitality industry: Can reciprocity solve the problem? *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 11(4), 583-595. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88128724006>
- Felder, M., Duineveld, M., & Van Assche, K. (2015). Absence/presence and the ontological politics of heritage: The case of Barrack 57. *International Journal of Heritage Studies*, 21(5), 460-475.
- García, M. O., Hernández, A. A., & Torres Nafarrate, J. (2013). El turismo desde el pensamiento sistémico. *Investigaciones Turísticas*, (5), 5-28.
- Guy, J. S. (2016). Beyond global modernity, global consciousness and global governmentality: The symmetrical anthropology of globalization. *European Journal of Social Theory*, 19(4), 451-467.
- Harré, R. (1988). *As filosofias da ciência*. Lisboa: Edições 70.
- Knight, G., MacNeill, M., & Donnelly, P. (2005). The disappointment games: Narratives of Olympic failure in Canada and New Zealand. *International Review for the Sociology of Sport*, 40(1), 25-51.
- Korstanje, M. (2012). ¿Cómo se construye el viaje-producto?: El turismo como herramienta de recuperación post desastre de Fukuyima, Japón. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 10(5), 629-639. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88124507017>
- Korstanje, M. (2012). Los riesgos y el sistema turístico: Una nueva aproximación. *Turismo y Sociedad*, 13, 99-116. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=576261183010>

- Korstanje, M. E. (2011). Why risk why now? Conceptual problems around the risk perception in tourism industry. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 5(1), 4-22. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=504152251002>
- Korstanje, M. E. (2013). Estar protegido: El rol de las compañías de asistencia al viajero en el sistema turístico. *El Periplo Sustentable*, (25), 43-75. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=193427016004>
- Korstanje, M. E. (2015). The elementary forms of risk: The mobility immobilized. *Rosa dos Ventos*, 7(1), 133-146. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=473547035010>
- Korstanje, M. E., & Tarlow, P. (2013). Disasters, tourism and mobility: The case of Japan earthquake. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 11(3), 17-32. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88128048003>
- Korstanje, M. (2010). El 11 de septiembre y la teoría de la percepción del riesgo. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 8(2), 389-402. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88112768011>
- Korstanje, M. (2011). ¿Por qué a la industria turística le preocupa el terrorismo? Una introducción al problema. *Turismo y Sociedad*, 12, 147-167. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=576261182009>
- Koyama, Y. (2018). Repeated reinterpretation of civil society: On the intellectual context of Niklas Luhmann's sociological theory. *International Journal of Japanese Sociology*, 27, 107-119.
- Kuhn, T. S. (1962). *The structure of scientific revolutions*. Chicago: University of Chicago Press.
- Kranz, O., Steger, T., & Hartz, R. (2016). The employee as the unknown actor? A discourse analysis of the employee share ownership debate with special emphasis on Central and Eastern Europe. *Organizacija*, 49(2), 77-92.
- Linares, H. L., & Morales Garrido, G. (2014). Del desarrollo turístico sostenible al desarrollo local: Su comportamiento complejo. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 12(2), 453-466. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88130205003>
- Mañas-Viniegra, L. (2019). La aportación internacional de la marca Real Madrid a la ciudad de Madrid (España) como destino turístico de eventos deportivos. *Turismo y Sociedad*, 24, 129-148. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=576262646006>
- Madeira, L. (2007). O direito nas teorias sociológicas de Pierre Bourdieu e Niklas Luhmann. *Direito & Justiça*, 33(1), 19-39. Recuperado de [https://sites.ufpe.br/moinhojuridico/wp-content/uploads/sites/49/2020/08/08-Direito\\_em\\_Bourdieu\\_e\\_Luhmann-Ligia-Madeira.pdf](https://sites.ufpe.br/moinhojuridico/wp-content/uploads/sites/49/2020/08/08-Direito_em_Bourdieu_e_Luhmann-Ligia-Madeira.pdf)

- Medina, F. X., & Sánchez, R. (2005). Actividad físico-deportiva, turismo y desarrollo local en España. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 3(1), 97-101. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88130107>
- Mendes, B. D. C. (2022). A perspectiva sistêmica no estudo do turismo. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 16. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=504171075037>
- Merinero Rodríguez, R., & Zamora Acosta, E. (2009). La colaboración entre los actores turísticos en ciudades patrimoniales: Reflexiones para el análisis del desarrollo turístico. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 7(2), 219-238. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88111635006>
- Monteros, G. N. E. de los, Osorio García, M., Torres Nafarrate, J., & Esquivel Solís, E. (2012). Imagen turística y medios de comunicación: Una construcción social. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 21(6), 1409-1432. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180725030004>
- Monteros, G. N. E. de los, Osorio García, M., Torres Nafarrate, J. L. & Esquivel Solís, E. (2013). Trips, performers, sights and interactions: A tourism destination advertising analysis based on visual semantics. *Investigaciones Turísticas*, (6), 27-46.
- Monteros, G. N. E. de los, Osorio García, M., Torres Nafarrate, J., & Esquivel Solís, E. (2013). Viajes, actantes, escenarios e interacciones, un análisis de la publicidad turística de los destinos, a partir de sus semánticas visuales. *Investigaciones Turísticas*, (6), 27-46. <https://doi.org/10.14198/INTURI2013.6.02>
- Miki da Costa, L. K., Mascarenhas de Souza Pinheiro, P., & Fumi Chim-Miki, A. (2018). Determinantes de las referencias en Couchsurfing.com: El “salto de fe” desde la hospitalidad online hacia la hospitalidad offline. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 27(3), 550-568. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180757123004>
- Moreira Pinto, P., Lopes Simonian, L. T., & de Abreu Monteiro, M. (2015). El turismo como núcleo de estudio interdisciplinario: [Re]construcción de los procedimientos y adecuaciones metodológicas. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 24(3), 450-469. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180739769001>
- Niño Bernal, S. G., & Contreras Guevara, M. (2020). Actividad turística en el Parque Natural Chicaque como factor de desarrollo sostenible en las veredas Chicaque y Cascajal (Cundinamarca, Colombia). *Turismo y Sociedad*, 26, 173-203. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=576262996008>

- Ortega Ordoñez, X. A. (2019). Presentación. *Tendencias (Pasto, Colombia)*, 20(1), 13-21.
- Osorio García, M. (2000). Nuevos caminos para el estudio del turismo desde la teoría de sistemas. *Convergencia Revista de Ciencias Sociales*, (23). Recuperado de <https://convergencia.uaemex.mx/article/view/1820>
- Osorio García, M. (2010). Turismo masivo y alternativo: Distinciones de la sociedad moderna/posmoderna. *Convergencia Revista de Ciencias Sociales*, (52). Recuperado de <https://convergencia.uaemex.mx/article/view/1187>
- Osorio García, M. (2005). El entorno ambiental y el turismo sustentable: Un análisis social. *El Periplo Sustentable*, (10), 79-111. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=193420682005>
- Osorio García, M. (2007). El carácter social del turismo: Un análisis sistémico sobre su complejidad. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 16(4), 464-492. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180713898005>
- Palmas Castrejón, D., Serrano-Barquín, R. D. C., Cruz Jiménez, G., & Gutiérrez Cedillo, J. G. (2011). Enfoques teóricos para aplicaciones concretas: Complejidad y turismo. *Gestión Turística*, (15), 99-125. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=223318904005>
- Pawlucki, A. (2014). Public health in different political systems of the state. *Physical Culture and Sport. Studies and Research*, 61(1), 15-27.
- Pellis, A., Pas, A., & Duineveld, M. (2018). The persistence of tightly coupled conflicts: The case of Loisaba, Kenya. *Conservation and Society*, 16(4), 387-396. Recuperado de [https://journals.lww.com/coas/fulltext/2018/16040/the\\_persistence\\_of\\_tightly\\_coupled\\_conflicts\\_\\_the.1.aspx](https://journals.lww.com/coas/fulltext/2018/16040/the_persistence_of_tightly_coupled_conflicts__the.1.aspx)
- Picinini, R., & Baptista, M. L. C. (2022). Tecnologías desterritorializadas e confiança: NFT's e blockchain como sinalizadores para a mutação do turismo. *Marketing & Tourism Review*, 8(2). <https://doi.org/10.29149/mtr.v8i2.7334>
- Pimentel, M. P. C., Pimentel, T. D., & Carrieri, A. de P. (2014). Autopoiesis e sistema turístico. *Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo*, 1-17.
- Pimentel, T. D., Pimentel, M. P. C., & Vidal, J. (2017). Políticas públicas de turismo numa perspectiva normativa comparada: Os casos de Brasil e Espanha. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 15(2), 293-310.
- Rêgo Aragão, I. (2016). Territorios en movimiento: Cambio y dinámicas emergentes en América Latina. *Rosa dos Ventos*, 8(1), 1-4. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=473550284010>

- Rocha, E. da S., da Costa, L. A., & dos Anjos, F. A. (2017). Perspectiva sistêmica nos artigos publicados nos anais dos seminários da ANPTUR. *Turismo: Visão e Ação*, 19(3), 614-631. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=261056114010>
- Ruiz Palacios, M., & Pozo Trigos, L. (2020). Conciencia turística de los pobladores en el distrito del Rímac - Perú. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 29(1), 312-330. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180762690018>
- Ruiz Serrano, A., Ruiz Serrano, E., & Ruiz Serrano, M. (2014). Líderes verdes: Agentes de cambio sustentable en las organizaciones turísticas. *El Periplo Sustentable*, (27), 118-150. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=193432842005>
- Segrado Pavón, R. G., Serrano Barquín, R. D. C., Juan Pérez, J. I., Amador Soriano, K., & Arroyo Arcos, L. (2013). Capital social y turismo en destinos rurales de Quintana Roo, México. *Gestión Turística*, (20), 71-89. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=223348206005>
- Segrado Pavón, R., González Damián, A., Arroyo Arcos, L., & Palafox Muñoz, A. (2010). El desarrollo de Cancún, analizado desde la teoría de los sistemas complejos. *Gestión Turística*, (14), 9-32. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=223315356002>
- Tangen, J. O. (2022). Observing the limits of steering: Norway's abortive bid for the 2022 Olympic Winter Games in Oslo. *International Journal of Sport Policy and Politics*, 14(1), 1-18.
- Torres Nafarrate, J. (2018a). Niklas Luhmann: La responsabilidad social de la sociología. *Convergencia Revista de Ciencias Sociales*, (7). Recuperado de <https://convergencia.uaemex.mx/article/view/9906>
- Torres Nafarrate, J. (2018b). Niklas Luhmann: Los problemas de la investigación en la sociología. *Convergencia Revista de Ciencias Sociales*, (7). Recuperado de <https://convergencia.uaemex.mx/article/view/9903>
- van Assche, K., & Duineveld, M. (2013). The good, the bad and the self-referential: Heritage planning and the productivity of difference. *International Journal of Heritage Studies*, 19(1), 1-15.
- Varisco, C. A. (2016). Turismo rural: Propuesta metodológica para un enfoque sistémico. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14(1), 153-167. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88143642011>
- Vázquez Ramírez, D., Osorio García, M., Arellano Hernández, A., & Torres Nafarrate, J. (2013). El turismo desde el pensamiento sistémico. *Investigaciones Turísticas*, (5), 5-28.

- Vidal, J. (1993). *Niklas Luhmann, un pensador polémico*. Barcelona: Colegio de Sociólogos de Catalunya.
- Vidal, J. (2012). Teoría de la decisión: Proceso de interacciones u organizaciones como sistemas de decisiones. *Cinta de Moebio. Revista Epistemológica de Ciencias Sociales*, (44), 136-152. Recuperado de <http://www2.facso.uchile.cl/publicaciones/moebio/44/index.htm>
- Vidal, J. (2014). A defensoria pública do estado do Pará: Uma observação sistêmica da capacidade institucional. *Revista de Administração Pública*, 48(3), 667-694. Recuperado de <https://www.scielo.br/j/rap/a/Mmb8p8yvCZtN8G5GpVXLWty/abstract/?lang=pt>
- Vidal, J. (2015). Autopoiese, autoorganización y cierre operativo en las organizaciones desde la perspectiva postestructuralista. *Revista Internacional de Organizaciones*, (14), 31-55. Recuperado de <https://www.researchgate.net/publication/307695810>
- Vidal, J. (2017). *Por meio da teoria: Enfoques neosistêmicos e pós-estruturalistas*. Belém: Paka-Tatu Editora.
- Vidal, J. (2024). Politics in contingent times: Toward a smart inclusive democracy. *Cybernetics and Social Sciences* (en prensa).
- Vidal, J. (2022). Prefácio. En T. D. Pimentel, B. M. Gomes, & V. N. Quadros (Orgs.), *Políticas públicas de turismo no Brasil: Estado da arte e balanço do campo* (Vol. 2, pp. 5-11). Série Turismo: Economia e Sociedade.
- Vidal, J. (2023). *Aprofundando o iluminismo sociológico: Conceitos para comunicações ecológicas*. Rio de Janeiro: Lumen Juris.
- Volgger, M., Mainil, T., Pechlaner, H., & Mitas, O. (2015). Health region development from the perspective of system theory: An empirical cross-regional case study. *Social Science & Medicine*, 124, 321-330.
- Wagner, U. (2009). The World Anti-Doping Agency: Constructing a hybrid organisation in permanent stress (dis)order? *International Journal of Sport Policy and Politics*, 1(2), 183-201.
- Wagner, U., & Storm, R. K. (2022). Theorizing the form and impact of sport scandals. *International Review for the Sociology of Sport*, 57(6), 821-844.
- Wiweka, K., & Arcana, K. T. P. (2019). Rethinking the theory of tourism: What is tourism system in theoretical and empirical perspective? *Journal of Business on Hospitality and Tourism*, 5(2), 332.

**SECCIÓN II**

**APLICACIONES**



## CAPÍTULO 2

# CONFIGURACIÓN DE RUPTURAS DE RECIPROCIDAD EN EL TURISMO. UN ACERCAMIENTO DESDE LA COMPLEJIDAD DE LOS SISTEMAS FUNCIONALES

*Mario Alberto Enríquez Martínez  
El Colegio de Tlaxcala, A.C.  
mario.albertoem@coltlax.edu.mx*

### INTRODUCCIÓN

El 30 de septiembre del año 2022, la Secretaría de Turismo Federal comunicó el compendio estadístico de turismo en México, documento que pone a disposición del público la información obtenida a partir de los datos relacionados con el turismo receptivo y egresivo correspondiente al año 2021. De acuerdo con el informe presentado (Secretaría de Turismo; 2022), se reconoce que México logró avanzar de la séptima posición en la clasificación mundial de la OMT registrada en 2018 y 2019, a la tercera posición en 2020 y finalmente, a la segunda posición en la clasificación mundial para el año 2021, al registrar un total de 31.9 millones de turistas internacionales, tan solo por debajo de Francia y logrando superar a España en cuanto a llegadas de turistas extranjeros.

Los efectos emergentes de tal escenario, reflejo de la decisión política mexicana en materia de turismo para ese periodo de tiempo, supone dos condiciones que deben ser consideradas bajo análisis: la primera en cuanto a la rigurosidad de las medidas implementadas a nivel global para la contención y seguridad interna de los países frente a la crisis por la pandemia derivada de la enfermedad por COVID-19 y; la segunda derivada de la flexibilidad de la política turística interna de México y el cierre parcial de sus fronteras (políticas), como evidentes estrategias para evitar que una de las preferentes actividades económicas del país (percibida como industria turística) se viera paralizada frente a una circunstancia social de crisis sanitaria declarada en 2020.

Desde una referencia funcionalista, las operaciones internas de los sistemas político, económico y de salud, en función a la actividad turística y a nivel nacional e internacional, volvieron posible un acoplamiento en sus funciones que volvió

probable un escenario hasta ese momento improbable, lograr que México escalara posiciones como un destino de interés para el turista extranjero con la expectativa de alejarse del confinamiento que dicha pandemia había ocasionado; escenario que de manera justa, para el año 2022 se equilibró al reactivarse la actividad turística mundial bajo medidas de control, prevención y regulación sanitaria en materia de servicios de transporte, hospedaje y alimentación; siendo que para ese año, México retrocedió del segundo lugar al sexto en llegadas de turistas internacionales (Datatur, 2024), es decir, a una posición mucho más realista en el orden social del turismo.

Es importante considerar, además del ingreso de turistas, el gasto turístico, como parte axial de una adecuada estrategia turística nacional; siendo que en el comparativo mundial y pese a posicionarse en segundo lugar en recepción de turistas internacionales, México se colocó tan solo en el noveno puesto a nivel mundial, tanto en 2021 como 2022, sumando 19 mil 765 millones de dólares dejados por el turismo extranjero (Secretaría de Turismo, 2022), muy por debajo de países como Estados Unidos de América, España y Reino Unido. Mientras la llegada de turistas extranjeros comunica un avance en la elección de México como destino, el gasto turístico presenta un comportamiento opuesto.

En un ejercicio de contraste en cuanto a la llegada de turistas extranjeros y la suma de divisas alcanzada en 2021, se podría deducir que a) el sistema político en México optó por medidas de contención sanitaria menos rigurosas que sus contrapartes internacionales, que incrementarán las posibilidades para captar un mayor número de visitantes extranjeros, b) dichos visitantes extranjeros se han inclinado por visitar los destinos turísticos mexicanos que operan desde el sistema de salud con medidas sanitarias adecuadas, sobre todo en espacios abiertos, con poca concurrencia y accesibles para la interacción social sin contacto, c) dichas medidas sanitarias y experiencias turísticas sin contacto, son identificadas desde el territorio emisor previo el desplazamiento turístico, en concatenación con empresas transnacionales de autorreferencia al país de origen y, d) el gasto del turista extranjero se efectúa en mayor medida en su propio país, lo que permite viajar con la seguridad de obtener los servicios previamente contratados, evitando las transacciones monetarias directas y el contacto físico local.

Con este ejercicio resulta posible observar que, mientras que las organizaciones gubernamentales perciben como positivo el posicionamiento de México a nivel mundial en cuanto a la actividad turística, el índice de llegadas internacionales no

refleja el beneficio generado de manera proporcional en todos los actores turísticos, es decir, no se alcanza el bien común que correspondería al orden político; sobre todo si se considera que las pequeñas iniciativas turísticas, comunidades anfitrionas y prestadores de servicios locales, llegan a ser incapaces de competir frente a las regulaciones sanitarias implementadas de manera estandarizada a niveles globales. Sellos de certificación como *safe travels* y Sello Punto Limpio, cursos y capacitaciones en torno al impulso de “empresas limpias” y la imposibilidad de reducir la operación de la actividad turística al 50 % o menos, volvió evidente la disparidad de oportunidades entre la oferta turística a diferente escala; lo cual, sumado a los intereses propios del turista internacional, la búsqueda de paquetes turísticos integrados, regulaciones de espacios abiertos y cerrados, manejos de tecnologías emergentes, o el pago a través de transacciones bancarias virtuales, volvió evidente una ruptura de reciprocidad que se fue dinamizando, en la que las condiciones tradicionales de la oferta turística local se vieron excluidas, hacia el entorno, de una sociedad perfilada a partir de la llamada nueva normalidad, en donde las formas emergentes de hacer turismo se han incluido al interior de una sociedad global moderna autoorganizada.

El turismo, como un fenómeno socialmente diferenciado y con un notorio dinamismo que se hace visible principalmente bajo el código de viaje de placer/otras formas de viaje, ha ido evolucionando de manera ininterrumpida y notoria, lo que se ha manifestado de manera prominente a partir de los últimos cuatro años. La evolución y alejamiento de las primeras interpretaciones sobre la actividad turística vuelve necesario replantear sus concepciones ontológicas y analíticas, sobre todo —y cuyo planteamiento se desenvuelve en el presente escrito— a partir de las interacciones que a su interior se advierten y lo moldean como un fenómeno social, puesto que en la medida en que su comunicación se oriente parcialmente, como una actividad que contribuye al crecimiento económico y como una prioridad política mediante la inclusión del turismo en agendas nacionales (Organización Mundial de Turismo, 2023), se continuará presentando una exclusión vista a través del lente de la ruptura de reciprocidad, que se mantiene latente en las organizaciones turísticas a escala local, las comunidades heterogéneas periféricas a las urbes y más allá de ello, en las diferenciaciones culturales centradas en valores y cosmovisiones tradicionales segmentarias (en la ruralidad) que, mientras apuestan todo a favor del impulso al turismo, de manera inversa interpretan asimetrías centradas en el individualismo y la carencia de una retribución justa.

Derivado de lo anterior, en el presente texto se hace un recorrido por la distinción de reciprocidad, a fin de observar su presencia al interior de las relaciones sociales entre diferentes actores —individuales y colectivos— del fenómeno del turismo, que se hace evidente en el caso de la oferta derivada desde iniciativas locales pero con influencia externa. El análisis de la dicotomía reciprocidad/obligación responde a una metodología cualitativa, respondiendo a un estudio documental y guiado a través de la reflexión de dos temáticas: la configuración de la reciprocidad a través de las sociedades diferenciadas según la Teoría de Sistemas del profesor Niklas Luhmann y el papel que el turismo ha jugado en la ruptura de estructuras de reciprocidad en las comunidades periféricas (denominadas rurales), todo desde la significación de dones como medio de cohesión social.

La búsqueda de una comprensión en las relaciones a escala societal, de organización y de interacción, motivadas por el turismo actual y que, por un lado, impulsen a la operación turística como válvula de escape ante situaciones emergentes presentes en el sistema de salud y, por otro, doten de beneficios relacionados al respeto y conservación de las localidades turísticas y su entorno mediante políticas sociales, refleja la necesidad de un cambio en los paradigmas de interpretación del turismo que lleven a nuevos modelos de organización en la sociedad mundo (Luhmann, 2006), sobre todo en una pretensión de inclusión de las comunidades locales en los beneficios derivados de la dinámica en los destinos receptores de turismo.

A través de la estrategia empleada hasta ahora, los resultados vuelven evidente la compleja estructura en torno al turismo, que trae consigo una carencia de reciprocidad generalizada en cuanto a los esfuerzos vertidos desde la participación de las comunidades anfitrionas y los beneficios que reciben, acaso vistas como el tercer excluido. Resulta por tanto relevante la necesidad de posibilitar condiciones de participación desde la reciprocidad, constituyendo esquemas de cooperación y organización allende del dominio, necesarios en la garantía de la competitividad del turismo como actividad socialmente diferenciada, al tiempo de contribuir de manera real a su posicionamiento según la clasificación mundial de la ONU Turismo. De otra forma, se seguirán manteniendo escenarios que pronostican la tendencia de una constante ruptura de reciprocidad entre comunidades, empresarios, gobiernos y turistas a partir de un fenómeno social que los involucra como unidad en su operación, al tiempo de tornar latente su diferencia en cuanto a la distribución de sus beneficios.

## DINÁMICAS DE RECIPROCIDAD EN LA EVOLUCIÓN SOCIAL

Para una mayor comprensión de las posibilidades de reciprocidad en la sociedad moderna, resulta necesario distinguir su presencia a través de diferentes momentos de la organización social, observados desde la lente del sistema societal funcional. Al respecto, se observa que ya desde la Grecia antigua, se hacía alusión a una forma de distribución de bienes (y males) ligado a la concepción de solidaridad social, altruismo y justicia, concebida como reciprocidad (Abduca, 2007); que si bien, se centraba en una dinámica lineal de dar y recibir bajo un esquema de intercambio mutuo, permitió sentar las bases del entendimiento de la reciprocidad dentro del sentido que representa para el orden social moderno o diferenciado (Luhmann, 2010).

El mismo Abduca (2007) deja ver que, detrás de Durkheim o Mauss, Malinowski ya relacionaba, a principios del siglo xx, la palabra reciprocidad con el alemán *Symmetrie* (simetría), para hacer manifiestos tanto la segmentación social, como los intercambios que en dicha segmentación se llegan a efectuar; ya sean en una interacción directa presente entre dos individuos, o de forma indirecta, como mecanismo para responder con “la misma moneda” a un tercero previamente no integrado.

Dentro del marco teórico de Niklas Luhmann, el término de reciprocidad se encuentra fuertemente ligado a la idea de exclusión (1998a), la cual adquiere sentido solo en el momento en que refiere a su contraparte, la inclusión. De esta forma, Luhmann señala que:

La exclusión debe entenderse como forma cuyo lado interior (inclusión) se señala como oportunidad de que las personas se tomen en cuenta socialmente, y cuyo lado exterior se mantiene sin señalar. Por tanto, hay inclusión sólo cuando la exclusión es posible. Únicamente la existencia de personas o grupos no integrables hace visible la cohesión social y hace posible especificar las condiciones para ello. Pero también, en la medida en que las condiciones de inclusión se especifican como formas del orden social es posible denominar el caso opuesto de los excluidos. (2006: 492)

Con esto, entonces y de manera continua, cuando se hace referencia a la reciprocidad como forma de comunicación, se observa la segmentación social de Malinowski, dentro de la cual, aquellos que son incluidos, buscan solidarizarse con los excluidos, tratando de simular su inclusión, aunque no siempre de forma natural, sino forzada:

el dueño de una empresa paga utilidades a sus empleados no por motivación interna, sino para evitar sanciones de orden jurídico, para cumplir las normativas vigentes, y en suma, para obtener beneficios secundarios como parte de ejercicios deducibles de impuestos, por ejemplo; todo mientras que en contraparte, los empleados aparentan reacciones positivas, solidaridad e interés por seguir laborando para la empresa, en una interacción de doble condicionamiento; aunque al nivel de sistemas psíquicos se presenten otras condiciones, que quedan fuera de la realidad social (en su entorno) al manejarse bajo dinámicas de conciencia y no de interacción comunicativa.

En sentido opuesto, cuando se reconoce de forma clara el ámbito de la exclusión, se hace evidente también una ruptura de expectativas de reciprocidad (Luhmann, 2006). La reciprocidad en la sociedad moderna entonces, se percibe como un dispositivo interno de los diferentes grupos sociales, para buscar la inclusión, aunque sea disimulada, de su contraparte, acaso para lograr la cooperación o evitar el conflicto.

Para el mismo Luhmann, la cooperación debe ser construida no solo de manera igualitaria, sino además reversible; es decir —utilizando un lenguaje coloquial— se debe “regresar el favor” que se obtiene, ya que de lo contrario, se produce una asimetría que recae en desigualdades incapaces de solventarse, por ejemplo, en términos de edad, sexo o nivel económico: una persona en situación de calle, al recibir una limosna, es incapaz de responder igualitariamente a su benefactor, dado evidentemente a una desigualdad económica, lo cual genera una asimetría. Ejemplo como el anterior, provoca que cobre sentido la idea de reciprocidad, haciendo posible el “regreso de favores” si bien, no en la misma disposición, sí en una correspondencia acorde con las posibilidades actuales: la persona en situación de calle antes beneficiada con una limosna, puede actuar recíprocamente, a partir de un quehacer doméstico, compartir una técnica de trabajo o incluso, con labor social como la recolección de desechos vertidos a la vía pública. Esta correspondencia, bien podría desprenderse de la categoría luhmanniana de equivalencia funcional, referida no a una posibilidad para su reemplazo, sino comunicativamente, a una alternativa que active la función original de correspondencia.

Ahora bien, adentrándose en el turismo como forma de comunicación social, la reciprocidad se ha convertido en un factor determinante para la prestación de servicios, sobre todo en la hospitalidad, restauración o recreación; llegando incluso a normalizarse en algunas regiones, como en el caso de México, en donde, el agradecimiento por una buena atención durante la prestación de un servicio, se

comunica a través de la compensación económica a partir de propinas, aunque esta forma modalizada no sea regulada normativamente; entre mejor sea el servicio que se presta al visitante, mayor será la gratificación monetaria como signo de adulación y cortesía que, incluso, como se ha observado a través del tiempo, ha llegado a caer en la obligatoriedad dentro de algunas prácticas de interacción en el servicio.

Sin embargo, en países como Australia o Japón, la función de las propinas no adquiere el sentido equivalente al acto de retribución y cortesía, ya que la adecuada atención hacia el cliente es considerada como parte de la esencia de la figura de prestador de servicios, por lo que incluso, como hace notar Mollejo (2019), una compensación monetaria en forma de propina que valide un servicio, puede ser interpretada como un insulto y un gesto de superioridad hacia el prestador de servicios, ya que esta operación, recae únicamente en el sistema de la economía a través de su código de pagar/no pagar por el desempeño observado. La reciprocidad entonces, como se aprecia en el caso anterior, debería ir más allá de una operación al interior de un solo sistema diferenciado funcionalmente, para situarse al interior de la sociedad como un sistema total.

Para poder abordar a fondo la importancia de la reciprocidad en cuanto a la interacción entre las comunidades locales y la dinámica turística, partiremos de una autodescripción de la sociedad moderna (inclusión) y su diferenciación de las sociedades primitivas o de estructura tradicional (exclusión). La sociedad moderna se denomina a sí misma como moderna, ya que ha logrado un orden y organización que se carece en las sociedades anteriores (Enríquez & Vázquez, 2022) debido en parte a la reciprocidad mantenida, como forma de auto-organización de las sociedades tradicionales.

Desde teorías complejas, como la de la diferenciación societal de Luhmann, se aprecia la evolución de la sociedad no desde la comprensión de Darwin, sino desde los cambios de la estructura y organización social (Hernández, 2007) que parten del surgimiento del ser humano y su interacción con el otro y su entorno, hacia la constitución de la modernidad bajo un principio de funcional-estructuralismo, es decir, en donde las estructuras sociales se erigen a partir de las funciones que en las mismas se desenvuelven de forma reiterada; así, se aprecian modos de organización social diferenciados unos de otros, de forma histórica, que han llevado a la reciprocidad al interior de sus propias estructuras de organización.

La primera forma de organización social descrita por el profesor Luhmann, aterriza en sociedades arcaicas o tribales, explicadas por su organización de acuerdo con grupos integrados por familias o parentesco, con especial interés y valoración vertido hacia la tierra (Enríquez & Vázquez, 2022). Para subsistir, las diferentes tribus arcaicas interactuaban con otras en una suerte de solventar sus necesidades inmediatas, sobre todo durante la escasez de alimentos; esto era llevado a cabo no solamente a partir de mecanismos como el trueque, sino además del libre intercambio y, como se ha documentado, pese a carencias historiográficas, de la reciprocidad; de esta forma de interacción se da lugar a lo que Malinowski denominaba como una economía tribal (Argueta & Cortez, 2016) que actualmente se sigue presentando en diferentes latitudes del globo, cobrando especial relevancia el (re)surgimiento de un esquema de economía solidaria.

Dentro de los grupos arcaicos el intercambio no solo se realizaba entre tribus, sino además con la propia naturaleza, deidades o espíritus; a los que se les procuraba e idolatraba como parte indisoluble de la cosmovisión de un cuidado mutuo. Ejemplo de esto es el caso de las tribus andinas, en cuya tradición se consideraban a sí mismas (y se consideran hoy en día), como parte de su entorno natural y no de manera inversa, por lo que todo lo que les era obsequiado por la naturaleza (vida, alimentos, existencia), debía ser devuelto de forma recíproca, protegiendo los bosques, ríos y montañas, demostrando amor hacia los animales y haciendo comunidad con la biosfera (MNIA, 2019), actitudes que difícilmente se perciben como normalizadas dentro de una sociedad moderna que se destaca ya no por la explotación del hombre por el hombre, sino de la explotación del ámbito ecológico por el hombre en una dependencia de extracción y aprovechamiento permanente.

El cambio en las estructuras sociales, debido al dominio y control de una tribu por sobre otra, da paso a las sociedades organizadas en Centro y Periferia, diferenciadas de las anteriores a partir de la pertenencia o no a grupos hegemónicos (Luhmann, 2006), destacando principalmente los nobles, guerreros, sacerdotes, campesinos y esclavos. Dentro de la forma de esta organización social, se percibe que los grupos hegemónicos se localizan al centro del territorio, mientras que los grupos dominados se incrustan en la periferia, distinguiendo el surgimiento de polos de desarrollo que aún hoy día pueden ser observados, principalmente en países del tercer mundo, donde las grandes urbes se ven rodeadas de comunidades rurales o de organización tradicional (Enríquez & Vázquez, 2022) paralela a las dinámicas sociales actuales.

Para este momento, los requisitos de la reciprocidad ya se encuentran difundidos a través de la condicionabilidad que se sostiene incluso a través del tiempo; esto es, no se requiere actuar de manera inmediata, sino que el compromiso se posterga hasta que ocasionalmente surge la necesidad de retribución (Luhmann, 2006; Ribes & Pulido, 2015). Caso concreto se puede observar en las organizaciones sociales a partir de los reinos, en donde la nobleza, sacerdotes y soldados, se localizan en el centro, mientras que campesinos, pescadores y cazadores, además de mineros, canteros o herreros, se encuentran situados en la periferia del reino. La gente de la periferia llega a confeccionar vestimentas elegantes que después son obsequiadas a los sacerdotes, además de destinar parte de los alimentos que cultiva a los nobles; por su parte, los nobles llegan a brindar seguridad al pueblo, durante épocas de conflictos externos, al tiempo que los sacerdotes, se vuelven intermediarios para buscar la salvación del alma de los pecadores.

Ante esta condicionabilidad, se observa que:

Cada obsequio crea una situación de desequilibrio provisional. No se conocen regalos puros que no desencadenen obligaciones de gratitud. Y dado que la sociedad no tiene inicio [...] no existe en sentido estricto ninguna prestación “espontánea” que no sea en sí misma contraprestación y obligada a la contraprestación. (Luhmann, 2006: 517)

Se observa entonces cómo a partir del sentido de inclusión/exclusión y tal como lo deja manifiesto Luhmann, la reciprocidad no se da solamente en el nexo entre incluidos o excluidos, sino que en una suerte de acoplamiento ulterior, busca la inclusión de los excluidos.

La tercera forma de organización social surge a partir de la acumulación de riqueza, derivada evidentemente, de la estructura social anterior. Aquí, la sociedad se organiza de acuerdo con diferentes estratos, caracterizados según a) los rangos más altos poseen más riqueza, al tiempo de concentrar un menor número de integrantes, y b) los rangos más bajos concentran un mayor número de integrantes que poseen una mínima o nula acumulación de riqueza. Entre ambos rangos se posicionan estratos intermedios, siendo que todos en su conjunto son denominados como clases sociales.

Dentro de la sociedad estratificada, se puede observar cómo, al interior del núcleo familiar de las clases más bajas, los jóvenes con vocación por el conocimiento suelen

buscar becas que les permita continuar su formación académica, siendo complicado acceder a la misma por medios propios; esto permite, en ocasiones, acceder a programas de gestión de becas originados a partir de organizaciones como la Fundación Carolina (FC), que busca el fomento de las relaciones culturales y educativas entre España y los países Iberoamericanos (Fundación Carolina, 2020). Como mecanismo de reciprocidad hacia las oportunidades que brinda la FC, los estudiantes suelen realizar una retribución social del conocimiento obtenido, entre los grupos sociales a fin de compartir metodologías para solventar problemáticas diversas en países considerados en vías de desarrollo.

Finalmente, en la sociedad actual, autodenominada como moderna (y que de igual manera ha determinado la denominación de las sociedades previas), carece de lazos y relaciones cercanas persona-persona y persona-naturaleza, ya que su principal organización se muestra a partir de las funciones a desarrollar; se le da mayor importancia al rol por sobre la persona, del mismo modo se le da mayor importancia a la función de la naturaleza por sobre el vínculo con el ser humano. Pese a ello, la reciprocidad sigue manteniéndose vigente, aunque con menor relevancia que en las sociedades anteriormente descritas, debido sobre todo al capitalismo financiero que transforma al dinero, desde un valor de cambio, a un valor en sí mismo (Ribes & Pulido, 2015), perdiendo su significado práctico y por consiguiente, su capacidad como elemento de intercambio recíproco (Luhmann, 2005) lo que conlleva al pago de servicios y favores, más que a la idea de un estímulo de reciprocidad. Sin embargo, se puede ejemplificar, como en los casos anteriores, la presencia de actos recíprocos en torno a la función social: de manera simple, una persona percibe y reconoce el rol que juega otra (trabajador, habitante local, prestador de servicios turísticos), esperando, de forma recíproca, ser percibido y reconocido por el rol que representa en ese momento (vacacionista, turista, cliente).

Con todo lo anterior, cabe indicar que en todos los casos observados, incluso puede surgir la reciprocidad en su versión negativa, siendo que, si las tribus no cuidan de la naturaleza y sus deidades, éstos pueden desatar tormentas, terremotos o sequías, solo apaciguados mediante alguna ofrenda; si alguien del pueblo no otorga favores a la iglesia, puede ser considerado como autor de ofensas que culminen con su condena eterna, sin posibilidad de intercesión por parte del sacerdote; al estudiante que no continúa con su carrera profesional, se le suspende la beca otorgada, llegando en algunos casos a solicitársele un reembolso; mientras que, si una persona no es reconocida por

su rol de especialista médico, no puede entonces efectuar un diagnóstico inconcuso de la salud de su paciente.

Sin embargo, la reciprocidad deja clara su no correspondencia como una ley que deba obedecerse y llevarse a cabo de manera vinculante, ya que su sentido la posiciona tan solo como parte de una convivencia obvia basada en el dar y recibir, más allá de su regulación jurídica, aun cuando ocasionalmente se lleve a cabo con fines de manipulación y control hacia los demás.

A partir del recorrido histórico que se ha hecho hasta ahora, se ha visto cómo la reciprocidad ha permanecido como un mecanismo de interacción y ayuda mutua entre las diferentes sociedades, pese a ello, dentro de la sociedad moderna llegan a presentarse fenómenos que rompen con el principio compensatorio de la reciprocidad, ya sea porque entran de por medio intereses vinculados al capitalismo financiero, o porque se presenta de manera contingente y gradual la separación entre los principios morales de dar y recibir libremente. Situación evidente es la que presenta la actividad turística, vinculada a su comprensión como un fenómeno dinámico y por consiguiente, a su gestión, que, esta última cuando se desarrolla en comunidades rurales o de orden tradicional, genera una marcada ruptura de reciprocidad que posiciona por un lado a los habitantes locales del destino turístico y por el otro a los prestadores de servicios, gobiernos, turistas y visitantes. La reciprocidad debería evitar procesos de sumisión a imperativos culturales reconociendo los derechos y pretensiones de los otros (Gonnet, 2011), ya que de otra forma, se haría evidente la carencia de un orden societal moderno.

La reciprocidad o el intercambio de dones en comunidades rurales, más cercanas a un orden social tribal que moderno -bajo las premisas anteriormente descritas-, generan una dinámica que trasciende la individualidad para situarse en la sociedad. Para Mauss, este intercambio va más allá de los factores meramente económicos, ampliando su espectro sobre todo a gentilezas, festines, ritos, danzas, ferias, además de alimentos, talismanes, tierra, servicios, oficios y rangos (Espinosa, 2019) que, bajo los principios de convivencia, se encuentran finamente relacionados con los ciclos de vida, en relación con el entorno que se comparte.

Émile Durkheim ya hablaba del intercambio de dones y su importancia en las estructuras sociales al denotar tres elementos esenciales: 1) la distinción social, en donde se presentan los patrones de interacción, en un primer momento a partir del parentesco y amistad; 2) la normativa de la reciprocidad, que vuelven probable

la posibilidad de dar, recibir y devolver y; 3) rituales y simbolismos, basados en expresiones simbólicas en las que se transmite e inculca el intercambio de dones, de manera colectiva, a fin de reforzar las relaciones y mantener un equilibrio social y territorial (Tereucán *et al.*, 2016: 201), siendo que incluso, no solo se otorga el don, sino una parte de sí mismo. Estos tres elementos se mantienen en la mayoría de las comunidades rurales, y mayoritariamente, han desaparecido o han sido transformadas en las sociedades urbanas o autodenominadas modernas, en las que se observa como un continuo, la tendencia a desaparecer la relación con la naturaleza o entidades de orden superior al ser humano.

Desde una mirada mística, las comunidades rurales, a diferencia de las comunidades urbanas, mantienen una relación entre hombre y territorio aun comprendida por un espacio territorial animado, representado por una estructura altamente compleja en la que convergen dioses creadores y dueños, anclados al principio de naturaleza con los que la interacción se significa mediante la entrega de ofrendas y prácticas rituales que regulan sus relaciones a través de la reciprocidad (Torres *et al.*, 2020) y que permite un orden basado en la convivencia, lo cual, a través del tiempo les dota de un sentido de pertenencia que se arraiga, se preserva y se defiende entre la comunalidad o el mancomún. Los rasgos culturales identitarios de los diferentes pueblos propagados en todas las latitudes del planeta, reaccionan a estas relaciones y las visibilizan en lo que denominamos como rasgos culturales; así, el intercambio de dones de una sociedad a otra se presenta en condiciones disímiles y a diferentes niveles de convivencia, pero conservan la misma función de regulación interna en lo que se denomina como territorio.

Ahora bien, vinculando al territorio con la dinámica del turismo, éste se ha visto transformado en una especie de clúster en el cual se privilegian las cadenas de producción o cadenas de valor (Sánchez & García, 2007; Secretaría de Turismo, 2017; Garry & Oddone, 2017; Covarrubias & Orozco, 2018; Correa & Loredo, 2021) dadas principalmente por empresas articuladas para el desarrollo desde una visión de un sistema económico territorial que, aun cuando impulsan el encadenamiento de todos los sectores productivos, incluyendo a los propios del espacio en donde se desarrolla la actividad turística, mantienen la exclusión de otras dinámicas socioculturales manifiestas en los territorios, siendo el único valor considerado, el valor de producción y de consumo; es decir, sin salir de las operaciones propias del sistema económico, aun cuando ya se ha dicho, las relaciones de reciprocidad deberían ir más allá del

mismo: reciprocidad basada en un sentido de confianza, el respeto mutuo, solidaridad y amistad, son valores que conforman la dimensión relacional del capital social (Ari *et al.*, 2024) de un territorio y que se pierden en el momento en que se impone un valor de cambio devenido del producto turístico construido.

Así, los esfuerzos por generar vínculos de colaboración por sobre cadenas de valor, repercute no solo en la industria turística, sino además en las comunidades, modos de gobierno y turistas a través de relaciones recíprocas vinculantes. Si desde una perspectiva de sustentabilidad —llevada a la moda en los años recientes— se busca impulsar un destino turístico sin que esto signifique reducir su atractivo y que ocasione una pérdida de interés por parte del turista; entonces, desde el mismo principio y a modo reversible, se debe considerar que el destino se mantenga atractivo para sus habitantes, no solo desde una ventaja económica, sino además, desde las afinidades locales y regionales, respeto por los rasgos culturales locales y una adecuada integración comunitaria. De esta forma, no solo se asegura una correspondencia de inclusión entre turistas, prestadores de servicios y comunidades locales, sino además, de condiciones integradas de hospitalidad, dinámicas de experiencias mutuas significativas y el aumento en la aceptación por parte del sector social, para recibir a los mismos o nuevos visitantes en el futuro.

## EL OCASO DE LA RECIPROCIDAD FRENTE AL ALBA DEL TURISMO

Desde siempre el ser humano ha sido curioso y ha tenido necesidades allende lo material (economía), hacia una ruptura espiritual (cultura) exigida a partir de una aspiración por alejarse lo más posible de su lugar de residencia, de lo cotidiano y lo usual; lo que se ha facilitado a partir del surgimiento del turismo moderno, es decir, el turismo organizado. Ante esto, resalta la visión de Enriqueta Ciarlo quien considera al turista como un sujeto explorador de sensaciones placenteras, consumidor de ficciones de la realidad y en búsqueda de una ilusoria libertad imaginada (2008) que no lo determina, pero que sí influye en su determinación sobre sí mismo y sobre su entorno.

Para lograr la satisfacción de estas necesidades, es que surge el turismo como un fenómeno que se ha incluido en las operaciones internas de cada sistema funcional y que, sin pertenecer de forma exclusiva a uno u otro sistema, se ha incluido en forma de *input* representativo de la economía (de allí se desprende la idea de una industria

turística) que se encarga de ofrecerlo en el mercado bajo condiciones de hospitalidad, manifestaciones culturales, salud, diversiones y entretenimiento (Hunziker & Krapf, 2018) lo que ha posicionado a la actividad relacionada con los viajes de ocio como una de las más importantes para el desarrollo a nivel mundial. El Informe de Perspectivas de la Economía Mundial (WEO por sus siglas en inglés) hace mención del importante crecimiento económico en todas las regiones del mundo, sobre todo en aquellas naciones en donde los grandes sectores de viajes y turismo representan un alto porcentaje del PIB (ONU Turismo, 2023).

Ante ello, resulta importante destacar dos puntos centrales en los estudios primitivos del turismo: a) para que haya turismo, debe existir una localidad turística o región de destino; de acuerdo con Leiper o Jiménez (Vázquez *et al.*, 2013) que representa un centro de atracción de visitantes y; b) dicha localidad no necesariamente debe estar habitada. En ese sentido, destinos como bosques, desiertos, islas o montañas, podrían suponer localidades turísticas que cumplen con estas dos características y que reflejan la importancia de comprender al turismo fuera del sistema económico, como parte de un acoplamiento entre el sistema societal y su entorno, y en el que es posible incorporación en las operaciones propias de cada sistema parcial luhmanniano.

Ya en años recientes los estudios del turismo, principalmente aquellos que lo observan desde el desarrollo regional, se han centrado en reafirmar que todas las localidades, con o sin habitantes, representan unidades territoriales vinculadas a un nombre que les da una identidad propia, con un sentido de lugar que permite que esa localidad en particular se signifique, se interprete, se elija y se disfrute (Zorrilla, 2019), lo cual se logra no solamente con el interés por parte del turista, sino que en gran medida, esto depende de la comunidad que allí se encuentre, o a la poseedora de la localidad turística, ya que todos los espacios físicos corresponden a un grupo, un pueblo, un estado, o una nación y a su vez éstos pertenecen a ese mismo espacio físico. La misma Alejandra Zorrilla hace mención de los atributos que le otorgan un mayor valor a los espacios turísticos y que logra generar una mejor experiencia que subsana las necesidades del visitante:

1. Interpretación toponímica. Significación y relaciones del nombre con las interpretaciones de residentes y visitantes.
2. Armonía escénica y funcional. Compatibilidad del lugar con su entorno, a través de los vínculos personales –y sociales– con el sitio.

3. Narrativa y legibilidad. Interpretación del territorio a partir de historias y leyendas originadas por la comunidad.
4. Aliento espiritual. El mundo trasciende el mundo físico y permite conectarnos íntimamente con el todo a través de ese lugar en particular. Se construyen vínculos significativos entre las personas y su entorno. (Zorrilla, 2016)

La continua convivencia entre los turistas, las comunidades y las localidades o regiones de destino, conlleva entonces a dinámicas continuas de reciprocidad, las cuales no siempre se efectúan de manera sinalagmática, siendo preponderante su entendimiento desde la legitimación de la fuerza de obligación (Luhmann, 2006) por parte de las comunidades anfitrionas, al tiempo de verse como un factor contingente e improbable desde las intenciones del turista. Ante esto, Luhmann hace mención al igualamiento social para atender este desajuste, en donde ambas partes pueden llegar a encontrarse en situaciones difíciles que requieren ayuda: el turista requiere la satisfacción de sus necesidades espirituales (cultura) relacionadas con la práctica turística en una localidad diferente a la de procedencia; por su parte, la comunidad anfitriona requiere un aporte material (económico) que le permita continuar reproduciendo sus actividades cotidianas, aunque más allá de ello, en una correspondencia espiritual, requiere el respeto, aceptación y reconocimiento de su identidad cultural; solo de esa forma, es que se crea una simetría basada en contraprestaciones inmediatas y futuras, ya que posiblemente el turista regresará y la comunidad local mejorará la atención en los servicios turísticos prestados.

La situación cambia cuando la relación turista/residente se vuelve constante y cotidiana, ya que se modifica el sentido de intercambio y dones para concebirse en una noción más cercana a la obligación. Esto se pone de manifiesto cuando el turista, que asume un comportamiento de capacidad de pago, necesario para su anfitrión, demanda servicios específicos que generan rupturas constantes de reciprocidad; ahora los anfitriones se ven obligados a ofrecer los servicios demandantes con el constante temor de alejar al turista y perder su único beneficio —el monetario— si no se cumplen tales demandas.

Los actuales nómadas de la opulencia, como son referidos por Turner y Ash (1991), acuden a la periferia del placer —la localidad turística— en su tiempo de ocio, sobre todo en el extranjero, lo que les dota de un reconocimiento social centrado en el *status* y un marcado estilo de vida; únicamente es posible viajar para quienes pueden costearlo.

Los largos periodos vacacionales también han cambiado su concepción como un tiempo de descanso fuera del tiempo laboral, para situarse en el símbolo socialmente generalizado de una actividad dedicada a los viajes de placer; comunicativamente no se cuestiona sobre lo que se hará en los periodos vacacionales, sino que es aceptado el conocer a dónde se viajará, hacia donde se irá de vacaciones.

En el orden paralelo, los gobiernos locales son los primeros que buscan la llegada de los turistas, pero sobre todo, sus preciadas divisas (Turner y Ash, 1991: 15), por lo que el Estado aprueba la inversión pública en infraestructura, dependencias gubernamentales de gestión turística y subvención de empresas transnacionales prestadoras de servicios turísticos, todo a través de políticas que vinculan colectivamente a todos los actores (Luhmann, 2009). La comunidad local por su parte, queda relegada al último eslabón en la llamada cadena de producción, siendo únicamente sensibilizada para que mejore su atención al turista, se le motiva para que lo trate como un amigo, aunque a la inversa, el turista actúe como un ente destructivo o indiferente desde su lógica meramente económica. En ese sentido, las referencias a la interpretación toponímica, la armonía escénica y funcional, la narrativa y legibilidad, y el aliento espiritual, dejan de estar presentes en los espacios turísticos, al ser excluida la opinión de la comunidad local en la toma de decisiones que por cierto, no es ejercida totalmente por los gobiernos, sino por las demandas del turista, que transforma su concepción como buscador de experiencias espirituales para convertirse en esa horda dorada en busca de nuevos territorios no por conocer, sino por conquistar.

No olvidemos la mejor definición que se presenta de la horda dorada moderna:

La mayor parte de los países del tercer mundo han obtenido hace relativamente muy poco tiempo su independencia de las antiguas potencias imperialistas. Sin embargo, el turismo constituye una industria de la cual han desarrollado tal grado de necesidad que dan la bienvenida, con los brazos abiertos, a los antiguos amos y señores que los dominaron no hace tanto tiempo. (Turner y Ash, 1991: 16)

Volviendo a la percepción del turismo desde el sistema económico, resulta impensable considerar la reciprocidad como parte de las interacciones sociales, ya que las acciones relacionadas con el pago no llegan a desarrollar relaciones simbólicas duraderas, perdiéndose la posibilidad de “dar, recibir y devolver” que volvía latente Durkheim; por el contrario, permiten el surgimiento de las llamadas *rank societies* altamente

diferenciadas, como formas estratificadas que reconocen diferencias visibles de rango y riquezas o poder. En este sentido, las comunidades locales se ven imposibilitadas a responder de manera igualitaria a los turistas y a los distintos operadores turísticos, por lo que llegan a actuar bajo el reconocimiento de una deuda de gratitud que se perpetúa hasta consolidarse con un carácter normalizado o estereotipado; ya que el turista les sacó del apuro cuando requerían satisfacer sus necesidades primarias o requerían de una fuente de empleo, por lo que ahora se ven obligados a recibirlo y aceptar su comportamiento pese a que estén en evidente desacuerdo.

Esta ruptura de reciprocidad, que en un primer plano trasciende la relación entre los actores sociales del turismo, se adentra en el territorio y sus rasgos culturales identitarios; con el tiempo ya no se perciben molestias e inconformidades, ahora las comunidades locales, principalmente rurales, vuelven incluso más probable esta dinámica de interacción basada en el intercambio mutuo, a partir de escenificaciones y simulaciones tanto de su vida cotidiana, como de manifestaciones culturales procedentes de otros contextos territoriales o temporales. Basta con recordar la continua presentación de la ceremonia ritual que presentan los voladores, no solo en Papantla, Veracruz, también en Cuetzalan, Puebla, en la ciudad de Tlaxcala, en la Ciudad de México e incluso, en parques recreativos de interés internacional como el caso de Xcaret, en la Riviera Maya. Siguiendo el sitio oficial del parque acaso más representativo de México, se puede leer lo siguiente:

Acércate al escenario de los Voladores de Papantla, en donde verás un mástil de gran altura que destaca del entorno. Toma asiento y observa cómo cinco hombres suben por él hasta llegar a la parte más alta. Ahí, uno de ellos se incorpora en la plataforma para iniciar la danza de los Voladores de Papantla mientras toca melodías con flauta y tambor en honor al sol y a los cuatro elementos, con lo que se da inicio a este ritual.

A continuación, los otros cuatro danzantes atados al mástil por largas cuerdas se lanzan desde la plataforma y descienden dando giros que imitan el vuelo de los pájaros hasta llegar al suelo.

La ceremonia ritual de los Voladores de Papantla es considerada Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la Unesco, lo que le otorga un gran valor cultural que se presenta con orgullo en el parque Xcaret. (Xcaret, 2024)

La disposición en la que se comunica este evento fuera de su territorio nos permite observar cómo el orden social tradicional se pierde en una innaturalidad de la premisa de igualdad ante la improbabilidad de un intercambio de dones, en donde se pierde el enfoque humanista y del mancomún para volver probable un intercambio de productos turísticos contruoidos, más cercanos a una noción utilitarista que se reduce a la oferta selectiva de bienes artificiales y servicios a cambio de pagos monetarios a manera de equivalencias, más no de reciprocidad.

Ya Maximiliano Korstanje (2011) hacía evidente que el placer de las clases privilegiadas no es posible comprenderse sin la contemplación y el buen gusto, ya sea de obras de arte, teatro, espectaculares paisajes y lugares turísticos, lo cual dota de interés especial hacia las prácticas cotidianas de las comunidades rurales. De esta forma, los significados ancestrales, códigos y valores simbólicos, hábitos, historia e identidad (Aguirre *et al.*, 2021) se convierten en un atractivo ávido de ser consumido por los turistas; así, todas las relaciones de reciprocidad entre las comunidades y su entorno, son transformadas para convertirse en una teatralización que busca un intercambio económico más allá de un intercambio de dones. Las interacciones que antaño surgían de relaciones recíprocas de convivencia, son convertidas desde el sistema económico e incluso político en productos que se comercializan de manera espuria y antinatural a partir de la intromisión de la actividad turística; el patrimonio deja de ser heredado localmente para convertirse en propiedad ya no de su territorio, sino del mundo globalizado en un último intento por obtener algo a cambio por parte de la sociedad moderna.

Si en los comienzos del fenómeno turístico se buscaba la originalidad y autenticidad de las localidades y su contexto social, ahora la resignificación y reinterpretación de las prácticas tradicionales por parte de sus habitantes las ha transformado en un componente que se suma a los servicios y atractivos que promueven los desplazamientos turísticos internacionales. Con ello, continuamente los territorios, junto con toda su riqueza cultural, dejan de lado su capital social para introducirse en los flujos del capitalismo moderno. Como ejemplo, podemos observar el caso de las comunidades con adscripción indígena, en la que sus habitantes reconocen la figura del turista, sin embargo y en un efecto de ruptura de reciprocidad, el turista no percibe al indígena como un anfitrión, sino como parte de un producto turístico que puede ser observado, aún por sobre la violación de su intimidad. En peores circunstancias, llega a suceder que los anfitriones no se consideran asimismo personas indígenas, como es el caso

de la comunidad Mixe, sin embargo, en una asimetría de sentido, los turistas las construyen socialmente como personas indígenas y las validan a través del turismo mediante discursos identitarios que terminan, de nueva cuenta, en mecanismos de regulación y control social.

Con esto, la comunicación que el sistema económico emite respecto al turismo, convierte en probable la aceptación para que la comunidad anfitriona se encuentre en condiciones para recibir a cualquier turista y visitante, siempre que éste haga latente la intención de aceptar, comprar y disfrutar los servicios que allí se ofrecen. Sin embargo, de manera dialógica no se presenta el intercambio de favores, ya que el turista, en un mecanismo parasitario (Luhmann, 2006) se desliza al destino turístico que mejor le convence y le ahorre energía, espera encontrar a un anfitrión dispuesto a atender sus necesidades, resolver incidencias, manejar su mismo lenguaje, hacerle descuentos y además, ofrecer un plus, aunque sea una aspiración más cercana a su imaginario que a la realidad. Esto detona que ciertos destinos, prestadores de servicios y comunidades locales se indiquen dentro de la multiplicidad de opciones de selección, como más queridos, más solicitados, con mayores oportunidades de ser visitados y por consiguiente, constituyan una posición entre los principales destinos con un mayor número de llegadas de turistas, como fue el caso de México durante la pandemia ocasionada por COVID-19, especialmente entre los años 2020 y 2021.

La continua competencia turística, impulsada por modelos sociométricos impuestos, basados en la oferta y demanda, innovación, el uso de nuevas tecnologías y el diseño de productos turísticos altamente diferenciados, ha culminado en un rompimiento de reciprocidad que ahora se presenta incluso entre los actores locales. Ya no se trata solamente de las desigualdades presentes entre turistas y anfitriones, sino de la diferencia de percepción respecto a la oferta turística por parte de las empresas turísticas, gobiernos y poblaciones locales, lo que genera centros de gravedad muy diversos respecto a la gestión turística.

Las regulaciones políticas vuelven aún más complejas las relaciones de los actores locales, sobre todo en los territorios en los que el turismo ha llegado como una estrategia para desestacionalizar a los destinos tradicionales, como es el caso de los asentamientos rurales que en últimos años se han distinguido como un referente frente al turismo convencionalmente masificado. Ya desde 1976, para el caso de México, fue constituido el Registro Nacional de Turismo (RNT) a través de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, como una estrategia de organización regulatoria

que ha resultado en un trámite obligatorio para los prestadores de servicios turísticos, al tiempo de posibilitar su identificación y regulación por parte de la Secretaría de Turismo Federal (Gobierno de México, 2021). Para el periodo en el que se declara la pandemia por COVID-19, la Secretaría de Desarrollo Económico brindó apoyo a los diferentes prestadores de servicios turísticos registrados ante el RNT, otorgándole un financiamiento para mantener sus operaciones durante la etapa de confinamiento, el cual llevó al endeudamiento de la mayoría de ellos.

Secuencialmente, desde la Secretaría de Turismo surge un catálogo que incluye todos los registros del RNT, o al menos lo hace a escala ideal. Para el año 2020 y de manera precautoria, a partir de dicho registro se impuso la detención de actividades turísticas para la mayoría de los destinos turísticos, afectando en gran medida a los pequeños emprendedores imposibilitados de invertir en los requerimientos que, una vez surgidos desde el sistema de la salud, se volvían vinculantes políticamente. En una suerte de paradoja, los destinos turísticos rurales, que contienen a la mayoría de los emprendimientos turísticos locales y familiares y que soportaron la mayor parte del flujo turístico durante la pandemia por COVID-19, no recibieron el apoyo gubernamental necesario, siendo excluidos de las consideraciones operativas para el sector, lo que contrasta con las facilidades y permisos adquiridos por las grandes empresas transnacionales que mantuvieron sus operaciones en la escala organizacional.

Esta selectividad manifiesta en la dicotomía inclusión/exclusión y referida al inicio del presente texto, es lo que detonó en el avance de México hasta la segunda posición en la clasificación mundial de la ONU Turismo por llegadas de turistas internacionales: el turista siguió llegando a los destinos turísticos abiertos, pero lo hizo en complejos turísticos transnacionales, lejos de los pequeños emprendimientos; lo que resulta en el sentido de que operativamente, México se benefició de su llegada, pero no del gasto turístico, puesto que al reconocer la existencia de una parcial libertad para viajar, los turistas extranjeros no contrataron los servicios turísticos locales, sino los que les ofrecieron las organizaciones transnacionales, mucho menos interactuaron con las comunidades anfitrionas, tan solo, hicieron uso de su patrimonio. La ruptura se da entonces, en el momento en el que el turista sigue consumiendo la oferta, pero la comunidad, no opera la prestación del servicio.

Matizando la condición arriba señalada, se incluye que los prestadores de servicios turísticos locales, por lo general independientes y de base familiar, pese a ser la base común de los destinos turísticos rurales y de naturaleza, no obtienen el beneficio

de la actividad turística en un ejercicio de igualdad, condicionándose su rechazo frente a aquellos prestadores de servicios que no solo cuentan con un registro ante la imposición gubernamental, sino que se especializan a través del tiempo con una marcada trayectoria y posicionamiento nacional e internacional. En sentido opuesto a las dinámicas de reciprocidad, se pueden observar en estos casos dinámicas de indiferencia centradas en asimetrías jerárquicas que omiten las relaciones de derechos/obligaciones, para operar únicamente, en una posición ulterior de poder/control.

Aunado a lo anterior, suele emerger una intromisión por parte del aparato gubernamental que continuamente realiza esfuerzos hacia la unificación de las prácticas locales y externas para configurar un destino marca que pueda ser comercializado bajo una dinámica que trascienda al espacio nacional y global, más, como resulta obvio, nunca local. Continuamente los emprendedores turísticos locales invierten sus capacidades materiales, financieras e intelectuales, derivadas de su propia dinámica de inserción en la actividad turística para atraer visitantes; en contraparte, los gobiernos operan bajo mecanismos de autoatribución para constituir productos turísticos locales, desprendidos de sus valores culturales que son promocionados de manera estandarizada, cosificando sus atributos para incluirlos en un catálogo de alternativas relevantes a disposición del mercado global, basta acercarse a las ferias turísticas nacionales e internacionales para constatar esto.

Las comunidades locales, en un último esfuerzo por mantener estructuras de igualdad, realizan un *turn taking* negativo, que deforma las relaciones de reciprocidad, pero no las elimina, sino que las condiciona en un intento por devolver lo que ha obtenido. El turismo de base comunitaria, las resistencias ante el ingreso de empresas transnacionales y la gestión local desde la solidaridad horizontal, alejada de la perspectiva político-económica, tan solo representan parte de las amenazas que rompen con la reciprocidad hacia su entorno, pero que la mantienen mediante una interacción clausurada a los grupos con una condensada cohesión social, es decir, operan desde la periferia del orden generalizado, pero al interior de los llamados grupos excluidos, en lo que desde el sistema político se considera una igualdad para los iguales y desigualdad para los desiguales.

## CONSIDERACIONES FINALES

Las redes de apoyo comunitario, presentes desde las sociedades arcaicas o tribales y hasta aquellas denominadas modernas, vuelven visible la importancia de las relaciones que permiten el orden social tanto a diferentes niveles como en múltiples latitudes. Continuamente se presentan asimetrías que impiden el desarrollo ordenado de la sociedad, de las cuales, el turismo se ha convertido en una de las más visibles, no solo porque impide el intercambio justo de símbolos generalizados, como los dones, sino porque además constituye las relaciones entre actores turísticos fuera de la amistad, de la normativa de reciprocidad y por consiguiente, de la transmisión intergeneracional sobre la importancia que tiene el intercambio de dones y favores para reforzar las relaciones sociales que mantengan un equilibrio socioterritorial, como lo dejaba manifiesto Durkheim.

En tiempos pasados, los pequeños emprendedores, productores y artesanos locales volcados al turismo, depositaban en sus obras y productos una parte de su ser, así como una parte de su territorio, como agradecimiento a la visita que el turista realizaba a su comunidad y el interés que desprendía de la misma. Hoy día, se van dejando a un lado los rituales de intercambio de dones para adoptar rituales de intercambio de bienes y servicios desde operaciones básicas de compra/venta, sobre todo en cuanto a representaciones y réplicas del patrimonio cultural al que refiere; es decir, se ha pasado de una reciprocidad legítima, a un intercambio comercial.<sup>1</sup>

Las antiguas formas de reciprocidad centradas en la amistad, sobre todo en los grupos sociales arcaicos y estratificados, ya no son observadas desde la dinámica del turismo en la sociedad moderna, ahora prevalece una diferenciación entre las actividades que se practican hacia el interior del grupo local (recíprocas) y hacia el exterior (comerciales), siendo en este último, donde se incluye al turista, quien asume que a la comunidad local le puede ser de mayor utilidad su inclusión en una economía monetaria (recibir una compensación monetaria a cambio de un bien

---

<sup>1</sup> Los autodenominados viajeros o mochileros presentan una dinámica diferente a la aquí expuesta, tal como se puede apreciar en uno de los capítulos posteriores en esta obra, ejemplo de ello es el intercambio de favores entre viajero/residente, a partir de una transferencia de alimentos a cambio de fuerza de trabajo o de conocimientos.

o servicio), que la mano vuelta en cuanto a valoración, apreciación y sobre todo, aceptación de sus riquezas bioculturales. Sin embargo, bajo ciertas condiciones y en formato de equivalencias, las dinámicas sociales en la modernidad, como es el caso del orden social de clase capitalista, tienden a presentar nuevos estados emergentes de interacción, que mantienen vigentes órdenes sociales anteriores, como el intercambio simétrico de dones.

No causa sorpresa que en el caso latinoamericano, se pretenda regresar a dinámicas sociales vinculadas a sociedades premodernas, tal como las economías solidarias y circulares, con un respeto hacia la naturaleza y un cuidado mutuo de persona-persona, naturaleza-persona y persona-naturaleza. Tampoco debe extrañar que bajo otras condiciones, el abanico de posibilidades se abra y vuelva contrarios los principios de reciprocidad, en donde sea ahora el turista quien otorgue un mayor valor al patrimonio cultural de las localidades turísticas, mientras que el prestador de servicios y la comunidad anfitriona, se centren más en su “*standing*” o posición social: claramente perceptible en el caso de los Pueblos Mancomunados de la Sierra Norte de Oaxaca, México, en donde se ofertan paquetes turísticos con costos fuera del alcance de los habitantes aledaños e incluso nacionales, favoreciendo su consumo por parte de los turistas extranjeros, siendo que, el producto ofertado, surge de la propia comunalidad y la relación con su entorno.

En tal sentido, las comunidades locales, una vez que se involucran en la dinámica turística, tienden a adaptarse a los beneficios funcionales que les genera el mundo globalizado, a partir de la generación de divisas y crecimiento económico, por sobre la significación de su cosmología, cosificando su patrimonio cultural a favor de un intercambio monetario que les permita solventar ya no solo sus necesidades inmediatas, sino que en una doble contingencia (tal como se presenta desde el lado del turista), satisfaga sus deseos y necesidades espirituales; es decir, se intercambie su posición y por consiguiente se genere una ruptura de reciprocidad con su propio territorio.

Generalmente, puede suponerse que al turista no le interesa el patrimonio de las localidades turísticas, al tiempo que los anfitriones solo buscan promover su valor intrínseco más allá de la economía; pero resulta evidente, que en ocasiones y bajo ciertas condiciones, como el confinamiento derivado por el COVID-19, se presente un sentido inverso, en donde el turista es quien se asombra y valora parte de una cultura a la que ya no tiene acceso en su región de origen, mientras que los poseedores

de los territorios llenos de una herencia cultural significativa, la comercializan, poniéndola a disposición de quien mejor pague por ella.

Ahora bien, en la concepción ontológica del turismo, se considera relevante asumir el papel de todos los actores involucrados, no solo en su esfera práctica-operativa, sino más bien, desde su abstracción como fenómeno inmerso en la sociedad, en su concepción sociológica. La discusión en torno a la organización social del turismo, centra su atención principalmente en el turista, a quien se le otorgan, casi de manera unánime, las decisiones que orientarán el rumbo a seguir por el destino turístico; le siguen las decisiones de los prestadores de servicios turísticos y gobiernos nacionales, regionales y locales, para finalmente integrarse, circunstancial y recientemente, a las comunidades locales.

El papel de las comunidades anfitrionas en los destinos turísticos debe considerar su capacidad recursiva para la toma de decisiones, tal como lo señala Luhmann cuando afirma que “[...] la solidez de los fenómenos macro solo pueden explicarse por el carácter recursivo de las interacciones entre los individuos” (2006: xxvi). Siguiendo esta postura, las comunidades locales poseen la atribución, en una interacción recíproca a la vez que dialéctica, de seleccionar el perfil y características del turista a quien buscan recibir, tal como hace el propio turista al seleccionar el destino a visitar. Con ello, no solo se regresa a un estado de simetría, sino que se adquiere un mecanismo equilibrador condicionado por la protección del patrimonio local con la capacidad de detonar beneficios que no recaigan solo en el interés económico, que ya se ha señalado, lo único que refuerza esto último es una dependencia de interacciones asimétricas, en las que el turista adquiere mucho más privilegios y menos perturbaciones que su contraparte, de acuerdo con la ideología de “quien paga manda” o “el cliente siempre tiene la razón”.

A nivel conceptual, la noción del turista también se ha ido transformando, siendo que actualmente presenta una tendencia que apunta a realizar viajes sólo o con un número reducido de acompañantes; en búsqueda de experiencias significativas en espacios mínimamente alterados por la actividad turística masificada; gusta de viajar despacio, conocer e involucrarse en las dinámicas tradicionales locales y contribuyendo de forma recíproca a su recibimiento con trabajo y servicio comunitario. Este nuevo perfil, más cercano al viajero redescubridor de los territorios, que al turista de consumo (Castro, 2020), evita ocupar la infraestructura y servicios creados ex profeso desde la gestión turística, para mezclarse entre las comunidades locales que recorre. Así,

alejado de la búsqueda de servicios turísticos, canaliza la interacción turista/anfitrión a partir de una reciprocidad reorganizada en el nuevo orden social del turismo.

Para cerrar, es posible aludir a las tendencias actuales que presenta la gestión del turismo en espacios abiertos con presencia rural, en donde, desde diferentes mecanismos de horizontalidad y simetría, más que de relaciones verticales o hegemónicas, la totalidad de actores turísticos posibilitan decisiones colectivas en las que convergen la oferta turística y la puesta en valor de los rasgos culturales tradicionales. La gestión del turismo desde la interacción comunitaria horizontal, logra codificar, a partir de una restitución de los intercambios de dones, posibilidades de disfrute/conservación de los atractivos locales turísticos y no turísticos, acercando al turista los elementos culturales que ya ha perdido o nunca tuvo, al tiempo de habilitar procesos de recuperación de saberes que han sido olvidados, desaparecidos o están a punto de hacerlo. La cooperación mutua a través de vínculos de amistad y de respeto entre los actores involucrados, no solo presupone el restablecimiento de los deberes de agradecimiento que Luhmann alude al contrato sinalagmático, sino que a su vez incrementa los índices de competitividad a los que tanto recurren las organizaciones públicas nacionales e internacionales como la ONU Turismo y su clasificación mundial de países más visitados.

Como se ha podido constatar a lo largo de este capítulo, es verdad el hecho de que las relaciones recíprocas se han convertido en una condición necesaria para la sociabilidad; hay rasgos de reciprocidad entre el que habla y el que escucha, entre el que otorga y el que recibe y hasta en el que manda y obedece; pero más allá de ello, a través del análisis de la actividad turística actual, los lazos de reciprocidad constantemente se ven fracturados, solamente sujetos de manera artificial a través de las condiciones que un actor ejerce sobre otro y que le son devueltas con el tiempo en lo que Luhmann menciona como un doble condicionamiento.

Cierro este análisis con una reflexión que comparte el profesor Niklas Luhmann respecto a la reciprocidad, y es que “los favores de arriba hacia abajo valen más que los favores de abajo hacia arriba” (1998b), lo que posibilita una necesaria adaptación en la organización social. Para el caso del turismo, el esperar comportamientos de parte de las instituciones públicas, que se traduzcan en beneficios para las comunidades locales, resulta también más significativo que a la inversa; por ello, para mantener los principios de simetría e igualdad en cuanto a la cooperación y solidaridad, se propone recurrir a los pensamientos arcaico-tribales, en donde más allá de favores, se habla de

ofrendas y prácticas rituales que regulan las dinámicas de interacción social incluso a diferente escala, de una forma mucho más armónica y amigable, tal como se presentó en sus inicios el propio fenómeno del turismo y que en un sentido de reciprocidad por parte de la pandemia por COVID-19, se está recuperando.

## REFERENCIAS

- Abduca, R. (2007). La reciprocidad y el don no son la misma cosa. *Cuadernos de antropología social*, (26), 107-124. <https://www.redalyc.org/pdf/1809/180914245006.pdf>.
- Aguirre, B., Gilabert, C. & Salazar, A. (2021). La patrimonialización en México: las disputas en torno al patrimonio cultural intangible. *Córima, Revista de Investigación en Gestión Cultural*, 6(10), DOI: 10.32870/cor.a6n10.7364
- Argueta, J. & Cortez, M. (2016). Trueque, intercambio y reciprocidad: economía solidaria en las comunidades Purépecha de Michoacán. *Revista Etnobiología*, 14(2), 79-89. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5633190>.
- Ari, I., Prayitno, G., Fikriyah, F., Dinanti, D., Usman, F., Prasetyo, N., Nugraha, A. & Onishi, M. (2024). Reciprocity and Social Capital for Sustainable Rural Development. *Societies*, 14(2), 1-18. <https://doi.org/10.3390/soc14020014>
- Castro, A. (2020). ¿Viajero es turista? El relato de viajes actual por España. In H. Martínez & M. Rubio [coords.]. De Marco Polo al Low Cost. Perfiles del turismo contemporáneo. Catarata. [https://www.researchgate.net/publication/349379959\\_Viajero\\_es\\_turista\\_El\\_relato\\_de\\_viajes\\_actual\\_por\\_Espana](https://www.researchgate.net/publication/349379959_Viajero_es_turista_El_relato_de_viajes_actual_por_Espana)
- Covarrubias, R. & Orozco, J. (2018). Modelo de cadena productiva para la gestión del turismo en contextos rurales, una propuesta desde la economía territorial. Caso de aplicación en Comala, Colima. *Teoría y Praxis*, (26), 123-152. [http://www.teoriaypraxis.uqroo.mx/doctos/numero26/Covarrubias\\_y\\_Orozco.pdf](http://www.teoriaypraxis.uqroo.mx/doctos/numero26/Covarrubias_y_Orozco.pdf)
- Datur (2024). *Ranking Mundial del Turismo Internacional*. Gobierno de México. Consultado el 27 de febrero de 2024. <https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/RankingOMT.aspx>
- Enríquez, M. & Vázquez, D. (2022). Desarrollo turístico occidental como marco de exclusión en comunidades rurales. In R. Gómez & B. Rodríguez [coords.]. *Turismo, ecoinnovaciones y nuevas tecnologías en las áreas rurales: retos y alternativas*. CONCYTEP. pp. 89-105. <https://concytep.gob.mx/publicaciones/libro-c-l-2022-11-157-turismo-ecoinnovaciones-y-nuevas-tecnologias-en-las-areas-rurales#1>
- Espinosa, C. (2019). ¿Qué alcances tiene la reciprocidad? Encuentros de trueque entre productores agrícolas en la provincia de Jujuy (Argentina) y reflexiones etnográficas. *Scripta Ethnológica*, (41), 68-94. <https://www.redalyc.org/journal/148/14861615003/html/>

- Fundación Carolina (2020). *La FC en Iberoamérica. Cooperación española*. Consultado el 26 de enero de 2023. <https://www.fundacioncarolina.es/la-fundacion/fundacion-carolina-en-iberoamerica/>
- Garry, S. & Oddone, N. (2017). Strengthening tourism value chains in rural settings. In R. Padilla [ed.]. *Rural industrial policy and strengthening value chains*. pp. 195-220. UN ECLAC. <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/68d4b576-55a0-41f5-8acf-9511ff36bf32/content>
- Gonnet, J. (2011). Reciprocidad, interacción y doble contingencia. Una aproximación a lo social. *Aposta, revista de ciencias sociales*, (50), 1-17. <https://www.redalyc.org/pdf/4959/495950246003.pdf>
- Hernández, L. (2007). El último legado de Herr Luhmann [Reseña]. *Revista mexicana de ciencias políticas y sociales*, 49(201), 173-180. <https://www.scielo.org.mx/pdf/rmcp/v49n201/0185-1918-rmcp-49-201-173.pdf>
- Hunziker, W. & Krapf, K. (2018). Fundamentos de la doctrina general del turismo. Edición crítica por Francisco Muñoz de Escalona.
- Korstanje, M. (2011). Un estudio crítico sobre el patrimonio turístico: capitalismo vs (des) protección. *Revista Hospitalidade*, 8(2), 3-37. <https://revhosp.org/hospitalidade/article/download/446/476>
- Luhmann, N. (2010). *Los derechos fundamentales como institución. Aportación a la sociología política*. Universidad Iberoamericana.
- Luhmann, N. (2009). *La política como sistema*. Universidad Iberoamericana.
- Luhmann, N. (2006). *La sociedad de la sociedad*. Herder – Universidad Iberoamericana.
- Luhmann, N. (2005). *El derecho de la sociedad*. Herder – Universidad Iberoamericana.
- Luhmann, N. (1998a). *Complejidad y modernidad de la unidad a la diferencia*. Editorial Trotta.
- Luhmann, N. (1998b). *Sistemas Sociales. Lineamientos para una teoría general*. Anthropos – Universidad Iberoamericana.
- MNIA [Museo Nacional de los Indios Americanos]. (2019). *Reciprocidad estilo andino. Native Knowledge 360°*. Consultado el 26 de enero de 2023. <https://americanindian.si.edu/nk360/inka-agua/reciprocity/reciprocity>
- Mollejo, V. (2019). *El arte de dar propinas; cuándo debe hacerse y cuánto dinero conviene dejar*. Alimento. Consultado el 28 de enero de 2023. [https://www.alimento.elconfidencial.com/consumo/2019-11-10/arte-dar-propinar-cuando-donde-111\\_1609531/](https://www.alimento.elconfidencial.com/consumo/2019-11-10/arte-dar-propinar-cuando-donde-111_1609531/)
- ONU Turismo (2023, noviembre 10). *La importancia del turismo para el crecimiento se destaca en el informe Perspectivas de la Economía Mundial*. Consultado el 10 de marzo de 2024.

- <https://www.unwto.org/es/news/La-importancia-del-turismo-para-el-crecimiento-se-destaca-en-el-informe-Perspectivas-de-la-Econom%C3%ADa-Mundial>
- Organización Mundial del Turismo (2023, enero 25). *Turismo responsable, sostenible y accesible*. UNWTO. <https://www.unwto.org/es/acerca-de-la-omt>.
- Tereucán, J., Briceño, C. & Gálvez, J. (2016). Equivalencia y valor en procesos de reciprocidad e intercambio entre los mapuches. *Convergencia. Revista de ciencias sociales*, (72), 199-220. <https://convergencia.uaemex.mx/article/view/4136/2708>.
- Torres, M., Ramírez, B., Juárez, J., Aliphath, M. & Ramírez, G. (2020). Buen vivir y agricultura familiar en el Totonacapan poblano, México. *Íconos, revista de ciencias sociales*, 68(24), 135-154. <https://iconos.flacsoandes.edu.ec/index.php/iconos/article/view/4065>.
- Turner, L. & Ash, J. (1991). *La horda dorada: El turismo internacional y la periferia del placer*. Endymion.
- Ribes, E. & Pulido, L. (2015). Reciprocidad, tipos de contingencias sociales sistémicas y lenguaje: investigación de las interacciones interindividuales. *Revista mexicana de psicología*, 32(1), 81-91. <https://www.redalyc.org/pdf/2430/243045363009.pdf>.
- Sánchez, J. & García, M. (2007). Las cadenas productivas y el clúster turístico, factores dinamizadores del desarrollo local. Una aproximación a la realidad del municipio Yaguajay. *Economía y desarrollo*, 142(2), 172-194. <https://www.redalyc.org/pdf/4255/425541311009.pdf>
- Secretaría de Turismo (2022, enero 25). *Compendio Estadístico del Turismo en México 2021*. Gobierno de México. <https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/CompendioEstadistico.aspx>.
- Secretaría de Turismo (2021, agosto 21). *El Registro Nacional de Turismo ha incrementado en más de 4º por ciento su cantidad de inscritos*. Gobierno de México. Consultado el 10 de marzo de 2024. <https://www.gob.mx/sectur/prensa/el-registro-nacional-de-turismo-ha-incrementado-en-mas-de-40-por-ciento-su-cantidad-de-inscritos#:~:text=Agreg%C3%B3%20que%20uno%20de%20los,entes%20que%20operan%20en%20la>
- Secretaría de Turismo (2017). Turismo es Bienestar. Hacia una Política Turística de Estado con Perspectiva al 2040. *Foro sobre Planeación integral para un turismo incluyente*. Sectur.
- Vázquez, D., Osorio, M., Arellano, A. & Torres, J. (2013). El turismo desde el pensamiento sistémico. *Investigaciones Turísticas*, (5), 1-28. [https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/29118/1/Investigaciones\\_Turisticas\\_05\\_01.pdf](https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/29118/1/Investigaciones_Turisticas_05_01.pdf)

- Xcaret (2024). *Voladores de Papantla. Sé testigo de los hombres voladores de México*. Consultado el 10 de marzo de 2024. <https://www.xcaret.com/es/atracciones/voladores-de-papantla/>
- Zorrilla, A. (2019). *Localidades turísticas con sentido de lugar*. Identidad y Desarrollo. Consultado el 10 de marzo de 2024. <https://identidadydesarrollo.com/localidades-turisticas-con-sentido/>

## CAPÍTULO 3

### RESONANCIA DEL TURISMO VERDE Y DIFERENCIACIÓN FUNCIONAL, UN ANÁLISIS EN CLAVE SISTÉMICA

*Claudia Elisa López Miranda*  
elisalm32z@gmail.com

#### INTRODUCCIÓN

La reflexión que se presenta a continuación tiene el objetivo de analizar los límites que la diferenciación funcional pone a la resonancia del llamado turismo verde o ecoturismo. Para lograrlo, inicia clarificando qué es exactamente el turismo verde y qué coyunturas propiciaron la emergencia del mismo. Debido a que la perspectiva que se utiliza para desarrollar este capítulo es la teoría sistémica de Niklas Luhmann, se ofrece una discusión en torno a cómo han sido aprovechadas las herramientas teóricas del sociólogo alemán para la investigación sobre turismo.

Al respecto, se señala que la reflexión sobre los peligros ecológicos ha quedado relativamente desatendida. Es por eso que en la última parte se recupera el planteamiento del libro *Comunicación Ecológica. ¿Puede la sociedad moderna responder a los peligros ecológicos?* y se explica cómo y por qué la resonancia del turismo verde está condicionada por la diferenciación funcional y la clausura operativa de los sistemas.

Publicar una reflexión sobre el turismo verde desde la perspectiva Luhmanniana es importante por varias razones. En primer lugar, permite mirar el fenómeno desde la óptica de la complejidad, alejándose de formulaciones moralizantes e incorporando nuevos temas. Con esto no se intenta menospreciar la toma de postura frente a la devastación ambiental o prácticas agresivas contra la naturaleza, sino sencillamente señalar que Luhmann ofrece herramientas para problematizar de forma radical el tema, con este autor más que hallar respuestas definitivas, encontramos siempre nuevas preguntas.

Sumado a ello, la conexión teórica de sistemas/turismo verde favorece el diálogo interdisciplinario, debido a que muestra las posibilidades heurísticas de la relación entre investigación sociológica y turística. En este contexto se hace evidente que diversas herramientas utilizadas en la sociología cobran relevancia para la investigación sobre

turismo, al tiempo que proveen nuevas miradas y permiten transitar hacia análisis más abstractos.

### ¿DE QUÉ HABLAMOS CUANDO HABLAMOS DE TURISMO VERDE?

A partir de los años sesenta, el campo del turismo se plantea teorizar sobre un fenómeno que en las décadas previas era prácticamente desconocido, a saber, el turismo verde. Claudia Toselli (1993), reflexiona en torno al fenómeno y señala que si bien puede haber variaciones en la conceptualización, se trata sobre todo de la notoria expansión del turismo en las áreas naturales. La autora precisa que éste puede tomar diversas formas: de aventura, científico, convencional, sin embargo, el llamado ecoturismo o turismo ecológico, presenta características particulares.

Para empezar, es posible identificar al menos dos causas de su surgimiento, en primer lugar, la búsqueda de sitios naturales no contaminados. La vida acelerada de las urbes ha provocado que las personas busquen huir, refugiándose de la contaminación ambiental y los efectos de las industrias. Vinculado a ello, la segunda causa identificada por Toselli (1993) es la concientización frente a los problemas ambientales, la necesidad de la gente de comprender y conocer en forma más completa el medio natural, motivada por la grave crisis que sufre nuestro planeta y que crece cada día más. Es decir, el ecoturismo o turismo verde tiene como base la conciencia de los peligros ecológicos.

Lieve Coppin expresa que ya en la década de los setenta se comenzó a advertir la necesidad de intervención frente a los problemas ambientales. Posteriormente surgen movimientos ecologistas que, a través de su participación, consiguen alertar mundialmente sobre los peligros que amenazan ciertos atractivos naturales; “con esto se logró una importante concientización ambiental [y] nace el ecoturismo como una [...] actividad que rechaza el turismo convencional y masivo” (en Toselli, 1993, p. 112).

Si queremos remontarnos al origen del concepto, es Hetzer (1965, en Higham, 2007) quien introduce el término ecoturismo, en los sesenta, y lo asocia con los siguientes principios: mínimo de impacto ambiental, máximo respeto sobre las culturas autóctonas de los espacios naturales que se visitan y máxima satisfacción para los participantes. En las décadas posteriores es posible dar cuenta de una

paulatina concientización en torno al deterioro medioambiental y la urgencia de las medidas para frenarlo, la Declaración de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Humano, celebrada en Estocolmo en 1972, la Conferencia Mundial del Turismo en Manila en 1980, la publicación del Informe Brundtland-Our Common Future en 1987, representan avances importantes en ese sentido, mismos que se han incrementado significativamente a lo largo del tiempo.<sup>2</sup> Desde los años sesenta, hasta las últimas décadas de nuestro tiempo ha habido una creciente preocupación por el combate a los peligros medioambientales, que se ha expresado tanto acuerdos internacionales, como en investigaciones académicas y desde luego, una participación cada vez más activa de organizaciones de protección al medio ambiente.

El turismo es un rubro importante de este ámbito, la preocupación por el medio ambiente ha tenido eco en esta práctica crucial para el desarrollo de las naciones. Es ahí que el llamado turismo verde encuentra su razón de ser. Tal y como se señaló al principio del presente apartado, si bien es posible dar cuenta de variaciones en la definición, autores como Wearing y Neil (2000) identifican cuatro características clave para calificar una práctica turística como ecoturismo. La primera consiste en que se trate de un viaje orientado a la conservación del medio natural y del entorno donde se desarrolla la actividad turística. La segunda se basa en el disfrute de los elementos fundamentales de la naturaleza, como la flora, la fauna y el paisaje. La tercera se relaciona con el adecuado mantenimiento de los recursos naturales, y la cuarta característica, de vital importancia, es el aprendizaje que el turista adquiere a través de su experiencia como ecoturista.

El ecoturismo intenta operar desde un enfoque de sostenibilidad, conservación del medio ambiente, respeto por las culturas locales y generación de beneficios para las comunidades, se plantea una forma de turismo alternativo para la sociedad y el medio. La pregunta que aquí nos hacemos es ¿el turismo verde opera realmente desde un enfoque de sostenibilidad, logra la conservación del medio y el respeto de las culturas locales?, o planteado de forma más precisa ¿cuáles son las condiciones sociales

---

<sup>1</sup> Podemos sumar a la lista la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo (CNUMAD) llevada a cabo en Río de Janeiro (Brasil) en 1992, el 41 Congreso de la Asociación Internacional de Expertos Científicos en Turismo (AIEST) en 1991, la Conferencia Mundial de Turismo Sostenible en 1995, la Conferencia Internacional sobre Biodiversidad y Turismo en 1997, entre muchas otras.

de posibilidad para que el turismo verde sea lo que se plantea ser? La teoría sistémica de Niklas Luhmann ofrece herramientas que nos permiten ensayar una posible respuesta.

Como se señaló en líneas anteriores, la investigación sobre turismo, desde hace algunos años, ha buscado, en la teoría de Luhmann, herramientas que le permitan nuevas miradas, en la arquitectura teórica del sociólogo alemán hay instrumentos que logran complejizar y enriquecer la discusión. En el siguiente apartado nos planteamos reflexionar brevemente en torno a esos diálogos con dos objetivos, el primero, señalar que existe una preocupación en el campo del turismo por la teoría de sistemas y se han hecho trabajos muy relevantes, el segundo, demostrar que falta énfasis en las consecuencias de la diferenciación funcional y en los esfuerzos que el propio Luhmann dedicó al problema ecológico.

#### LA TEORÍA DE SISTEMAS SOCIALES PARA EL ANÁLISIS DEL TURISMO

Resulta de suma relevancia reflexionar en torno a una investigación realizada por Diana Vázquez Ramírez, Maribel Osorio García, Antonio Arellano Hernández y Javier Torres Nafarrate (2013), en la que se presenta una suerte de síntesis de la utilidad del análisis sistémico para la investigación sobre turismo. En el documento se enfatiza que, desde la década de los sesenta, el estudio del turismo ha estado vinculado a la interpretación sistémica, los y las autoras elaboran un valioso trabajo de síntesis en torno a las posibilidades de la teoría sistémica en los análisis sobre turismo.

Sumado a éste, es importante mencionar “El carácter social del turismo, un análisis sistémico sobre su complejidad”, donde Maribel Osorio (2007) se propone entenderlo como una forma de interacción social comunicativa. La investigadora analiza cómo el turismo genera relaciones específicas en diversos sistemas sociales, incluyendo los de interacción, organizaciones y sistemas funcionales, lo que contribuye a comprender la complejidad del turismo debido a su diversidad de significados.

Al artículo mencionado debemos sumar “Turismo masivo y alternativo, distinciones de la sociedad moderna”, donde Maribel Osornio (2010) define el turismo como una característica distintiva de la modernidad. Parte del supuesto de que la modernidad se autodescribe como una sociedad funcionalmente diferenciada, donde el turismo actúa como un medio para integrar diversos sistemas funcionales en su ejecución.

Por su parte, Gerardo Novo (2012) y un grupo de investigadoras e investigadores, escribe “Imagen turística y Medios de Comunicación. Estudios y Perspectivas del turismo”, donde analizan cómo se forma la imagen de los destinos turísticos utilizando la teoría de sistemas de Niklas Luhmann como marco teórico. Se examina el proceso mediante el cual los medios de comunicación construyen la realidad social, sirviendo como el espacio donde se difunden las percepciones que los turistas tienen sobre los destinos, influenciadas por la información que reciben.

Vale la pena cerrar el apartado mencionando el texto de Pimentel (*et al.*, 2014) “Autopoiesis y sistema turístico”, donde se enfatiza que la lectura más común del turismo desde la teoría de sistemas se centra en las relaciones entre sistema y entorno, cuyos elementos generalmente se toman como variables independientes a partir de las cuales el sistema turístico (ST) “debe adaptarse”.

Estas referencias son prueba de que los y las investigadoras del fenómeno turístico consideran a la teoría de sistemas una herramienta útil para su trabajo. La puesta en marcha de los conceptos complejidad, diferenciación funcional, sistema/entorno, autopoiesis, revitalizan el campo y enriquecen la investigación turística. Sin embargo, hay un terreno relativamente inexplorado de la teoría sistémica luhmanniana y que puede resultar de enorme utilidad, a saber, sus reflexiones en torno a la comunicación ecológica y la forma en que la sociedad moderna hace frente a los peligros medioambientales. En los siguientes párrafos se discutirá dichas reflexiones, para poder responder a las preguntas que nos hicimos al inicio del capítulo en torno a si ¿el turismo verde opera realmente desde un enfoque de sostenibilidad, logra la conservación del medio y el respeto de las culturas locales?, o planteado de forma más precisa ¿cuáles son las condiciones sociales de posibilidad para que el turismo verde sea lo que se plantea ser?

## COMUNICACIÓN ECOLÓGICA, DIFERENCIACIÓN FUNCIONAL Y LÍMITE SOCIAL

Para empezar, es de vital importancia recordar que Luhmann nos permite ver más allá de las buenas intenciones y nos coloca en la óptica de la complejidad. No queremos decir que las buenas intenciones no existan, sino que la diferenciación funcional pone límites inapelables, esa es probablemente la verdadera tragedia de la sociedad moderna. En el libro *Comunicación Ecológica. ¿Puede la sociedad moderna responder*

*a los peligros ecológicos?* Se desarrolla este planteamiento que, como se ha señalado, aporta nuevas perspectivas a la comprensión del turismo verde.

Luhmann inicia destacando que, a partir de los años sesenta, surgió una rápida y creciente discusión sobre las condiciones ecológicas de la vida social, ello llevó a que la sociedad se alarmara como nunca antes. Según el autor alemán, en el ámbito de la sociología, la irrupción de esta discusión fue inesperada, lo que podría explicar las dificultades para abordar el fenómeno desde una perspectiva sociológica adecuada.

En un principio el nuevo tema se consideró dentro del contexto de la antigua teoría. Consecuentemente, si la sociedad se pone en peligro al modificar su entorno entonces tiene que sufrir las consecuencias. Debe encontrarse al culpable, restringirlo y, de ser necesario, confrontarlo y castigarlo (Luhmann, 2020, p. 18).

Como resultado, la discusión se ve eclipsada por argumentos morales, lo que lleva a que en los debates sobre ética medioambiental se descuide el papel crucial de las estructuras sistémicas y surjan numerosas demandas de intervención, sin comprender que el problema solo puede abordarse en términos de la unidad de la diferencia entre sistema y entorno.

Es decir, cuando la reflexión sobre peligros medioambientales se “instala” en la sociología, la disciplina no contaba con herramientas útiles o suficientes para comprender, la consecuencia fue un viraje hacia explicaciones moralistas que no tenían en cuenta fenómenos tan importantes como la complejidad y la diferenciación funcional.

Cuando Luhmann habla de diferenciación funcional alude al problema de aumento de complejidad en las sociedades modernas por un lado y al hecho de que existen ámbitos de comunicación que se cierran en torno a problemas específicos, a saber, los sistemas parciales, cuyo límite es claramente observable y al mismo tiempo que genera posibilidades de comunicación específicas, activa un entorno de dichas comunicaciones.

Para el autor alemán estos sistemas no establecen una jerarquía entre sí, no hay uno que domine y no existe posibilidad de que éstos se mezclen o subviertan su límite, pero tampoco permanecen aislados unos de otros, son capaces de observar que existen “otros sistemas en el entorno” y de establecer relaciones ellos, o para decirlo en palabras de Niklas Luhmann: son capaces de acoplarse estructuralmente con otros.

La diferenciación funcional se basa en una clausura operativa de los sistemas [...] cada sistema de función determina su propia identidad [...] a través de una semántica elaborada de reflexión, de autonomía, de darse sentido a sí mismo [...] con todo esto, no significa que las dependencias entre los sistemas parciales disminuyan; al contrario aumentan [...] pero consisten ahora en una dependencia general y altamente diferenciada de condiciones constantemente cambiantes del entorno interno de la sociedad (Luhmann, 2007: 591).

Los sistemas a los que se refiere Luhmann son economía, derecho, ciencia, política, religión y educación. En el contexto de sociedad moderna es posible observar operaciones claramente económicas, distintas a las científicas, políticas o educativas, esto no significa que esas semánticas no establezcan, como ya se ha dicho, relación entre sí, pero es justo a partir del límite sistémico que logran acoplamientos.

Y si bien puede haber diversos temas que “preocupen” a los sistemas, para cada uno existe un problema específico de referencia a partir del que organiza su comunicación. El sistema económico se ocupa de lo relativo a la gestión de la escasez y la producción de plusvalía, el derecho se concentra en la producción de comunicaciones (sentencias) legales, a la ciencia le interesa, fundamentalmente, la producción de verdades científicas, la política la toma de decisiones colectivamente vinculantes, a la religión la relación entre inmanencia y trascendencia, la educación, por su parte, se concentra en la preparación formal (Luhmann, 2007).

Esa estructura es la estrategia que ha hallado la sociedad moderna para lidiar con sus problemas de complejidad, lo paradójico es que cada uno de los sistemas producen complejidad al interior de sí mismos y, a su vez, complejizan fenómenos como el que da título al presente capítulo, el turismo verde, porque:

El objetivo principal de los sistemas autopoieticos es la continuación de la autopoiesis sin ninguna preocupación por el entorno. Por lo general, es más importante para ellos el siguiente paso en el proceso que la preocupación por el futuro —futuro que, de hecho, es inalcanzable si la autopoiesis no continúa—. Visto desde una perspectiva de largo plazo, la evolución está preocupada por alcanzar “equilibrios ecológicos”. Pero esto sólo significa que los sistemas, de seguir la tendencia de autoexponerse al peligro ecológico, se eliminan (Luhmann, 2020, p. 31)

Es decir, para los sistemas el interés fundamental es continuar con su autoproducción, nada puede importarles más que su problema de referencia, si bien la ciencia se preocupa por diversos temas, su objetivo principal es la producción de conocimiento científico, pues de no realizar esa operación o dar prioridad a otra, dejaría de ser ciencia, sólo por poner un ejemplo.

A partir de ese “interés fundamental” cada sistema desarrolla códigos, programas y un medio de comunicación simbólicamente generalizado (MCSG), en el capítulo dos de *La sociedad de la sociedad* (2007) Luhmann profundiza en este tema, para la presente investigación nos permitimos únicamente recuperar un cuadro elaborado por Hans-Georg Moeller que sintetiza muy bien el planteamiento:

**Cuadro 1. Síntesis sistemas funcionales**

<i>Sistema</i>	<i>Función</i>	<i>Código</i>	<i>Programa</i>	<i>Mcsg</i>
DERECHO	Eliminación de la contingencia de expectativas normativas	Legal/ilegal	Leyes Constituciones	Jurisdicción
POLÍTICA	Toma de decisiones colectivamente vinculantes	Gobierno/oposición	Programas de partidos políticos, ideologías	Poder
CIENCIA	Producción de conocimiento	Verdadero/ falso	Teorías, métodos	Verdad
RELIGIÓN	Eliminación de la contingencia	Inmanencia/ trascendencia	Sagradas Escrituras, dogmas	Fe
ECONOMÍA	Reducción de la escasez	Pago/ no pago	Presupuestos	Dinero

Fuente: Moeller (2006), traducción de la autora de este capítulo.

Moeller (2006), a diferencia de Luhmann en *Comunicación ecológica*, no incluye el caso de la educación, pero Luhmann señala que “el código del sistema educativo resulta de la necesidad de desarrollar una carrera [...] sólo si se es admitido en una escuela se está en condiciones de [...] terminar exitosamente un programa de estudios que [...] determina el avance profesional” (Luhmann, 2020, p. 148), subraya también que los programas del sistema educativo tienen que ver con los contenidos de aprendizaje o las condiciones y habilidades esperadas en una persona dentro del proceso educativo.

Esta reflexión es fundamental pues nos permite comprender de una vez por todas a qué se refiere Luhmann cuando habla de diferenciación. El autor alemán señala que la sociedad moderna está funcionalmente diferenciada, esto quiere decir que está diferenciada en sistemas clausurados operativamente, que tienen un código, programas y un problema de referencia específico a partir del que marcan su límite respecto al entorno.

Las consecuencias de dicho reconocimiento son de grandes dimensiones. En principio, no existe un sistema o persona capaz de observar desde todos los códigos, los problemas sociales se tratan de forma diferenciada por cada uno, Luhmann utiliza una terminología del ramo de la informática para ilustrar esto, los sistemas “digitalizan relaciones análogas” (Luhmann, 2007, p. 73), es decir, traducen el mundo a su “idioma”.

Sólo a partir de esta reflexión en torno a la diferenciación funcional y la clausura operativa es que podemos comprender el concepto de resonancia. Según Niklas Luhmann, la relación del sistema con el entorno sólo se produce mediante la clausura operativa del sistema, es decir, mediante estructuras internas circulares, “sólo en casos excepcionales (esto es, en distintos niveles de realidad, irritados por factores ambientales), puede el sistema comenzar a reverberar, puede ponerse en movimiento. Esto es lo que llamamos resonancia” (Luhmann, 2020, p. 33). Es el sistema quien determina aquello que puede resonar dentro de él mismo, ese eco no depende de la gravedad o “importancia” del problema, sino de la capacidad del sistema de dejarse irritar.

¿Qué importa más al sistema económico, por ejemplo, la producción y gestión de la propiedad del dinero o preservar un bosque? Y no se trata de buenas o malas intenciones, sino de la continuación de la autopoiesis del sistema, según Luhmann “la economía es un sistema altamente centralizado por el mecanismo del dinero” (2020, p. 153), eso nos permite comprender que para él, la preservación del bosque es una preocupación secundaria.

Aceptar esto, evidentemente comporta un alto grado de angustia, pues los esfuerzos por frenar la catástrofe medioambiental se ven limitados por la diferenciación funcional. Eso explica por qué hay algunos sistemas donde la preocupación medioambiental ha logrado más resonancia que en otros. Por ejemplo, la ciencia, como se explicó en las primeras líneas de este documento, a partir de los años sesenta, ha permitido una mayor resonancia del tema, para decirlo en términos luhmannianos “se ha dejado irritar por éste”.

Si pensamos el caso del turismo verde a la luz de estas afirmaciones, podemos observar aspectos que quedan opacos desde otras perspectivas. Recordemos las definiciones expuestas líneas antes: Hetzer (1965, en Higham, 2007) asocia el término con un mínimo de impacto ambiental, máximo respeto sobre las culturas autóctonas de los espacios naturales que se visitan y máxima satisfacción para los participantes. En el centro de su definición está el cuidado del medio ambiente.

Por su parte, Wearing y Neil (2000) identifican cuatro aspectos clave del ecoturismo: a) que se trate de un viaje orientado a la conservación del medio natural y del entorno donde se desarrolla la actividad turística, b) disfrute de los elementos fundamentales de la naturaleza, como la flora, la fauna y el paisaje, c) adecuado mantenimiento de los recursos naturales, y d) aprendizaje que el turista adquiere a través de su experiencia como ecoturista.

En estas dos y en todas las definiciones de ecoturismo o turismo verde hay un común denominador: el cuidado del ambiente natural. Con esta información regresemos a las nociones de clausura operativa, límite y diferenciación funcional que hemos estado discutiendo y partamos de la definición misma de turismo. Desde las miradas más clásicas (Hunziker y Krapf, 1942, en Muñoz de Escalona, 2003), hasta las definiciones sistémicas (Osorio, 2007; Vázquez *et al.*, 2013), el turismo se caracteriza por la estancia en un espacio distinto del que se vive. El concepto de turismo contiene, necesariamente, un factor de cambio de localidad, una dimensión dinámica o de movimiento, así como un elemento de estadía.

Aquí vale la pena subrayar los elementos sin los que el turismo no sería turismo, es decir, aquellos que permiten marcar su límite respecto al entorno. El turismo es un sistema que incluye necesariamente destinos turísticos, servicios, infraestructura, etc., sin ello sería otra cosa. En este sentido, el turismo puede no preocuparse por el medio ambiente, pero no puede desatender el cambio de localidad, los servicios, los destinos.

Con esto no estamos justificando la falta de preocupación por los peligros medioambientales, se intenta subrayar el límite de sentido del sistema turístico, es quizás ese límite funcional el mayor enemigo del medio ambiente, pues a pesar de que las buenas intenciones que son válidas y, personalmente diría, necesarias, la autopoiesis de los sistemas se impone.

Tal y como señala José Crespo (2019), en algunos casos, el ecoturismo puede generar un alto impacto ambiental debido a la sobreexplotación de recursos naturales, la contaminación y la alteración de ecosistemas frágiles o puede generar un alto impacto

ambiental debido a la sobreexplotación de recursos naturales, la contaminación y la alteración de ecosistemas frágiles.

Toselli, por su parte, asegura que, el ecoturismo o turismo verde puede generar “sobrecarga de visitantes, presión ambiental, impacto acústico, disturbio de los sonidos naturales [...] disturbio de los procesos naturales, alimentación de animales, cambios en la conducta de los animales” (1993, p. 5), entre otros impactos negativos.

A esta reflexión hay que sumar que el turismo verde logra alto rendimiento económico. Por mencionar sólo el caso español, Esther Peñas señala que en cifras, según el Observatorio de Ecoturismo en España, se trata de un sector que cuenta con alrededor de 800.000 clientes, factura más de 24 millones de euros y proporciona empleo a 2.613 trabajadores, dejando un impacto económico de 63 millones de euros (2021). ¿El sistema económico desaprovecharía la oportunidad de generar dinero aún sabiendo que el turismo verde puede tener efectos negativos en el medio natural?

La ética verde puede inspirar valores muy loables, pero eso no significa que ayude a afrontar directamente el problema de la catástrofe ambiental a la que estamos sometidos. A veces, hasta logra lo contrario: calma la conciencia y proporciona un *greenwash*, sin cuestionar los presupuestos sociales ni modificar la actitud hacia la economía, explica Ramón del Castillo, doctor de la UNED y experto en este modelo de turismo (Peñas, 2021, p. 2).

Pensemos ahora desde la perspectiva legal, en la primera parte del capítulo analizamos los acuerdos y convenciones internacionales a partir de las que se generaron diversas regulaciones en términos de sostenibilidad medioambiental. Sin embargo, es necesario reconocer que el ámbito del derecho es mucho más amplio que lo concerniente al problema ecológico. Es decir:

El “derecho ambiental” [...] invade dominios jurídicos conocidos tales como [...] el derecho policial, el derecho de negocios, el derecho impositivo y el derecho constitucional. En tanto tal coordinación no sea exitosa, las innovaciones se mantienen abstractas. Se dan meramente como ideas problemáticas (Luhmann, 2020, p. 102).

Si bien existe una regulación desde la óptica del combate a los peligros ecológicos, ese mismo derecho aplica para las libertades económicas o de las “personas”, incluso. Y la operación fundamental del derecho no es la protección del medio

ambiente, sino determinar formalmente lo legal/ no legal. Volvemos al problema de la clausura operativa.

Para el caso de la ciencia funciona exactamente igual, el código del sistema científico es verdadero/ no verdadero, le preocupa sobre todo la producción de conocimiento, si bien tal y como señala Crespo (2019) la reflexión sobre turismo verde ha logrado eco en la investigación académica, lo fundamental para este ámbito de sentido es el análisis del fenómeno, no la realización efectiva de un turismo respetuoso del entorno natural y de las culturas autóctonas.

Los gobiernos o los grupos opositores, por su parte, están interesados en el turismo verde o el tema medioambiental sólo en la medida en que éste pueda generarles un capital político. En el país tenemos un ejemplo muy ilustrativo, el Partido Verde Ecologista de México, que asegura tener como fin principal la protección del medio ambiente, pero establece las alianzas más inimaginables con los partidos menos preocupados por los peligros ecológicos, sólo por escalar en la carrera gubernamental.

Para el caso de la religión, Niklas Luhmann asegura que, aunque ésta se presenta como capaz de proveer programas sobre lo que es correcto para los otros sistemas funcionales:

eso no conduce a una ética ambiental, ni siquiera a una exageración teológica de demandas políticas ambientalistas. Aunque siempre es concebible que haya estados ecológicos y socialmente marginales en los que sea imposible para la humanidad experimentar la certidumbre de la fe y esperanzarse en la redención, la religión puede justificar, cuando menos, el que deba mantenerse esta posibilidad (Luhmann, 2020, p. 145).

El sistema educativo tiene un comportamiento similar al de los aquí expuestos. Luhmann señala que nos aferramos a considerar la educación como una esperanza para el futuro, sin embargo, se pregunta ¿sería realmente posible que dicho sistema lograra un cambio gradual en la conciencia de la sociedad dirigida hacia una actitud positiva al medioambiente? La respuesta es que el valor de la educación puede considerarse significativamente alto cuando se tiene en cuenta lo poco relevantes que pueden parecer los grandes problemas una vez que han sido filtrados por lo normativamente posible, considerando también el alcance de los costos y la importancia de reaccionar ante las consecuencias ambientales. Es crucial reconocer que ningún sistema funcional es

capaz de tomar decisiones completamente acertadas en todo momento y que al igual que cualquier otro sistema, el educativo tiene limitaciones en cuanto a su capacidad de resonancia. La educación puede tematizar los peligros medioambientales, pero para lograr un cambio significativo se tendría que lograr una coordinación de los “intereses” de los otros sistemas parciales y, como ya se ha explicado largamente, eso es imposible.

## CONCLUSIONES

El capítulo que aquí se ofreció, intentó, en primer lugar, mostrar la utilidad de herramientas de la teoría sociológica para el análisis sobre turismo, dicha conexión es especialmente relevante porque se trabajó con una teoría crítica, incluso en sociología, por su alto nivel de abstracción. Pensar el turismo verde y los peligros ecológicos desde la teoría sistémica de Niklas Luhmann permitió subrayar la importancia de una perspectiva de gran angular que ilumina aspectos que generalmente quedan opacos.

Con un análisis como el que aquí se presentó, la sociología encuentra pruebas de que la teoría de sistemas puede llevarse a ámbitos tan concretos como la resonancia del turismo verde, por su parte, la investigación en turismo logra poner a prueba no sólo nuevas herramientas, sino distintos niveles de observación.

Este documento llama a profundizar los esfuerzos por mirar temáticas relativas al turismo desde la teoría luhmanniana, dicho ejercicio revitaliza la propia teoría, al tiempo que acentúa la dimensión científica de la investigación sobre turismo, pues la coloca en una perspectiva que, sobre cualquier cosa, duda, cuestiona, problematiza.

Además de todo ello, el diálogo que propone el presente capítulo pone en cuestión la dimensión política del turismo verde, pues enfatiza una afirmación de Niklas Luhmann que, despojada de la explicación sistémica puede parecer hasta cínica: el autor alemán señala que de pronto sentimos que “podemos cambiarlo todo” con valor y orientación cibernética, sin embargo, solemos subestimar la problemática de la complejidad estructurada.

Lo que intenta subrayar es la necesidad de relacionar la posibilidad del cambio, con la diferenciación funcional. En el caso específico del turismo verde, se observa que la forma en que irrita a los diferentes sistemas puede tener como consecuencia,

justamente, la devastación ambiental. La gente que practica y promueve este tipo de turismo probablemente tiene muy buenas intenciones, pero como ya se ha señalado, éstas se enfrentan a la diferenciación funcional y a la clausura operativa de los sistemas.

Ello no es un llamado a abandonar la lucha contra los peligros ecológicos, sino un esfuerzo por mirar el problema en su complejidad. En ese sentido, la teoría luhmanniana transforma el estudio del turismo, en particular, y los problemas sociales, en general, pues nos muestra que incorporar la variable de la diferenciación funcional amplía radicalmente nuestra mirada.

## REFERENCIAS

- Crespo, J. (2020). Orígenes e impactos del ecoturismo. *Kalpana*, 19, 5-32.
- Higham, J. E. (2007). *Critical issues in ecotourism: understanding a complex tourism phenomenon*. Routledge.
- BanKi Moon (2017). Día mundial del turismo. <http://cf.cdn.unwto.org/es/tourism4development2017>
- Luhmann, N. (2007). *La Sociedad de la Sociedad*. Herder, UIA.
- Luhmann, N. (2020) *Comunicación Ecológica. ¿Puede la sociedad moderna responder a los peligros ecológicos*. Universidad Iberoamericana.
- Moeller, H. G. (2006) *Luhmann Explained. From Souls to Systems*. Open court.
- Muñoz de Escalona, F. (2003). *El turismo explicado con claridad* (1 ed. en español). LibrosEnRed.
- Novo E. de los Monteros, G., Osorio García, M., Torres Nafarrate, J., Esquivel Solís, E. (2012). Imagen turística y Medios de Comunicación. *Estudios y Perspectivas del Turismo*. (21)
- Osorio García, M. (2007). El carácter social del turismo. Un análisis sistémico sobre su complejidad. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 16(4), 464-492. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180713898005>
- Osorio García, M. (2010). Turismo masivo y alternativo, distinciones de la sociedad moderna/ posmoderna. *Convergencia*.
- Peñas, E. (2021). ¿Realmente existe el turismo sostenible?. *Ethic*.
- Pimentel, M. P. C., Pimentel, T. D., & Carrieri, A. D. P. (2014). Autopoiesis e sistema turístico. *Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo*, 8(1), 1. <https://doi.org/10.12660/oit.v8n1.32091>
- Toselli, C. (1993). Turismo ecológico: Aspectos generales sobre esta nueva tendencia. *Signos Universitarios*, 12(24).
- Wearing, S. L., y Neil, J. (2000). *Ecoturismo: impacto, tendencias y posibilidades*. Síntesis.
- Vázquez, D., Osorio, M., Arellano, A. y Torres, J. (2013). El turismo desde el pensamiento sistémico. *Investigaciones turísticas* (5).



## CAPÍTULO 4

# EL TURISMO ESPACIAL DE LA SOCIEDAD: EXPANSIÓN DE LA COMUNICACIÓN ESPACIAL Y DESINFLACIÓN DE EXPECTATIVAS TURÍSTICAS

*Sergio Pignuoli Ocampo*  
CONICET/UBA, Argentina  
*spignuoli@conicet.gov.ar*

### INTRODUCCIÓN

En este ensayo se aborda el caso del turismo espacial desde el programa de investigaciones de la Teoría general de sistemas sociales. En el marco de la notable expansión de la comunicación espacial y de la segunda época dorada de la exploración espacial que están teniendo lugar en nuestros días, el caso del turismo espacial presenta una singularidad digna de atención: floreció y creció muy aceleradamente durante las dos primeras décadas del nuevo milenio, apalancado por proyectos futuristas en tiempo presente, como viajes turísticos (en bucle) a la luna (por ej.: *Space Adventures, SpaceX*), viajes orbitales y suborbitales (por ej.: *Space Adventures, CAS Space, Blue Origin, Virgin Galactic, SpaceX*, entre otros), hotelería suborbital de lujo (por ej.: *Voyager Station* del consorcio ABOVE), viajes en globos estratosféricos (por ej.: *World View, Space Perspective*) entre otros. La llegada de esta década, sin embargo, moderó el excesivo optimismo del relanzamiento, el desarrollo del turismo espacial se ralentizó y cayó sobre su factibilidad un pesado manto de dudas y suspicacias. Aquí indagaremos exploratoriamente el caso y sugeriremos un esquema de observación que permita distinguir su particular evolución en el marco de la diferenciación y evolución de la comunicación espacial de la sociedad.

## CONTEXTO

La actividad espacial atraviesa actualmente una segunda época dorada. Periódicamente, agencias, programas y misiones se apuntan hitos en las capas inferiores y superiores de la atmósfera terrestre e incluso en el espacio profundo que acontecen por primera vez en la evolución de la sociedad. Entre los hitos mencionados, destacan los recientes descensos y travesías aéreas y terrestres en el planeta Marte (Hope/MBRSC; Perseverance/NASA y Zhurong/CNSA, 2021), los sobrevuelos sobre Plutón y Caron (New Horizons, 2015) y sobre 486958 Arrokoth (New Horizons, 2019), el descenso en Titán (Huygens, 2005), la exploración de Vesta (Dawn, 2011), la orbitación sobre Ceres (Dawn, 2015), la trasposición de los límites exteriores de la heliosfera (Voyager 1, 2012; Voyager 2, 2018; New Horizons, 2020); anteriormente la instalación de la Estación Espacial Internacional (1998) y las que actualmente se proyectan. Se cuenta, cada vez más, con nuevos observatorios espaciales (telescopio Hubble, 1990; observatorio de rayos X Chandra, 1999; telescopio Spitzer –espectro infrarrojo–, 2003) y con orbitadores sobre distintos cuerpos celestes de nuestro sistema solar. Al desarrollo de la exploración espacial han contribuido tecnologías innovadoras, tales como nuevos telescopios, estaciones espaciales, satélites artificiales, sondas y vehículos tripulados y no tripulados, cuyos efectos son integrados en diversos ámbitos del mundo social.

En el seno de esta nueva época áurea, la denominada economía espacial ha mostrado indicios consistentes de crecimiento, desarrollo y diversificación. Según la OCDE (2022: 29-30), las principales industrias del sector son las comunicaciones satelitales, los subsistemas de posicionamiento, navegación y temporalización, la observación y monitoreo de la tierra desde el espacio exterior, el transporte espacial, la exploración espacial, la ciencia o investigación científica, las tecnologías espaciales y los componentes o tecnologías genéricos que posibilitan las capacidades espaciales. En cuanto al tamaño del sector, si bien subraya las dificultades que presenta su medición,<sup>1</sup> la OCDE informó que su producto estimado para los años 2016 y 2017 oscilaba entre

---

<sup>1</sup> Desde al menos 2014, la OCDE subraya las dificultades ínsitas a las tareas de estimación del producto (OCDE, 2014: 16ss). En ese momento, el organismo multilateral se centró en primer momento en dos segmentos principales de las cadenas de valor de la industria espacial denominadas *upstream activities* y *downstream activities*. Ambos segmentos, aunque más el segundo que el primero, presentan dificultades, pero en la

los US\$ 329-350 millardos<sup>2</sup> y que las proyecciones a 30 años (2040 aprox.) se miden en millones de millones.<sup>3</sup> ¿Qué ha sucedido con la industria del turismo dentro de esta dinámica?

La industria del turismo se ha beneficiado de la evolución reciente de la economía espacial. Constatarlo es sencillo, basta con observar las mejoras en los servicios de transporte (aéreo, marítimo, terrestre), la trazabilidad y el monitoreo geolocalizado *just in time* de itinerarios de vehículos y personas, estimaciones meteorológicas, etc. Si bien no es objeto de este estudio, no podemos dejar de mencionar que la industria del turismo ha integrado importantes elementos de sus cadenas de valor en las redes de la comunicación espacial. Por estos días, nada hace pensar que la tendencia de ese proceso no prosiga y se intensifique, pues la comunicación espacial le brinda a la comunicación turística (terrestre) respuestas y soluciones concretas a problemas de primer orden en materia de alcance y sincronización. Aquí nos convoca, sin

---

medida en que sus principales actores son agencias espaciales y/o compañías especializadas sus presupuestos y balances contables tienen carácter público y sus movimientos y operaciones resultan razonablemente trazables. Sin embargo, con el paso del tiempo, el organismo concedió la existencia de un tercer segmento, denominado *derived activities*, dado que la economía espacial ya no aceptaba ser reducida a los dos segmentos mencionados (OCDE, 2022: 30-1). A partir de la inclusión del nuevo segmento sobrevinieron importantes problemas metodológicos para la estimación del tamaño de la economía, pues el segmento nuevo incluye actores de sectores privados no necesariamente partícipes de los planes de negocio y las cadenas de valor de la economía espacial como tal, pero sí capaces de integrar productos, servicios y prestaciones de ella en sus propias cadenas de valor. En este conjunto de ajustes metodológicos y de unidades de análisis y medición se muestra a las claras la notable dinámica expansiva que caracteriza al sector.

<sup>2</sup> Sin dejar de hacer una importante salvedad a propósito de las diferentes metodologías implementadas en cada caso, un informe de la OCDE (OCDE, 2019: 32) recopiló las principales estimaciones del tamaño de la economía espacial. Según Stanley Morgan, el producto del sector en 2016 fue de US\$ 350 millardos, mientras que según *Space Foundation* fue de US\$ 383,5 millardos para 2017. En el *Handbook* de 2022 (OCDE, 2022: 20) se incorporaron otras dos estimaciones: la *Satellite Industry Association* estimó un producto de US\$ 339,1 millardos para 2016 y el *Institute for Defense Analyses* uno de US\$ 166,8 millardos para el mismo año. La principal diferencia de esta última estimación es que computó presupuestos gubernamentales e ingresos únicamente por servicios satelitales y soporte al usuario de servicios espaciales, sin contabilizar ingresos por servicios, productos e infraestructura comercial.

<sup>3</sup> El informe de la OCDE de 2019 (OCDE, 2019: 32) recopiló tres estimaciones prospectivas del producto de la economía espacial a 30 años, es decir para la década de 2040: Goldman Sachs pronosticó un producto de US\$ 1 millón de millones, Stanley Morgan –con una metodología distinta–, uno de US\$ 1,1 millón de millones y *Bank of America/Merrill Lynch*, uno de US\$ 2,7 millones de millones.

embargo, una rama particular de esa industria denominada “turismo espacial”.<sup>4</sup> Su conformación es tributaria del relanzamiento de la exploración espacial al inicio del nuevo milenio.

Desde su mismo punto de partida, el “turismo espacial” encierra peculiaridades, como por ejemplo, el “turista espacial” existió antes que el “turismo espacial”. Ello se debe a que diversos programas de investigación de las agencias, especialmente la rusa/soviética ROSCOSMOS y la estadounidense NASA comenzaron a ofertar la ocupación de un lugar en misiones especiales a realizarse en las Estaciones Salyut y Mir y luego en la Estación Espacial Internacional. El lanzamiento del “turismo espacial” tal como lo conocemos hoy en día comenzó a gestarse y promocionarse durante la década pasada. Dichos proyectos se caracterizaron por generar portafolios comerciales de itinerarios y/o experiencias suborbitales y orbitales que ya no formaban parte de sus misiones, pero contaban con el aval de las agencias espaciales. Hacia fines de la década, la OCDE (OCDE, 2019: 15) reconoció la existencia de siete firmas privadas con planes de negocios y proyectos turísticos avanzados y subrayó que dos de ellas (*Virgin Galactic* y *Blue Origin*) estaban en condiciones de concretar un vuelo comercial suborbital en 2019-2020. Durante esos años, la vinculación entre exploración y turismo espaciales aumentó las expectativas de retornos en referencia a esos nuevos portafolios. Tal incremento aceleraba conforme se sucedían los logros de la actividad y exploración espaciales. Así el sector recibió importantes inversiones.

El inicio de la década en curso marcó el fin de dicha tendencia. El quiebre puede describirse como una desinhibición de expectativas moderadamente pesimistas respecto

---

<sup>4</sup>La sola definición de “turismo espacial” es muy problemática. La frontera entre la atmósfera terrestre y el espacio exterior de acuerdo con el estándar adoptado por la *Fédération Aéronautique Internationale* es la denominada línea de Kármán que sitúa la frontera a 60 millas o 100 km sobre el nivel del mar aproximadamente. En los Estados Unidos de América, la NASA y la *Federal Aviation Administration* manejan otro estándar, este sitúa la frontera a 50 millas sobre el nivel del mar. La importancia del estándar es especialmente significativa en este campo, pues el mundialmente publicitado vuelo inaugural alcanzó la altura máxima de 85,1 km o 53 millas (Foust, 2023b). Es decir, según el estándar adoptado, se lo puede considerar una experiencia turística espacial, o no. En rigor, el objeto de la controversia (el estándar adoptado) sobrepasa el mero ámbito del turismo, razón por la cual se maneja actualmente estableciendo la distinción entre turismo suborbital, turismo orbital y turismo más allá de la atmósfera terrestre. En el marco de este escrito no es necesario ahondar más allá de esta distinción.

del futuro de corto y mediano plazo de los proyectos recientes de turismo espacial. Tales expectativas no reemplazan las expectativas optimistas, sino que plantean una tensa convivencia con ellas. Debido a las nuevas tensiones, las expectativas optimistas ya no pueden reforzarse simplemente con los avances de la exploración espacial en general, sino que ahora sólo pueden hacerlo sobre la base específica y particular de los éxitos del sector turístico. Últimamente, los logros no abundan en él. Quizás podría mencionarse la misión Polaris Dawn en 2024 (Comerford, 2024), pero los contados éxitos recientes no pueden ni replicarse ni mucho menos escalararse con facilidad y/o bajos costos. La desinhibición de expectativas moderadamente pesimistas contribuye a la desinflación de expectativas. Se observa, primero, una ralentización de la llegada de inversiones; segundo, una concentración de recursos, producto del redireccionamiento de inversiones hacia proyectos o portafolios con avances concretos o algún éxito puntual en su prefactibilidad y, tercero, diversas desiciones de postergación, suspensión, fusión de proveedores e, incluso, *in extremis*, desinversiones en proyectos o portafolios que se tornaron “excesivamente ambiciosos”. Para ilustrar los acontecimientos desviantes respecto de las expectativas previas sobre los cuales son desinhibidas y reforzadas estas tendencias, se puede mencionar el anuncio de suspensión de los vuelos suborbitales de *Virgin Galactic* a partir de mediados de 2024 (Foust, 2023a), el fin del contrato de *Space Adventures* para la realización de misiones a la EEI mediante la nave *Crew Dragon* (Foust, 2021), las distintas postergaciones y cancelaciones de determinados proyectos de hotelería espacial, como por ejemplo la cancelación, en 2020, del proyecto B330 por parte de la firma Bigelow (Foust, 2020), la postergación de *Orbital Assembly* del proyecto *Voyager Station* para 2027 (E-Magazine, 2023), por solo mencionar algunos casos recientes, además del freno de la actividad de 2009, impuesta por razones técnicas de las estaciones espaciales (Herenstein, 2009).

Como se puede apreciar, las expectativas económicas dirigidas al turismo espacial dejaron de ser puramente positivas y optimistas y se reestabilizaron, más bien, en la ralentización y la moderación. Incluso se pueden identificar elementos incipientes de contracción y concentración. La prensa mundial, especialmente la estadounidense, registró la variación y las expectativas emergentes y se apresuró a encontrar al culpable, a saber: los altos precios de los productos y servicios turísticos espaciales (por ejemplo: Kamin, 2022). No es necesario acudir a las sutilezas de la econometría para corroborarlo: *SpaceX* y *Blue Origin* mantienen en reserva los montos abonados

en sus vuelos orbitales,<sup>5</sup> por su parte las reservas de asientos en los vuelos suborbitales en *Virgin Galactic* parten de los US\$ 450.000, mientras que en los vuelos en globo de helio del “turismo estratosférico” (US\$ 50.000 en *World View*/US\$ 125.000 en *Space Perspective*) y las reservas en la futura hotelería de lujo (US\$ 5 millones por tres días). Si bien los precios mencionados están vigentes en el mercado, no es menos cierto que, primero, las reservas y las listas de espera no han sufrido mermas según informan las compañías; segundo, no son precios nuevos, es decir, son los mismos o son muy similares a los que se ofrecieron inicialmente cuando se publicitaron por primera vez y, tercero, si bien los precios de los vuelos orbitales son varias veces millonarios al igual que en la época de los “turistas espaciales”, el resto de ofertas cotizan en precios elevados y asequibles para personas de alto poder adquisitivo, pero no son los valores de los albores del milenio. Es decir, la desinflación de expectativas respecto del turismo espacial se da sin movimientos bruscos de los precios de mercado y en un contexto en el que la actividad, la economía y la exploración espaciales se robustecen y potencian día a día. Es decir, se observa en el turismo espacial una tendencia novedosa respecto del optimismo y el furor reinantes en la actividad espacial de nuestros días ¿Qué está sucediendo con el turismo y qué se puede esperar de la actual tendencia desinflacionaria de las expectativas en torno a él? Es decir, la desinflación de expectativas es una tendencia emergente en el seno de esta rama de la economía espacial, pero ¿cabe generalizarla al resto de las ramas?

## METODOLOGÍA

En este trabajo se sugiere la hipótesis de que las expectativas en torno al turismo espacial y a sus tendencias fundamentales se han desenganchado o desanclado de las tendencias de la economía espacial, en particular, y de la actividad espacial, en general. La razón del desenganche o desanclaje radica en que el tipo de comunicación

---

<sup>5</sup> Al respecto de los valores y montos, la información publicada hasta el momento es escasa. Apenas consta que en el vuelo piloto de *SpaceX* los tripulantes abonaron sumas cercanas a los US\$ 55 millones por una plaza en su nave *Dragon*, y que *Blue Origin* subastó on-line una plaza en el vuelo inaugural de su nave *New Shepard* en US\$ 28 millones.

emergente que ha transformado la comunicación espacial es particularmente apto para el desarrollo de la exploración y la actividad espaciales, pero no lo es para el turismo, no al menos para el denominado “turismo espacial”, aunque sí lo sea para el resto de las cadenas de valor del sector turístico “terrestre”.

La hipótesis requiere un análisis de la comunicación espacial y de su integración con la comunicación turística. A propósito del primer eje, en vista de la ausencia del tema en la obra de Niklas Luhmann y a falta de antecedentes específicos en la bibliografía secundaria, se retomarán aquí algunos resultados y conclusiones alcanzados a propósito de la emergencia de un medio de comunicación conformado por las redes de comunicación espacial (Pignuoli Ocampo y Arnold, 2021). A propósito del segundo eje, nos apoyaremos en los desarrollos alcanzados por los estudios sociales del turismo de Espinosa (2016), Osorio (2007a, 2007b, 2010) y Enríquez (*et al.*, 2014) bajo cuya luz analizaremos las particularidades de los procesos en curso.

El diseño metodológico de la presente investigación enfrenta limitaciones difíciles de soslayar. Por un lado, las fuentes de información primaria son escasas y pesa sobre ellas cierto secretismo organizacional; por otro lado, las fuentes de datos secundarios presentan problemas de fiabilidad y las diferencias en materia de validez dificulta su integración en una misma base de datos o al menos en una misma matriz. Esto se debe a que, si bien los informes de organismos multilaterales y de las agencias espaciales conservan cierta fiabilidad y potencial validez, los comunicados públicos y los reportes de las organizaciones privadas no alcanzan el mismo estándar. Razón por la cual, a los ya escasos y parciales datos informados en tales documentos, se agrega una selección metodológica fundamentada en la triangulación de fuentes a efectos de robustecer el dato. En este sentido, subrayamos que la reconstrucción propuesta se limita a los eventos e inflexiones más relevantes en los que las diversas fuentes documentales consultadas guardan un alto nivel de coincidencia entre sí. Se han omitido relatos y referencias de hechos con apoyatura documental simple. Las limitaciones y restricciones relativas a los datos han sido suficiente argumento para optar por un abordaje de tipo exploratorio.

En cuanto a la perspectiva de análisis, sin desmedro de lo señalado sobre los datos, se recupera aquí un enfoque ya implementado (Pignuoli Ocampo y Arnold, 2021), según el cual las actividades de la exploración espacial pueden constituirse en un objeto sociológico específico en la medida en que se trata de fenómenos comunicativos,

cuyos orígenes, referencias y manifestaciones pueden ser endo-, exo- e interplanetarios. Así visto, el actual concepto de sociedad mundial revela insuficiencias ante los desafíos impuestos por estos fenómenos, y exhibe supuestos geocéntricos que requieren una profunda discusión y revisión. Aun así, cabe ir más allá e identificar transformaciones radicales, tanto en las estructuras de la sociedad como en los recursos teórico-cognitivos que implementamos para observarla. Este ensayo es una oportunidad para ahondar en aquel ejercicio.

## DESARROLLO

### *Morfogénesis y evolución de las redes de comunicación espacial como medio de propagación*

En esta sección, se retoma la definición de comunicación espacial elaborada e implementada previamente en una investigación sobre exploración espacial (Pignuoli Ocampo y Arnold, 2021). La comunicación espacial es la operación que sostiene y diferencia socialmente la actividad espacial como tal. Ello la constituye en un objeto sociológico único, cuyo rasgo distintivo es que al menos una de las tres selecciones sintetizadas comunicativamente tiene lugar fuera del planeta Tierra, o, para ser más precisos, más allá de las capas inferiores de la atmósfera terrestre. Tal selección o selecciones puede ser actualizada por seres humanos, pero también por dispositivos técnicos (mecánicos, teledirigidos o autónomos). En cualquiera de los casos, la operación comunicativa es plena de sentido. Las comunicaciones de este tipo dan lugar a acontecimientos, estructuras y procesos sociales endo-, exo- e interplanetarios. La actividad espacial constituye un fenómeno emergente conformado por comunicaciones espaciales y, gracias a ello, se han estructurado y robustecido importantes expectativas sistémicas y societales en torno a ella.

Se puede advertir que el desarrollo de las tecnologías que dan soporte a las comunicaciones asociadas a la actividad espacial abren nuevas oportunidades para que determinadas máquinas, por ejemplo: computadoras, puedan procesar algo equivalente al sentido y cerrarse operativamente a dichos procesamientos, adquiriendo capacidades de acoplamiento específico con los procesamientos de sentido característicos de las conciencias del “ser humano”. El corolario dista de ser nuevo, de hecho, ha sido y es

objeto de intensos debates a propósito de la inteligencia y la comunicación artificial. De esta manera, la consideración de las tecnologías implementadas en la exploración espacial ofrece una excelente oportunidad para el análisis sociológico, pues el grado de autonomía y capacidades potenciales por parte de sus medios técnicos es forzosamente más sofisticado y más robusto que en otros campos.<sup>6</sup> Fuera del satélite natural de la Tierra y de los planetas cercanos de nuestro sistema, las misiones espaciales superan con creces la duración y posibilidades de la vida humana y/o de sus posibilidades de conservación. Únicamente, los dispositivos técnicos generados y disponibles a tales efectos son capaces de llevar adelante semejantes travesías exo- e interplanetarias. En la actualidad, no se conoce otra manera de hacerlo y de hecho, así ha sucedido sin que hubieran mediado solicitudes y permisos de la sociología o de la investigación social.

En este sentido, en el campo de la exploración espacial, los problemas asociados con la continuidad y la estabilidad de las comunicaciones son centrales y requieren la generación continua de soluciones tecnológicas. La planificación de misiones exige ir más allá de las tecnologías disponibles y rompe y reordena permanentemente el horizonte de tecnologías potenciales. Así, las comunicaciones espaciales ocurren a través de redes de transmisión distribuida en las que son vinculados satélites, antenas y otros dispositivos que cumplen funciones equivalentes y que se disponen en el espacio o en la superficie terrestre a tal fin. Las agencias (NASA, ROSCOSMOS, ESA, CNSA, JAXA, NASDA, ISRO, entre otras) cuentan con distintas redes de este tipo: los satélites operan como dispositivos de transmisión (activos) y/o reflejo/reflector (pasivos) de señales de radiofrecuencia u otro tipo de energía para lo cual son lanzados y puestos en órbita desde la superficie de la Tierra o de otros cuerpos celestes (Razani 2019: 89). Con estos

---

<sup>6</sup> Encontramos al menos dos enfoques posibles de los dispositivos y los fenómenos propiamente tecnológicos desde la TGSS, uno vinculado con la idea de máquina y otro con el concepto de técnica. La idea de máquina no recibió grandes contribuciones por parte de Luhmann, quien abordó la cuestión más bien apoyado en la distinción máquinas triviales/máquinas no triviales de von Foerster (2003: 133ff), que además fue asociada con el concepto de sistema, razón por la cual tiene un espectro mayor y más heterogéneo que el conjunto de dispositivos y fenómenos tecnológicos. En cambio, el concepto de técnica mereció una reflexión cuidada por parte del autor. Así la TGSS denomina técnica a las simplificaciones funcionantes en el medio de la causalidad (Luhmann, 1992: 135ff). El concepto de técnica no es antropocéntrico y admite formas técnicas fuera del sentido, por caso, la fabricación de herramientas o recursos instrumentales en distintas especies. Ahora bien, tampoco quedan excluidas las técnicas plenas de sentido en su elaboración y procuran secuenciar distintos procedimientos técnicos. De esta manera, aquello que eventualmente pudiera aportar la idea genérica de máquina a la cuestión queda abarcada por este concepto.

artefactos que orbitan la Tierra u otros cuerpos celestes del sistema solar, se montan redes telecomunicativas específicas que se diferencian por sus distintos alcances. En conjunto, dichos dispositivos conforman el medio tecnológico de propagación que hace probable sostener comunicaciones en condiciones extremas. Veamos todo esto con precisiones adicionales a fin de advertir a nuestros lectores y lectoras la estrecha relación establecida entre estas tecnologías y las operaciones de la sociedad.

En el campo de la actividad espacial, el problema técnico de referencia de los dispositivos telecomunicativos es “superar la distancia enorme de la comunicación y la masa y potencia limitadas de las naves espaciales de los que se puede disponer en el espacio” (Yuen 2016: 2. Trad. propia). Su función es establecer y mantener el vínculo entre las misiones –independientemente de si son tripuladas o no– y las bases terrestres que “genera y transmite comandos de la nave espacial, y recibe y procesa telemetría de la nave espacial” (Imbriale 2003: 1. Trad. propia). A tal efecto, el medio técnico estándar de la comunicación espacial es la transmisión de ondas de radio o radiofrecuencia.

Los esquemas de comunicación suponen este medio. Las comunicaciones espaciales se realizan por radiofrecuencia con una selección de espectros, modulación y métodos de codificación. El modelo básico de la comunicación espacial supone una selección que genera una señal y la emite mediante un transmisor (aquí: radiotransmisor) a través de un canal (aquí: una banda del espectro radioeléctrico modulado) que la propaga en dirección a un radioreceptor que selecciona la señal emitida y la decodifica en función del destinatario que la recibe.<sup>7</sup> El canal introduce ruido en la transmisión de la señal y requiere su control. En la comunicación espacial, el origen o la recepción de las señales puede tener lugar en una base terrestre o en un dispositivo técnico comisionado al efecto. Así los dispositivos técnicos enfrentan una improbabilidad de alcance bidireccional (*uplink-downlink*), pues los esquemas deben probabilizar, por un lado, que la señal originada en una base terrestre alcance los dispositivos de telecomando de las misiones posicionadas en el espacio exterior, y, por otro lado, que la señal originada en una misión alcance las bases apostadas en la superficie de la Tierra. En este punto, la comunicación satelital juega su papel,

---

<sup>7</sup> Una descripción histórica y funcional de la evolución de los radioreceptores se encuentra en Hamkins y Simon (2006). El recorrido comienza con los transistores pioneros de los años cincuenta y llega hasta los *Software-Defined Radio* (SDR) de nuestros días que son dispositivos completamente digitalizados.

pues ella complejiza los esquemas al multiplicar las posibilidades de enlace y facilitar triangulaciones improbables en la realización de los esquemas.

La comunicación satelital se ha caracterizado por introducir satélites artificiales en los esquemas de comunicación, mediando, potenciando y estabilizando los vínculos telecomunicativos entre terminales e intermediarios. Un satélite artificial es un dispositivo de transmisión (activo) y/o reflector (pasivo) de señales de radiofrecuencia u otro tipo de energía diseñado, producido, lanzado y puesto en órbita a distintas alturas de la superficie de la Tierra o en otros cuerpos celestes por la acción del ser humano (Razani, 2019: 89). En cuanto a los satélites artificiales que orbitan nuestro planeta, podemos mencionar que una de las tipologías básicas de la comunicación satelital se basa en la altura orbital del dispositivo respecto de la superficie terrestre. Los tipos fundamentales son cuatro: Órbita Terrestre Baja (*Low Earth Orbit*, LEO, rango de altitud < 200 km y > 1.200 km), Órbita Terrestre Media (*Medium Earth Orbit*, MEO, rango de altitud es < 1.200 y > 35.790 km), Órbita Geosincrónica (*Geosynchronous Orbit*, GSO, punto de altitud = 35.790 km, con un tiempo de órbita igual a un día terrestre), y Órbita Elíptica Alta (*High Elliptical Orbit*, HEO, rango de altitud > 35.790 km, las órbitas elípticas brindan coberturas inasequibles para órbitas circulares, por caso mejores coberturas polares. En cuanto a los satélites artificiales que orbitan otros cuerpos celestes, se encuentran actualmente activos en Venus, la Luna, Marte y Júpiter. Asimismo, existe registro de actividad satelital en cercanías del Sol, Mercurio, Saturno y en otros planetas menores y cometas (Britannica Illustrated Science Library, 2009: 64-5).

Los satélites artificiales soportan y optimizan (amplificación, aceleración, cobertura etc.) la radiotransmisión entre selectores terrestres y/o ultraterrestres gracias a triangulaciones de distinto tipo entre transmisores y receptores (fijos o móviles) ubicados en la Tierra y/o en el espacio.<sup>8</sup> Las triangulaciones pueden ser de

---

<sup>8</sup> Según la *Union of Concerned Scientists*, hay al menos 7.560 satélites artificiales operativos documentados que orbitan alrededor del planeta Tierra al 1°/5/23 (ucs, 2023). La función primordial de ellos es comunicativa, pero gracias al desarrollo técnico de la industria satelital han incorporado sucesivamente nuevas capacidades y rendimientos, logrando incluso diferenciar prestaciones y servicios específicos. Ello les permite ofrecer una variedad de usos militares, civiles o duales (militar-civil) cada vez mayor. En el campo de los usos civiles destaca la prestación de servicios de telecomunicación (telefonía, Internet) y televisión, geolocalización (como el GPS), la observación del medio ambiente o meteorológica, o la realización de diversos tipos de estudios científicos, entre otros.

muy diverso tipo, mencionaremos a continuación las que son instrumentadas más asiduamente: 1) estación terrestre-satélite (estación<sup>1</sup>-satélite-estación<sup>2</sup>), 2) intersatélite (estación<sup>1</sup>-satélite<sup>1</sup>-satélite<sup>2</sup>-estación<sup>2</sup>) y 3) satélite-móvil (estación-satélite-antena móvil). Gracias a ello, se han montado redes comunicativas específicas diferenciadas según sus respectivos alcances, a saber, redes de comunicaciones de cercanía y redes de comunicaciones de espacio profundo. Ambas resultan indispensables para la actividad espacial, pero las primeras se han integrado más fuertemente en las comunicaciones entre terminales terrestres (interacciones, organizaciones, protestas, sistemas parciales de la sociedad) que se ven facilitadas, aceleradas y amplificadas gracias a la mediación satelital.

Según los términos de la Teoría de la sociedad de la Teoría general de sistemas sociales, la red de comunicación espacial conforma un medio de propagación, es decir un medio técnicamente orientado a desimprobabilizar el alcance de la comunicación en tiempo y en espacio, trascendiendo la interacción *face-to-face* entre presentes (Luhmann 1981: 28; Luhmann, 1984: 221). Las redes de comunicación espacial imponen la selectividad técnica de la radiotransmisión y multiplican la improbabilidad del alcance, pues los esquemas telecomunicativos deben orientarse a desimprobabilizarla.

En este sentido, las soluciones técnicas parten del problema de que los distintos dispositivos, sean los dispuestos sobre la superficie terrestre fijos o móviles, sean los que orbitan en distintas altitudes de la atmósfera terrestre o más allá de ella cercanos o en el espacio profundo, pueden originar señales, intermediarlas y recibirlas dentro de un mismo proceso comunicativo. Esto multiplica la improbabilidad bidireccional de alcance al tiempo que vuelve multifuncionales a los nodos y multidireccional al proceso, siendo el punto óptimo de las soluciones técnicas que ellas logren una retroalimentación entre selectores ubicados en la superficie terrestre y en posiciones más allá de ella y establezcan la comunicación recursivamente. Los dispositivos de radiotransmisión instalados a efectos telecomunicativos en bases, satélites, orbitadores y vehículos de exploración seleccionan (transmiten) señales de onda moduladas y codificadas en un espectro determinado desde y hacia la Tierra, desde y hacia los dispositivos situados en el espacio exterior. Así, posibilitan una descomposición y una recombinación incongruente de unidades lingüísticas artificiales (codificación/ encriptación) que posibilita generar de manera remota unidades sintéticas entre selecciones desacopladas espacio-temporalmente. Gracias a ello, se establece un

vínculo telecomunicativo entre terminales que conforman un medio estable y robusto de transmisión regular de señales endo, exo- e interplanetarias, convirtiéndose, selectividad técnica en un medio de propagación y en un logro evolutivo de la comunicación por sus características estrictamente exo- e interplanetario.

*El desacoplamiento social entre las soluciones presentes de la comunicación espacial y los requerimientos futuros del turismo espacial*

El programa de investigación de la Teoría general de sistemas sociales se encuentra elaborando un concepto y un modelo potencial para abordar el turismo (Osorio, 2007a, 2007b, 2010; Enríquez *et al.*, 2014; Espinosa, 2016, entre otros destacados y destacadas). Su autor fundacional, el célebre profesor alemán Niklas Luhmann, no definió el término en lo que de su obra se conoce hasta el momento y dejó algunos indicios apenas para avanzar la tarea. El más importante de los cuales fue la tipificación del turismo como sistema funcional de la sociedad moderna en una de sus obras tempranas.

De acuerdo con esa indicación, se avanzó la caracterización de la comunicación turística. Se la definió en términos de viaje de ocio y tras algunos ensayos se asume que su codificación binaria es viaje de ocio/no viaje de ocio. Uno de los aportes que más interesa de cara al turismo espacial es la indicación del turismo como *médium*, gracias a la cual el turismo supone la construcción social del viaje de ocio, pero no en referencia a un espacio geográficamente dado, sino a una espacialidad plena de sentido comunicativamente actualizado y potencializado. Así lo expresa Espinosa (2016):

Con ello se obtiene que el destino turístico no remite a un espacio preexistente ni condicionante para el turismo, pues es actualizado como operación contingente de la comunicación turística (Espinosa, 2016: 14)

La distinción entre espacio y médium es de particular interés para nuestro tratamiento de la ralentización del turismo espacial en el marco de una segunda edad dorada de la exploración espacial y de una explosión de la comunicación espacial, pues nos permite observar que el principal problema operativo del turismo espacial es que no logra procesar el espacio exterior en el medio del turismo. Las adquisiciones evolutivas

en el terreno de la comunicación satelital encuentran su fortaleza en la prescindencia creciente de la presencia humana durante la conformación de la comunicación, lo cual permite que las misiones no tripuladas mantengan comunicaciones regulares gracias a las redes de la comunicación espacial con las bases terrestres y que ello permita, entre otras cosas, comunicarse con dispositivos autónomos de manera remota. No es posible integrar la prescindencia creciente de la presencia humana en el espacio exterior por parte de la comunicación espacial con la conformación de comunicaciones turísticas *en el* espacio exterior, *no a través* de él. Esto último es precisamente lo que estas tecnologías procuran evitar a efectos de optimizar su capacidad propagativa. Es decir, las nuevas posibilidades técnicas no permiten, en su medio técnico, conformar viajes de ocio. Esta es la razón por la que la comunicación turística no puede acoplarse con ella para conformar turismo espacial. El escenario también se puede plantear en términos tecnológicos: la comunicación turística requiere *otras* tecnologías específicas para lograr que emerja el médium del turismo en el espacio exterior y así poder conformar viajes de ocio en él. La comunicación espacial y la comunicación turística no están acopladas, sino desacopladas tecnológicamente.

Tal es la razón por la cual, las grandes inversiones de las agencias espaciales nacionales y multilaterales no pueden ser aprovechadas por la comunicación turística para desarrollar el turismo espacial, el cual requiere inversiones enormes, pero específicas, prácticamente “de nicho”, sin un horizonte cierto en materia de retornos. Ello conduce, lógicamente, a la conformación de una estructura de costos de entrada elevadísima y una perspectiva sumamente riesgosa para, primero, la recuperación de la inversión y, segundo, para obtener rendimientos y ganancias.

A causa de este desacoplamiento, el turismo espacial muestra actualmente más interés en los avances técnicos en materia de misiones tripuladas, de formación acelerada de las capacidades de los miembros de las tripulaciones y, en menor medida, de las ciencias de materiales y diseño civil espacial de arquitecturas espaciales que en la evolución ulterior que tiene y seguirá teniendo la comunicación espacial y sus redes. De hecho, el siguiente paso que ella se dispone a dar es el desarrollo de instrumentos y medios laser en la propagación de señales en el espacio. Ello acortaría significativamente los tiempos en el sintetizamiento operativo de las selecciones comunicativas, acaparando interés de la ciencia, la política, el derecho, el arte, los medios de comunicación masiva en el espacio. Sin embargo, no reviste mayor interés para la comunicación turística, pues no reportaría elementos destacados para el

desarrollo del turismo espacial. La razón de esta disparidad es muy simple: el paso de la radiodifusión a la comunicación laser sólo aumentaría la prescindencia de la participación humana en la comunicación espacial, mientras que el turismo espacial precisa lo contrario.

En este sentido, el modelo de negocios del turismo espacial mantiene el gran patrón organizacional del siglo xx: las organizaciones económicas privadas o mixtas se mantienen pendientes hasta nuevo aviso de los avances alcanzados por las organizaciones especializadas relacionadas con o propiedad de Estados nacionales u organismos multilaterales. Esta indicación nos facilita la observación de la ralentización y los limitantes actuales del “turismo espacial”, a saber: la comunicación espacial es capaz de integrarse como medio de propagación en el concierto de destinos turísticos *ya* construidos, pero las exigencias de la comunicación turística para generar nuevas formas de viaje de ocio en el espacio, incluso en regiones suborbitales, requieren recursos técnicos que no se han desarrollado a la par de la comunicación espacial presente y debe esperar específicamente a las innovaciones técnicas futuras en materia de misiones tripuladas, ora en materia de equipamiento y entrenamiento personal, ora en materia de desplazamientos riesgosos, y ya no sólo peligrosos, ora en materia de estancia y alojamiento en las condiciones extremas de las capas superiores de la atmósfera o más allá de la línea de Kármán.

#### CONCLUSIONES: EL TURISMO ESPACIAL DE LA SOCIEDAD FUNCIONALMENTE DIFERENCIADA

La observación de la comunicación espacial y sus redes tiene consecuencias significativas para la observación de la sociedad. Esto se debe fundamentalmente a un rasgo distintivo de la comunicación espacial, a saber: ella extiende y estabiliza la comunicación más allá de las capas inferiores de la atmósfera terrestre. Así apalanca, intensifica y, sobre todo, regulariza la expansión de los límites de la comunicación. La labilidad y expansibilidad de dichos límites constituyen una adquisición evolutiva de la sociedad e implican que la comunicación, la propagación y la diferenciación funcional ya no son exclusivamente planetarias, lo que exige relocalizar al observador en el espacio y recalibrar el esquema de observación.

A lo largo de este escrito, hemos revisado algunos de los datos y elementos salientes del fenómeno denominado “turismo espacial”. Los hemos contextualizado y analizado a la luz de la comunicación espacial. Hemos identificado algunos rasgos específicos que lo distinguen como una forma de turismo emergente. En el análisis hemos detectado una tensión con las adquisiciones evolutivas de la comunicación espacial, pues ellas no son aptas para conformar un médium turístico en estas prácticas, debido a que están técnicamente orientadas a potenciar la comunicación satelital, los dispositivos autónomos y la radiodifusión. Así la integración entre la red propagativa de la comunicación espacial y las posibilidades turísticas resulta limitada, ya que estas últimas requieren facilidades relativas al ser humano y a los viajes de ocio que no pueden ser satisfechas por aquellas. Este conjunto de resultados nos permite evaluar la hipótesis de trabajo: la desinflación de las expectativas relativas al turismo espacial muestra una asociación mayor con las limitaciones técnicas que con las expectativas y pretensiones económicas. La hipótesis muestra un potencial heurístico positivo en la medida en que asiste en la descripción de las tensiones y tendencias entre expectativas heterogéneas. Adicionalmente, facilita la observación de reajustes de expectativas de retorno económico de corto o mediano plazo en función del desacoplamiento entre los requerimientos futuros (ceranos) de la comunicación turística en el espacio orbital y suborbital y las soluciones presentes de la comunicación espacial.

Desde el punto de vista de la teoría de la sociedad, la desinflación del turismo espacial en función del desacoplamiento entre comunicación espacial y comunicación turística plantea algunas tensiones relevantes en cuanto al supuesto geocéntrico del concepto y al horizonte de la sociedad mundial y las fronteras traspuestas por la comunicación funcionalmente diferenciada. En análisis previos, habíamos concluido que la comunicación espacial implicaba consecuencias problemáticas para el atributo de mundialidad asignado por la Teoría de sistemas al sistema de la sociedad, pues revela el supuesto planetario que dicho atributo arrastra. Esta consecuencia problemática resulta llamativa, pues la principal discusión sobre la expansión de la sociedad mundial funcionalmente diferenciada y sus límites se refería a los límites regionales, los procesos de regionalización y al supuesto eurocéntrico que eventualmente podría suponer un obstáculo epistemológico para dicha perspectiva.

Desde el punto de vista de la comunicación espacial, sin embargo, se vuelve necesario complejizar aún más la discusión, pues no sabemos ni es necesario determinar si la sociedad funcionalmente es mundial porque abarque al planeta

Tierra en su conjunto o no. Lo que sí sabemos es que se trata de una sociedad interespacial, porque los límites de la comunicación ya no están circunscriptos al planeta Tierra y suponen la participación de dispositivos técnicos en la comunicación. La observación de la comunicación espacial aporta a la exposición del geocentrismo subyacente en el concepto. El análisis del turismo espacial aporta un giro al debate: las capacidades técnicas emergentes de la comunicación espacial no solo muestran el supuesto geocéntrico de la sociedad mundial, sino que también exponen el supuesto antropocéntrico de determinadas actividades y la centralidad de la percepción humana no como operación social ni mucho menos como fuente de sentido, sino como horizonte de explotación económica. A modo de cierre, compartimos una inquietud y una reflexión sobre la desinflación del turismo espacial. Como se expuso y analizó en este escrito: actualmente el turismo espacial atraviesa una fase de desinflación de expectativas y reapertura de fuentes de incertidumbre que no pueden ser explotadas tecnológicamente. La pregunta que surge es qué proceso social dará inicio o se reforzará a partir de ahora ¿Un ajuste de las expectativas del turismo espacial que puede pasar –eventualmente– de la desinflación a la deflación de expectativas, o se desinhibirán –también– formas emergentes de vivencias del espacio exterior susceptibles de ser explotadas económicamente como viajes de ocio?

## REFERENCIAS

- Britannica Illustrated Science Library (2009). *Space Exploration*. Chicago y otras: Encyclopædia Britannica.
- Comerford, Ruth (2024). “Un salto gigante hacia adelante”: regresa la misión de astronautas no profesionales que marca un hito en la exploración espacial. *BBC Mundo*, 15/09/24. Disponible en: <https://www.bbc.com/mundo/articles/cx2555w8200o>
- E-Magazine (2023). Voyager Station, the First Hotel in Space by 2027. *E-Magazine*, 10/11/23.
- Enríquez Martínez, Mario A.; Osorio García, Maribel; Favila Cisneros, Héctor y Arellano Hernández, Antonio. (2014). Reflexiones teóricas sobre la política turística. *RICIT*, 8: 31-51.
- Espinosa, Patricio (2016). Observaciones respecto del turismo y el desarrollo territorial en contextos urbanos segregados: La paradoja de la inclusión de lo local. *Revista Austral de Ciencias Sociales*, 31: 5-23.
- Foust, Jeff (2023a). Virgin Galactic to halt Unity suborbital flights by mid-2024. *Space News*, 8/11/2023.
- Foust, Jeff (2023b). Virgin Galactic completes first commercial SpaceShipTwo suborbital flight. *Space News*, 29/6/2023.
- Foust, Jeff (2021). Space Adventures no longer planning Crew Dragon flight. *Space News*, 22/10/2021.
- Foust, Jeff (2020). Bigelow Aerospace lays off entire workforce. *Space News*, 23/3/2020.
- Hamkins, Jon y Marvin K. Simon, eds. (2006). *Autonomous Software-Defined Radio Receivers for Deep Space Applications*. New Jersey: John Wiley & Sons Inc.
- Herenstein, Amelie (2009). The end of the line for space tourism? *Phys.org*, 28/3/2009.
- Imbriale, William A. (2003). *Large Antennas of the Deep Space Network*. New Jersey: John Wiley & Sons Inc.
- Kamin, Debra (2022). The Future of Space Tourism Is Now. Well, Not Quite. *New York Times*, 7/5/2022.
- Luhmann, Niklas (1981). *Soziologische Aufklärung*. Bd. 3. Opladen: Westdeutscher.
- Luhmann, Niklas (1984). *Soziale Systeme. Grundriß einer allgemeinen Theorie*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- OECD (2022). *OECD Handbook on Measuring the Space Economy*. 2nd Ed. Paris: OECD Publishing.

- OECD (2019). *The Space Economy in Figures. How Space Contributes to the Global Economy*. Paris: OECD Publishing.
- OECD (2014). *The Space Economy at a Glance 2014*. Revised Version. Paris: OECD Publishing.
- Osorio García, Maribel (2010). Turismo masivo y alternativo. Distinciones de la sociedad moderna/posmoderna. *Convergencia*, 52: 235-260.
- Osorio G., Maribel (2007a) El turismo en el sistema de la sociedad. En Osorio G., M. y G. Novo (Comps.): *Entorno del turismo: Perspectivas*. Vol. 2. México: UAEM.
- Osorio G., Maribel (2007b). El carácter social del turismo. Un análisis sobre su complejidad. *Estudios y perspectivas en turismo*, 16(4): 464-492.
- Pignuoli Ocampo, Sergio y Marcelo Arnold-Cathalifaud (2021). Proyecciones de la actividad espacial en la sociedad funcionalmente diferenciada. *World Complexity Science Academy Journal*. 2(3).
- Razani, Mohammad (2019). *Commercial Space Technologies and Applications. Communication, Remote Sensing, GPS, and Metrological Satellites*. 2<sup>nd</sup>. Edition. Boca Raton/London/New York: CRC Press, Taylor & Francis Group.
- UCS (2021). UCS Satellite Database. *UCSSA Feature*, December 8, 2005, Last Updated May 1, 2023. <https://www.ucsusa.org/resources/satellite-database>
- Yuen, Joseph, H. (2016). Deep Space Communications: An Introduction. *En*: Taylor, J. (Ed.). *Deep Space Communications* (pp. 1–13). New Jersey: John Wiley & Sons.



## CAPÍTULO 5

### REFLEXIONES TEÓRICAS SOBRE LA CRISIS DEL TURISMO DURANTE LA PANDEMIA POR COVID-19

*Maribel Osorio García*

*Universidad Autónoma del Estado de México*

*maribelosorio2@gmail.com*

#### INTRODUCCIÓN

La pandemia por COVID-19 ha quedado registrada como la primera crisis sanitaria que trastocó a la sociedad a nivel mundial (Zengin & Çevrimkaya, 2021). En consecuencia, al inicio de la tercera década del siglo XXI, se paralizó la movilidad física global en forma inesperada, alterando todos los ámbitos de actuación. Varios ámbitos fueron altamente afectados, entre los destacados están el sanitario y el energético (Mofijur *et al.* 2021), pero en el caso del sector productivo, la manufactura, el transporte, el comercio y el turismo resultaron mayormente perjudicados. Valensisi (2020) señala que los sectores económicos más lesionados por la pandemia fueron aquellos con una alta dependencia de las cadenas de valor globales, debido a la política de suspensión/disminución del transporte internacional y nacional establecida a partir de marzo del año 2020, como una medida restrictiva para frenar la propagación del virus (Oxford University, 2022).

Aunque dicha política se fue flexibilizando en el transcurso de la pandemia, cada país definió el momento propicio para la reapertura de sus fronteras, servicios, comercios, escuelas y oficinas de acuerdo con la evolución de los contagios en su territorio. Así también, hubo una variación en las condiciones y criterios específicos a cubrir para el ingreso y movilidad en cada nación (cuarentenas, restricciones y regulaciones de viaje, protocolos de higiene y seguridad, pruebas y certificados de vacunación, etc.). Esto produjo obstáculos en la continuidad de la movilidad internacional, tanto para personas como para mercancías, que acentuaron la desestructuración de las cadenas de valor y potenciaron los efectos adversos, tales como el deterioro de las condiciones laborales y la pérdida del ingreso de millones de personas.

Con respecto al turismo, a nivel internacional, la actividad registró una baja de -74 % y -71 % de llegadas internacionales en los años 2020 y 2021 (UNWTO, 2022) con respecto al 2019, lo que representó una pérdida total de dos mil millones de llegadas internacionales y mil novecientos billones de dólares en divisas. Lo anterior aumentó la precariedad de millones de empleos y un cuantioso número de muertes de empresas turísticas formales (UNWTO, 2020; Crespí-Cladera, Martín-Oliver & Pascual-Fuster, 2021), así como un severo daño a la economía informal del sector (Monterrubio, 2021) que da soporte a los estratos socioeconómicos más bajos en los países de la periferia (vendedores ambulantes y prestadores de servicios eventuales). Si se considera que el turismo representa la tercera mayor categoría de exportaciones del mundo (sólo debajo de los productos químicos y los combustibles) (UNWTO, 2019), se puede tener una dimensión de la catástrofe sufrida por este sector y la importancia de profundizar en su teorización.

La cadena productiva del turismo se compone de muchos servicios vinculados de transportación, alojamiento, alimentación y amenidades, como eje principal, pero además tiene conexiones con el comercio al menudeo, los servicios bancarios, de salud y aseguradoras, entre otros. Su dinámica se puede caracterizar en múltiples escalas, que van desde la operación de las *Global Commodity Chains* (Clancy, 2010): cadenas hoteleras transnacionales, aerolíneas internacionales, compañías de cruceros y agencias operadoras de viajes (OTAs), que centralizan y controlan el mercado turístico de alto gasto; hasta los encadenamientos locales operados por grupos étnicos comunitarios, que prestan servicios alternativos a un mercado microregional (Crespí-Cladera, Martín-Oliver & Pascual-Fuster, 2021). Entre esos extremos, hay una amplia gama de opciones de productos turísticos de diverso tipo, modalidad y precio, distribuidos en el mundo en regiones del más alto poder global, como las capitales de Inglaterra, Estados Unidos y Francia (The Mori Memorial Foundation, 2022), y regiones marginadas con muy bajos índices de ingreso y bienestar, como Kenya, Haití y Guatemala (Oxford University, 2022).

Según datos del Índice de Confianza de la Organización Mundial de Turismo (UNWTO), publicados en enero de 2020, para ese año se esperaba un crecimiento de entre 3 y 4 % de la actividad turística respecto al año previo (UNWTO, 2020), pero la declaratoria del Coronavirus 2019 como pandemia, emitida el 11 de marzo de 2020 por la Organización Mundial de la Salud, produjo el resguardo domiciliario, la suspensión de actividades no esenciales y la prohibición de las aglomeraciones, lo

que implicó la cancelación de los viajes de todo tipo a nivel global. En consecuencia, se rompieron todas las cadenas productivas del turismo, se paralizó el sector y se sumergió en la mayor crisis de su historia (Mantecón, 2021).

La aplicación de medidas de seguridad sanitaria (sana distancia, uso de cubrebocas, no contacto, lavado de manos, etc.) durante el segundo semestre del año 2020 permitió cierta movilidad, pero fue a partir del año 2021 -cuando se aplicaron masivamente las vacunas y disminuyó el riesgo de mortalidad (Jhons Hopkins University, 2020)- que se observó una paulatina recuperación de los viajes en entornos regionales e internacionales en los años sucesivos. A pesar de esta revitalización, la movilidad internacional registrada a diciembre del año 2024 muestra un -12 % de lo alcanzado en el año 2019 (UNWTO, 2024), siendo la región Asia y el Pacífico la que mayor retroceso presenta actualmente (-35 %), mostrando una diferenciación en la recuperación de los diferentes países.

Se considera importante detenerse a reflexionar sobre las modificaciones que se produjeron en el comportamiento turístico a distintas escalas, así como en los impactos y cambios más visibles que se manifestaron durante el periodo de la crisis. Aproximarnos a identificar este tipo de comportamiento es el objeto de atención del presente estudio, cuyo objetivo radica en reflexionar teóricamente sobre la complejidad sistémica en torno al turismo frente a perturbaciones críticas de gran magnitud como la sucedida durante la pandemia por COVID-19, haciendo énfasis en el caso de México.

Por supuesto que ha habido una gran cantidad de investigaciones científicas publicadas respecto al turismo durante la pandemia, como lo demuestran las revisiones de estado de conocimiento publicadas en el 2021 por Zopiatis, Pericleous y Theofanous (2021) que consideraron 362 artículos; en el año 2022 las investigaciones de Batista y Rivero (2022), y Park, Kim y Kim (2022) que revisaron 483 y 328 artículos, respectivamente; y en el año 2023 el trabajo de Echeverri, Vieira-Salazar y Urrego-Badillo (2023) que incluyó un total de 527 artículos. En conjunto, las investigaciones destacan los temas de gestión de recursos humanos, gestión para la protección del ambiente y la salud pública, y la gestión de la crisis; impactos económicos, financieros y por sectores (aviación, cruceros, alojamiento, cadena de valor, etc.); empleo y trabajadores del sector; políticas públicas y estrategias de contención y reactivación; sustentabilidad, cambio climático y resiliencia en destinos turísticos; mercadotecnia digital e innovativa, TIC's, big data, inteligencia artificial

y nuevos modelos de gestión; cambios en el comportamiento del turista, estilo de vida, y comunidades; y educación e investigación. Se señala que estos temas fueron apareciendo de acuerdo con la evolución de la crisis, registrando en un principio el shock pandémico y los impactos de corto plazo, para después centrar la atención en el proceso de reconfiguración del turismo.

A partir de la amplia producción identificada, existen opiniones divergentes sobre el soporte teórico de las investigaciones, ya que autores como Gibson (2021) y Park *et al.* (2022), observan una prevalencia empírica en los estudios publicados con limitados soportes teórico-conceptuales; en cambio, Echeverri *et al.* (2023) sostienen que los trabajos publicados muestran principalmente descripciones teóricas, con ausencia de estudios empíricos, señalando al turismo sostenible como un ejemplo de tal afirmación. Al asumir que ambas posturas cuentan con ejemplos para sostener su argumento, el interés que guía este trabajo parte de una observación distinta: los resultados de las revisiones del estado de conocimiento develan un marcado fraccionamiento de los objetos en estudio, esto es, prevalece el abordaje de objetos de estudio aislados (el turista, los hoteles, los cruceros, los impactos económicos, los destinos y un largo etcétera), sin que la mayoría de ellos manifieste la pretensión de elevar la complejidad del análisis para aportar un conocimiento más integrador, que permita aproximarse a comprender al turismo en situaciones de incertidumbre en un nivel macrosistémico.

De ahí el propósito de aproximarse a realizar un estudio que enriquezca la teorización del comportamiento sistémico del turismo, a partir de la propuesta de Niklas Luhmann sobre los sistemas funcionales. Zenker & Kock (2020) ya animaban a elegir esta teoría por sus posibilidades explicativas para fundamentar la existencia, funcionalidad e interpenetraciones del turismo con distintos sistemas sociales.

Metodológicamente, la investigación se describe como cualitativa, argumentativa y reflexiva, cuyo propósito consiste en aportar entendimiento sobre la complejidad del turismo en el marco de los sistemas sociales. Particularmente, la teoría de Luhmann hace uso de un método funcional, el cual se puede caracterizar como un programa de observación. Desde esta perspectiva, la observación no está relacionada con percepciones visuales, sino con cualquier praxis de indicaciones distintivas para reconocer una diferencia entre un nivel de complejidad y otro, entre un problema (complejidad) y su solución (reducción de complejidad) (Knudsen, 2011). Lo anterior se tratará con amplitud en el apartado siguiente, al explicar la base conceptual. En

este sentido, el texto que se ofrece se estructura en cinco apartados, además de la presente introducción.

En principio, se presentan rasgos generales de la teoría de Luhmann y las categorías teóricas que sostienen la reflexión realizada. A continuación, se discute nuevamente la conformación del turismo como un sistema societal, explorando el cumplimiento de una operación sistémica de acuerdo con los principios fundamentales de los sistemas sociales y con la evolución que ha presentado en el siglo XXI. Posteriormente, se describe la transición crítica por la que atravesó el sector durante el periodo de la pandemia (2020, 2021 y 2022), explicando el primado del sistema de la medicina sobre el resto de los sistemas sociales. Con las referencias teóricas anteriores, se exponen las observaciones realizadas sobre los desacoplamientos del turismo durante su transición crítica en la pandemia, así como el proceso de su reconfiguración, y los cambios y ajustes en su nivel organizacional y societal para el cumplimiento de su función social. Se da cierre con las principales reflexiones surgidas durante la investigación.

## LA TEORÍA DE SISTEMAS SOCIALES DE NIKLAS LUHMANN

La teoría de los sistemas sociales construida por Luhmann (1996, 1998, 2007) durante la segunda mitad del siglo pasado, se considera de un gran alcance explicativo sobre la conformación, operación y evolución del orden social, particularmente a partir de la modernidad (2009). Desde esta perspectiva, los sistemas sociales se distinguen de otro tipo de sistemas (los psíquicos, los organismos y las máquinas), por ser autoreferenciales y autopoieticos, los cuales mantienen su unidad por el flujo operativo de la comunicación, sujeta a la contingencia del sentido (Corsi *et al.*, 1996). A través del sentido –entendido desde su noción husserliana–, los sistemas sociales tienen la posibilidad de auto-observarse para distinguir las operaciones comunicativas que les son constitutivas (de las que no lo son) y, por tanto, reconocer sus códigos, sus funciones, sus programas, sus cambios y su evolución, entre otros. La capacidad de discernimiento que tienen los sistemas sociales conduce a la distinción de códigos comunicativos que, al evolucionar, históricamente, configuraron subsistemas sociales particulares, complejos, contingentes, autónomos y, a la vez, interdependientes (Arnoldi, 2001; Arriaga, 2003; Mascareño; 2003; Urteaga: 2010; Rodríguez y Torres, 2003).

Así se distinguen tres tipos de sistemas sociales: las interacciones, que refieren a la comunicación entre alter y ego; las organizaciones que estructuran la comunicación formal en unidades sociales como las empresas y las instituciones; y las sociedades, que integran el conjunto macrosocial, la totalidad de las comunicaciones (Luhmann, 2007). Distinguir a la sociedad como un tipo de sistema social, ha sido una de las aportaciones más interesantes de Luhmann, no sólo por la originalidad de su concepción, sino por la profundidad con la que desarrolló la explicación sobre su configuración y funcionamiento, aspecto en el que radica la mayor parte de su vasta obra (Luhmann 1993, 1996, 2000, 2002, 2005, 2009a, 2017; Torres, 2009).

Al explicar la autopoiesis de la sociedad, el creador de la teoría acude al concepto de diferenciación social, que puede describirse como una “morfogénesis evolutiva de la sociedad que produce estructuras con lógicas propias...” (Mascareño, 2023a, 59). Luhmann (2007: 485) esclareció las pocas formas de diferenciación que históricamente se han configurado: a) segmentaria, cuando la sociedad se diferenció por la comunicación que cada clan o tribu primitiva estableció en una condición de igualdad; b) centro y periferia, al diferenciarse la comunicación de dominio que se configuró en las ciudades (centro), respecto a la subordinada en los territorios del entorno (periferia); c) estratificada, cuya diferencia radicó en la comunicación sujeta a un orden de clases, en cuya sociedad, la nobleza y el pueblo conformaban subsistemas desiguales; d) funcional, en la cual la comunicación está diferenciada por funciones distintas en ámbitos particulares (económico, político, educativo, etc.). Así entonces, cada sistema cumple una función (y en este sentido son iguales), pero ninguno puede sustituir la función de otro (y en éste otro son desiguales). La diferenciación funcional es el estadio vigente que conforma a la sociedad actual, en la que se debió establecer una especialización comunicativa en distintos sistemas parciales para solucionar problemas producidos por la propia complejidad social. Esto no significa la desaparición de las anteriores fórmulas de diferenciación, sino su coexistencia bajo el primado de la diferenciación funcional para conducir el orden social.

La autopoiesis de los sistemas funcionales ha sido ampliamente tratada por el propio autor (Luhmann, 1991, 2007; Luhmann y De Georgi, 1998) y por otros académicos (Arnold *et al.*, 2011; Becerra, 2013; Pont, 2018; Rodríguez y Torres, 2003, por citar algunos), por lo que, para fines del presente escrito, se elige acudir particularmente a cuatro conceptos fundamentales de la teoría luhmanniana: complejidad, contingencia, observación de segundo orden y acoplamiento estructural. Respecto a los conceptos

de complejidad y contingencia, se parte de asumir que la complejidad refiere que todos los elementos de una unidad no se encuentran conectados simultáneamente entre ellos mismos, por lo que dichos elementos realizan una selección de aquéllos con los cuales se relacionan, esto es, una “relacionalidad selectiva” (Corsi *et al.*, 1996). Dicha relacionalidad es, entonces, contingente, lo que hace alusión a un horizonte de posibilidades significativas de elección en un sentido fenomenológico, pero, además, a una selección orientada por la materialidad del mundo, un mundo que se encuentra en constante cambio, en permanente evolución, lo cual modifica incesantemente las posibilidades significativas de selección (Mascareño, 2023a).

En el estadio de la diferenciación funcional, en un mundo contingente y evolutivo, la selectividad del sistema social ha conformado históricamente subsistemas de sentido, que se han organizado en torno a un determinado código (dinero, fe, verdad, enfermedad, normas, etc.), estructurando complejidades organizadas con las que operan los sistemas societales (economía, religión, ciencia, medicina, derecho, etc.). Por consiguiente, desde esta perspectiva teórica, la constitución de dichos sistemas societales se establece por una variación en el nivel de complejidad entre el sistema y su entorno: el entorno siempre es más complejo que el sistema, porque el sistema reduce complejidad ante la organización selectiva de su autopoiesis (Luhmann, 2007). Se hace notar, sin embargo, que paradójicamente la propia evolución de los sistemas societales incrementa las posibilidades de selectividad ante el crecimiento de la contingencia, tanto del sentido como de los cambios evolutivos del mundo material, debido a la incorporación de nuevos y múltiples elementos indeterminados, por lo que el sistema tiende a aumentar su propia complejidad.

En relación con el concepto de observación de segundo orden, como se expresó con antelación, los sistemas sociales tienen la capacidad de identificar las comunicaciones que le son autoreferentes de las que no lo son, esto implica que tienen la capacidad de observación sobre las operaciones comunicativas del entorno y distinguir aquéllas que corresponden a su autopoiesis, pero carecen de la posibilidad de autoobservación en tiempo presente: el ojo no se puede ver a sí mismo cuando está viendo algo más. Empero, el sistema puede ser observado por otro observador que observa lo que el sistema está observando, esto es, un observador de segundo orden que posibilita la cointerpretación de la contingencia y la refleja conceptualmente. Cabe señalar que el sistema puede realizar una autoobservación de su propia unidad con el uso del tiempo. Es decir, no se puede autoobservar al mismo tiempo que observa al entorno, pero sí

puede observarse en retrospectiva, en tiempo pasado. Así es como, por ejemplo, la sociedad se autodenomina como “moderna” o “posmoderna”, para distinguir rasgos particulares de su evolución en las últimas décadas (Luhmann, 1998).

Sobre el concepto de acoplamiento estructural, se señala que al aumentar la complejidad del sistema, éste genera cambios en su estado anterior y da origen a estados emergentes. Los cambios producen un proceso de acoplamiento interno entre sus elementos, pero también con respecto a su entorno. El sistema y el entorno se estimulan mutuamente con estos cambios, lo que puede generar una alteración en sus interrelaciones y en sus dependencias. Si bien los sistemas sociales son unidades autónomas cuya operación responde sólo a su propia referencia, no son independientes, requieren de los otros sistemas para ejecutar su operación, en términos materiales, pero también estructurales: el sistema de salud requiere del sistema económico para poder regular la prestación de los servicios médicos y curar las enfermedades, por citar un ejemplo. Cuando un sistema, requiere de una operación funcional de otro sistema para poder realizar su propia operación, entonces se produce un acoplamiento estructural entre ellos o entre una parte de ellos, como son los casos de la universidad (entre el sistema de la ciencia y el educativo) o la constitución (entre el sistema del derecho y el político), de acuerdo con lo planteado por Luhmann (2007).

Adicional a los conceptos descritos, es importante precisar que los sistemas funcionales operan a partir de códigos y programas. Los primeros son unidades elementales cuya estructura básica es de tipo binario: positiva y negativa (pago/no pago, observable/inobservable, etc.), siendo la parte positiva la que genera el enlace de las comunicaciones del sistema (Luhmann, 1998). Los códigos son posiciones iniciales que han ido evolucionando históricamente hasta conformar reglas de decisión para guiar el sentido, estas reglas son los programas que permiten crear criterios de valor (Corsi *et al.*, 1996). Por ejemplo, los precios, las teorías y las noticias son programas de los sistemas económicos, de la ciencia y de los medios de comunicación, respectivamente. Luhmann también utiliza el concepto de “fórmula de contingencia” como un mecanismo de mediación de entendimiento entre la codificación de los sistemas y las consumaciones de sentido en la vida ordinaria (Luhmann, 2013). La escasez, por ejemplo, es la fórmula de contingencia del sistema económico.

Luhmann (2007) llegó a caracterizar los sistemas funcionales a través de describir el origen, la codificación, la evolución histórica y la función social de diez sistemas, así como, en su caso, su articulación con algún código universal: amor, poder, verdad,

etc. (Luhmann y di Giorgi, 1998). Es importante aclarar que algunos sistemas no cuentan con un código referido a su propio sistema, sino al entorno, como es el educativo, ya que su autopoiesis obedece a una operación que se registra fuera del sistema social: el sistema de la educación se encuentra referido al sistema psíquico. Así también, Luhmann planteó la existencia de un meta-código, aplicable para todos los sistemas societales: inclusión/exclusión, el cual alude a la posibilidad de participar (o no), en la comunicación de los distintos sistemas, de acuerdo con las condiciones de cada persona.

A partir del legado de Luhmann, se han identificado otros sistemas funcionales por parte de sus discípulos, tales como el sistema contable (o de finanzas), el del deporte y el del turismo (Mascareño, 2023a), este último considerado el más recientemente conformado durante el estadio de la diferenciación funcional, sujeto a una codificación y programación particulares, pero igualmente autónomo e interdependiente.

## EL TURISMO EN LA TEORÍA DE LA SOCIEDAD

Durante la primera década del siglo XXI, en un primer acercamiento al análisis sobre el turismo desde esta perspectiva teórica, se le asumió como una distinción en el sistema de la sociedad, con la intención de revisar su evolución histórica y desentrañar su complejidad en los sistemas de interacción, organización y societal. En este inicio, la reflexión principal se centró en la pertinencia del código viaje/no viaje, como la unidad binaria para concebir la conformación de un sistema societal, sin embargo, la falta de énfasis en un sentido recreativo del viaje, condición *sine qua non* para entender al turismo hasta entonces, apuntaba a una limitación para admitir tal codificación. Así también, las fronteras temporales y espaciales con las que se definía al turismo: tiempo libre/tiempo de trabajo y espacio cotidiano/espacio no cotidiano, necesarias para la delimitación del turismo, conducían a la necesidad de mayores precisiones no resueltas con la codificación (Osorio 2007 y 2007a).

Fue en la década de los años veinte, cuando la evolución del turismo dio muestra evidente de considerar otros sentidos del viaje además del recreativo, como el de atención de enfermedades (turismo médico), el de solidaridad en desastres (turismo solidario), el de reparación al daño en los ecosistemas (turismo regenerativo), etc. Así también, la “liquidez” en las dimensiones temporal y espacial que caracterizó a

la sociedad durante la segunda década del siglo XXI (Mönckeberg y Rojas, 2020), modificó la anterior inflexibilidad de la jornada y ámbito laborales, al hacer posible la improbabilidad de fusionar el espacio laboral y el recreativo gracias a las tecnologías de información y comunicación (TICs) (WTTC, 2021). Dichos cambios, fueron acentuados por la pandemia de COVID-19, –además de otros elementos que se comentarán más adelante– lo que condujo a un nuevo ejercicio de reflexión sobre la codificación viaje/no viaje como constitutiva de un sistema funcional del turismo.

La primera reflexión que surge al hablar de un sistema societal del turismo es que su función hace referencia al entorno, no al sistema social, es decir, el turismo remite a un desplazamiento territorial hacia un destino, un lugar del mundo material que se localiza en un determinado territorio del planeta (o incluso en la atmósfera), por tanto, no remite a un referente comunicativo, sino a un espacio-material, lo que coloca a este sistema en una condición particular en el conjunto de los sistemas funcionales al hacer referencia al entorno, como es el caso de los sistemas de la medicina y de la educación (Galindo, 2022).

En relación con el código viaje/no viaje, su lado positivo establece el enlace de la operación comunicativa, cuya selección está mediada por una amplia gama de posibilidades de elección de destinos-atractivos, de los cuales, las ciudades-patrimonio, las playas soleadas, las montañas nevadas y las metrópolis cosmopolitas han sido históricamente los destinos más recurrentes. Pero la evolución del turismo desde finales del siglo pasado ha ampliado significativamente los sitios atractivos susceptibles de ser seleccionados (tal como lo predijo Jhon Urry, 1990): las áreas naturales protegidas, los poblados rurales, los sitios de terror o desastre, los lugares en extinción, etc., por lo que la complejidad del turismo se ha incrementado aceleradamente.

En un reciente trabajo, Vázquez (2022), planteó la propuesta de considerar al turismo como un medio simbólicamente generalizado, dado el entendimiento prácticamente universal del término para explicar la presencia de los individuos en un espacio “externo”, ajeno al de su ámbito nacional, cotidiano, social, lo cual posibilita el enlace de la comunicación en la interacción y en las organizaciones vinculadas con dicha función. Opera entonces una fórmula de contingencia relacionada con el turismo: el ocio, como derecho humano básico, cuyo sentido refiere a un desarrollo personal y de calidad de vida, incluso a una forma de cohesión social (Lazcano y Madariaga, 2016). De lo anterior se deduce que el viaje recreativo, que se asumía el siglo pasado como elemento básico del sentido del turismo, ha creado recursividad con

otros tipos de viajes, como el de negocios y el solidario, por ejemplo, constituyéndose entonces como un código secundario en el sistema del turismo.

El código viaje/no viaje desarrolló las reglas de decisión que configuran los programas: los destinos-atractivos, las actividades y experiencias, y los itinerarios que establecen las atribuciones de valor de esta comunicación. Los destinos-atractivos y los itinerarios estructuraron los primeros programas del sistema, pero con relativa actualidad, se han concretado los programas de las actividades y experiencias, como los valores con mayor significado en la comunicación, al reconocer que el lugar visitado, por sí sólo, no es lo más importante del viaje, sino la vivencia humana que nutre al subsistema límbico (Saavedra *et al.*, 2015, Gama y Favila, 2018) en el sistema psíquico.

Justamente, la operación de los programas, nos remiten a otra particularidad del sistema del turismo. El desplazamiento físico hacia otro lugar del entorno conlleva resolver, en forma material, la subsistencia de esa movilidad temporal en el lugar de destino, lo que conduce a un fuerte acoplamiento con el sistema económico para que la operación se pueda ejecutar, generando prácticamente un acoplamiento estructural. De ahí que la comunicación del sistema involucra como organizaciones del turismo a un conjunto de empresas de alojamiento y alimentación para la satisfacción de las necesidades básicas, además de las propias del turismo, como la transportación, las agencias de viajes y las operadoras turísticas, que se rigen por el medio simbólico del dinero y el código de pago/no pago, cuyas reglas de operación se establecen por los precios y los presupuestos, regulados por el entorno interno del mercado, elementos constitutivos del sistema funcional de la economía (Luhmann, 2013).

En un esfuerzo de observación de segundo orden, al inicio de los años veinte, se llevó a cabo un estudio de caracterización sobre el turismo desde el sistema económico (Osorio, 2010) para mostrar la gran capacidad estructuradora que ejerce este sistema sobre aquél, en acoplamiento con el sistema de los medios de comunicación masiva, identificando las autodescripciones que la sociedad moderna y posmoderna han configurado sobre su evolución bajo los denominativos de turismo masivo y turismo alternativo. A manera de ejemplo sobre dicha interdependencia, se destaca el gran impacto que ejerce el código inclusión/exclusión del sistema económico sobre la participación de la población en el turismo, ya que, al corte de 2022, al menos, dos mil millones de trabajadores que sobrevivían con un empleo precario y sin protección social (58 % del empleo global) (Naciones Unidas, 2023), estaban prácticamente

excluidos de la operación comunicativa del turismo por la falta de capacidad de pago para solventar una subsistencia temporal en un espacio no cotidiano.

En el marco de interés del presente escrito, se retoma el planteamiento de Mascareño (2023a y 2023b) sobre el problema de operación de los sistemas funcionales en la sociedad del siglo XXI, para dar entrada al análisis de la crisis generada por la pandemia de COVID-19. El autor acude a la reflexión de Luhmann sobre el conflicto de la funcionalidad de los sistemas en el estadio de la diferenciación, el cual radica en que su autonomía no ofrece un centro que coordine el orden social, que se ocupe de articular pertinentemente las distintas autopoiesis, lo que genera un nivel de indiferencia entre sus dinámicas y, por tanto, una falta de compatibilidad y autocontrol. En esta perspectiva, la hipótesis del autor es que a partir del inicio del siglo XXI, por distintos hechos históricos y tecnológicos (como la comunicación digital), se ha intensificado la diferenciación funcional, lo que ha incrementado el nivel de indiferencia de los sistemas y elevado la complejidad y la contingencia en cada uno, por lo que, particularmente, los sistemas económico y político, se han vuelto más inestables y más alejados de un equilibrio.

De lo anterior, se destacan dos importantes consecuencias a retomar aquí: la primera es que la sociedad no puede controlarse a sí misma, como tampoco lo pueden hacer cada uno de los sistemas, ya que son incapaces de guiarse por un sentido diferente al propio. Los sistemas siempre continúan sobre su propio sentido, aunque a veces parezca que hay equivalentes funcionales que los sustituyen, como sucede con la corrupción, por ejemplo, pero son circunstanciales, no sustanciales. La segunda consecuencia refiere a que el desequilibrio de los sistemas funcionales provoca desavenencias más recurrentes en la sociedad, alterando significativamente la conectividad de la comunicación e incrementando las posibilidades de riesgo, la incertidumbre y las formas de desigualdad. Mascareño (2023b) ejemplifica lo anterior en los casos de la crisis financiera de 2008, las agitaciones políticas de 2011 y la pandemia por COVID-19 de 2020, siendo esta última la que condujo al turismo a su peor crisis y sobre la cual se diserta en el siguiente apartado.

## LA CRISIS DE LA PANDEMIA POR COVID-19

El concepto de crisis en la teoría luhmanniana alude a una forma de autodescripción negativa de la sociedad moderna sobre sí misma (Luhmann, 1984), es decir, es la forma en que la sociedad nombra una situación que es incapaz de discernir ante un cambio drástico de complejidad en su evolución. A decir de Luhmann, esta fórmula se volvió cada vez más recurrente ante el desequilibrio de los sistemas y se redujo a una solución semántica que se volvió moda. Mascareño (2018) profundizó en el estudio de este concepto y realizó un enriquecedor aporte basado tanto en la teoría de Luhmann como en los planteamientos de Scheffer (2009). En coherencia con la hipótesis de la aceleración de la diferenciación funcional y el desequilibrio de los sistemas en el siglo XXI, el destacado sociólogo planteó que la crisis no sólo es una autodescripción negativa, sino “...un problema principalmente asociado a las relaciones entre sistemas sociales autónomos...”, en virtud de que los sistemas son interdependientes y no pueden operar por sí solos, por lo que en sus interrelaciones se producen más (y no menos) crisis, conflictos, roces y fricciones (2018: 120).

Para ampliar el espectro explicativo de cómo se producen estas discordancias entre los sistemas, Mascareño (2018: 120) retoma el término de transición crítica de Scheffer, en sustitución del concepto de crisis:

“propongo...denominar transición crítica al proceso objetual mediante el cual un sistema, una red, un ensamblaje de eventos naturales, tecnológicos y sociales produce condiciones de operación que conducen a una reestructuración significativa, muchas veces radical, extensa y generalmente rápida de los modos de organización y, con ello, de sus autodescripciones sociales –incluida la autodescripción como crisis–”.

En el modelo de Scheffer (2009), la transición crítica es un proceso que presenta, a *grosso modo*, tres fases: la incubación, durante la cual emerge la combinación de las condiciones de operación hasta llegar a un límite crítico; la propagación, cuando se produce el colapso sistémico y los sistemas de interacción y organización se enfrentan a la incertidumbre; y la reestructuración, que implica la reorganización del sistema una vez pasado el periodo crítico, cuya trayectoria puede tomar una mejor o peor dirección respecto a su equilibrio y a sus interdependencias.

En este encuadre, la pandemia por COVID-19 se cataloga como una transición crítica de la sociedad global, acaecida cuando el sistema de la medicina logró subordinar a otros sistemas funcionales y les produjo un fuerte impacto en su operación. Para

entender este hecho, es necesario señalar algunas particularidades que distinguen a este sistema a partir de lo establecido por Luhmann (2015a y 2015b) y Zamorano (2019 y 2023). La primera cuestión radica en que es la enfermedad, y no la salud, el valor positivo del código que origina la operación del sistema, ya que son las enfermedades las que dan lugar a la comunicación médica, lo que otorga sentido a la función del sistema: la curación de enfermedades. Un segundo aspecto es que la comunicación de este sistema opera en relación con el entorno —como se mencionó en el tercer apartado de este capítulo— ya que su atención no se centra en el sistema societal, sino en las enfermedades manifiestas en el cuerpo.

El cuerpo tiende a identificar las enfermedades o las lesiones por dolencia, y cuando el dolor se intensifica por sobre el nivel de tolerancia de cada persona, su atención se torna prioritaria sin mayor dilación. En ese momento el orden de jerarquía de las personas y de los valores se trastoca para dar paso a la comunicación con el médico, como algo preponderante en el presente inmediato. En esta lógica, las demandas que surgen en la sociedad sobre el sistema de la medicina (atención médica en todo momento; servicios generales y especializados de salud; medicamentos, tratamientos y vacunas disponibles, etc.), han creado una inflación capaz de limitar coyunturalmente las demandas de cualquier otro sistema funcional: ningún otro sistema rivaliza con el primado societal de tal sistema (Luhmann, 2015b; Galindo, 2022).

El punto a añadir es que el incremento, descubrimiento o padecimiento de nuevas enfermedades en las últimas décadas también ha elevado las expectativas del riesgo e incertidumbre, alterando las estructuras de la confianza social en relación con la seguridad sanitaria (Zamorano, 2023). Se asume entonces, que no sólo la enfermedad es capaz de afectar la funcionalidad del resto de los sistemas, sino la misma prevención médica, lo cual fue comprobado empíricamente, como nunca antes, cuando se produjo la declaración de emergencia de salud pública de la Organización Mundial de la Salud (2020) el 30 de enero de 2020, por el brote del nuevo coronavirus, al establecerse en un nivel “alto” el riesgo mundial de contagio y mortalidad por dicha enfermedad.

Al retomar el modelo de Scheffer, se considera que la mencionada declaración puede fungir como el límite crítico de la fase de incubación de la transición crítica, la que empezó a fraguarse desde el 31 de diciembre del año 2019 cuando se emitió una primera notificación sobre los casos registrados en la ciudad de Wuhan, en China. En la fase de propagación de la crisis, durante el shock pandémico correspondiente a los primeros 4 meses del año 2020, ante el aparente colapso de la operación de los

sistemas económico, educativo, deportivo, del derecho y de la familia, como los más visibles, la diferenciación funcional fue puesta en cuestionamiento ante el primado del sistema de la medicina (Boulanger & Saltelli, 2020; Pont, 2021).

No obstante, durante el periodo de larga duración de la pandemia (segundo semestre de 2020 y años 2021 y 2022) –como lo argumentan varios estudiosos luhmannianos (Kaipf, 2020, Pignuoli, 2020 y 2022; Galindo, 2022; y Mascareño, 2023a y 2023b, entre otros)– los sistemas nunca se desdiferenciaron, sino se alinearon jerárquicamente en un acoplamiento estructural global, fundamentalmente, para la preservación de la vida. A medida que la amenaza de la enfermedad fue disminuyendo por la vacunación masiva, los sistemas fueron reorganizando sus operaciones autopoiéticas a nivel de las interacciones, las organizaciones y la propia societal, con los cambios consecuentes del impacto producido por el caos social en el contexto de los distintos intereses de grupo y sistémicos de cada localidad y región, y de cada cultura.

De lo dicho por los autores mencionados en el párrafo anterior, se destacan dos características del acoplamiento producido durante la propagación de la crisis, a partir de las reflexiones de Mascareño (2023b): la primera consiste en que fue el sistema de la intimidad el que se vió recargado con la operación de varios sistemas en el núcleo de la familia, tales como la educación, la salud, el arte, la religión, el deporte y los medios masivos de comunicación. Mención especial merecen los desempeños laborales que se realizaron desde los espacios familiares por vía digital, particularmente en los países del centro. La segunda característica consiste en que los sistemas societales fueron capaces de operar gracias a la comunicación digital, a la “matrix digital mundial” como la llama Mascareño, la cual tuvo una expansión tecnológica global, lo que permitió la interacción entre personas y organizaciones para mantener la autopoiesis de los sistemas durante la pandemia. A pesar de esto, no se puede obviar el señalamiento de que la comunicación digital tuvo –y tiene– la limitación de la conectividad en muchas partes del mundo, particularmente en África, lo que acentuó no sólo la ralentización de la autopoiesis de los sistemas en muchas localidades y regiones de la periferia, sino la exclusión de su población en la comunicación digital.

Por supuesto, cada sistema tuvo sus particulares irritaciones ante la contingencia de la pandemia, como son los casos evidentes del sistema de la medicina, con la atención masiva de enfermos de gravedad; de la ciencia, con el apremio de la creación y producción de las vacunas; del derecho, con la legalidad de las medidas de distanciamiento social y actividades esenciales; de la política, con la gestión de

la crisis de salud pública y la implementación de las medidas de aislamiento; y de los medios masivos de comunicación, con la información relativa a los sucesos y comportamiento sobre la pandemia. Estos sistemas se volcaron sobre la tematización de la pandemia y la atención de sus demandas. Hubo otros sistemas que afrontaron contingencias de distinta índole, como el caso de la economía, con la escasez de alimentos y suministros generales para la población y el aparato productivo; el caso de la educación, con la implementación de la educación en línea para continuar con la enseñanza-aprendizaje de millones de estudiantes; y el caso del turismo, con la suspensión inicial de prácticamente todo su sistema, así como su reorganización paulatina a lo largo de la pandemia, justo sobre lo que se pormenoriza en el siguiente apartado.

#### EL TURISMO EN LA PANDEMIA POR COVID-19

En la introducción del presente capítulo, se comentaron varios acontecimientos ocurridos en el turismo durante la pandemia. Toca ahora llevar a cabo la interpretación de lo ocurrido a la luz del encuadre teórico expuesto en los apartados anteriores. Con la intención de reconocer las irritaciones y desacoplamientos ocurridos en el turismo desde una realidad concreta, se retoman aquí los resultados de una investigación cualitativa aplicada para el caso de México sobre los impactos y cambios producidos durante la pandemia por COVID-19 (Osorio *et al.*, 2024). Dicha investigación fue realizada con la participación de 24 reconocidos estudiosos del turismo en el país, quienes distinguieron los elementos más significativos que produjeron cambios en la organización del turismo, lo cual contribuyó a comprender la complejidad generada en el sistema y alimentó al presente estudio mediante un ejercicio de observación de segundo orden.

Se presentan los resultados divididos en dos fases: la primera corresponde al inicio de la transición crítica durante el año 2020, antes de la vacunación; la segunda corresponde al tiempo restante de la transición, el cual comprendió el periodo de vacunación masiva en los años 2021, 2022 e inicios de 2023.

### *Fase 1 de la transición crítica*

En principio se retoma la premisa de que el código del turismo, el viaje, opera en relación con el entorno, lo cual tuvo implicaciones particulares para el sistema. Durante el primer año de la pandemia, el viaje adquirió un sentido de peligro, lo que se interpreta como una posibilidad de daño según la teoría luhmanniana (Corsi *et al.*, 1996: 142), al aumentar la probabilidad del contagio del virus mediante la interacción cara a cara en el entorno material, por lo que la forma de disminuir tal riesgo fue no viajar para evitar el contagio de una enfermedad grave en un futuro inmediato. Las restricciones impuestas por los sistemas del derecho y el político bajo el primado societal del sistema de la medicina –mencionados en el apartado anterior–, aunado a la masiva decisión de no viajar (el lado negativo del código viaje) por parte de los individuos, originaron una improbable, sorpresiva e incierta desestructuración del sistema turístico, que lo introdujeron en su propia transición crítica a partir del mes de abril del año 2020, cuando las restricciones de movilidad se generalizaron en todo el mundo (Our World in Data, 2021).

Una observación sobre el impacto en la operación del propio sistema es que la posibilidad de selección de los destinos, las actividades y las experiencias turísticas quedaron disminuidas prácticamente a ninguna durante el periodo de confinamiento, reduciendo drásticamente la complejidad. Los escasos viajes que se realizaron al principio de la transición crítica, fueron los vinculados con el regreso a los lugares de origen de los turistas, a la atención médica de pacientes enfermos y a la visitación de familiares y amigos en riesgo. Respecto a los viajes recreativos, el sistema hizo uso del tiempo para mantener latente la decisión del viaje, al plantear a través de las organizaciones involucradas (aerolíneas, agencias de viajes e instituciones internacionales) la aspiración de realizarlo “en el futuro”, una vez disminuido el peligro. La promesa del futuro y el turismo virtual actuaron como equivalentes funcionales del viaje durante la etapa de confinamiento.

La reanudación de los viajes durante el año 2020 tuvo cambios en la selección de destinos, ya que los elegidos fueron los que representaron “menor peligro”: los rurales y los sitios naturales del entorno. Esto debido a varios factores: la menor densidad de personas, las actividades de tipo alternativo (de bajo impacto) y la menor estadía (menos tiempo en el lugar), entre otros. Los poblados pequeños y sitios aislados, que

antes constituían destinos “periféricos” por ser de los menos visitados, se convirtieron en los centrales para ese momento en el sistema turístico.

El desacoplamiento de mayor impacto fue, evidentemente, con el sistema económico. La ausencia de viajes originó igualmente un drástico descenso en pagos a las empresas y prestadores de servicios vinculados con el turismo, las que salieron del sistema coyunturalmente por el cierre temporal, con la consecuente desarticulación de las cadenas productivas. La autoregulación del sistema económico tuvo como respuesta la suspensión o disminución de muchos tipos de pagos (de proveeduría, de distribución, de promoción, etc.), resaltando los salariales al personal empleado, por lo que los destinos de turismo masificado, como los de sol y playa, cuya economía estaba mayormente concentrada en el turismo, tuvieron una mayor desestructuración de su sistema económico.

El personal vinculado a las actividades turísticas, dividió las selecciones que hicieron los individuos en el mercado laboral para su subsistencia en el código empleo turístico/empleo no turístico: algunos aceptaron un ingreso aún más precario en las empresas que se mantuvieron operando en el sector; otros eligieron una ocupación alternativa fuera del sistema turístico, en actividades primarias o informales. Este cambio fue observado como crucial durante la transición crítica por parte de los investigadores consultados, lo que se interpreta desde esta postura como una involución determinante en el acoplamiento entre los sistemas turístico y económico, provocando una exclusión en población vulnerable.

Un desacoplamiento más a resaltar fue el originado con el sistema político, ya que los flujos turísticos entre países quedaron restringidos o cancelados, suspendiéndose los acuerdos de migración que permitían el tránsito terrestre, aéreo y marítimo. El nivel de restricción fue diferenciado entre los países de los distintos continentes, pero los de Europa y los de América del Norte (excepto México), fueron de los más cerrados. La segmentación de los estados-nación se hizo presente con el cierre de sus fronteras, pero incluso al interior de ellos, las segmentaciones político-administrativas estatales, provinciales y/o municipales ejercieron autoridad en el control del tránsito en sus territorios. Hay registros de comunidades que, en aras del bienestar común, se negaron a recibir turistas durante el confinamiento, y de manera autoorganizada controlaron los flujos de viaje.

Tras ese periodo, los sistemas de la medicina y el político lograron configurar una primera fórmula de contingencia para establecer un acoplamiento que reactivara

el tránsito controlado: los protocolos de seguridad sanitaria, cuya implementación permitió disminuir la incertidumbre del tránsito y hacer posible la movilidad, no obstante la complicación burocrática que implicaron. En esta línea de acoplamiento, se sumó el sistema económico para restablecer la operación de las empresas turísticas, mediante la fórmula de los certificados de seguridad sanitaria, una atribución de sentido emitida por instituciones públicas de salud a las organizaciones solicitantes para posibilitar la apertura de sus establecimientos/servicios y ofrecer certidumbre de un menor peligro de contagio a sus clientes.

Es conocido que los establecimientos hoteleros de cadena y las aerolíneas de capital transnacional, así como las OTAs, contaron con mejores condiciones financieras para mantener su funcionamiento, dirigiéndose a segmentos económicos de mayor capacidad de pago y aumentando sus precios ante la escasez del servicio. El soporte financiero proporcionado por los contratos con aseguradoras, aún si el dinero fue entregado con posterioridad a la crisis, otorgó certidumbre a dichas empresas. En cambio, las organizaciones de menor capital, las llamadas micro, pequeñas y medianas empresas de establecimientos fijos, enfrentaron condiciones financieras y de conectividad más adversas, y debieron salir temporal o definitivamente del sistema económico.

Los cambios en la oferta modificaron el comportamiento de la selectividad de los servicios que se proporcionaban en los destinos y en las actividades turísticas, no sólo por la intermitencia de las empresas en operación, sino por la elección de ofertas más pertinentes o innovadoras, como fue el caso de los alojamientos particulares de alquiler y los servicios de entregas de comida rápida a través de plataformas digitales como *airbnb* y *uber eats*, por ejemplo. Así también la incertidumbre de las olas de contagio (del peligro), modificaron los tiempos “normalizados” para hacer las reservaciones de viaje, acortando considerablemente los tiempos para los vuelos y los alojamientos. Dichas alteraciones dieron paso a un conjunto de cambios sucedidos durante el resto de la pandemia, algunos de los cuales tuvieron repercusiones sólo coyunturales, pero otros fueron determinantes como se comenta a continuación.

### *Fase 2 de la transición crítica*

La segunda fase de la transición crítica, iniciada a partir del año 2021, marcó un proceso de reconfiguración paulatina de los programas del sistema turístico ante la disminución del peligro y el retraimiento del primado del sistema de la medicina, lo que generó condiciones propicias para reconstituir la operación del viaje y aumentar las posibilidades de relacionalidad selectiva con los destinos. Es importante remarcar que las operaciones para reconstituir esta relacionalidad tuvieron como soporte primordial a la digitalización, con una penetración como nunca antes, propiciada por el mercado interno del sistema económico y la publicidad del sistema de los medios masivos de comunicación, ambos en re-acoplamiento. De aquí que el sistema turístico dio muestras de una “resiliencia” acelerada, mucho más rápida que en otras actividades económicas, como la industria automotriz, por ejemplo.

Es necesario señalar que en la reconfiguración del turismo se presentó un cambio interesante articulado con el sistema de la intimidad: la multiplicación de los nómadas digitales. Esta categoría de viajero ya había sido señalada como emergente antes de la pandemia, pero, ante la condición de posibilidad que proporcionó la digitalización laboral en muchos ámbitos (oficinas, escuelas, comercios en línea, etc.), durante la segunda fase de la pandemia proliferó el desempeño laboral en línea articulado con el desplazamiento turístico, particularmente entre las generaciones de los millennials y centennials. La residencia, el trabajo y las vacaciones, que durante el siglo xx fueron distinciones con sentidos opuestos, se conjuntan en un nuevo tipo de viaje que nuevamente queda integrado en la recursividad del sistema turístico.

El nivel de comunicación alcanzado en el sistema turístico, gracias a la digitalización, fue observado como el cambio más determinante por la mayoría de los investigadores, ya que había dado muestras de producir la evolución más significativa del turismo durante la pandemia. Dicha evolución no sólo logró reconfigurar su autopoiesis en breve tiempo, sino renovó sus posibilidades de contingencia con nuevos destinos en el entorno, coyunturalmente prevaleciendo los viajes domésticos, pero aumentando la complejidad en el ámbito internacional, destacando la aparición de nuevos destinos en Arabia Saudita, Emiratos Árabes Unidos y Qatar, en la región de Medio Oriente.

Esta rápida recuperación mantuvo y/o generó nuevas tensiones entre los sistemas societales, particularmente en el acoplamiento con el sistema económico. El cierre definitivo de empresas independientes, desde aerolíneas hasta operadoras, se calcula

en un margen de 20-30 % respecto a las existentes en prepandemia. Las empresas que reabrieron fueron restableciendo su operación, a diferentes escalas, frecuentemente con ajustes en proveedores, suministros y servicios especializados, procurando reequilibrar sus finanzas y mantenerse en activo. Pero el principal factor de cambio en todas las organizaciones turísticas fue el personal empleado, el cual se había movilizado u ocupado en otros sectores/actividades para su subsistencia durante la primera fase. Sorpresivamente, un número considerable de personas eligieron no reincorporarse a sus antiguos empleos, particularmente en los servicios de alojamiento y de alimentos y bebidas, por lo que la escasez de empleados generó una disfuncionalidad en las empresas. Por ello, paradójicamente, el comportamiento del mercado laboral en turismo tuvo un lento ritmo para ocupar las vacantes, con perfiles de empleados de escasa o nula experiencia.

La resonancia que provocó el sistema turístico con la falta de personal interesado en emplearse en las empresas de alojamiento, alimentos y bebidas y operadoras, logró irritar, incluso, al sistema educativo, ya que los programas de estudio de las carreras referidas a formar profesionales del turismo en los niveles de educación media superior y superior en varias regiones del mundo (caso de Iberoamérica y países insulares, por ejemplo), presentaron un descenso generalizado de aspirantes a incorporarse a dichos estudios, ya que las condiciones del empleo turístico se visibilizaron aún más precarias por su inestabilidad e inseguridad sanitaria.

Respecto al sistema político, la flexibilización paulatina que se fue aplicando para la inmigración turística por parte de los gobiernos europeos y americanos, aminoraron las tensiones de movilidad internacional, pero las diferencias entre los protocolos de seguridad que cada estado-nación fijó para el bienestar de sus ciudadanos dificultaron su interoperabilidad, sin llegar a acuerdos globales durante la pandemia. Por el contrario, hubo el caso de países como China y Rusia, que acentuaron la complejidad del trámite migratorio por razones geoestratégicas, fortaleciendo la diferenciación segmentaria del sistema político y dejando los acuerdos globales como tarea pendiente para próximas contingencias de la misma magnitud.

Un segundo aspecto de tensión a anotar entre el sistema turístico y el político corresponde al llamado *overtourism*. Antes de la pandemia, la saturación de los destinos era un asunto de preocupación debido a la afectación que tenía en el bienestar de los habitantes, afectación provocada por la invasión masiva de los viajeros en las áreas turísticas, lo que alteraba significativamente su modo de vida por la contaminación

vial y auditiva, el incremento de precios, el desplazamiento comercial de productos de consumo cotidiano, la desigual dotación de agua y servicios públicos, etc. Este comportamiento tuvo un cambio drástico durante la fase 1 de la transición crítica por la inmovilización generalizada, pero durante la fase 2 la masificación fue reconfigurándose hasta alcanzar el mismo nivel de saturación en las temporadas altas en algunos destinos, lo que representa un desequilibrio entre ambos sistemas que tiende a acentuarse.

La saturación de los destinos se considera como una expresión de la indiferencia del sistema turístico por la funcionalidad del sistema político, esto es, por el bienestar de las poblaciones anfitrionas, al prevalecer la operación de los viajes hacia un lugar por sobre su capacidad de carga turística. Esta saturación entra en contrasentido con la sustentabilidad, por supuesto, ya que contribuye a alterar el equilibrio ambiental, económico y social de un espacio que con frecuencia cuenta con ecosistemas frágiles. La pandemia detuvo este proceso coyunturalmente, pero no modificó su trayectoria, lo que apunta a producir un progresivo desacoplamiento entre ambos sistemas que será fuente de conflictos, como la llamada turismofobia (actitud negativa de los residentes hacia los visitantes).

Como se puede observar, son varios los desacoplamientos y disfuncionalidades producidos por la crisis del turismo, pero no todos tuvieron el mismo efecto en su trayectoria. Se comparten a continuación las reflexiones finales de esta aproximación.

## REFLEXIONES FINALES

Sin duda, el universo de los cambios producidos en la complejidad del turismo durante la transición crítica de la pandemia por COVID-19, no se alcanza a integrar en este primer acercamiento de investigación, pero las observaciones de segundo orden que se lograron dilucidar, proporcionan importantes aportaciones para el entendimiento del sistema funcional del turismo ante contingencias de gran magnitud.

De las más destacadas, se menciona que la selectividad del sistema turístico eleva significativamente su variación durante dichas contingencias, dado que la naturaleza de su operación se produce en el entorno, el cual es altamente susceptible a cualquier manifestación de peligro que se presente en los destinos (calentamiento de temperatura, desastres naturales, conflictos bélicos, pandemias, todo tipo de violencia,

etc.), situando a este sistema con un gran nivel de incertidumbre entre los sistemas sociales.

Una segunda aportación que se puntualiza, corresponde a la observación sobre el proceso de inclusión y exclusión que se produce por el acoplamiento con el sistema económico. En condiciones de evolución “normal”, la exclusión del sistema económico opera sobre quienes no tienen capacidad de pago para participar en el turismo. Sin embargo, en una condición de contingencia de gran magnitud, la exclusión se produce por el desacoplamiento entre ambos sistemas durante la transición crítica, que “expulsa” a empresarios y al personal empleado u ocupado de la prestación de los servicios vinculados al turismo (alojamiento, alimentación, amenidades, entretenimiento, operadores, etc.), para después recuperarlos o sustituirlos con personal y capitales nuevos.

Una tercera aportación que se desea destacar, radica en la aceleración de la comunicación que se produce en el sistema. Al inicio de la transición crítica, el sistema pierde su nivel de complejidad, pero en un segundo momento, su resiliencia muestra una marcada aceleración no sólo por la comunicación digital, sino por la velocidad de la comercialización digital, lo que potencia y reconfigura una complejidad adaptada, renovada, diversificada e interdependiente, con desequilibrios producidos por la escasez de personal y suministros por parte del sistema económico, y a paradojas con el bienestar común de los residentes de los destinos por parte del sistema político.

La contracción de la complejidad que sufre el turismo al inicio de la transición crítica, le representó una involución en su autopoiesis, porque a diferencia de otros sistemas funcionales, no pudo recargarse sobre el sistema de la intimidad, y fue sustituido con equivalentes funcionales como el entretenimiento. Pero una vez que cambian las condiciones de peligro, el sistema turístico muestra una acelerada pero selectiva evolución, que dependió del desarrollo tecnológico de las regiones y localidades, pero también de la rentabilidad de los viajes por su acoplamiento con el sistema económico. Esa evolución generó la exclusión de anteriores actores y la inclusión de nuevos (empresarios y trabajadores), tal vez con perfiles menos experimentados pero con capitales frescos, que están renovando los programas del sistema hacia nuevas e inciertas trayectorias.

Sirva este acercamiento para dar nuevas pistas a los estudiosos del turismo en sus trabajos de investigación, puesto que, entre tantas incertidumbres, podemos estar ciertos de que a lo largo del presente siglo tendremos más transiciones críticas a partir

de riesgos climáticos, energéticos, bioquímicos, de seguridad sanitaria y de violencia, entre otros, que afectarán la evolución del sistema turístico. En este espectro, entender el funcionamiento societal del turismo, será una ventaja para la implementación de acertivas decisiones.

## REFERENCIAS

- Affuso, S., D'Alessandro, S. & Marini, G. (2012). The next global scenarios. The Systemic Approach and the 21st Century Challenges. Roma: ARACNE Editrice.
- Arnold, M., Urquiza, A. y Thumala, D. (2011). Recepción del concepto de autopoiesis en las ciencias sociales. *Sociológica*, 26(73): 87-108.
- Arnoldi, J. (2001). Niklas Luhmann: an introduction. *Theory, Culture & Society*, 18(1), 1-13.
- Arriaga, E. (2003). La Teoría de Niklas Luhmann. *Convergencia* 32: 277-312.
- Batista, E. y Rivero, A. (2022). Turismo y covid-19. Análisis de la productividad científica en Scopus. *Turismo y Sociedad*, XXXI, 25-47. DOI: <https://doi.org/10.18601/01207555.n31.01>
- Becerra, G. (2013). Presentación sintética de la teorías de los sistemas sociales autopoieticos y la teoría de los sistemas sociopoieticos funcionales de Niklas Luhmann. *Intersticios. Revista Sociológica de Pensamiento Crítico*, 7(2): 21-35.
- Boulanger, P. & Saltelli, A. (2020). Pandemic Luhmann. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3586526> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3586526>
- Clancy, M. (2010). Global commodity chains and tourism: Past research and future directions. In *Political Economy of Tourism* (pp. 99-116). Routledge.
- Corsi, G., Esposito, E. y Baraldi, C. (1996). Glosario sobre la teoría social de Niklas Luhmann. México: Universidad Iberoamericana, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente y Anthropos.
- Crespí-Cladera, R., Martín-Oliver, A. & Pascual-Fuster, B. (2021). Financial distress in the hospitality industry during the Covid-19 disaster. *Tourism Management* 85104301. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104301>
- Echeverri Rubio, A., Vieira-Salazar, J. A., & Urrego-Badillo, J. F. (2023). Líneas de investigación futura en turismo pospandemia. Un análisis de la literatura. *Revista Universidad & Empresa*, 25(44), 1-33. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.12116>
- Enríquez, M. A., Osorio, M., Favila, H. & Arellano, A. (2014). Reflexiones teóricas sobre la política turística. *RICIT. Revista Turismo, Desarrollo y Buen Vivir*, 8: 31-51.
- Fang, Y., Zhu, L., Jiang, Y. & Wu, B. (2021). The immediate and subsequent effects of public health interventions for COVID-19 on the leisure and recreation industry. *Tourism Management*, 87. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104393>

- Galindo, J. (10 de febrero de 2022). Diferenciación funcional y desdiferenciación en la pandemia [en línea]. Seminario Internacional La Pandemia de la Sociedad. Disponible en: [https://www.youtube.com/watch?v=ccc4itq\\_kA8](https://www.youtube.com/watch?v=ccc4itq_kA8)
- Gama, G. y Favila, H. (2018). Una aproximación a la experiencia turística desde la Antropología del Turismo: una mirada mutua al encuentro entre turistas y locales. *PA-SOS*, 16(1): 197-211. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2018.16.013>
- Gibson, C. (2021) Theorising tourism in crisis: Writing and relating *in place*, *Tourist Studies*, 21(1): 84-95. <https://doi.org/10.1177/1468797621989218>
- Gössling, S. & Schweiggart, N. (2022). Two years of COVID-19 and tourism: what we learned, and what we should have learned, *Journal of Sustainable Tourism*, 30:4, 915-931, DOI: 10.1080/09669582.2022.2029872.
- IATA (2022). COVID-19 Info Hub. <https://www.iata.org>
- Jhon Hopkins University (2022). COVID-19 Dashboard by the Center for Systems Science and Engineering (CSSE). <https://coronavirus.jhu.edu/map.html>
- Kaipl, E. (2020). Teoría política y riesgo en contexto de pandemia. El aporte explicativo de la diferenciación social. *Temas y debates*, 24: 89-97.
- Khan KI, Nasir A and Saleem S (2021). Bibliometric Analysis of Post Covid-19. *Management Strategies and Policies in Hospitality and Tourism*. *Front. Psychol.* 12:769760. doi: 10.3389/fpsyg.2021.769760
- Knudsen, M. (2011). Surprised by Method – Functional Method and Systems Theory Historical Social Research, Vol. 36 (1), 124-142.
- Lazcano, I. y Madariaga, A. (2016). El valor del ocio en la sociedad actual. En J. Hornero (Ed.), *La Marcha Nocturna ¿un rito exclusivamente español?* Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud. Pp.15-33. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6149004.pdf>
- Linstone, H. A., y Turoff, M. (Eds.) (2002). *The Delphi Method*. Boston: Addison-Wesley Pub.
- Luhmann, N. (2017). *La economía de la sociedad*. México: Herder.
- Luhmann, N. (2015a). “El código de la medicina”. En: Id. *Comunicaciones y cuerpo en la Teoría de los Sistemas Sociales*. Universidad Nacional Autónoma de México/La Biblioteca.
- Luhmann, N. (2015b). “Inflación de las demandas en el sistema de las enfermedades. Una toma de posición desde el punto de vista de la teoría de la sociedad.” En: Id. *Comunicaciones y cuerpo en la Teoría de los Sistemas Sociales*. Universidad Nacional Autónoma de México/La Biblioteca.

- Luhmann, N. (2013). La economía de la sociedad como sistema autopoiético. *Revista Mad*, 29: 1-25.  
<https://ultimadecada.uchile.cl/index.php/RMAD/article/view/27342>
- Luhmann, N. (2009). *¿Cómo es posible el orden social?* México: Herder y Universidad Iberoamericana.
- Luhmann, N. (2009a) *Sociología de la religión*. México: Herder y Universidad Iberoamericana.
- Luhmann, N. (2007), *La sociedad de la sociedad*, México: Herder y Universidad Iberoamericana.
- Luhmann, N. (2005). *El arte de la sociedad*. México: Herder.
- Luhmann, N. (2002). *El derecho de la sociedad*. México: Herder.
- Luhmann, N. (2000). *La realidad de los mass media*. México: Universidad Iberoamericana e ITESO.
- Luhmann, N. (1998). *Complejidad y modernidad*, Madrid: Trotta.
- Luhmann, N. (1996). *La Ciencia de la Sociedad*. México: ITESO y Anthropolos.
- Luhmann, N. (1984). The self-description of society: Crisis fashion and sociological theory. *Journal of Comparative Sociology*, 25(1-2): 59-72.
- Luhmann, N. (1991). *Sistemas sociales. Lineamientos para una teoría general*. México, Alianza Editorial y Universidad Iberoamericana.
- Luhmann, N. y De Giorgi, R. (1998), *Teoría de la sociedad*, México: Universidad Iberoamericana y Triana.
- Luhmann, N. y Schorr, K.E. (1993). *El sistema educativo (problemas de reflexión)*. Universidad Iberoamericana e ITESO.
- Mantecón, A. (2021). La crisis sistémica del turismo: una perspectiva global en tiempos de pandemia. En Simancas, M., Hernández, R. y padrón, N. (Eds.), *Turismo pos-covid-19. Reflexiones, retos y oportunidades* (19-29) Cátedra de Turismo CajaCanarias-Ashotel de la Universidad de la Laguna.
- Mascareño, A. (2003). Teoría de sistemas de América Latina. Conceptos fundamentales para la descripción de una diferenciación funcional concéntrica. *Revista Persona y Sociedad*, XVII(2): 1-20.
- Mascareño, A. (2023a). Niklas Luhmann on Politics and The Economy. In Twenty-First Century's World Society. In R. Rogowski (Ed.), *The Anthem Companion to Niklas Luhmann*, pp. 55–72. Anthem Press. <https://doi.org/10.2307/jj.766968.7>
- Mascareño, A. (6 de mayo de 2023b). Niklas Luhmann, política y economía en la sociedad del siglo XXI [en línea]. Seminario Internacional de Sistmas Sociales, Redes y Complejidad. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=sYiZp7kgY6s>

- Mascareño, A. (2018). De las crisis a las transiciones críticas. *Theorin. Revista de Ciencias Sociales*, 1(3): 109-143.
- Mofijur, M; Rizwanul, I.M.; Asraful, Md; Saiful, A.B.M; Chyuan, H.; Ashrafur, S.M.; Najafi, G.; Ahmed, S.F; Alhaz, Md.; Mahlia, T.M.I. (2021). Impact of COVID-19 on the social, economic, environmental and energy domains: Lessons learnt from a global pandemic. *Sustainable Production and Consumption*, 26, 343-359. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2020.10.016>.
- Monterrubio, C. (2021). The informal tourism economy, COVID-19 and socioeconomic vulnerability in Mexico. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Event*, 14(1), 20-34. DOI: 10.1080/19407963.2021.2017726
- Mönckeberg, M. y Rojas, T.a. (2020). Comunicación líquida en el pensamiento de Zygmunt Bauman: el espacio y el tiempo para la construcción de sentido. *Revista ComHumanitas*, 11(1): 131-148. DOI: <https://doi.org/10.31207/rch.v11i1.233>
- Naciones Unidas (2023). Informe de los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2023: Edición especial. Disponible en: [https://unstats.un.org/sdgs/report/2023/The-Sustainable-Development-Goals-Report-2023\\_Spanish.pdf?\\_gl=1\\*1y63c2t\\*\\_ga\\*OTUzNTA3NzYuMTcwMjU4MzExMA.\\*\\_ga\\_TK9BQL5X7Z\\*MTcwMjU4MzExMC4yLjAuMTcwMjU4MzExMC4wLjAuMA](https://unstats.un.org/sdgs/report/2023/The-Sustainable-Development-Goals-Report-2023_Spanish.pdf?_gl=1*1y63c2t*_ga*OTUzNTA3NzYuMTcwMjU4MzExMA.*_ga_TK9BQL5X7Z*MTcwMjU4MzExMC4yLjAuMTcwMjU4MzExMC4wLjAuMA).
- Novo, G., Osorio, M., Torres, J., & Esquivel, E. (2012). Imagen turística y. medios de comunicación: una construcción social. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 21: 1409-1432.
- Organización Mundial de la Salud (oms) (2020). COVID-19: cronología de la actuación de la OMS. Disponible en <https://www.who.int/es/news/item/27-04-2020-who-timeline--covid-19>
- Osorio, M; López, V.M; y Pérez, A.M. (2024). Impactos en el turismo por la pandemia de Covid-19 en México. Una aproximación desde la observación de segundo orden. *Dimensiones turísticas*, 8: e846178. <https://doi.org/10.47557/VXUN6178>
- Osorio (2010). Turismo masivo y alternativo. Distinciones de la sociedad moderna/ posmoderna. *Convergencia*, 17(52): 235-260. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=10512246010>
- Osorio (2007). El carácter social del turismo. Un análisis sistémico sobre su complejidad. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 18: 467-492. [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1851-17322007000400005](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322007000400005)

- Osorio (2007a), El Turismo en el Sistema de la Sociedad. Entorno del Turismo. Perspectivas. Vol. II. México: Universidad Autónoma del Estado de México.
- Our World in Data (2021). COVID-19: Government Stringency Index. Disponible en <https://ourworldindata.org/covid-government-stringency-index>
- Oxford University (2022). COVID-19 Stringency Index. Disponible en <https://ourworldindata.org/covid-government-stringency-index>
- Park, E., Kim, W. & Kim, S. (2022). How does COVID-19 differ from previous crises? A comparative study of health-related crisis research in the tourism and hospitality context. *International Journal of Hospitality Management* 103, 103199. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2022.103199>
- Pignuoli, S. (26 de septiembre de 2020). Escenarios sociales asociados con el coronavirus COVID-19 [en línea]. Seminario Internacional de Sistemas, Redes y Complejidad. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=qmnD9rj3rBg>
- Pignuoli, S. (10 de marzo de 2022). Escenarios sociales asociados a la pandemia temprana. Reflexiones metodológicas y perspectivas problemáticas [en línea]. Seminario Internacional La Pandemia de la Sociedad. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=PqCqicmJonQ>
- Pont, J. (2018). Autopoiesis en la teoría de sistemas de Niklas Luhmann: reflexiones para una reontologización. *Athena Digital. Revista de Pensamiento e Investigación Social*, 18(3): 1905.
- Pont, J. (8 de mayo de 2021). Sociedades contingentes. Covid 19: Un nuevo agente de cambio social [en línea]. Seminario Internacional de Sistemas, Redes y Complejidad. Disponible en: [https://www.youtube.com/watch?v=Y4B4Rkk\\_2aQ](https://www.youtube.com/watch?v=Y4B4Rkk_2aQ)
- Ritchie, B. W., & Jiang, Y. (2019). A review of research on tourism risk, crisis and disaster management: Launching the annals of tourism research curated collection on tourism risk, crisis and disaster management. *Annals of Tourism Research*, 79 102812.
- Rodríguez, D. y Torres, J. (2003). Autopoiesis, la unidad de una diferencia: Luhmann y Maturana. *Sociologías*, Porto Alegre, año 5, no 9, jan/jun 2003, p. 106-140.
- Saavedra J., Díaz W., Zúñiga L., Navia C., Zamora T.(2015). Correlación funcional del sistema límbico con la emoción, el aprendizaje y la memoria. *Morfología*, 7(29-44).
- Scheffer, M. (2009) *Critical Transitions in Nature and Society*. Princeton: Princeton University Press.
- The Mori Memorial Foundation (2022). Global Power City Index. Disponible en: [https://mori-m-foundation.or.jp/pdf/GPCI2021\\_summary.pdf](https://mori-m-foundation.or.jp/pdf/GPCI2021_summary.pdf)

- Torres, J. (2002). Niklas Luhmann. Introducción a la Teoría de Sistemas. México: Universidad Iberoamericana.
- Torres, J. (2009). Niklas Luhmann: la política como sistema. México: Universidad Iberoamericana.
- UNWTO (2024). International tourism and COVID-19. <https://www.unwto.org/tourism-data/international-tourism-and-covid-19>
- UNWTO (2022). Resultados turísticos globales y regionales. <https://www.unwto.org/es/datos-turismo/resultados-turisticos-globales-regionales>
- UNWTO (2020). El turismo internacional sigue adelantando a la economía global. <https://www.unwto.org/es/el-turismo-mundial-consolida-su-crecimiento-en-2019>.
- UNWTO (2019). Panorama del Turismo Internacional. Edición 2019. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421237>
- Urry, J. (1990). The tourist gaze. Leisure and Travel in Contemporary Societies. London: SAGE Publications.
- Urteaga, E. (2010). La teoría de sistemas de Niklas Luhmann. Contrastes. Revista Internacional de Filosofía, vol. XV: pp. 301-317.
- Valensisi G. (2020). COVID-19 and Global Poverty: Are LDCs Being Left Behind?. The European journal of development research, 1–23. Advance online publication. <https://doi.org/10.1057/s41287-020-00314-8>
- Vázquez, D. (2022). La concepción del turismo como un medio simbólicamente generalizado a partir de la teoría de sistemas funcionales de Niklas Luhmann. Toluca, México. Universidad Autónoma del Estado de México.
- Vázquez, D., Osorio, M., Arellano, A. & Torres, J. (2013). El turismo desde el pensamiento sistémico. Investigaciones Turísticas, 5: 1-28.
- WTTC (2021). Trending in travel. Emerging consumer trends in travel and tourism en 2021 and beyond. Trip.com Group. Disponible en: [https://wttc.org/Portals/0/Documents/Reports/2021/Trending\\_In\\_Travel-Emerging\\_Consumer\\_Trends-231121.pdf](https://wttc.org/Portals/0/Documents/Reports/2021/Trending_In_Travel-Emerging_Consumer_Trends-231121.pdf)
- Wut, T.M., Xu, J., & Wong, S. (2021). Crisis management research (1985–2020) in the hospitality and tourism industry: A review and research agenda. Tourism Management, 85, 104307. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104307>
- Zamorano, R. (2023). Inflación de las demandas para satisfacer las demandas en el sistema de la medicina. Revista Brasileira de Sociologia do Direito, 10(1): 5-19.
- Zamorano, R. (2019). Medicalización, riesgo y demandas al sistema de la medicina. Una observación desde la teoría de los sistemas sociales. Revista Derecho y Salud, 1(1): 48-61.

- Zengin, B. & Çevrimkaya, M. (2021). “Reflections of Covid-19 on Tourism Industry”, en Çelebi, F., Boztas A. & Koç, I. (eds.). *Transition to New Normal After Covid-19. Strategies to Turn Crisis into Opportunity*. Berlín: Peter Lang GmbH, pp. 37-52.
- Zenker, S. & Kock, F. (2020). The coronavirus pandemic – A critical discussion of a tourism research agenda. *Tourism Management*, 81, 104164. doi: 10.1016/j.tourman.2020.104164
- Zopiatis, A., Pericleous, K. & Theofanous, Y. (2021). COVID-19 and hospitality and tourism research: An integrative review. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 48, 275–279. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2021.07.002>



## CAPÍTULO 6

### LOS VIAJEROS VAN LIFE COMO FIGURAS *PREADAPTATIVE* *ADVANCES* EN LA ACTIVACIÓN DEL TURISMO DURANTE LA PANDEMIA POR COVID-19

*Diana Vázquez Ramírez*  
*Universidad Autónoma de Tlaxcala*  
*diana01vazquez@gmail.com*

#### CONSECUENCIAS DE LA PANDEMIA POR COVID-19 EN EL TURISMO

En diciembre de 2019, la Organización Mundial para la Salud (OMS) alertó a la población de una enfermedad parecida a la neumonía, pero de causas desconocidas. La enfermedad comenzó a propagarse de manera vertiginosa en Wuhan, China (epicentro del brote), motivando que la ciudad fuese puesta en cuarentena, sin embargo, aún con estas medidas, el virus se extendió rápidamente por diversas ciudades de China, evidenciando que el contagio entre personas se generaba estando éstas a menos de un metro de distancia. Para el año 2020, existía la preocupación latente por el Comité de Emergencias de la OMS, por la propagación del virus a partir de la cadena de infección que se podía presentar a través de los viajeros internacionales que se encontraran en la República Popular de China y que desearan viajar de retorno a sus países de origen (OPS/OMS, 2020).

En definitiva, otra preocupación latente en el país asiático era el festejo del *año nuevo chino*, el cual estaba próximo a celebrarse el 25 de enero al momento de la declaratoria de la pandemia, durante esta festividad se considera que se genera el mayor movimiento de personas en el planeta de manera simultánea (Moreno, 2020; *Forbes* Colombia, 2024, *El País*, 2024), muestra de ello, es que en el año 2019 la llegada de visitantes fue de 415 millones, rompiendo los récords de visitas (Investigación Statista, 2019). El año nuevo chino tiene como una de sus tradiciones principales, el compartir en familia, razón por la cual, millones de chinos (chinaservice.com, 2020) que viven en diferentes ciudades alrededor del mundo regresan a casa; si a esto le sumamos el interés de los visitantes extranjeros por ser parte de este momento, da como resultado una movilidad masiva de personas, la cual incrementa el riesgo de elevar los contagios

por COVID-19, no solamente en China, sino en diferentes países, situación que era preocupante ante la incertidumbre de la propagación del virus.

En este sentido, estudios sobre la distribución de los viajeros a nivel mundial vinculados con la enfermedad, así como investigaciones relacionadas con la movilidad internacional del aeropuerto de Wuhan realizadas por diferentes organismos e instituciones como el Centro Chino para el Control y la Prevención de Enfermedades (CCDC), el Comité de Emergencias y el Foro Económico Mundial (WEF por sus siglas en inglés), estimaron que la probabilidad de que las ciudades chinas principalmente y después las ciudades del resto del mundo recibieran a una persona contagiada por el virus era del 50 %, además de que existía el riesgo de que las comunidades cercanas a Wuhan tuvieran casos aún no detectados; tal y como lo menciona la Policlínica Metropolitana de Caracas (marzo, 2020), debido a que una persona enferma puede presentar síntomas hasta dos semanas después de ser contagiado. Cabe señalar que la falta de síntomas en una persona no evita la propagación de la enfermedad.

Por consiguiente, se observó que el incremento de los contagios podía asociarse a los viajes, debido a la proximidad que tienen las personas tanto en los módulos de atención como en los medios de transporte, ya sean aéreos, terrestres o marinos. Si tenemos en cuenta, por ejemplo, que la distancia entre los asientos de un avión puede ser de 79 cm de frente con 43 cm de ancho y para los autobuses la distancia mínima es de 30 cm entre el borde de cada asiento y el respaldo de la silla del frente, con una longitud de cada asiento de al menos 40 cm, son ambientes cerrados con poca circulación del aire, la posibilidad de contagio era latente; si consideramos que una gota de *flügge* o microgotas (Bustos, 2021) puede contagiar a una persona a menos de un metro de distancia, se hacía imprescindible disminuir la movilidad social en ferrocarriles, aviones, barcos y automóviles, pues una persona contagiada podía contagiar a dos más por la presencia de las microgotas que quedan suspendidas en el aire después de toser y estornudar (BBC News Mundo 2020; WEF 2020; McMullen 2021, OMS, 2021), provocando un efecto bola de nieve.

Aun cuando Wuhan fue puesta en cuarentena, la enfermedad se propagó con rapidez en países del Sudeste Asiático, Europa y América Latina, motivo por el cual OMS para el 11 marzo de 2020 declaró emergencia sanitaria mundial provocada por la enfermedad de coronavirus (COVID-19), causada por el virus SARS-CoV-2 (OMS, 2020), caracterizada por síntomas leves como fiebre, tos, cansancio y pérdida de gusto u olfato, mientras que los casos graves presentan dificultad para respirar o falta

de aire, pérdida del habla o de la movilidad, confusión y dolor en pecho (BBC News Mundo, 2020; McMullen, 2021 y OMS, 2023). El COVID-19 es una enfermedad que se contagia a través de microgotas generadas al toser, estornudar, hablar, cantar o respirar. En casos extremos puede causar la muerte, motivo por el cual las autoridades sanitarias y gubernamentales tomaron la decisión de confinar a la población en sus viviendas, así como restringir los viajes ya que con ello se podía reducir la probabilidad de contraer o propagar el virus.

Tal y como se menciona en el párrafo anterior, una consecuencia del COVID-19 fue la restricción al contacto con personas ajenas al núcleo familiar, se hizo presente el distanciamiento social, manifestándose en alejarse de sitios concurridos (Sánchez-Villena y De la Fuente-Figuerola, 2020) como aeropuertos, hoteles, restaurantes, parques de diversiones, terminales de autobuses, centros comerciales, escuelas, oficinas, empresas, instituciones con lo cual se promueve y, evitando la interacción física entre las personas y el posible contagio por parte de personas enfermas pero asintomáticas. Las restricciones a la movilidad social afectaron considerablemente a la industria de los viajes y el turismo tanto negativa como positivamente a nivel mundial, debido a que se modificó la forma de viajar, de vivir, de convivir y de trabajar.

En abril del mismo año, la industria del turismo en la región de América Latina y el Caribe se detuvo, esto quiere decir, que los viajes, ya fueran por ocio o negocio, fueron puestos en pausa, cambiando fechas e incluso cancelándolos definitivamente, los viajes no esenciales fueron restringidos (Melchor, 2024). A este respecto, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2020) menciona que la parálisis del sector turístico afectó fuertemente la economía de los países de todo el mundo, pero sobre todo a aquellos que dependen del turismo, ya que para el segundo semestre de 2020 hubo un alto total de las actividades turísticas, situación que se replicó en países de Europa, Asia, Oceanía y África, repercutiendo en la economía que se genera a partir del turismo, como es la transportación, alojamiento, recreación y alimentación.

La parálisis del turismo se debió, en gran medida, al cierre de fronteras internacionales y a las limitaciones para realizar viajes a determinados destinos, así como la restricción de asistir a sitios concurridos, dando como resultado que turistas, visitantes y excursionistas quedaran varados en lugares diferentes a los de su residencia habitual. El 17 de marzo de 2020, fecha histórica para la Unión Europea, el presidente del Consejo Europeo, Charles Michel, informó el pacto generalizado para el cierre de

las fronteras exteriores por 30 días, con la intención de contener la propagación del virus. Por otra parte, Tedros Adhanom Ghebreyesus, secretario general de la OMS, mencionó su preocupación por el continente africano, caracterizado por regiones con altos índices de pobreza y sistemas públicos de salud débiles, que difícilmente podrían enfrentar con éxito el incremento de casos de coronavirus, para el 20 de marzo la mayoría de los países africanos se unieron al cierre de fronteras marítimas, terrestres y aéreas y al aislamiento social.

Los países asiáticos como Malasia y Filipinas cerraron sus fronteras a los turistas y viajeros extranjeros. En Oceanía se encuentran los países más estrictos en cuanto al cierre de fronteras, Australia y Nueva Zelanda, el primero pasó 600 días sin permitir el acceso a turistas, viajeros o ciudadanos, que se encontraban fuera del país al momento de la emisión de la emergencia sanitaria. La embajada australiana informó que todas las personas que viajaran a Australia sin importar su nacionalidad, deberían aislarse obligatoriamente por 14 días en instalaciones designadas (Embajada Australiana en México, 2024).

En América, Uruguay decidió cerrar parcialmente sus fronteras; Brasil permitió que cada estado tomará la decisión, mientras que Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Panamá (Leyva Flores, Rojas y Aracena, 2020), Argentina, Paraguay, Perú y Colombia optaron por un cierre total; mientras que México y Estados Unidos, decidieron un cierre en común de la frontera compartida, permitiendo solo los tránsitos esenciales (BBC News Mundo, 2020). Algunos destinos como Cancún, mantuvieron sus operaciones aéreas cerradas hasta octubre de 2020, mientras que la llegada de cruceros estuvieron suspendidas hasta octubre de 2021 (Melchor, 2024). Cabe destacar que el cierre de fronteras de algunos países, reflejó la situación crítica que se presentaba en el mundo en relación con una problemática de salud pública, que afectó directamente a la industria de los viajes, así como al sector turístico (transportación, actividades recreativas, alimentos y bebidas). Algunos efectos fueron: pérdida de empleo, disminución de llegadas, cambios en la dinámicas de los viajes. Este escenario suscitó incertidumbre en las personas que deseaban viajar en dos sentidos; en el primero centrado en la presentación de un certificado de vacunación para poder trasladarse de un país a otro y el segundo referido a la desconfianza ante ser contagiados del virus mientras realizaban algún desplazamiento.

Motivo por el cual, la recuperación del turismo y los viajes se convertían en una tarea titánica. Por ello, en este capítulo abordaremos una forma de viaje que influyó

en la reactivación económica del turismo a partir del comercio local, apoyada en la reactivación digital, sostenible y de bioseguridad.

## METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El capítulo presentado tiene como objetivo explicar cómo los *preadaptative advances* del turismo han posibilitado la reactivación del mismo, previo al fin de la emergencia sanitaria de carácter internacional. Para lograr dicho objetivo es necesario emplear la teoría de la evolución, la teoría de la comunicación, la teoría de la diferenciación y la hermenéutica, como herramientas que ayudan a la comprensión de las figuras preadaptativas, partiendo de la *autopoiesis* de la sociedad para llegar a una autodescripción de la sociedad. Se analiza la comunicación que generan los *preadaptative advances* y su construcción *autopoietica*; la evaluación la emplearemos para destacar un momento relevante en la historia de la humanidad y la comunicación que surge en torno a él, para fines de esta investigación el hecho relevante es la pandemia por COVID-19. La diferenciación, para destacar las diferencias comunicativas que se presentan entre los sistemas y el entorno. Cabe señalar que el empleo de estas tres teorías, no se da en un sentido lineal, sino más bien como una innovación estructural que se manifiesta en un momento histórico único y sin precedentes. Tal y como lo menciona Luhmann, la evolución solo es posible como concreción empírica.

La hermenéutica, como parte de la investigación cualitativa, se emplea para la interpretación de los textos en un sentido particular (Quintana y Hermida, 2019), pero en este caso, nos ayuda a la comprensión e interpretación de los videos que realizaron los youtubers viajeros en van durante la pandemia. El uso de la hermenéutica facilita la comprensión de un hecho histórico que tuvo relevancia en los viajes y, por ende, en el turismo, es decir, permite interpretar la parálisis de los viajes, de los servicios turísticos y la forma en la que se reactivó a partir de estilos de turismo no tradicionales o no considerados como parte del turismo, por tanto, la hermenéutica se emplea como método interpretativo de los videos permitiendo hacer comprensible estas formas de viaje como *preadaptative advances* del turismo.

Se emplea la observación de segundo orden como técnica para analizar las experiencias de vida y las percepciones de los youtubers seleccionados, de tal manera que el estilo de vida *van life* pueda ser caracterizado como los *preadaptative advances*

del turismo, que posibilitaron la reactivación del turismo desde una visión local. Se seleccionaron siete canales de YouTube, con las siguientes características: viajeros en van, autocaravana, camper o furgoneta, que pasarán el confinamiento en sus autos viviendas y por último, que retomarán el viaje durante la pandemia. Quedó conformado el grupo de estudio por los siguientes canales: *Furgo en ruta*, *La Gaviota Viajera*, *Los Mundo*, *Angélica Landino*, *Sin Código Postal*, *Vivir en Ruta* y *The Walking Travel*, la mayoría de los Youtubers son de origen español con excepción de Angélica Landino de origen colombiano; sus viajes incluyen destinos de Asia, América, África, Europa y Oceanía. Agradecemos, de manera particular, a *Furgo en Ruta* y *La Gaviota Viajera*, quienes contribuyeron a la creación de este capítulo, al responder la invitación por medio de Instagram para contarnos sobre su estilo de vida. Como es bien sabido, la posición del observador de segundo orden sólo puede reproducir fenómenos contingentes (Luhmann, 2006: 901), posibilitando la comprensión de los *preadaptative advances* para la conformación del medio simbólicamente generalizado que conforme en un futuro el sistema turístico.

Aunado a la observación de segundo orden, se complementa la revisión documental con la examinación de artículos científicos, periódicos digitales, sitios web de organizaciones e instituciones como ONU, CEPAL, OMS, OMT (ahora ONU Turismo) entre otros, los cuales proporcionan información sobre la teoría de sistemas, la teoría de la evolución, la autopoiesis como elemento comunicativo, la situación de los viajes pre, durante y post pandemia, los efectos que la pandemia trajo para los diferentes tipos de desplazamientos y para los destinos, así como el cierre de fronteras y el estancamiento de los viajes turísticos a nivel mundial. La revisión de los videos, las entrevistas y los documentos escritos, posibilita establecer una correlación de información, que posibilite un análisis sistemático con la intención de explicar la función que los *preadaptative advances* cumplieron para la reactivación del turismo durante la pandemia.

Por último, pero no menos importante, hemos de señalar, que para fines de este capítulo, en el concepto de *van life* -vida en furgoneta- se engloban los viajeros en van, autocaravana, motorhome, combi (Wolkswagen T1), auto vivienda y furgonetas; y en la definición de *van life*, serán caracterizados por aquellas personas que viajan a tiempo completo o parcial en autocaravanas y motorhome diseñados expresamente como autos vivienda o en autos y camionetas que han sido adaptados con los elementos básicos para poder vivir en ellos.

*Los viajeros Van life como preadaptative advances del turismo durante la pandemia por COVID-19*

Como se mencionó párrafos arriba, el cierre de las fronteras en gran parte del mundo durante la pandemia por COVID-19, contribuyó a la recesión del turismo, al ser limitados los desplazamientos transnacionales y nacionales, conjuntamente con las restricciones del confinamiento además del aislamiento social, los servicios y atractivos turísticos se vieron en la necesidad de cerrar con la intención de evitar la propagación del virus. Por tanto, la práctica turística a gran escala y organizada dejó de llevarse a cabo por un largo periodo. La movilidad esencial a nivel mundial fue la transportación de medicamentos, vacunas, alimentos. Evidenciando, por tanto, que el turismo no es esencial para la preservación de la vida; pero sí es esencial para la distribución de la riqueza y la dinámica económica a nivel mundial. Motivo por el cual, a continuación, se presenta el análisis de los *preadaptative advances* del turismo, las cuales propiciaron la reactivación de la economía turística durante la pandemia a partir del consumo local.

La función de los *preadaptative advances*, es hacer que la comunicación en torno a una determinada comunicación (en este caso la del turismo) se vuelva más probable a partir de la selección de información, pero para que estas formas puedan darse, es necesario que se presenten situaciones particulares en la sociedad, tal como es el caso de la pandemia por COVID-19, centrada en la propagación exorbitante a nivel mundial de una enfermedad respiratoria que amenazaba la vida de millones de personas, lo cual motivó a los gobiernos a promover una cuarentena como estrategia para mitigar la propagación del virus, de manera que los impactos traspasaron el área de la salud como un acontecimiento sin precedentes, el cual ha impactado en la vida social, trastocando esferas como la economía, el empleo, la educación, el bienestar básico, la productividad futura, la adquisición de financiamiento y las condiciones de vida de la población (Banco Mundial, 2020; CONEVAL, 2020), por esta razón, los desplazamientos turísticos se detuvieron a nivel mundial, lo cual permitió que viejas prácticas del viaje re-surgieran como figuras *preadaptative advances* del turismo desde una visión, promoviendo la continuidad de la comunicación a partir del sistema de interacciones.

Un sistema de interacción se manifiesta cuando se utiliza la presencia de personas para resolver el problema de la doble contingencia a través de la comunicación

(Luhmann, 2006, p. 645), para entender el funcionamiento de los sistemas de interacción, es necesario evidenciar que la doble contingencia, indica el hecho de que tanto Ego como Alter observan las selecciones del otro como contingentes (Corsi, 1996, p. 67), la contingencia se refiere a las posibilidades de comunicación que se presentan entre Alter y Ego a partir de la observación, logrando así la conformación de sistemas autopoieticos; acorde con el turismo, la doble contingencia hace referencia a todas aquellas formas de comunicación en relación con el viaje; distinguiendo la posibilidad de que una comunicación sea diferente de lo que es, por consiguiente no todos los viajes son turísticos, pero pueden ser observados como forma de comunicación que dan sentido al turismo.

Cuando las interacciones entre Alter y Ego se hacen presentes, se establece sociedad, siempre y cuando estas interacciones se hagan a partir de la comunicación, de manera que el concepto de sociedad pueda ser comprendido como autopoiesis de comunicación (Luhmann, 2006), en este sentido los viajeros *van life*, al inicio de la pandemia se apegan a las decisiones del sistema de la medicina como fue el distanciamiento social y el confinamiento; sin embargo, con el paso del tiempo, algunos se vieron afectados por las decisiones gubernamentales, las cuales les pedían que el proceso de la cuarentena se cumpliera en un domicilio fijo, situación que los motivó a moverse constantemente, buscando espacios lejanos a las grandes ciudades para poder estacionar, evitar el contagio, además de satisfacer sus necesidades básicas; evidenciando que los sistemas de interacción requieren de la presencia de las personas para la autopoiesis de la comunicación, cabe resaltar que no todas las presencias perceptibles se toman en cuenta dentro de la interacción, por ejemplo, los otros automóviles o autocaravanas estacionadas en una misma calle.

En el sistema de interacciones, se van a encontrar los *preadaptative advances*, los cuales permiten aclarar la comunicación que se transmite entre Alter y Ego, al tiempo de establecer medios de comunicación simbólicamente generalizados (mgs). El medio de comunicación generalizado simbólicamente es una estructura que asegura el éxito de la comunicación, al convertir en probable que la selección de información de Alter sea aceptada por Ego. Por tanto, los medios de comunicación simbólicamente generalizados posibilitan la creación de sistemas sociales a partir de seleccionar las comunicaciones que le sean autorreferentes. En relación con el turismo, el reconocimiento de los *preadaptative advances* establecen los primeros indicios de la comunicación en torno al viaje turístico, destacando que no todos los viajes son

turismo; posibilitando establecer que la comunicación que existe en la sociedad sobre el turismo, le otorga el reconocimiento como medio simbólicamente generalizado; posibilitando observar al turismo como un sistema que conforma el sistema social.

Ahora bien, los *preadaptative advances*, desde la visión de Luhmann (2006), aumentan la capacidad constitutiva de los medios simbólicamente generalizados, logrando así la conformación de los sistemas funcionales, para ello, es necesario tener presente que el sistema de las interacciones será el que posibilite la comprensión de la comunicación que se establece en torno al turismo. Los medios simbólicamente generalizados son definidos como estructuras sociales que permiten la autopoiesis de la comunicación (GLU, 1996, p. 80). Estos *preadaptative advances* ponen su atención en problemas guías que ayudan a la constitución de los medios y algunas de sus características son: a) se desarrollan para un tipo de sociedad determinada a partir de la historia; b) armonizar el mundo con la autodescripción de la historia; c) la sobrevaloración de lo político; d) la reducción de lo económico a la sociedad doméstica y al comercio; e) las delimitaciones comunicativas de la observación de las observaciones. En este sentido, la formación de un sistema funcional, requiere de la delimitación comunicativa de su medio simbólicamente generalizado, por tanto, para llegar a dicho medio, es necesario conocer los avances preadaptativos que le dieron sentido.

Cabe señalar, que los *preadaptative advances*, preparan el camino para la diferenciación de las funciones como en el caso de la política (determinada por los rangos familiares) y la económica (por la adquisición de bienes), estas diferenciaciones presentan relaciones de reciprocidad, por tanto, se comienzan a formar sistemas parciales en donde las interacciones internas son más relevantes que la interacción con el entorno, además de ser tratadas de manera diferente. En este sentido, los individuos presentes en la comunicación se distinguen recíprocamente, haciendo que su selección de información sea comunicada tomando en cuenta al otro, es decir, qué se le quiere comunicar, por tanto, los *preadaptative advances* del turismo, son considerados así, debido a que se observan como parte del viaje recreativo y a su vez como parte del viaje nómada, haciendo presente la doble contingencia de la comunicación turística, en otras palabras, se distingue lo que es parte del turismo de lo que no lo es. Aún cuando los viajeros *van life*, no se autoperciben como turistas, la observación de segundo orden en torno a la comunicación permite percibirlos como posibles turistas en un determinado momento comunicativo.

Durante la pandemia por COVID-19, las decisiones vinculantes del sistema político, así como la comunicación del sistema económico y del sistema de la medicina, influyeron de manera directa en el turismo y en los viajes alrededor del mundo, afectado por las decisiones comunicativas que se tomaron en torno a la propagación del coronavirus. Cabe señalar que los sistemas parcialmente diferenciados por funciones se definen a partir de la función que cumplen en la sociedad, por tanto, la comunicación social que profesan estará en relación con la función que cumplen en la sociedad a través de un código binario, para el caso del sistema de la medicina el código es *sanolenfermo*, para la economía es *pagar/no pagar* y para la política es *gobierno/oposición*. Acorde con lo anterior, la función comunicativa del turismo puede constituirse a través de la distinción *turismo/viaje*, sin embargo, esta aseveración requiere establecer con claridad las figuras preadaptativas del turismo, las cuales posibilitaron la construcción del medio simbólicamente generalizado y con ello la cimentación del turismo como un sistema parcialmente diferenciado dentro del sistema social a partir del sistema de interacciones.

Los sistemas parciales de la medicina, la política y la economía, comunicaron que la propagación del virus era vertiginosa, que el contraer la enfermedad podría ser mortal, que evitar daños mayores requería que todas las personas a nivel mundial tenían que estar confinados en casa, salieran solamente para cubrir las necesidades básicas, incluso las jornadas laborales y académicas se pusieron en pausa, por consiguiente la industria turística y de los viajes tuvieron que parar, sobre todo el turismo masificado. No obstante, hubo un tipo de viaje que presentó menos afectaciones y los denominaremos como *van life*, además de analizarlos como los *preadaptatives advances* de la reactivación del turismo durante la pandemia y al inicio de la nueva normalidad.

Los *van life* son personas que viajan la mayor parte del año, viven en autocaravanas, campers, furgonetas o autos adaptados como vivienda, más bien, es un estilo de vida, el cual tomó mayor relevancia a partir de los acontecimientos vividos en 2020 como consecuencia de la pandemia. Cabe señalar, que si bien es un tipo de viaje popularizado en los últimos años, sus inicios se remontan a las décadas de los sesenta y setenta, en la época de los hippies. Evoquemos que el término hippie, es una filosofía de vida, que pugna por una vida simple, nómada, libre, de paz, en armonía con la naturaleza y los viajes en grupo (Ganvany, 2022); además reniega de la guerra y el nacionalismo; desarrollada bajo el predominio del sistema capitalista (Noé, 2009). Este modo de vida, permitía vivir y viajar en pequeños grupos, para ello, empleaban las furgonetas

Wolkswagen T1, adaptándolas a las necesidades de una vivienda; al vivir viajando en camionetas los costos del viaje disminuían considerablemente.

Algunas rutas consolidadas de los viajeros *van life*, previo a la emergencia sanitaria a nivel mundial, son:

<i>País</i>	<i>Ciudad</i>	<i>Ruta</i>
Estados Unidos	Chicago a Los Ángeles	Ruta 66
Australia	Sídney a Brisbane	Pacific Coast Drive
España	Toledo a Argamasilla de Alcala	La ruta del Quijote
Noruega	Oslo a Cabo Norte	La ruta de los Fiordos
Nueva Zelanda	Auckland (Isla Norte) a Punta Slope (Isla Sur)	El volante de Frodo,
Islandia	Reykjavik	La ruta Ring Road
Argentina	Cabo Vírgenes a La Quiaca	Ruta Nacional 40
Sudáfrica	Ciudad del Cabo a Port Elisabeth	La Ruta 62 o Garden Route (“Ruta de los Jardines”)
España	Unquera con Lebeña y Potes	Desfiladero de la Hermida carretera N-621
Canadá	Parque Jasper a Parque Banff	Ruta de las Montañas Rocosas
Francia	Castillo de Sully-sur-Loire y Useé y Chalonnes-sur-Loire	El Valle del Loira
Continente americano	Canadá a Argentina	Ruta Panamericana

Fuente: elaboración propia con datos de Audrey (2021), Tomaello (2020), Travelzoo (2017)

Como se puede observar, el viaje categorizado como *van life*, se encuentra de manera recurrente en la historia de la sociedad, en la cual se comunica un viaje que tiene un punto de inicio y uno de término, sin especificar dentro de su comunicación la presencia de un punto de retorno, tal y como sucede con el turismo, por tanto, no comprende los elementos propios del turismo como son el uso de servicios de hospedaje o alimentación, aún así contribuyen a la diversificación económica a nivel mundial, puede tener impactos positivos y negativos en aspectos sociales, políticos, económicos culturales y ambientales. Actualmente, el viaje *van life*, es considerado como un viaje más amigable con el ambiente, impactan en menor cantidad al paisaje

urbano o natural, al tener el transporte/alojamiento en un mismo sitio (AutoC, 2023), optimizan el uso de recursos vitales para la subsistencia del ser humano, generan menor cantidad de residuos, buscan ser *zero waste*.

Los viajeros en *van life* requieren, sin duda, de una amplia capacidad de adaptación, pues como lo menciona Charo de *La Gaviota Viajera*, cada día es diferente; si bien es cierto, que presentan las mismas necesidades que los *viajeros turísticos*, la forma de satisfacerlas es completamente diferente. Los viajeros *van life*, son conscientes de que la van integra en su habitáculo habitación, cocina y baño (de ser posible), por tanto, deben resolver situaciones como: adaptación a la gastronomía, alimentos y sabores locales, al tipo de cambio de cada moneda en relación con la suya, a la búsqueda de estacionamientos para poder permanecer ahí uno o dos días, el llenado del tanque de gas butano y de agua potable, compran en mercados locales, comer en pequeños restaurantes de la zona, consultan talleres mecánicos, así como el vaciado de aguas grises y negras. Este tipo de actividades de su día a día, los mantienen en contacto constante con la comunidad local en el destino visitado, hablan con las personas originarias, se mezclan con la población; situación que los motiva a valorar y reconocer la diversidad cultural a nivel mundial, mediante el aprendizaje de los usos y costumbres. Los *van lifer*, gustan de la vida en movimiento o nómada, buscan experiencias nuevas cada día.

El interés de este tipo de viajeros por descubrir nuevos paisajes, culturas y en general experiencias, los incita a indagar sobre diferentes formas para generar ingresos, posibilitando que pueda viajar la mayor parte del año o de ser posible todo el año, algunas alternativas de trabajo son ruta, se pueden presentar en dos maneras: a) trabajos digitales que pueden hacerse de manera remota (nómadas digitales), los cuales tomaron mayor relevancia durante la pandemia, como por ejemplo: la venta de fotografías digitales, asesoría virtual, redacción de libros, creación de contenido, marketing, desarrollo de software, administrador de redes sociales, trabajos temporales, incluso dar cursos para incursionar en la *van life*, como “*Inmersión vanlife, experiencia de vivir en furgoneta + mentoría personalizada*” de Verde por dentro y el curso online de *Vivir viajando* denominado “*Generar ingresos viajando*” y, b) trabajos artesanales como elaboración de joyería, ropa, artesanías, inclusive la preparación de café, alimentos y postres, música, clases de yoga. Martha de *Furgo en ruta*, nos comentó que es muy posible que el 95 % de los viajeros en *van life*, generen ingresos en la ruta, y de esta manera sostener su estilo de vida.

La descripción de la vida de los *van life*, como se ha mencionado, conlleva una vida en libertad y en constante movimiento, por ello, el confinamiento y aislamiento por el coronavirus implicó un cambio en su estilo de vida, que no podía mantenerse por mucho tiempo. Cambio que afectó al mundo en general, al presentarse una situación de incertidumbre para el sistema social, posibilitando que la autopoiesis de la comunicación tome un nuevo camino. Es decir, desde la Teoría de Sistemas Sociales propuesta por Luhmann, la sociedad se conforma de comunicaciones, que se reproducen a partir de la propia comunicación; por tanto, los sistemas sociales presentan *autopoiesis*, es decir, los sistemas sociales se componen de comunicación y fuera de ellos no hay nada (Arnold, Urquiza y Thumala, 2011). Al presentarse un fenómeno contingente como fue la pandemia, la comunicación social cambia, evoluciona y se diferencia de aquella información que no le es competente, por eso es admisible pensar que los sistemas que más fueron afectados en relación con la comunicación son: el económico, el político, el de la ciencia y el de la medicina.

El contacto viajero/comunidad local, estableció una interacción sumamente interesante para la conformación de los *preadaptative advances* del turismo a partir de la autopoiesis de la comunicación; los sistemas autopoieticos sociales, se basan en la reproducción de comunicaciones a partir de sus propias decisiones, es decir, los presentes son activados a partir de la diferencia comunicativa de *presente/ausente*, consecuentemente al no haber turistas en los destinos por las medidas sanitarias, su ausencia permite hacer presentes a los viajeros *van life*, el comportamiento de éstos es tomado como comunicación; permitiendo que el sistema autopoietico se distinga a partir de producir decisiones mediante decisiones haciendo que su operación se diferencie. Por tanto, la operación comunicativa de los viajeros *van life* durante la pandemia, puede estar determinada por la reactivación de la economía local a partir del constante desplazamiento, además de promover el viaje en autocaravana como una forma segura para dejar el confinamiento durante la pandemia, con un contacto mínimo con otras personas, es decir, se mantiene la sana distancia; se fomenta a través de las redes sociales el viaje en auto; favoreciendo el consumo local y el bienestar personal a través de un estilo de vida más relajado. Por consiguiente, la comunicación distingue el viajero como presente en el momento en que el turista no se encuentra, por tanto Alter ofrece bienes y servicios a Ego, sin importar si ha llegado por avión, si es nacional o extranjero o si se hospeda en un gran hotel; Alter comprende que Ego es

una posibilidad de subsistir pues busca cosas similares a los turistas aún cuando este no se autodenomine como turista.

Las restricciones para viajar, el cierre de fronteras y el confinamiento en casa, fueron decisiones tomadas por el sistema político y el de la medicina, que impactaron directamente en el sistema económico, así como al mundo en general y los viajeros *van life*, no fueron la excepción. Gracias al apoyo de Martha y Mariá de *Furgo en ruta* y Charo y Carlos de *La Gaviota Viajera*, podemos conocer cómo vivieron el aislamiento social de primera mano, pues respondieron la invitación que se les realizó por medio de Instagram para contarnos su experiencia. Martha nos comentó que tuvieron la fortuna de encontrarse en Barcelona su ciudad natal y de haber comprado una camioneta recientemente, así que vivieron en ella en una zona montañosa, donde no fue necesario el uso del cubrebocas, así que pudieron pasar tiempo en familia y trabajar en un huerto de traspatio. Por su parte, Charo nos cuenta que la pandemia la vivieron encerrados en la autocaravana durante 60 días con pocas salidas para hacer las compras y tirar la basura, aparcados en una calle cercana a la estación de bomberos de Talavera en España, además, mencionan que durante este tiempo fueron constantemente acosados por la policía, con la intención de que se resguardaran en la dirección que tienen en su DNI (Documento de Identidad Nacional emitido por el gobierno español), situación que también sufrieron Sam y Samuel de *The Walking Travel*, junto con otros viajeros de España y Francia; la situación implicaba tener que desplazarse continuamente, en busca de lugares para estacionarse y poder vivir el confinamiento dentro de la van, razón que los motivó a crear en su sitio web un mapa, en el que señalaron los lugares en donde podían permanecer estaciones por periodo mayor de tiempo.

En relación con el cierre de fronteras, Australia fue uno de los países que actuó de manera inmediata, para finales de marzo de 2020 cerró sus fronteras a cualquier persona o turista de nacionalidad diferente a la australiana, por tanto, el acceso solamente era para personas de origen australiano, familiares directos de australianos o personas que demostraran ser de utilidad para el país; las personas que llegaran a los aeropuertos australianos provenientes de otros países, tenían que realizar cuarentena obligatoria de 14 días, al principio en casa y posteriormente fue en hoteles, todos los gastos eran cubiertos por el Estado (Landino, 2020). Hecho que se replicó en varios países a nivel mundial, impactando en la movilidad de los turistas y viajeros, así como en la economía de la población que depende de la industria turística. La Biblioteca

Congreso Nacional de Chile (BCN, 2021), en su sitio web publicó una noticia en el área de Observatorio Parlamentario / Asia Pacífico, mencionando que los turistas nacionales tenían pocas restricciones en cuanto a la movilidad, pues podían hacerlo libremente en sus Estados y en aquellos Estados que no tuvieran restricciones, pues los Estados estaban facultados para generar sus propias normas referentes a la entrada, permanencia y salida de los visitantes. También señala que se creó un manual para viajar de manera segura, en el cual se mencionan las medidas de seguridad e higiene, el uso de cubrebocas y el aislamiento social en la medida de lo posible. Estos detalles son interesantes porque permiten la activación del turismo a partir de los viajeros locales y con ellos, los *van life*.

Además, demuestra que aún cuando el confinamiento se vivió igual en cualquier parte del mundo, la realidad es que las restricciones impuestas por el sistema político, como lo menciona Luhmann, son las únicas que se hacen presentes en un territorio de manera tajante, pues los *van life*, vivieron confinados un determinado número de días, los cuales iban desde 49, 60, 90 o más. Días en los que, su estilo de vida se vio completamente afectado, los desplazamientos disminuyeron al mínimo necesario, aquellos que dependían económicamente de la venta de artesanías, alimentos u otras cosas, no tenían consumidores, de hecho, algunos recurrieron a las ventas on line o la creación de contenido para YouTube, Facebook e Instagram, los que pudieron continuar con sus trabajos remotos, y los más perjudicados perdieron sus fuentes de ingresos; aunado a esta situación, vivir en una área de 5 y 7 metros de largo y una anchura aproximada de 2.50 metros, fue una situación complicada para aquellos que viajan en familia con niños, pero también para los viajeros en pareja, solos o para los que viajan con mascotas, debido a que las situaciones del día a día se tornaron más difíciles como el abastecimiento de agua, alimentos y gas, considerando que sus recursos son mucho más limitados que los de una vivienda tradicional; lavado de ropa, atender sus necesidades de higiene y sanitarias, así como el vaciado de aguas grises y negras.

### *La reactivación de la industria turística post cuarentena por COVID-19 a partir de los preadaptative advances del turismo*

La ONU Migración (OIM, 2021), en su comunicado global *el primer análisis mundial integral de las restricciones a los viajes y cierres de fronteras de impuestos por la COVID-19 dimensionando los futuros impactos sobre la movilidad*, menciona que la reapertura de las fronteras y el levantamiento de las restricciones para viajar a nivel mundial comenzaron a levantarse de manera paulatina entre los meses de junio a septiembre de 2020, con la reapertura de los principales aeropuertos en algunos países, se hizo necesaria la incorporación de los certificados de vacunación como obligatorios para poder abordar el avión, tren, autobús o barco. Las islas del Caribe, se abren al turismo. Y para los meses de octubre a diciembre, países como Chile, México y Emiratos Árabes Unidos abren sus fronteras al turismo internacional con la finalidad de reactivar la economía.

Aun cuando algunos países comenzaron a abrirse al turismo, la población se encontraba temerosa para viajar, la Organización Mundial del Turismo (OMT) para febrero de 2021 estimó que las llegadas de turistas habían caído un 74 % en 2020 con respecto a los datos de 2019 (citado por Babii y Nadeem, 2021); con la intención por parte de las aerolíneas, de brindarles seguridad a los viajeros, incorporaron como requisito de viaje, presentar la prueba PCR negativa además del certificado de vacunación. Estas medidas y restricciones impuestas a los viajes, tenían la intención de fomentar la cultura del viaje seguro en cuestiones de riesgos biológico infecciosas, con lo cual se contrarrestan los contagios y, por ende, la propagación del virus. Tanta seguridad biológica dio origen a un fenómeno social colectivo (no en todas las personas) de miedo o fobia a viajar, bajo la idea de *si viajo me contagio de coronavirus*, dicha situación fundamentada en la información que seleccionaron los *mass media* para transmitirla a su audiencia. Estas posiciones, provocaron que la reactivación del turismo por medios de transportación masiva fuera más lenta. Motivo por el cual, el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (World Travel & Tourism Council / WTTC), en coordinación con la OMS, empresas del sector turístico, la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA), y otros actores involucrados, elaboraron el *sello Safe Travel*, distintivo caracterizado por una normatividad que busca el bienestar del turista y visitante (López, 2020). El sello distingue a las empresas y destinos que cumplen los criterios y protocolos de higiene y sanitización con el propósito de evitar la propagación

del virus, sin embargo, no es obligatorio, depende de los intereses de las aerolíneas, hoteleros, restauranteros y de más prestadores de servicios turísticos, ser empresas seguras para el viajero a partir de la implementación de estándares internacionales de higiene y bioseguridad.

La aplicación de los estándares de higiene y bioseguridad, no sería una tarea fácil para las empresas del sector turístico, pues dependía de varios factores como la capacitación de los colaboradores, aplicación de protocolos de acuerdo con el nivel de riesgo del destino, reducir el contacto físico lo más posible entre visitante-personal y personal-personal, incorporar tecnologías digitales que minimicen el contacto físico en pagos, menús, reservaciones, incorporación de equipo de protección personal para empleados y visitantes sin ningún costo, recomendar el uso de cubrebocas en áreas comunes, así como advertir que los proveedores usen protocolos similares, entre otros factores a cubrir, por consiguiente, la reactivación del turismo a gran escala, tomaría más tiempo del esperado. Motivo por el cual, es necesario observar el comportamiento que tuvieron otras formas de viaje en relación con la forma en la que afrontaron las restricciones de movilidad y consumo, como es el caso del estilo *van life*.

El estudio aquí presentado, sobre la *van life*, no radica en la modificación de las camionetas para adaptarlas como viviendas, más bien se centra, en observar cómo logran estimular la economía en torno a actividades relacionadas con el turismo a partir del viaje terrestre, sencillo, pero sobre todo del consumo local. Esta forma de viajar, puede ser comprendida con un *preadaptative advance* del turismo, debido a que su comunicación se hizo más fuerte a partir de una contingencia que se presentó a nivel mundial, logrando concatenar el sistema político, el económico y el de la salud, a partir de la selección de información que hizo y la forma en la cual fue comprendida por los espectadores. Es decir, durante el confinamiento, el internet fue un aliado para poder pasar el tiempo libre obligado, y los *youtubers* comenzaron a despegar como creadores de contenido, pues la popularidad de sus videos entre los consumidores les proporcionaba una fuente de ingresos. Los canales de los viajeros, los *van life*, mostraban un estilo de vida relajado y diferente al habitual, libre de horarios y ataduras, en el cual visitan diferentes lugares, disfrutaban de conocer diferentes localidades, en donde el contacto con la comunidad local les permite consumir productos locales y de temporada en verdulerías, carnicerías, pollerías, panaderías y pescaderías, disfrutar de los procesos tradicionales de transformación, así como la apreciación de la cultura, favoreciendo el trabajo y la economía local, así como el fortalecimiento de la identidad

sociocultural, con lo cual se promueve la preservación del entorno natural a partir de prácticas sustentables y el desarrollo comunitario.

Esta forma de vida nómada que practican los viajeros de *van life*, así como su necesidad de libertad, les permite cambiar de destino en cualquier momento, pues no dependen de la estabilidad que otorga una reserva de alojamiento. Durante el confinamiento, había más restricciones de movilidad en algunos destinos que en otros, por ejemplo, los estados australianos tuvieron autonomía para decidir el tránsito entre las localidades y el aislamiento de manera particular en sus territorios, por ejemplo, Australia Occidental y Perth, mantuvieron sus fronteras estatales cerradas, contuvieron a los turistas en sus hoteles, logrando un índice sumamente bajo en relación con los contagios, el gobierno estatal instigó a la comunidad residente a viajar por las comunidades del estado con la finalidad de impulsar la economía local; por su parte, el estado de Victoria y Melbourne, determinó que la cuarentena no estaba siendo efectiva, pues los contagios se estaban incrementando, por lo cual, el gobierno estatal restringió el desplazamiento de los habitantes los más que se pudiera, imponiendo multas si salías de casa sin causa justificada, por tanto, los viajes de esparcimiento no eran posibles.

Si bien, los *van lifers*, también llegan a viajar a destinos consolidados por el turismo como Ciudad de México, Cancún, La Paz, no debemos olvidar, que durante la primera oleada del COVID19, atractivos turísticos emblemáticos fueron cerrados como: el Duomo de Milán, los museos Vaticanos y la Capilla Sixtina, el Coliseo y el Foro Romano, los museos de las galerías Uffizi, Tokyo Skytree, parques Disneyland, y Disney Sea, los Universal Studios, Splash Mountain, la Gran Muralla, la Ciudad Prohibida, el Museo de Louvre y la Basílica de la Natividad, por mencionar algunos, inclusive hubo servicios turísticos que una vez cerradas sus puertas jamás volvieron a abrirse. Por tanto, la aportación de los viajeros *van life*, se centra en que tienen la facilidad de moverse por todo el mundo, es decir, este tipo de viajeros hoy están en Tijuana y mañana amanecen en San Diego, consumiendo la comida local, la música, las tradiciones y costumbres. Los *van life* pertenecen a un sinnúmero de nacionalidades, algunos de ellos viajan todo el año y otros de manera temporal, ejemplo de ello es el Mediterráneo español que se ve lleno de alemanes, noruegos, franceses, holandeses, ingleses, belgas, viviendo los meses del invierno europeo en España, o como el caso de Baja California Sur en México, en donde los viajeros al estilo *van life*, se encuentran por todas partes, ciudades, playas, carreteras, desierto, etc., provenientes

de diversas nacionalidades como españoles, argentinos, colombianos, estadounidenses y canadienses.

Las ventajas de la *van life* durante la pandemia, en contraste con el turismo tradicional, fueron la posibilidad de visitar los destinos desde casa, con la libertad de moverse a su propio ritmo, siguiendo sus propios intereses, consiguiendo jardines y patios traseros paradisíacos diferentes cada día (Tomaello, 2020), además de consumir local, promoviendo que las economías locales se reactivaran, aunque fuese a una pequeña escala en relación con la economía que mueve el turismo tradicional; aún cuando la presencia de los *van lifers* puede observarse en diferentes partes del mundo. Por otra parte, la industria de viajes y turismo a nivel mundial, hacía lo necesario para reactivar los empleos, actividades recreativas y la economía en torno a los viajes de esparcimiento, los ciudadanos estaban reacios para viajar de manera multitudinaria, haciendo que los viajes en auto y sobre todo en van, furgonetas y motorhome cobraran mayor popularidad. Tal y como lo comenta Andrea Ochoa (2020), escritora de la Revista AD, describe la *van life* como un estilo de vida que ha tomado un mayor auge en diferentes países como consecuencia de la pandemia; las personas modifican una combi, van o furgoneta para hacerla su hogar, desprendiéndose de cosas materiales, dejando los empleos convencionales, impulsados por un espíritu aventurero.

## CONCLUSIONES

La *van life*, como forma *preadaptative advances* del turismo, comprende integrar al estudio del turismo diferentes formas del viaje recreativo, que en ocasiones no son consideradas como parte del turismo, por no hacer uso de los servicios tradicionales de la actividad. Si se toman en cuenta los diversos tipos y la conceptualización general del turismo concebida años atrás; pues aunque no es perceptible a simple vista, para poder disfrutar del destino tienen que disponer del tiempo libre y del ocio, elementos claves de la actividad. La comunicación del turismo ha evolucionado con el paso del tiempo, adaptándose a funciones que parte de una comunicación económica, pues para el año de 1994 era definido con las actividades que los viajeros realizan fuera de su entorno habitual por no más de un año ya sea por ocio, negocio u otros motivos, estos dos últimos conceptos; el primero comunica la negación de las actividades de ocio, mientras que el segundo puede incorporar incluso los desplazamientos por

trabajo, refugiados, diplomáticos, inmigrantes, pasajeros de tránsito, miembros de las fuerzas armadas, salud, estudiantes y nómadas, siendo estos últimos los más relevantes para el presente capítulo, por hacer visible la distinción turismo/viajero, posibilitando diferenciar comunicativamente la función del turismo dentro del sistema social.

Sin duda alguna, los viajeros del estilo *van live*, son formas que preceden la funcionalidad del turismo, por tanto, entre más estudios se hagan sobre la evolución e historia del turismo, será más fácil identificar su función comunicativa, logrando establecer la diferenciación presente/ausente en relación con la comunicación del turismo. Al destacar, a partir de la autopoiesis a las diferentes figuras de *preadaptive advances*, se abrirán las posibilidades para conceptualizar al turismo como un sistema funcional que es parte de los sistemas funcionales que componen al sistema social. Estableciendo, por tanto, qué se entiende comunicativamente por las formas recreativas del viaje; con lo cual nos acercaremos a la conformación de un concepto más sólido del turismo.

Los viajeros *van life* han tenido la facultad de modificar la estacionalidad del turismo, dejando los periodos vacacionales primavera, verano e invierno atrás, ya que ellos tienden a viajar todo el año o gran parte del año, por tanto, contribuyen a la activación de varias industrias y actividades económicas (agropecuarias, servicios, transformación), incluso la automotriz, pues después de la pandemia, hubo una venta masiva de autocaravanas a nivel global. Es indispensable comenzar a observar los diferentes tipos de viajes y sus motivaciones como formas comunicativas que antecedieron al turismo, que incluso se pueden dar a la par, pero que se encuentran del otro lado de la forma, tomando en cuenta la distinción de turismo/viaje, pues es evidente que no todos los viajes tienen comunicación turística o al menos su comunicación turística es parcial.

En los años posteriores a la pandemia, los viajes *van life* han ido en aumento, razón por la cual sería interesante abrir espacios exprofesos para sus necesidades, pues si bien existen los parques para furgonetas, no existen en todos los países, incluso sería conveniente contar con una normatividad que proteja tanto al viajero como a las comunidades receptoras, pues el caso de Baja California Sur, puede ser preocupante en un futuro próximo, el evento “*Escapar a la Baja. A vanlife and overlanding meetup*”, es una reunión anual en la que se reúnen más de 400 *van lifer* en Playa Tecolote, al ser una playa sin servicios establecidos pueden presentarse problemas de contaminación y deterioro del ecosistema, por ello, la comunicación debe ser un elemento clave que

promueva un viaje sostenible no solamente ambientalmente, sino también con una perspectiva de responsabilidad social y económica.

Si bien, en el desarrollo del documento, se ha presentado a este tipo de viaje como un viaje más amigable, que promueven las actividades sustentables, el consumo local y la preservación de la cultura a través del consumo local, si no se empieza a regular puede ser la puerta de problemas mayores, como es la gentrificación que se presenta en algunos destinos de México.

La información hasta aquí expuesta, permite observar al turismo como una forma de comunicación social que se hace presente como parte de las manifestaciones de la sociedad moderna, por ello, es necesario estudiar y analizar las formas comunicativas de los viajes que no son turísticos, siguiendo el principio de las interacciones, es decir, para establecer que el turismo es un sistema funcional, es indispensable comprender cuál es y de qué manera funciona la comunicación turística, en los diferentes niveles, por supuesto, nos referimos al nivel de las interacciones (base de la presente investigación) y al nivel de las organizaciones, los cuales son los que posibilitan la creación de un sistema funcional parcial del turismo a partir de su función comunicativa. Se requiere, por tanto, describir con claridad la diferencia turismo/viajero, pues es en esta distinción que se encuentra la posibilidad de la autopoiesis de la comunicación en torno al turismo, es decir, formula un sistema turístico, requiere que la diferencia sistema/entorno, permita la continuidad de la comunicación puesto que la función del turismo se encuentra en la comunicación que distinga como diferente al turista del viajero.

Por último, la construcción de un sistema turístico a partir de las comunicaciones, tiene que lograr que su comunicación se siga reproduciendo en el tiempo, pues no debe perderse de vista que uno de los principales problemas de la doble contingencia es seguir hilando comunicaciones continuamente, pues recordemos que la comunicación desaparece en cuanto surgen. Y esa retroalimentación de la comunicación turística logrará consolidar al turismo como un sistema dentro del sistema sociedad. Entre más clara sea la comunicación que permea al turismo, se podrán establecer los límites de sentido, en otras palabras, se refiere a la realidad y a la posibilidad, por tanto, los *preadaptative advances* del turismo, son el sentido que establece la relación entre posible/real (siempre van a aparecer juntos), por ende, la comunicación del turismo en el lado de lo posible hace referencia al *viajar* y en la parte de lo real se encuentra el *turismo*, de este forma se logra reducir la complejidad dando paso a la conformación de sistema de sentido.

La línea es muy delgada entre las comunicaciones de sentido establecidas a partir de la distinción de lo posible / de lo real, en otros términos, lo posible se encuentra en el viaje nómada, el cual muestra interacciones que posibilitan la comunicación turística, al momento de visitar un museo o comer en un restaurante, y del otro lado de la distinción o de la doble contingencia se encuentra lo real, siendo aquí en donde se hace presente el turismo, como aquella comunicación centrada en la restauración del cuerpo y el alma a partir de comunicaciones relacionadas con el ocio, el tiempo libre y el esparcimiento.

La construcción de un sistema turístico requiere, como se mencionó párrafos arriba, de la determinación de sus límites a partir de un esquema de distinciones generados partiendo de la observación de segundo orden, por tanto, para poder solucionar ciertos problemas de sentido es necesario recurrir a los equivalentes funcionales, los cuales han sido catalogados como los *preadaptative advances* del turismo y más concretamente el viaje denominado *van life* para fines de este escrito.

Ahora bien, la teoría social propuesta por Luhmann, permite esbozar un camino que permita conceptualizar al turismo como un sistema de sentido, entiendo por sentido a las comunicaciones, con lo cual se deja de lado la postura de un sistema turístico como un sistema abierto conformado por diversos elementos que se encuentran en constante interacción, además posibilita comprender al turismo desde la ontología, dejando atrás las definiciones multidisciplinarias y positivas, para dar paso a una explicación que parte del propio turismo, de su historia y evolución. En conclusión, la explicación comunicativa del turismo abre la posibilidad a un sinfín de análisis, desde la doble contingencia, la autopoiesis, el medio, hasta su consolidación como sistema, pero sin duda alguna, el trabajo más complicado se encuentra en establecer los límites de sentido que distingan al turismo como diferente de los viajes.

## REFERENCIAS

- Arnold, Marcelo, Urquiza, Anahí y Thumala, Daniela (2011). Recepción del concepto de autopoiesis en las ciencias sociales. *Sociológica* (México), 26(73), 87-108. Recuperado en 03 de agosto de 2024, de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0187-01732011000200004&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-01732011000200004&lng=es&tlng=es).
- Audrey (2021, 14 de junio). *La Panamericana en autocaravana: ¿Qué países visitar?* Caramaps enjoy your travel <https://blog.caramaps.com/es/la-ruta-panamericana-en-autocaravana/>
- AutoC (2023, 11 de octubre). *Viajar en autocaravana, la opción más sostenible*. <https://www.autocaravanas.es/viajar-en-autocaravana-la-opcion-mas-sostenible-2023-528772/#:~:text=Tambi%C3%A9n%20cabe%20destacar%20que%20los,puedan%20disfrutar%20del%20mismo%20lugar>.
- Babii Aleksandra y Nadeem Sanaa (2021). *El turismo en el mundo tras la pandemia*. Fondo Monetario Internacional. <https://www.imf.org/es/News/Articles/2021/02/24/na022521-how-to-save-travel-and-tourism-in-a-post-pandemic-world>
- BBC News Mundo (2020, 20 de marzo). *Coronavirus México y Estados Unidos anuncian el cierre de la frontera terrestre a viajes “no esenciales” como el turismo*. Redacción BBC News Mundo. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-51981530>
- BBC News Mundo (2020, 22 de enero). *Coronavirus: cómo es Wuhan, la ciudad china donde se originó el nuevo brote y aislada por las autoridades*. Redacción de BBC News Mundo. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-51206219>
- Biblioteca Congreso Nacional de Chile / BCN (15 de enero 2021). *Medidas sanitarias de Australia y Nueva Zelandia para una nueva normalidad turística*. Biblioteca del Congreso Nacional de Chile / BCN. Observatorio parlamentario Asia Pacífico. <https://www.bcn.cl/observatorio/asiapacifico/noticias/medidas-sanitarias-de-australia-y-nueva-zelanda-para-una-nueva-normalidad-turistica-1>
- Bustos, Marco. (2021, 10 de febrero). *¿Qué son las gotas de flügge?*. Centro del Alérgico. <https://centrodelaalergico.cl/que-son-las-gotas-de-flugge/>
- Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (2020). *La política social en el contexto de la pandemia por el virus SARS-CoV-2 (Covid-19) en México*. Resumen ejecutivo. [https://www.coneval.org.mx/Evaluacion/IEPSM/Paginas/Politica\\_Social\\_COVID-19.aspx](https://www.coneval.org.mx/Evaluacion/IEPSM/Paginas/Politica_Social_COVID-19.aspx)
- Corsi, Giancarlo; Esposito, Elena & Baraldi Claudio. (1996). *GLU: glosario sobre la teoría social de Niklas Luhmann*. Traducción de Miguel Romero Perez, Carlos

- Víjjajohos; bajo la dirección de Javier Torres Nafarrate. 1° edición. págs. 192. ISBN: 968-859-212-9
- Equipo Travelzoo. (2017, 01 de junio). *Rutas míticas para viajar en autocaravana*. Travelzoo <https://www.travelzoo.com/es/blog/rutas-miticas-para-viajar-en-autocaravana/>
- Forbes Staff. (2024, 26 de enero). *China inicia su Año Nuevo Lunar con una previsión récord de 9.000 millones de viajes*. Forbes Colombia. <https://forbes.co/2024/01/26/actualidad/china-inicia-su-ano-nuevo-lunar-proyectan-millones-de-viajes>
- Kombis pasión (2022). Mundo kombi. *Así ha sido la evolución de la mítica furgoneta hippie*. Ganvany Sandro. <https://www.kombispasion.com/blog/asi-ha-sido-la-evolucion-de-la-mitica-furgoneta-hippie-hasta-hoy/>
- Lapierre J & Hayes D (1994) The Tourism satellite account. In National income and expenditure accounts, quarterly estimates (vol 31, 2nd quarter). Statistics Canadá, Ottawa.
- Leyva Flores Rene, Rojas Karol y Aracena Belkis. (2022) ¿El cierre de fronteras y el control de la Covid-19? El caso de Centroamérica y México, International Development Policy | Revue internationale de politique de développement [En línea], 14 | 2022, Publicado el 12 mayo 2022, consultado el 03 diciembre 2023. URL: <http://journals.openedition.org/poldev/5125> ; DOI: <https://doi.org/10.4000/poldev.5125>
- López Baeza, Nicole. L. (2020). *Safe travels, la nueva certificación para empresas y destinos turísticos*. Sitio web. Entorno turístico, hablemos de turismo. 20 de julio de 2020 <https://www.entornoturistico.com/safe-travels-la-nueva-certificacion-para-las-empresas-y-destinos-turisticos/>
- Luhmann, Niklas. (2006). *La Sociedad de la sociedad*. 1° edición. Traducción de Javier Torres Nafarrate. Editorial Herder. México. ISBN:968-5807-20-5
- McMullen, Jane (26 de enero 2021). *Coronavirus: los 5 días que marcaron el destino de la pandemia en el mundo*. BBC News Mundo. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-55806462>
- Melchor Sánchez, María Isabel. (2023). Impacto del COVID-19 en el turismo médico de Estados Unidos a México. El caso de Tijuana, Baja California (2020-2021). *Norteamérica*, 18(1), 283-302. Epub 12 de enero de 2024 <https://doi.org/10.22201/cisan.24487228e.2023.1.627>
- Mooney, Henry. & Zegarra, María Alejandra. (2020) *COVID-19: shock sin precedentes sobre el turismo en América Latina y el Caribe*. Banco Interamericano de Desarrollo. Resumen de Políticas del BID. <https://biblioguias.cepal.org/c.php?g=1041476&p=7573808>
- Noé, Juan J. (2009). *La Generación Hippie. El nacimiento de un nuevo hombre*. XII Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia. Departamento de Historia, Facultad de

- Humanidades y Centro Regional Universitario Bariloche. Universidad Nacional del Comahue, San Carlos de Bariloche. <https://cdsa.academica.org/000-008/974>
- Ochoa, Andrea (2020). Van Life, la nueva forma de viajar que se volverá muy popular después de la pandemia. Revista AD Architectural Digest México y Latinoamérica. <https://www.admagazine.com/editors-pick/van-life-la-nueva-forma-de-viajar-despues-de-la-pandemia-20200831-7351-articulos#:~:text=La%20Van%20Life%20consiste%20en,sin%20un%20rumbo%20en%20espec%3%ADfco.>
- Organización Mundial de la Salud. (2020, 27 de abril). *Covid-19: cronología de la actuación de la OMS. Declaración*. <https://www.who.int/es/news/item/27-04-2020-who-timeline--covid-19>
- Organización Mundial de la Salud (2021, 23 de diciembre). *Preguntas y respuestas sobre la transmisión de la COVID-19*. <https://www.who.int/es/news-room/questions-and-answers/item/coronavirus-disease-covid-19-how-is-it-transmitted>
- Organización Mundial de la Salud (s/f). *Más información sobre la pandemia de COVID-19. Coronavirus*. [https://www.who.int/es/health-topics/coronavirus#tab=tab\\_1](https://www.who.int/es/health-topics/coronavirus#tab=tab_1)
- Organización Panamericana de la Salud / Organización Mundial de la Salud Oficina Regional para las Américas (05 de febrero de 2020). *Actualización Epidemiológica Nuevo coronavirus (2019-nCoV). Resumen de la situación global*. Organización Panamericana de la Salud • [www.paho.org](http://www.paho.org) • © OPS/OMS, 2020
- [https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/51859/EpiUpdate5February2020\\_spapdf?sequence=2&isAllowed=y](https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/51859/EpiUpdate5February2020_spapdf?sequence=2&isAllowed=y)
- Policlínica Metropolitana (2020). *Coronavirus ; Qué es, dónde surgió y cómo protegerse?* <https://policlinicametropolitana.org/informacion-de-salud/el-nuevo-coronavirus-que-es-donde-surgio-y-como-protegerse/>. Consultado en línea [13 de enero de 2024]
- Quintana, Laura & Hermida, Julian (2019). *La hermenéutica como método de interpretación de textos en la investigación psicoanalítica*. Revista: Perspectivas en Psicología. Revista de Psicología y Ciencias Afines. . Vol. 16. Núm. 2., pp. 73-80 Universidad Nacional del Mar del Plata. [https://www.redalyc.org/journal/4835/483568603007/html/#:~:text=La%20hermen%3%A9utica%20ofrece%20una%20alternativa,del%20mismo%20\(c%3%ADrculo%20hermen%3%A9utico\).](https://www.redalyc.org/journal/4835/483568603007/html/#:~:text=La%20hermen%3%A9utica%20ofrece%20una%20alternativa,del%20mismo%20(c%3%ADrculo%20hermen%3%A9utico).) Consultado en línea [15 de febrero de 2024]
- Sánchez-Villena, A.R & De la Fuente-Figuerola, V. (2020). *COVID-19: cuarentena, aislamiento, distanciamiento social y confinamiento, ¿son lo mismo?* Revista Anales de

Pediatría. Asociación española de pediatría. Vol. 93. Núm. 1. Páginas 73-74. DOI: 10.1016/j.anpedi.2020.05.001

Tomaello, Flavia. (2020, 26 de septiembre). *Viajar en motorhome: la tendencia ideal en época de pandemia para recorrer las mejores rutas del mundo*. Diario en línea INFOBAE. (consultado en línea el 21 de marzo de 2024) <https://www.infobae.com/turismo/2020/09/26/viajar-en-motorhome-la-tendencia-ideal-en-epoca-de-pandemia-para-recorrer-las-mejores-rutas-del-mundo/>

World Economic Forum (2020, 24 de enero). *Coronavirus: cuáles son los síntomas y otras 3 preguntas claves sobre el virus que surgió en China*. <https://es.weforum.org/agenda/2020/01/coronavirus-cuales-son-los-sintomas-y-otras-3-preguntas-clave-sobre-el-virus-que-surgio-en-china/>

## CANALES DE YOU TUBE

Furgo en ruta (27 de abril de 2020). Confinamiento en furgó. Viviendo en la furgó en tiempos de pandemia. Van life. [Video] <https://www.youtube.com/watch?v=y95qL8odMMo>

Furgo en ruta (06 de junio de 2021). VIAJAR EN PANDEMIA EN MÉXICO. Es peligroso? Se puede cruzar USA. Los Mundo llegan a México. [Video] <https://www.youtube.com/watch?v=3oHINgHRxp0>

Furgo en ruta (07 de agosto de 2021). ¡Volvemos a viajar! Ruta en furgó en España tras el confinamiento. [Video] <https://www.youtube.com/watch?v=scdRtjtIEQQ>

Furgo en ruta (28 de febrero de 2021). VIAJAR a CANCÚN y RIVIERA MAYA en TIEMPOS de COVID-19. México en camper. Furgó en ruta T3:E6 [Video] <https://www.youtube.com/watch?v=KN2K7tDCvAg>

La Gaviota Viajera (07 de abril de 2020). La Gaviota Viajera #106. (). En directo desde el confinamiento. [Video] <https://www.youtube.com/watch?v=AUGpaQ0ZhYk>

La Gaviota Viajera #109. (21 de abril de 2020). Un MES de CONFINAMIENTO en una AUTOCARAVANA. [Video] [https://www.youtube.com/watch?v=OJ5LEkTQE\\_s](https://www.youtube.com/watch?v=OJ5LEkTQE_s)

La Gaviota Viajera #114. (17 de mayo de 2020). NOS VAMOS!!!! después de 60 DÍAS de confinamiento. [Video] <https://www.youtube.com/watch?v=vRogUyNagcQ>

Landino Angelica. (16 de septiembre de 2021). El mundo viviendo con Covid y nosotros a CUARENTENA EN LA VAN [Video] <https://youtu.be/hHzcGOcVwkk?si=75keyYoc5HWgGdET>

- Landino Angelica. (22 de septiembre 2021). Un día de cuarentena en la Van. [Video] <https://youtu.be/hHzcGOcVwkk?si=75keyYoc5HWgGdET>
- Landino Angelica.(17 de agosto de 2020). Viajando por Australia durante el Covid19 [Video]. <https://youtu.be/VHdkJcu22jc?si=rCXkj4cIRdBIv1ep>
- Los Mundo. (05 de julio de 2020). ¡Aislados! 120 días confinados en un paraíso de Costa Rica. [Video] <https://www.youtube.com/watch?v=0MggT3CKikM>
- Los Mundo. (25 de marzo de 2020). ¿Cancelar el viaje por el Coronavirus? [Video] <https://m.youtube.com/watch?v=qlEeFgqAGMo>
- The Wlaking Travel (17 de marzo de 2020). Pasamos la CUARENTENA en la FURGONETA. [Video] <https://www.youtube.com/watch?v=2Fp18bxfDjA>
- The Wlaking Travel (12 de mayo de 2020). 49 días confinados en una furgoneta Vivir en furgoneta. [Video] <https://www.youtube.com/watch?v=gBoJyUJ7a5k>
- The Wlaking Travel (25 de octubre de 2020). FIN de viaje. ¿Cómo es viajar en tiempo de Covid? [Video] <https://www.youtube.com/watch?v=QBK1DYL7fDs>
- The Wlaking Travel (19 de marzo de 2020). DIRECTO. ¿Cómo llevamos la cuarentena en furgoneta? [Video] <https://www.youtube.com/watch?v=FKaQUcONuzY>
- Sin código postal (01 de febrero de 2021). Cruzamos fronteras en tiempos de covid. ¡llegamos a Suiza con la Camper - #Vanlife. [Video] <https://www.youtube.com/watch?v=HIyc8kEaquY>
- Sin código postal (18 de marzo de 2020). [Directo Coronavirus en la Furgó + preguntas sobre el viaje y futuro [Video] <https://www.youtube.com/watch?v=EcV4LKP5qU>
- Vivir en ruta (23 de mayo de 2021). Vivir viajando tras la pandemia. VIAJAREN FURGONETA CAMPER cap 4. [Video] <https://www.youtube.com/watch?v=QYHxh6QpyYc>

## INSTAGRAM

- Furgo en Ruta [@furgoenruta] (16 de febrero de 2024). *Mensajes directos de Instagram*. Instagram, recuperado el 20 de febrero de 2024 <https://www.instagram.com/furgoenruta/>
- La Gaviota Viajera [@lagaviotaviajera\_2.0] (08 de febrero de 2024). *Mensajes directos de Instagram*. Instagram, recuperado el 20 de febrero de 2024 [https://www.instagram.com/lagaviotaviajera\\_2.0/](https://www.instagram.com/lagaviotaviajera_2.0/)



## CAPÍTULO 7

# EL VINO QUERETANO EN TIEMPOS DE CRISIS: SEMÁNTICAS MEDIÁTICAS DEL ENOTURISMO DURANTE LA PANDEMIA DEL COVID-19

*Gerardo Novo Espinosa de los Monteros*

*Humberto Thomé Ortiz*

*José Antonio Uribe Esquivel*

*Universidad Autónoma del Estado de México*

*novogerardo@hotmail.com*

### INTRODUCCIÓN

El enoturismo, como una modalidad específica centrada en la experiencia del vino, surge de la especialización y diferenciación de sus componentes, lo que lo distingue de otras formas como el culinario, gastronómico o de bebidas (Stone *et al.*, 2019). Esta modalidad se relaciona con el desarrollo de territorios rurales, así como con la dinamización y diversificación de actividades económicas, lo que ofrece una oportunidad para comercializar productos agroindustriales derivados de la vid. Se fundamenta en el aprovechamiento de recursos asociados a la gastronomía, cultura, tradiciones y otros atributos propios de los territorios donde se encuentran las bodegas, enriqueciendo la experiencia de los visitantes (Charters & Ali-Knight, 2000), (ONWT, 2016b), (Getz & Brown, 2006) (Hall *et al.*, 2000).

La justificación de esta investigación se fundamenta en la idea de Luhmann sobre la forma en que la opinión pública, en sus diversas dimensiones, influye en la aparición de conflictos sociales que requieren resolución y generan nuevas problemáticas (Luhmann, 2006). Desde esta perspectiva, se adopta la propuesta de Stahelli (2011) de observar las auto y heterodescripciones visuales realizadas por el sistema de los medios de comunicación, a través de las redes sociodigitales, durante la crisis por COVID-19, lo que implica identificar y analizar las semánticas visuales de las comunicaciones como auto y heterodescripciones de los sistemas sociales funcionales en los que se inserta la actividad enoturística.

El análisis aquí presentado se fundamenta en la teoría sociológica de Niklas Luhmann dado que constituye una herramienta útil para comprender las comunicaciones en el campo de turismo frente a la crisis sanitaria desencadenada por la aparición de un nuevo virus a finales de 2019, la cual afectó, de manera diferenciada, a los sistemas sociales.

Para ello se presentan las características generales del sistema funcional de los medios masivos de comunicación (SMMC) en un nivel teórico, incluyendo su código de operación y clausura, así como los campos programáticos que lo componen. Además, se analizan las funciones principales de la publicidad en la promoción del turismo durante el cierre de operaciones y cómo se adaptaron a las restricciones impuestas por el sistema legal, político y de la salud, que actuaron como heterorreferencias que incidieron en el sistema de los medios masivos.

Posteriormente, se caracteriza y analiza la forma en que el sistema de los medios masivos, en particular la comunicación publicitaria, construyó su realidad social particular del turismo del vino en Querétaro durante la pandemia. Esta acción permite hacer una distinción de las narrativas y semánticas visuales que otorgaron un nuevo significado a la comunicación turística en tiempos de crisis.

Buena parte de la producción de sentido en los sistemas función está basada en la imagen por lo que su análisis no debe ser desatendido, particularmente la publicidad como semántica de la economía, los medios de comunicación y las organizaciones económicas (Stäheli, 2011). En el turismo, la publicidad utiliza repertorios de imágenes asociadas a espacios, interacciones sociales y lugares que en conjunto conforman un imaginario general del turismo y los destinos dotando de sentido a sus acciones comunicativas (Novo Espinosa de los Monteros *et al.*, 2013).

La región vitivinícola queretana, considerada la segunda en importancia en México por su producción y número de visitantes, ha experimentado, en las últimas dos décadas, una transformación significativa en el paisaje y su dinámica económica en la región. Este estudio reflexiona sobre dos momentos recientes en su historia: la adaptación del destino a las condiciones generadas por la pandemia de COVID-19 y la gradual recuperación de la actividad en el periodo de reactivación o pospandemia. El enfoque principal se centra en el análisis de las comunicaciones generadas en los medios masivos de comunicación, particularmente en las dimensiones que adquirieron las comunicaciones intra e intersistémicas en la transición de la crisis y la recuperación de las bodegas productoras como organizaciones empresariales y sistemas sociales.

En términos metodológicos, el propio Luhmann definió su método de investigación como análisis funcional, entendido como la forma de precisar el sentido y sus posibilidades de diferenciación (Luhmann, 2006), a través de operaciones de observación de segundo orden, es decir, una meta-observación sobre la mirada de los medios de comunicación frente a una realidad segunda observada, constituyendo así, más que una secuencia de operaciones, una secuencia de observaciones (Luhmann, 2007). Este bucle permite superar los puntos ciegos, generados desde las perspectivas específicas de cada observación unitaria, construyéndose una epistemología sistémica para interpretar y analizar los fenómenos comunicativos.

Para el análisis del caso se realizaron diversas visitas de campo entre los años 2021 y 2022, las cuales fueron realizadas de acuerdo con los protocolos y recomendaciones de higiene de las autoridades y empresas vinícolas. La revisión documental, así como el desarrollo de una investigación netnográfica permitió recopilar información y distinguir las reconfiguraciones de las comunicaciones sistémicas en el sistema de los medios masivos.

Para el análisis de la comunicación de las bodegas se realizó una matriz de *performance* o desempeño enoturístico que busca identificar buenas prácticas y factores clave de éxito (Faugère & Bouzdine-Chameeva, 2012). Particularmente se hizo énfasis en el análisis de las herramientas de promoción utilizadas por las bodegas, lo cual abarca estrategias de marca que permiten mejorar la lealtad, así como su notoriedad; aquí se incluyen aspectos relacionados con actividades y festivales que se refieren a la naturaleza hedonista de la experiencia turística enogastronómica.

## ENOTURISMO EN QUERÉTARO

Los alimentos tienen un rol importante en la diferenciación de los destinos (Okumus *et al.*, 2007). El turismo gastronómico tiene mayores posibilidades de desarrollo en regiones donde existe un fuerte vínculo entre la gastronomía y la cultura local (Riley, 2005). Desde hace algunos años, el espacio rural ha sido visto como un área preponderante de crecimiento y el sitio donde los consumidores buscan vivir experiencias auténticas a través servicios turísticos centrados en intereses especiales (Carrà *et al.*, 2016), al que se unen los alimentos y vinos de calidad, esto es: productos y espacios placenteros a los sentidos en entornos seguros para la salud. Así,

el enoturismo se posiciona como elemento fundamental de desarrollo en las áreas rurales (ONWT, 2016b).

El turismo rural se dirige hacia una demanda cuya motivación es el contacto con el entorno autóctono y una interrelación con la sociedad local; respetuoso del patrimonio que implica la participación activa del campesinado, actividades tradicionales opuestas al gigantismo y al monocultivo turístico, y permite que los beneficios producidos se queden en la zona (Thomé, 2008). Particularmente, el enoturismo es producto de la especialización y puede ser visto como una actividad que genera atracción para los destinos, como un componente fundamental del producto turístico, como una experiencia, pero también como un fenómeno cultural (Dixit, 2021).

En este sentido, Querétaro tiene una larga tradición en la producción de vino y se ha caracterizado por el rápido crecimiento y expansión de sus bodegas, muchas de las cuales se han orientado a la captación de visitantes. La cultura empresarial de los inversionistas y la organización de acontecimientos como ferias, festivales, catas, entre muchas otras han fortalecido su imagen como destino vitivinícola (Novo *et al.*, 2018).

Se calcula que la producción anual de vino en la región queretana alcanza cerca de tres millones de botellas. Cerca del 30 % de esta producción se exporta hacia Europa, Estados Unidos y Asia (Rosas, 2016). Destaca el municipio de Ezequiel Montes, donde se localizan los viñedos La Redonda, De Cote y Freixenet que reciben la mayor cantidad de visitantes y que se mantienen como los más activos.

Además de su visión emprendedora, las inversiones, las políticas estatales y los apoyos gestionados con dependencias de gobierno han impulsado la actividad enoturística en la entidad. En 2017, la Asociación de Vitivinicultores de Querétaro (AVQ) y la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA) firmaron un acuerdo en el que se destinarían 3 millones de pesos para la promoción comercial e impulso al consumo del vino queretano, principalmente para el mercado nacional (Gobierno de México, 2017).

Durante y después de la pandemia, los territorios rurales se percibieron como espacios relativamente seguros, desde el punto de vista sanitario, por ser lugares abiertos y donde los contagios podrían ser menos probables, aspecto que los convirtió en una opción para el ejercicio del ocio posterior a la pandemia. No obstante, el confinamiento y las restricciones de viaje obligaron a las bodegas a reconsiderar su oferta y adaptarse a los cambios y retos que provocó la crisis sanitaria. Como parte

de su oferta, Querétaro promueve la Ruta Arte, Queso y Vino (RAQV) que tuvo sus orígenes en la Ruta del Queso y el Vino, constituida principalmente por los municipios de Tequisquiapan y Ezequiel Montes. En sus inicios, las actividades constaban de itinerarios que incluían pocos viñedos y algunas queserías del territorio semidesértico del estado, además de museos, acontecimientos y espacios de recreación (Alpizar Padilla & Maldonado Avalos, 2009).

Si bien es cierto que Tequisquiapan y Bernal son sitios que históricamente han atraído turismo y por ello cuentan con una amplia oferta de servicios, también es claro que en los últimos 20 años, buena parte de la demanda que llega a estos sitios lo hace atraído específicamente por la oferta diferenciada del vino como producto turístico.

Querétaro ha destacado en la producción de vinos tintos y espumosos y algunas bodegas se han posicionado mediante actividades como los recorridos guiados, conciertos y festivales (Delsol, 2009) (de Jesús Contreras *et al.*, 2019).

Hasta el 2018 podían identificarse 28 bodegas en la región de Querétaro, 16 de ellas estaban abiertas al público y el resto se enfocaban sólo a la producción de vino (Novo *et al.*, 2018). Actualmente se pueden contabilizar 32. Las bodegas pueden ser clasificadas en tres tipos según sus dimensiones y volúmenes de producción, tanto de uva como de vino: 1) grande: son las que controlan el mercado enoturístico; 2) mediano: trabaja en una lógica de calidad y boutique, en contraposición a las anteriores; 3) pequeño; de las cuales se compone el grueso de la oferta, siguen la tendencia de búsqueda de productos con calidad, de boutique y de autor para las producciones de las bodegas, las cavas y los vinos (de Jesús Contreras & Thomé Ortiz, 2018), (de Jesús Contreras & Thomé Ortiz, 2019).

La oferta del enoturismo en Querétaro se compone de municipios con características diferenciadas, los cuales dotan de heterogeneidad a sus bodegas; en esta oferta, se incluyen además almacenes de elaboración de quesos, lo que genera –en un esfuerzo por dotar de valor agregado al producto turístico– más atractivos que buscan complementarse entre sí.

La comercialización del vino se realiza principalmente en las bodegas directamente o a través de puntos de venta en puntos en comercios situados en Tequisquiapan, Bernal, San Juan del Río y la ciudad de Querétaro, así como en otras ciudades de estados cercanos como Guanajuato, Estado de México, CDMX y San Luis Potosí. En este sentido, los productores han identificado que pertenecer a la Asociación de Vitivinicultores de Querétaro (AVQ) representa oportunidades de promoción y

comercialización, así como acceso a nuevos mercados de proximidad, circuitos cortos de comercialización, formación de alianzas estratégicas en el territorio y acciones colectivas de crecimiento conjunto.

Por otra parte, se considera que es posible generar estrategias de promoción con los productores de menor tamaño basados en las características de sus bodegas, del terruño y el territorio, como elementos de posicionamiento en los imaginarios turísticos bajo el discurso de una *viticultura extrema*, que se refiere al proceso de producción de uva y vino enmarcado por condiciones edafoclimáticas (de Jesús Contreras *et al.*, 2019) que se encuentran fuera de los paralelos 30 ° y 50 °, conocida como franja del vino (Alpizar Padilla & Maldonado Avalos, 2009).

Se reconoce que la ruta ha generado beneficios económicos y que la existencia de las grandes bodegas han estimulado la aparición de modelos de negocios con propuestas de calidad que buscan atraer grupos pequeños, e incluso que están apostando por el desarrollo inmobiliario aprovechando el auge turístico y vitivinícola en la región. Sin embargo, existen signos que muestran que los beneficios se han dado de manera desigual y polarizada, atendiendo a intereses de actores específicos y centrándose en las bodegas más grandes, en aquellas por las que el enoturismo y sus productos surgieron (de Jesús Contreras & Thomé Ortiz, 2019), (Thomé-Ortiz, 2019).

## EL SISTEMA DE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN (SMMC)

La teoría propuesta por Luhmann pretende describir el funcionamiento de la sociedad, mediante sistemas autopoiéticos o clausurados. Estos son capaces de reconocer operaciones propias y ajenas. La idea se fundamenta en considerar que la sociedad es pura comunicación y que ésta se ha instaurado de manera emergente en el proceso de la civilización, no sólo como la simple transmisión de información, sino como actualizaciones de sentido. Esta operación sólo se hace posible mediante selecciones de información, y los actos de comunicar y entender o no, dicha información (Luhmann, 2007).

De este modo, los conceptos de operación del sistema, operación de clausura y código de operación, permiten delimitarlos del entorno y se convierten en distinciones que permiten la inclusión y exclusión de los elementos que los constituirán. Para el caso de de los medios masivos de comunicación, el código de operación lo constituye

la información. Mediante la clausura operativa se define su propia organización y distingue lo que le es *auto* y *heterorreferente*. Este concepto de autorreferencialidad debe entenderse en el contexto de una red que constituye un entramado específico, como condición que hace posible la producción y reproducción de las operaciones sistémicas (Luhmann, 2007).

En la epistemología de los estudios del turismo ha surgido un interés considerable, por abordarlo desde un enfoque sistémico (Cuervo, 1967), (Mill & Morrison, 1985), (Molina, 1991), (Leiper, 1990), (Jafari, 2005), (Jiménez Martínez, 2005). Estas perspectivas surgieron en la década de los sesenta y predominaron en los años ochenta y noventa. No obstante, según Osorio García, el turismo no puede ser visto como tal; más bien, se percibe como un medio de acoplamiento estructural que posibilita su interpretación de manera diferenciada. El principal argumento que sustenta esta perspectiva y que cuestiona esta visión radica en la falta de claridad para explicar la lógica de su funcionamiento al definir sistemas abiertos, donde no se delimitan claramente sus fronteras respecto al entorno. Esta característica fundamental plantea un desafío para la comprensión del turismo desde una perspectiva exclusivamente sistémica (Osorio García, 2010b).

Los medios masivos de comunicación se sitúan como uno de los diez sistemas funcionales descritos por Luhmann en su amplia teoría sociológica y es considerado uno de los más modernos, cuyas transformaciones, influenciadas por el avance tecnológico y científico, así como la difusión generalizada de las redes sociodigitales en las últimas tres décadas, han generado un considerable debate en torno a las posibilidades, ventajas y desventajas de su masificación.

Luhmann resaltó la necesidad de contar con un instrumento que situara a los medios de comunicación de masas dentro de una teoría general de la sociedad moderna (Luhmann, 2007). Aunque no consideró, por razones históricas, las innovaciones y dispositivos que conforman los medios y redes sociodigitales actuales, su definición de los medios masivos abarca diversas formas y medios tecnológicos, siempre que la interacción no se produzca de manera presencial (Luhmann, 2007; p. 2).

Los medios de comunicación posibilitan la probabilidad de que la comunicación alcance a sus destinatarios gracias a la existencia y desarrollo de tecnología (Corsi *et al.*, 1996). En este sentido, la difusión de conocimiento e información que deriva en múltiples producciones de sentido es una de las características principales de los *mass media* y que lo distinguen de otros sistemas funcionales.

De acuerdo con Sánchez Martínez, las redes sociales son espacios digitales hipermedia, en los que converge texto, imagen, audio y video (Winocur Iparraguirre & Sánchez Martínez, 2015). Convergencia que se dio desde fines del siglo xx, pero que se intensificó y masificó a partir del desarrollo de la tecnología móvil y su uso con diferentes objetivos comerciales, sociales, de entretenimiento e informativos, entre muchos otros.

El desarrollo tecnológico posibilitó entonces la expansión comunicativa y un aumento en la complejidad del entorno de los sistemas y su capacidad de resonancia. La disminución de la complejidad fue alcanzada al clausurar la comunicación en los medios masivos en un sistema funcional que organiza su operación a través de su propio código: lo informable/ no informable, definiendo así un criterio de lo que debe ser considerado y lo que no (Luhmann, 2007).

La función primordial de los medios masivos es la de informar, acción mediante la cual se producen otras operaciones. Para cumplir con esta función, el SMMC se vale de tres campos programáticos: la publicidad, las noticias y reportajes, así como el entretenimiento.

En ellos, el turismo se tematiza y enlaza operaciones. La información estimula o disuade al viaje, contribuye a la construcción de imágenes, idearios e imaginarios, mediante selecciones de información a través de su código. De manera que el SMMC funciona a partir de las autorreferencias que le son propias a través de este código, dejando fuera, en el entorno, todas aquellas referencias que les pertenecen a otros y que por lo tanto le son ajenas. Por ejemplo, la compra de viajes o productos, que son operaciones propias de la economía, o las restricciones de viaje que son propias de la política.

Como individuos, nuestras percepciones sobre destinos y actividades turísticas se derivan tanto de experiencias personales como de comunicaciones transmitidas a través de los medios masivos. Gran parte de nuestro conocimiento sobre destinos turísticos y la cultura de otras regiones o países se adquiere a través de información difundida y compartida en estos medios, ya sea a través de la publicidad, las noticias o los productos culturales presentados en formas de entretenimiento. Así, se facilita la observación y la construcción de la realidad social del turismo mediante autodescripciones de la sociedad.

## SEMÁNTICAS DE LA PUBLICIDAD

Para Luhmann, la publicidad cumple con una función primordial que consiste en estabilizar la relación entre redundancia y variedad, es decir la permanente motivación a comprar mediante la renovación de modelos y variedades de los productos a través de técnicas de opacidad, belleza, uso paradójico del lenguaje y sorpresa, además de que los límites de la sociedad quedan supeditados a la capacidad de compra (Luhmann, 2006).

La publicidad turística se encuentra en la búsqueda permanente de renovar los motivos de desplazamiento, así como de innovar la expectativa del viaje a través de ofrecer imágenes, paisajes, actividades o servicios que ofrezcan lo mismo, la tradición, el prestigio, la estandarización, pero de manera diferente (Osorio García, 2010a).

Históricamente, la publicidad ha actuado como una herramienta que estimula la compra, en el marco de los esfuerzos de mercadotecnia, cumple fundamentalmente con una función informativa y persuasiva. Estas funciones tuvieron que adaptarse al entorno provocado por la pandemia y se actualizaron en función de los cambios del llamado semáforo epidemiológico que desde el sistema político rigió la actividad económica y social. Por lo tanto, las comunicaciones se vieron forzadas a adquirir un matiz solidario al informar y sobre todo, recomendar cambios en el comportamiento, lo cual alteró las pautas y patrones de consumo, así como la práctica del enoturismo.

La teoría sociológica de Luhmann pone especial atención en el sentido, y por lo tanto se convierte en una categoría fundamental de su teoría. En este caso, la publicidad turística estructura sentido al motivar y posibilitar el viaje, en tanto forma simbólica de poder. A su vez, la tematización del turismo sirve como acoplamiento entre los diferentes sistemas funcionales.

Es interesante observar que la comunicación delimitó temporalmente la pandemia o contingencia sanitaria en un lapso comprendido entre marzo de 2020 hasta su fin en junio de 2022, de acuerdo con la Organización Mundial de la Salud (OMS). El encierro modificó los tiempos de trabajo y ocio, haciendo mucho más laxos y difusos los límites entre el tiempo de ocio y el tiempo de trabajo, dislocando así rutinas y horarios, característica de los viajes y de las vacaciones en las que los horarios, tiempos y hábitos se trastocan como forma de evasión a la rutina diaria.

Para Luhmann, la semántica constituye un conjunto de formas utilizables para la función de la selección de contenidos de sentido, o bien aquella parte de

significados de sentido condensados y reutilizables que está disponible para la emisión o comunicación, y podemos observarla como una receta de temas que puede tener dos niveles: todo lo que se produce para la comunicación, y en otro plano, intentos comunicativos más serios y abstractos y que sirven como autodescripciones (Corsi, 1996:196). Por lo tanto, el discurso publicitario, en tanto lenguaje especializado, constituye una forma por medio de la cual la sociedad se autodescribe.

## ENOTURISMO Y COVID-19

En el marco de la teoría de Luhmann, un pequeño cambio, en apariencia insignificante, puede tener diferentes gradientes de impactos en el entorno. El descubrimiento del virus AH1N1 de la influenza humana en la primavera de 2009, observado desde la salud y la ciencia, tuvo apenas leves resonancias en la economía y la política, con sus particulares repercusiones en el turismo en México, país donde primero se detectó.

Evidentemente, las consecuencias no fueron tan graves como la aparición del COVID-19, en el que la contingencia mundial modificó drásticamente las actividades económicas y sociales en el mundo entero, con profundas transformaciones en el comercio, la educación y vida social. De acuerdo con datos de la Organización Mundial del Turismo la demanda turística global se redujo hasta en 72 % con respecto de 2019 (Organización Mundial del Turismo, 2024) y en México la caída anual del PIB turístico fue de 25.4 % (Madrid & Godinez, 2021).

El turismo se vio afectado globalmente por el cierre de fronteras, restricciones de viaje y cese de actividades económicas. La generación de escenarios imprevisibles y un futuro incierto para la actividad turística dio pie a nuevas alternativas, rediseño o adecuación de los modelos turísticos existentes (Carvao, 2020). Es importante considerar que buena parte de las ganancias de las empresas vinícolas se da a través de las ventas directas al consumidor (vDC) en sus salas de cata y restaurantes (Covarrubias & Thach, 2015).

En México, por disposición oficial, se cerró y se limitó la oferta de actividades en comercios y espacios públicos. En el caso particular de Querétaro, la Subsecretaría de Gobierno publicó con fecha del 6 de abril de 2020, las medidas, políticas y lineamientos de operaciones derivadas de la emergencia sanitaria de salud pública generada por la presencia del virus SARS-CoV2 (COVID-19), así como el Acuerdo de la Secretaría

de Turismo por el que se emitieron las acciones que debían ser adoptadas por sus unidades administrativas, con motivo de la infección viral COVID-19 (Gobierno de Querétaro, 2020).

Por su parte, la Secretaría de Turismo del estado recomendó viajar al destino sólo en caso necesario, para evitar contagios entre la población y los visitantes. El cierre incluyó la suspensión de actividades masivas en bodegas y viñedos, así como el cierre temporal de sitios turísticos.

En lo que se refiere a acontecimientos, se suspendieron la Feria del Vino, Queso y Cerveza 2020, la Feria de Amealco, las vendiminas, los festivales y concursos de paellas, entre otros. En el caso de restaurantes y hoteles, la operación se redujo en un 50 %, con la posibilidad de hacer entregas a domicilio y reprogramar la estancia sin penalizaciones (*El Universal*, 2020).

Es importante hacer una distinción del tipo de información que difundió a través de los medios masivos de comunicación. Desde el inicio de la crisis, los sistemas de la ciencia y de la medicina, mediante actualizaciones, divulgaron conocimiento sobre las características del virus y síntomas de la enfermedad, así como las principales formas de contagio y prevención. Por su parte, el sistema político comunicó las restricciones y medidas que derivaron en el cierre de espacios y suspensión de actividades.

Diversos especialistas ya adelantaban que los viajes se retomarían con adecuaciones en cuanto a las medidas de seguridad y quedó claro que el turismo sufriría modificaciones sustanciales. Se encararían nuevos retos asociados a la economía y la salud de las personas, lo que requeriría un mejor diseño de políticas públicas, gobernanza, equidad y sostenibilidad (Korstanje, 2020b), (Du Toit-Helmbold, 2020). Uno de los primeros cambios observados fue la búsqueda y diseño de nuevas experiencias en entornos seguros y en grupos reducidos, lo que evidentemente potenció el turismo rural (Korstanje, 2020a).

A pesar de la incertidumbre los viñedos queretanos reabrieron actividades al público el 20 de junio de 2020, después de tres meses de cierre, con restricciones y las consabidas medidas sanitarias. Sin embargo, debido a que la afluencia bajó considerablemente tuvieron que suspenderse muchas actividades programadas durante el año.

El mundo tuvo que adaptarse y prepararse para el regreso a la llamada “nueva normalidad”. Se visualizó la necesidad de diferentes tipos de esfuerzos, entre ellos, la inversión para reactivar la actividad turística al regreso (Garibaldi, 2020), por

lo que fue necesario desarrollar nuevos modelos, nuevas estrategias y habilidades, especialmente en términos del uso de la tecnología y los medios digitales, lo cual se intensificó globalmente.

El enoturismo se visualizó como una de las tipologías que tendrían mejores oportunidades para el desarrollo y regreso a la nueva normalidad por ser un tipo de turismo asociado a la naturaleza y que puede practicarse en espacios abiertos y en visitas en grupos pequeños.

Las organizaciones son un tipo de sistema social que se constituye con base en reglas de reconocimiento que lo vuelven identificable y que le permiten especificar las propias estructuras, miembros, reglas y decisiones, estas últimas al ser comunicaciones producto de una selección en forma de decisiones, es atribuida a algún miembro de la organización (Corsi, 1996: 165). Las bodegas vinícolas, en tanto organizaciones productivas, son consideradas como sistemas sociales (*soziales system*), que a su vez pueden ser vistos como un sistema autorreferencial autopoietico que se constituye como diferencia con respecto a un entorno, al tiempo que son constitutivos de sentido (*Ibidem*, 208).

Desde el inicio de la crisis, los comercios tuvieron que adaptar sus estrategias y se enfocaron en el uso de la tecnología para mantener ventas y relaciones con los clientes, involucrar a las comunidades en la cadena de valor, mejoramiento de los protocolos de sanidad para ofrecer seguridad a los visitantes y proponer actividades alternativas virtuales que sustituyeran las visitas en grupos, así como el incremento de catas en espacios exteriores y en sesiones virtuales (Carvao, 2020), (Leparmentier Dayot, 2020), (Wagner, 2020), (Cepparo L., 2020).

Como era de esperarse, la pandemia provocó una disminución significativa en la realización de actividades enoturísticas como recorridos guiados, degustaciones al interior de las bodegas y la realización de acontecimientos especiales (Garibaldi, 2020). Por otro lado, se observó un aumento de ventas a distancia, uso y aprovechamiento de las tecnologías y redes sociodigitales para mantener el consumo que se trasladó del campo a las ciudades y en el que se sustituyeron las visitas a las bodegas por la compra y entrega a domicilio. Las catas virtuales mejoraron su experiencia mediante la compra previa del producto que se hacía llegar por paquetería, para posteriormente realizar la degustación a distancia, de manera segura.

Para Leparmentier Dayot (2020) en el caso francés, los hoteles de pequeña capacidad fueron más exitosos que las cadenas internacionales al ofrecer actividades

en grupos pequeños, alojamientos tipo boutique, actividades al aire libre como paseos en bicicleta o caminatas, experiencias gastronómicas, y actividades asociadas a la producción de objetos de arte y artesanías.

De manera que las acciones tradicionales de comercialización centradas en el vino y el conocimiento de los procesos de producción como parte de la experiencia turística se modificaron. Si bien, hasta antes de la pandemia ya se consideraba que los pequeños productores ya no estaban sujetos a los medios tradicionales para la distribución de sus productos, como la venta directa al público y ya habían recurrido a medios digitales como sitios electrónicos propios, para la comercialización y posicionamiento (Nicolosi *et al.*, 2016), las restricciones de movilidad forzaron el uso y adaptación de nuevas estrategias y medios para asegurar la sobrevivencia de los negocios, como una forma de disminuir el riesgo y la incertidumbre, y asegurar la sostenibilidad económica.

#### SEMÁNTICAS DEL ENOTURISMO DURANTE LA PANDEMIA

Gracias a la permanencia de los mensajes publicitarios en diferentes medios y redes sociodigitales, fue posible realizar un ejercicio de análisis y trazabilidad de las semánticas usadas en las comunicaciones de las bodegas, a través de los medios masivos de comunicación. Esta observación de la memoria permitió distinguir cambios y reconfiguraciones, antes, durante y después de la contingencia sanitaria, lo que se tradujo en imágenes, anuncios o indicaciones, sin abandonar su principal función de venta y atracción de visitantes.

La publicidad de las bodegas queretanas expresada a través de textos e imágenes reveló al menos cuatro narrativas o ejes discursivos asociados a las comunicaciones del enoturismo: 1) la atención a la prevención y disminución de riesgos, 2) la dispersión de estilos de vida hedónicos, 3) la valoración del aprendizaje y el conocimiento, y 4) la noción de proximidad.

## *Disminución del riesgo y prevención*

La pandemia por COVID-19 catalizó la actividad en el sistema de los medios masivos y en las redes sociodigitales, especialmente en los primeros meses del confinamiento, cuando las interacciones sociales presenciales llegaron a su máximo nivel de restricción. La “sana distancia”, información reiterada en medios y redes, promovió la “convivencia virtual” como forma segura, y en muchos casos obligada. La recomendación del distanciamiento “social” o “físico” mediante etiquetas o *hashtags* como #quedateencasa se incorporó como medida para evitar la propagación del virus.

Si bien el consumo moderado de vino ha sido asociado con la salud y varias bodegas han utilizado este eje para promover su consumo, o sumándose a causas sociales relacionadas con la prevención de cáncer y otros padecimientos, la cualidad de “seguro” se integró a la semántica del enoturismo durante la contingencia sanitaria y se convirtió en uno de los ejes principales que contribuyeron a la producción de sentido.

Esta fue una de las primeras reacciones derivadas de la repentina toma de decisiones de las bodegas en medio de la crisis. Paradójicamente, a pesar de que la contingencia sanitaria elevó el nivel de complejidad en el sistema de la salud y el de la ciencia, la publicidad se vio obligada a construir nuevas formas de sentido que produjeron la simplificación al ofrecer opciones para la práctica del viaje o el consumo de vino en condiciones seguras.

Los medios masivos jugaron un papel fundamental al difundir información sobre las formas de contagio, estudiadas desde de la ciencia y la salud. Las operaciones de comunicación se orientaron hacia la generación de confianza y el establecimiento de protocolos de seguridad para evitar el contagio.

Después del cierre de actividades en marzo de 2020 ordenado por las autoridades, las acciones se centraron en la implantación y respeto de protocolos de seguridad para las visitas y la reapertura en junio. Se hicieron obligatorios el uso cubrebocas, sana distancia, toma de temperatura, y se restringieron los grupos y entradas sólo con reservaciones, por citar sólo algunas de las más frecuentes.

La difusión de mensajes a través de herramientas y palabras clave como #ViveloEnFinca, usadas por Finca Sala Vivé o la adopción de sellos como Safe Travels, por parte de autoridades y bodegas fue una reacción para generar confianza y mantener los viajes a la región, a pesar del miedo a los contagios y la desinformación.



### En finca somos más

A partir de este 21 de diciembre y hasta el 10 de enero, en el estado de Querétaro atenderemos las acciones emitidas por el Gobierno del estado en el "Escenario C", que contempla nuevas medidas anti-Covid-19 como la regulación de actividades.

- **Venta de vino** de lunes a viernes (horario de 9 a 6).
- **Las experiencias enológicas** visita clásica y uvabus, se realizarán de lunes a domingo, cada de tres vinos de lunes a viernes. Grupos de 20 personas, por lo que se recomienda comprar en línea. Los vehículos de agencia deberán considerar una capacidad del 50% del vehículo.
- **Tomar precauciones** para grupos vulnerables como niños, adultos mayores, embarazadas o personas con una enfermedad crónica.

Para más información acerca de los recorridos los días **sábados y domingos**.  
Llamar al 441 277 0147 o visita [fincaenmexico.com/mx](http://fincaenmexico.com/mx)

**Estamos comprometidos con las medidas de las autoridades** correspondientes en beneficio de tu salud, en Finca Sala Vivé te cuidamos y nos cuidamos todos.

Tomado de: <https://www.facebook.com/photo/?fbid=3099905033449467&set=a.3095115930595044>



FINCA SALA VIVÉ

**Safe travels**

Somos el primer viñedo en recibir el sello Safe Travels por parte del World Travel & Tourism Council.

De acuerdo con Luhmann la aceptación de los temas y la actualización de cada comunicación tiene precedentes, pero requiere de efectos de novedad o sorpresa para introducirlo en calidad de algo nuevo (Luhmann, 2007a: 18-19). En este sentido, la pandemia obligó a las organizaciones a introducir actualizaciones en la información,

así como la modificación de su oferta de productos. Las catas y charlas virtuales, así como las ventas a domicilio se estimularon como una forma de recordatorio de los productos y empresas para animar las comunidades virtuales y grupos de seguidores.

Sin embargo, también se observaron acciones innovadoras como el lanzamiento hecho por la bodega La Redonda, en junio de 2020, de una botella de edición limitada cuyas ganancias estarían destinadas a apoyar a grupos vulnerables. El rediseño de la etiqueta y el concepto del vino, de edición especial, “Nosotros los mexicanos”, siguieron cumpliendo con su objetivo publicitario de mantener la marca de la organización económica en la mente de los consumidores mediante el hashtag #CubreBocasParaTodos.

Finca Sala Vivé, por su parte, organizó actividades artísticas en las que las obras serían subastadas para apoyar causas sociales. En ambos casos, se invocó no sólo al gusto de los consumidores, sino a su solidaridad. Lo que pone en evidencia que los aspectos del gusto y su intersección con valores éticos en momentos críticos, son constitutivos de diferenciación social, a través de las dinámicas de consumo.



Tomado de: <https://twitter.com/vinoslaredonda/status/1277759872344489993>



Tomado de: <https://www.facebook.com/profile/100064747481594/search/?pintando%20en%20vivo>

### *Dispersión de estilos de vida hedónicos*

El concepto de ‘Virtual, pero disfrutable’ constituye un ejemplo elocuente del discurso publicitario que demuestra cómo el consumo de vino no se vio comprometido en su cualidad hedonista, incluso durante la pandemia. Para muchos, la oportunidad de disfrutar de una experiencia enológica desde la comodidad del hogar, ya sea mediante la participación en catas virtuales o charlas sobre la cultura del vino, representó una forma de consumo relativamente flexible.

Este fenómeno puede ser visto como una característica del turismo posmoderno, si se considera que dichas actividades, que tradicionalmente se realizaban durante periodos de descanso, ahora podían llevarse a cabo incluso entre semana y sin desplazamiento físico, debido a las adaptaciones en tiempo y espacio generados por las restricciones de confinamiento impuestas durante la crisis sanitaria, pero también al acceso a tecnologías audiovisuales de comunicación en tiempo real o asincrónico.

# CATA DE VINO

¡VIRTUAL PERO DISFRUTABLE!



**KIT PARA CATA**  
**\$741**

**FECHA Y HORA**  
27.Mayo. 2020 / 8:00 pm.

**DÓNDE**  
f LIVE @bodegasvaiven

**VINOS A CATAR**  
Equilibrio Tinto ●  
Equilibrio Rosado ●  
Balance Viognier ●

**CON**

**ENVÍO A DOMICILIO SIN COSTO\***  
\*Aplica solo para COMA y su área metropolitana.

Leona Carrillo Moderador  
Mariano Velasco Social Fundador  
Jorge Rojas Creador Fundador  
Armanda Anaya Social Fundador

BODEGA  
*vaiven*

Tomado de: <https://www.facebook.com/photo/?fbid=2338922933074764&set=a.1696907927276271>

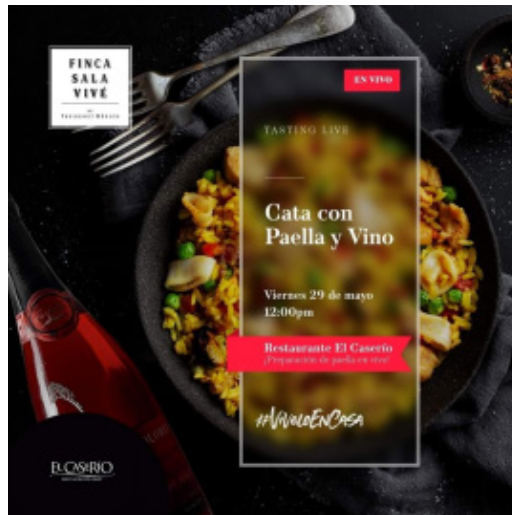
## VALORACIÓN DEL APRENDIZAJE Y CONOCIMIENTO

Pratt (2009), destaca el papel fundamental del conocimiento en la experiencia vitivinícola, el cual condiciona el proceso de su selección. En este contexto, el consumo enoturístico va más allá de la mera degustación de vinos de calidad, ya que también implica la oportunidad de adquirir conocimientos sobre diversos aspectos relacionados con el tema, incluyendo la labor del vitivinicultor, el *terroir* y las cepas cultivadas. Además, esta experiencia se enriquece mediante la exploración de la interacción entre el vino, la comida y la cultura local, facilitada por la presencia de establecimientos como restaurantes, galerías de arte y tiendas de antigüedades, los cuales complementan la oferta de las regiones.



Tomado de: <https://www.facebook.com/photo/?fbid=2338117526488638&set=a.1696907927276271>

La rápida adopción de plataformas de comunicación a distancia, a través de medios y redes sociodigitales, facilitaron la organización de diversas actividades y abrió nuevas posibilidades que anteriormente habían sido poco exploradas. Ejemplos destacados de esta tendencia son los hashtags #VíveloEnCasa o #QuédateEnCasaConAVQ, los cuales promovieron catas, así como el conocimiento de los proyectos vitivinícolas mediante charlas con enólogos y productores. Estas iniciativas, respaldadas por la Asociación de Vitivinicultores de Querétaro (AVQ), fueron difundidas a través de publicaciones en plataformas como Facebook o Instagram.



Tomado de <https://www.facebook.com/photo/?fbid=2343830972583960&set=a.1696907927276271>



Tomado de <https://www.facebook.com/photo/?fbid=2340328642934193&set=a.1696907927276271>

## PROXIMIDAD

Finalmente, es importante mencionar que la pandemia también ejerció un profundo impacto en nuestra percepción de la distancia, la cual se encuentra intrínsecamente ligada a dinámicas de conexión e integración entre los territorios articulados a través del enoturismo (Thomé Ortiz, 2020). Dentro de este contexto, la eficacia de las actividades económicas se vio significativamente influenciada por las relaciones de cercanía y la identificación particular con los territorios rurales y sus productos.

Esta proximidad puede manifestarse tanto en un sentido social, donde se establece un contacto directo entre el consumidor y el productor, buscando así nuevas relaciones basadas en la confianza, como en un sentido geográfico, entendido como la distancia física entre las partes involucradas (Boucher & Riveros-Cañas, 2017), (Cerdan, 2013) y como una proximidad afectiva de acuerdo con su opinión o valoración (Chaves, 2007).

Asimismo, la noción de proximidad también está estrechamente ligada a la conveniencia, concepto definido por Sánchez (2006) como el grado de disponibilidad del producto para su consumo. En este sentido, las restricciones sanitarias impuestas durante el inicio de la pandemia limitaron las oportunidades de consumo turístico y de los productos asociados a los territorios.

Sin embargo, la expansión y desarrollo del comercio electrónico facilitó enormemente la capacidad de distribución de las bodegas y comercializadoras de vino, permitiendo así una adaptación a las nuevas condiciones sanitarias de los destinos turísticos. Bajo el lema “Enviamos cajas a todo México”, se comunicó la garantía del suministro de productos a cualquier ubicación dentro del territorio nacional, al tiempo que se preserva la identidad del vino 100 % queretano.



Tomado de: <https://www.facebook.com/photo/?fbid=2335825156717875&set=a.1696907927276271>

## REFLEXIONES FINALES

Es claro que la pandemia por COVID-19 elevó, en su momento, el nivel de complejidad en las estructuras sociales y sus relaciones socioeconómicas y culturales. Para Luhmann, la manera más accesible de entender la complejidad es pensar en el número de posibles relaciones, acontecimientos y procesos (Luhmann, 1995: 184-185). La complejidad, por lo tanto, se refiere a la cantidad de elementos en un sistema, su aumento y las progresivas relaciones entre ellos, así como a las operaciones de selección. En este sentido la semántica en las economías culturales del siglo XXI crecen en complejidad, derivando en mutaciones de la estructura social para poder comunicarse (Corsi, 1996: 198). Interpretar estos procesos requiere de operaciones epistemológicas complejas y sistémicas.

Por otro lado, debe considerarse que las dos primeras décadas del presente siglo atestiguaron cambios y transformaciones globales que impactaron profundamente las comunicaciones intra e intersistémicas en los diversos campos sociales. Los espacios de interacción entre la oferta y la demanda experimentaron una reconfiguración significativa a raíz de la aparición de nuevas redes y medios sociales (Winocur Iparraguirre & Sánchez Martínez, 2015).

La pandemia por COVID-19 modificó el consumo turístico, y por ende la comunicación publicitaria; aunque con algunas variaciones, su función primordial de creación de significado y construcción de sentido con fines persuasivos mantuvo su función.

Para Luhmann se trata de una condición operativa de continuidad de la comunicación de alta complejidad y cambio rápido (Luhmann, 2006). Igualmente, debemos reconocer el papel de las piezas publicitarias de las bodegas, las cuales darán cuenta de un abrupto momento histórico, que marcó fuertemente al sector turístico. Motivo por el cual su papel también es testimonial.

El confinamiento y las restricciones impuestas por las autoridades, a través del sistema legal y político condicionaron la práctica del turismo, lo que a su vez generó modificaciones en las semánticas visuales del enoturismo durante la contingencia. Estas nuevas configuraciones, evidenciadas a través de los medios de comunicación, permearon en el discurso publicitario emergente.

Los temas abordados se centraron principalmente en la seguridad y la prevención, la solidaridad, el consumo hedonista del vino y su conocimiento, así como las modificaciones en el acceso a los productos y los espacios físicos.

Los *esquemas* y *scripts* típicos del turismo se enfocaron en recomendaciones de salud y protección. Aunque en algunas comunicaciones se dejaron en segundo plano los atributos del vino, como era habitual antes de la pandemia, se aprovecharon las medidas y decisiones tomadas por las bodegas para convertirlas en cualidades para potenciar la visita sin perder su función económica.

La noción de “libertad”, asociada a los viajes como un escape de la rutina y la cotidianidad, se vio condicionada por las restricciones y reglas destinadas a prevenir la propagación del virus, especialmente durante el año 2020. En este sentido, el enoturismo sirvió como un vínculo estructural entre los sistemas de salud, la ciencia, el político y el de la vida privada, flexibilizando las rigurosas disposiciones impuestas durante el confinamiento.

A pesar de la contingencia, la publicidad generada por diversos actores del destino cumplió con su cometido de mantener las ventas y posicionar la imagen e identidad de la región vitivinícola de Querétaro. Además, la publicidad mantuvo su contribución a la formación de una memoria colectiva durante la crisis, proporcionando sentido e identidad tanto al vino queretano como a las propias bodegas.

Durante este periodo, la comunicación publicitaria, más allá de su función persuasiva, visibilizó el camino hacia un eventual retorno a los viñedos, dentro del marco de posibilidades impuestas por el sistema político a través del llamado semáforo epidemiológico, y contribuyó al regreso gradual a través de una comunicación adaptada a las condiciones cambiantes de la pandemia.

Gracias a la publicidad, el imaginario del enoturismo en Querétaro se mantuvo en la memoria de los consumidores mediante actualizaciones constantes de información, adaptándose y reconfigurándose semánticamente para referirse a lo que ya se sabía del destino. La publicidad difundida por algunas bodegas reforzó la percepción positiva del destino en relación con las expectativas de los consumidores y el consumo mismo. Así, la comunicación publicitaria desempeñó un papel crucial en la modificación contingente de la imagen de Querétaro como destino enoturístico, contrarrestando la información negativa difundida por las noticias que inhibía el deseo de viajar.

La selección de información por parte de las empresas vitivinícolas contribuyó, de manera diferenciada, al aumento o reducción de la complejidad en el sistema de medios masivos, como respuesta a la evolución del entorno y ante la presión ejercida por el confinamiento, que amenazaba la supervivencia de las empresas como organizaciones económicas. El sistema de medios masivos desempeñó un papel fundamental mediante la selección de información que motivó el consumo del vino y siguió promoviendo el enoturismo durante la pandemia. Este papel se dio como un claro acoplamiento con el sistema económico, en el cual la publicidad turística colaboró a enriquecer la semántica de la economía y evitó el colapso de la actividad enoturística en la región.

## REFERENCIAS

- Alpizar Padilla, V. A., & Maldonado Avalos, M. M. (2009). Integración de la ruta del vino en Querétaro, un producto innovador. *Quivera*, 12(2), 97-109.
- Boucher, F., & Riveros-Cañas, R. A. (2017). Dinamización económica incluyente de los territorios rurales: Alternativas desde los Sistemas Agroalimentarios Localizados y los Circuitos Cortos de Comercialización. *Estudios Latinoamericanos*, 40, 39-58. <https://doi.org/10.22201/cela.24484946e.2017.40.61580>
- Carrà, G., Mariani, M., Radić, I., & Peri, I. (2016). Participatory Strategy Analysis: The Case of Wine Tourism Business. *Agriculture and Agricultural Science Procedia*, 8, 706-712. <https://doi.org/10.1016/j.aaspro.2016.02.050>
- Carvao, S. (Director). (2020). *UNTWO Webinar: Wine Tourism Post Covid-19*. [Webinar]. UN Tourism Academy. <https://www.youtube.com/watch?v=cFQn8svlThk>
- Cepparo L., S. (Director). (2020). *UNWTO-OIV webinar on "Innovating in wine tourism in the context of COVID-19"* [Webinar]. UN Tourism Academy. [https://www.youtube.com/watch?v=6ExTO0yijCE&ab\\_channel=UNTourismAcademy](https://www.youtube.com/watch?v=6ExTO0yijCE&ab_channel=UNTourismAcademy)
- Cerdan, C. (2013). Agricultura familiar y circuitos cortos Nuevos esquemas de producción, comercialización y nutrición. *Memoria del seminario sobre circuitos cortos realizado el 2 y 3 de septiembre de 2013*, 21-25.
- Charters, S., & Ali-Knight, J. (2000). Wine Tourism—A Thirst for Knowledge? *International Journal of Wine Marketing*, 12(3), 70-80. <https://doi.org/10.1108/eb008715>
- Chaves, N. (2007). *Imagen corporativa. Teoría y práctica de la identificación institucional*. (3a ed.). Gustavo Gili.
- Corsi, G., Esposito, E., & Baraldi Claudio. (1996). *Glosario sobre la teoría social de Niklas Luhmann*. Universidad Iberoamericana.
- Covarrubias, J., & Thach, L. (2015). Wines of Baja Mexico: A qualitative study examining viticulture, enology, and marketing practices. *Wine Economics and Policy*, 4(2), 110-115. <https://doi.org/10.1016/j.wep.2015.11.001>
- Cuervo, R. (1967). *El turismo como medio de comunicación humana*. Cuervo, R. (1967) "El turismo como medio de comunicación humana". Departamento de Turismo del Gobierno de México.
- De Jesús Contreras, D., & Thomé Ortiz, H. (2018). Patrimonio enogastronómico en el centro de México. Estetización y autenticación como mecanismos de apropiación turística. *Anthropology of Food*, 13, 0-25. <https://doi.org/10.4000/aof.8333>

- De Jesús Contreras, D., & Thomé Ortiz, H. (2019). Turismo enológico y rutas del vino en México. Estado del conocimiento y análisis de casos. *Revista RIVAR*, 6(17), 27-44. <https://doi.org/10.35588/rivar.v6i17.3913>
- De Jesús Contreras, D., Thomé Ortiz, H., Espinoza Ortega, A., & Vizcarra Bordi, I. (2019). Trayectoria territorial de la región enológica de Querétaro, México (1970-2017): Enoturismo y calidad territorial. *Cuadernos Geográficos*, 58(2), 240-261. <https://doi.org/10.30827/cuadgeo.v58i2.7358>
- Delsol, C. (2009). A toast to Mexico's undiscovered wine country. *SFGate*. <https://www.sfgate.com/mexico/mexicomix/article/A-toast-to-Mexico-s-undiscovered-wine-country-2463746.php>
- Dixit, S. K. (2021). Gastronomic Tourism: A Theoretical Construct. *The Routledge Handbook of Gastronomic Tourism*, 13-23.
- Du Toit-Helmbold, M. (Director). (2020). *UNTWO Webinar: Wine Tourism Post Covid-19*. [Webinar]. UN Tourism Academy. <https://www.youtube.com/watch?v=cFQn8svlThk>
- El Universal, R. (2020). *Querétaro: Peña de Bernal y más atractivos cierran por Covid-19* [Informativa]. <https://www.eluniversal.com.mx/destinos/queretaro-pena-de-bernal-y-mas-atractivos-cierran-por-covid-19/>
- Faugère, C., & Bouzdine-Chameeva. (2012). *Enotourisme: Bordeaux face à cinq autres capitales mondiales du vin. Les meilleures pratiques enoturistiques: L'image instantanée de 2012*. [https://www.academia.edu/4305612/OEnotourisme\\_Bordeaux\\_face\\_%C3%A0\\_cinq\\_autres\\_capitales\\_mondiales\\_du\\_vin](https://www.academia.edu/4305612/OEnotourisme_Bordeaux_face_%C3%A0_cinq_autres_capitales_mondiales_du_vin)
- Garibaldi, R. (Director). (2020). *UNWTO-OIV webinar on "Innovating in wine tourism in the context of COVID-19"* [Webinar]. UN Tourism Academy. <https://www.youtube.com/watch?v=6ExTO0yjjCE>
- Getz, D., & Brown, G. (2006). Critical success factors for wine tourism regions: A demand analysis. *Tourism Management*, 27(1), 146-158. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.08.002>
- Gobierno de México. (2017). *Destina SAGARPA 3 millones de pesos para promoción comercial de la Asociación de Vitivinicultores de Querétaro* [Institucional]. Representación Agricultura Querétaro. <http://www.gob.mx/agricultura%7Cqueretaro/articulos/destina-sagarpa-3-millones-de-pesos-para-promocion-comercial-de-la-asociacion-de-vitivinicultores-de-queretaro>

- Gobierno de Querétaro. (2020). *La sombra del Arteaga. Periódico Oficial del Gobierno del Estado de Querétaro*. <https://lasombradearteaga.segobqueretaro.gob.mx/getfile.php?p1=20200426-01.pdf>
- Hall, M., Sharples, L., Cambourne, B., Macionis, N., Johnson, G., & Mitchell, R. (2000). Wine tourism: An introduction. En *Wine Tourism Around the World Development, management and markets* (1er edición, pp. 25-65). Routledge.
- Jafari, J. (2005). El turismo como disciplina científica. *Política y sociedad*, 42(1), 39-56.
- Jiménez Martínez, A. de J. (2005). *Una aproximación a la conceptualización del turismo desde la teoría general de sistemas* (Primera). Porrua. Universidad del Caribe.
- Korstanje, M. E. (2020a). El COVID-19 y el turismo rural: Una perspectiva antropológica. *Dimensiones Turísticas*, 4(Especial), 179-196. <https://doi.org/10.47557/CKDK5549>
- Korstanje, M. E. (2020b). El Turismo en un Mundo Incierto: Desafíos para el siglo XXI en un contexto post COVID19. *Anais Brasileiros de Estudos Turísticos*, 10(1, 2 e 3), Article 1, 2 e 3. <https://doi.org/10.34019/2238-2925.2020.v10.31397>
- Leiper, N. (1990). Tourist attraction systems. *Annals of Tourism Research*, 17(3), 367-384. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(90\)90004-B](https://doi.org/10.1016/0160-7383(90)90004-B)
- Leparmentier Dayot, C. (Director). (2020). *UNWTO-OIV webinar on “Innovating in wine tourism in the context of COVID-19”* [Webinar]. UN Tourism Academy. [https://www.youtube.com/watch?v=6ExTO0yijCE&ab\\_channel=UNTourismAcademy](https://www.youtube.com/watch?v=6ExTO0yijCE&ab_channel=UNTourismAcademy)
- Luhmann, N. (2006). *La sociedad de la sociedad* (1a ed.). Universidad Iberoamericana, A. C., Herder.
- Luhmann, N. (2007). *La realidad de los medios de masa*. UIA, Anthropos.
- Madrid, F., & Godínez, G. (2021). *Turismo y pandemia en México. Un balance de las afectaciones*. Consejo Nacional Empresarial Turístico y Universidad Anahuac. <https://www.anahuac.mx/mexico/cicotur/sites/default/files/2022-05/TurismoYPandemia.pdf>
- Mill, R. C., & Morrison, A. M. (1985). *The Tourism System*. Prentice Hall.
- Molina, S. (1991). *Conceptualización del turismo*. Limusa.
- Novo Espinosa de los Monteros, G., Osorio García, M., Torres Nafarrate, J., & Esquivel Solís, E. (2013). Viajes, actantes, escenarios e interacciones, un análisis de la publicidad turística de los destinos, a partir de sus semánticas visuales. *Investigaciones Turísticas*, 6, Article 6. <https://doi.org/10.14198/INTURI2013.6.02>
- Novo, G., Osorio, M., & Sotomayor, S. (2018). Wine tourism in Mexico: An initial exploration. *Anatolia*, 30, 1-12. <https://doi.org/10.1080/13032917.2018.1519212>

- Okumus, B., Okumus, F., & McKercher, B. (2007). Incorporating local and international cuisines in the marketing of tourism destinations: The cases of Hong Kong and Turkey. *Tourism Management*, 28(1), 253-261. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.12.020>
- ONWT. (2016b). *Prototipo de turismo enológico de la OMT: The joyful journey*.
- Organización Mundial del Turismo. (2024). *Dashboard Datos Turísticos del Mundo*. <https://www.unwto.org/es/datos-turismo/resultados-turisticos-globales-regionales>
- Osorio García, M. (2010a). La comunicación social del turismo. Una nueva propuesta teórica para su comprensión. En M. Nechar & A. Panosso, *Epistemología del turismo. Estudios críticos*. (México, pp. 83-97). Trillas.
- Osorio García, M. (2010b). Turismo masivo y alternativo. Distinciones de la sociedad moderna/posmoderna. *Convergencia Revista de Ciencias Sociales*, 52, 235-260.
- Riley, M. (2005). Food and beverage management. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 17(1), 88-93. <https://doi.org/10.1108/09596110510577707>
- Rosas, S. (2016, mayo 6). El Bajío, la segunda región vitivinícola del país. *El Financiero*. <https://www.elfinanciero.com.mx/bajio/el-bajio-la-segunda-region-vitivinicola-del-pais/>
- Stäheli, U. (2011). La visibilidad de los sistemas sociales: Sobre la visualidad de las auto y las heterodescripciones. En *Comunicaciones, semánticas y redes. Usos y desviaciones de la sociología de Niklas Luhmann* (Primera, pp. 205-223). Universidad Iberoamericana.
- Thomé, H. (2008). Turismo rural y campesinado, una aproximación social desde la ecología, la cultura y la economía. *Convergencia. Revista de Ciencias Sociales*, 15(47), 237-261.
- Thomé Ortiz, H. (2020). ¿El coronavirus reescribirá el turismo rural? Reinención, adaptación y acción desde el contexto latinoamericano. *Cenario*, 8(14), 55-72.
- Thomé-Ortiz, H. (2019). Una aproximación al turismo agroalimentarios desde el enfoque SIAL. Evidencias del enoturismo en el centro de México. En *Red SIAL México. Diez años de contribución a los estudios de los Sistemas Agroalimentarios Localizados* (1ª, pp. 69-86). CONACyT.
- Wagner, P. (Director). (2020). *UNWTO Webinar: Wine Tourism Post Covid-19*. [Webinar]. UN Tourism Academy. <https://www.youtube.com/watch?v=cFQn8svlThk>
- Winocur Iparraguirre, R., & Sánchez Martínez, J. A. (2015). *Redes sociodigitales en México* (1er edición). Fondo de Cultura Económica.
- Zaar, M. H. (2022). Del turismo de masas al turismo rural. La coyuntura española desde las políticas de desarrollo rural y la pandemia COVID-19. *Ar@cne. Revista Electrónica de Recursos en Internet sobre Geografía y Ciencias Sociales*, 26. <https://doi.org/10.1344/ara2022.263.38364>.

*Mario Alberto Enríquez Martínez*

Doctor en Estudios Turísticos; investigador de El Colegio de Tlaxcala, A.C. y coordinador de la Maestría en Gestión del Turismo Regional Sustentable. Miembro del Sistema Nacional de Investigadoras e Investigadores, Nivel Candidato.

*Maribel Osorio García*

Doctora en Ciencias Sociales y Políticas; profesora de tiempo completo en la Facultad de Turismo y Gastronomía de la Universidad Autónoma del Estado de México y Coordinadora de la Maestría en Estudios Turísticos. Miembro del Sistema Nacional de Investigadoras e Investigadores, Nivel II.

*Diana Vázquez Ramírez*

Doctora en Estudios Turísticos; profesora y auxiliar de investigación de El Colegio de Tlaxcala, A.C., así como profesora en la Universidad Autónoma de Tlaxcala. Miembro del Sistema Nacional de Investigadoras e Investigadores, Nivel Candidato.

*Rebeca Osorio González*

Doctora en Ciencias Sociales; profesora en la Facultad de Turismo y Gastronomía y en el Centro Universitario de Temascaltepec, ambos de la Universidad Autónoma del Estado de México. Miembro del Sistema Nacional de Investigadoras e Investigadores, Nivel I.

A fin de contribuir al conocimiento científico del turismo, con nuevos planteamientos teóricos que permitan entender y explicar su naturaleza sistémica, el presente libro conjunta siete capítulos que ocupan como marco a la Teoría de la Sociedad de Niklas Luhmann, dadas las posibilidades que otorga para fundamentar la existencia, funcionalidad e interpenetraciones del sistema turístico con distintos objetos y sistemas sociales.

La presentación de la obra es elaborada por el distinguido Dr. Javier Torres Nafarrate, quien ilustra la relevancia de la aportación sociológica de Luhmann. Posterior a la introducción, el capítulo inicia con un texto que muestra una revisión del estado de conocimiento sobre la investigación del turismo desde esta teoría. Un segundo capítulo expone un modelo teórico del sistema societal del turismo con un amplio instrumental conceptual. Con el encuadre de este capítulo inicial, los seis trabajos siguientes ofrecen estudios aplicados a objetos más específicos, versando sobre la reciprocidad en las comunidades turísticas locales, la resonancia del turismo verde, la situación del turismo durante la pandemia de COVID-19, el turismo espacial, las figuras preadaptativas del turismo y las semánticas mediáticas en el enoturismo. La obra logra conjuntar distintas perspectivas de análisis que dan cuenta de la riqueza de nuevas miradas y aportaciones sobre el turismo bajo el encuadre de una de las macroteorías más prominentes de finales del siglo XX.



Secretaría de  
Identidad y Cultura