



¿TURISMO DESDE LA GEOGRAFÍA O GEOGRAFÍA DEL TURISMO?

María Adela Valdés Sáenz *

Universidad Estatal Amazónica
mvaldes@uea.edu.ec

*Ingeniero Agrónomo. Doctor en Ciencias en Desarrollo Sostenible de Bosques Tropicales. Docente-investigador en la carrera de Turismo y coordinadora del Programa de Investigación de Turismo en la Universidad Estatal Amazónica, Puyo, Ecuador.

Carlos Michael Valarezo Espinosa **

Universidad Estatal Amazónica
micho_mic13@hotmail.com

**Ingeniero en Gestión Turística y Hotelera. Tecnólogo en Administración Turística y Guía Profesional de Turismo. Chef de partida. Técnico Docente y Administrador de la Residencia Universitaria del Centro de Investigación Posgrado y Conservación Amazónica de la Universidad Estatal Amazónica, Puyo, Ecuador.

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

María Adela Valdés Sáenz y Carlos Michael Valarezo Espinosa (2016): "¿Turismo desde la geografía o geografía del turismo?", Revista Turydes: Turismo y Desarrollo, n. 20 (junio 2016). En línea: <http://www.eumed.net/rev/turydes/20/geografia.html>

RESUMEN

Las prácticas turísticas se realizan en la actualidad frecuentemente en destinos tradicionales y en particular, en aquellos no tradicionales, constituyendo dicha actividad en complejo producto de los cambios económicos, culturales, políticos y tecnológicos que comprenden estos escenarios. Turismo, espacio y sociedad son el centro de interés de la geografía del turismo, desde esta perspectiva se pueden identificar diferentes temáticas y formas de estudiar la actividad. El enfoque tradicional del turismo desde la geografía durante décadas, analizó lo manifiesto y extrínseco, sin considerar lo latente y causal que se encuentra presente en el accionar del turismo como práctica social pasando por una geografía cultural del turismo donde el objeto de estudio y la escala de análisis vuelven a cambiar. Es interesante analizar el posicionamiento teórico-conceptual sobre la geografía y el turismo, buscando comprender cómo son tratados los vínculos entre esas dos temáticas, la reflexión acerca de diferentes aspectos que caracterizan al fenómeno turístico precisa ir más allá de las tradicionales categorías tiempo, espacio y volumen. La geografía del turismo debe dejar de ser el mero portador de recursos turísticos condicionantes de la actividad y transformarse en un concepto socioespacial integrador que reconoce que dicha subjetividad social es la estructuradora del territorio en cuestión.

Palabras claves: geografía del turismo - abordaje conceptual - visión tradicional y social

ABSTRACT

Tourism practices are often performed today in traditional destinations and particularly in those non-traditional, constituting such activity in a complex product of economic, cultural, political and technological changes that comprise these scenarios. Tourism, space and society are the focus of tourism geography, from this perspective can identify different themes and ways of studying the activity. The traditional approach to tourism from geography for decades, analyzed the manifest and extrinsic, without considering the latent and cause that is present in the actions of tourism as a social practice through a cultural geography of tourism where the object of study

and scale analysis change again. It is interesting to analyze the theoretical and conceptual positioning related to geography and tourism, seeking to understand how the links between these two issues are treated. Reflection on different aspects that characterize the phenomenon of tourism needs go beyond traditional categories time, space and volume. The geography of tourism should stop being mere carrier of tourism resources constraints of the activity and transformed into an integrated sociospatial concept that recognizes that the social subjectivity is the structuring of the territory.

Key words: geography of tourism - conceptual approach - traditional and social vision

1. INTRODUCCIÓN

La Geografía es propuesta como una ciencia de encrucijada en la cual confluyen determinadas disciplinas del ámbito natural y social, ello ha generado críticas por parte de la comunidad científica sobre la consideración de la Geografía como ciencia, ya que sus críticos aducen que carece de una metodología propia. La Geografía, en su intento de ser una ciencia que aborda las características físicas del medio natural y las características sociales en forma integrada, crea un universo de conflictos o debilidades y posibilidades para ella misma como ciencia, indican Hernández y Ordoqui (2009), ello pudiera ser lo que sostenga el enfoque tradicionalista aun en este siglo opinan además Martín y Martín (2009).

Los cambios económicos, culturales, políticos y tecnológicos ocurridos a nivel mundial hacen del turismo un fenómeno complejo de analizar, ello sostiene lo planteado por Lew (1999), quien reconoce el papel preponderante de los geógrafos que lo asumen dentro de su contexto y que en términos generales, las temáticas abordadas desde la geografía del turismo cobran relevancia.

La geografía se enfoca en la actividad turística, de manera de planificar los aspectos territoriales, ambientales, entre otros, generados de una actividad altamente competitiva, la turística, que además como una actividad humana o fenómeno social, genera impactos en el territorio. La importancia de la geografía reside en que el turismo como actividad constituye un sector altamente competitivo que está posicionado en el territorio. De esta manera la geografía suma a su campo de análisis, la geografía del turismo. Guzmán y Fernández (2002)

Apuntan Pinassi y Ercolani (2015), que analizar al turismo desde la geografía implica un abordaje holístico, en el que los conceptos de territorio y sociedad se encuentren vinculados y concuerdan con Fernández (2002), en que aún se percibe debilidad de un marco teórico y especialmente, metodológico que sirva de cimiento común a las investigaciones que otorguen coherencia al desarrollo de la disciplina pues aún se encuentra muy arraigada la base tradicionalista de la geografía del turismo. Lo anterior permite inferir que existe una prevalencia de estudios aplicados, desarrollados desde una perspectiva tradicional, antes que de los nuevos aportes reflexivos e integrales, destinados a una construcción teórica del turismo desde la geografía.

La Geografía del Turismo es una subdisciplina en desarrollo, compuesta por investigadores de diversas áreas y está presentando contribuciones importantes al estudio del fenómeno turístico llevando en consideración sus dimensiones espaciales. (Albach, 2015)

La investigación en el área del turismo es un campo afín para la Geografía, plantean Vera *et. al.*, (1997), por cuanto los aspectos troncales de dicha actividad se explican, formalizan o están condicionados por razones territoriales o ambientales, la disposición de los recursos turísticos en el territorio, la transformación espacial inducida por los equipamientos de ocio y turismo, los impactos positivos y negativos en el medio ambiente y la cultura local, el territorio geográfico, entendido como imagen y producto de destino para las motivaciones de la demanda, son muestras de las estrechas relaciones de interdependencia y articulación sistémica entre territorio, medio ambiente y turismo

El territorio es el principal objeto de estudio para los geógrafos, de acá la importancia de la actividad turística que surge del valor agregado a este, ya sea social, económico, paisajístico, etc. La importancia de la actividad turística para la geografía reside en que es capaz de dinamizar el territorio, crear nuevas configuraciones a partir de las relaciones y efectos espaciales que provoca.

La realidad pide más Geografía, las dinámicas mundiales así lo marcan todos los días, los conflictos geoeconómicos de escala, la cuestión migratoria, los nuevos patrones demográficos de la aldea global, las problemáticas urbanas que afloran en las grandes ciudades de la periferia y también en las grandes capitales de los países centrales. Las cuestiones que ocurren en diferentes espacios mundiales por dirimir quién domina el recurso petrolero, las guerras preventivas contra el terrorismo para "imponer la democracia" en países considerados violentos, el avance de la frontera agropecuaria sin conciencia ambiental, la explotación de los mares por las agresivas prácticas pesqueras, la destrucción de montañas en búsqueda de metales preciosos, el aprovechamiento de las ventajas comparativas a nivel mundial que solo agudizan la situación de deterioro de las regiones siempre perjudicadas, etc, son temas que tienen que estar en la agenda de la geografía, ya que es la única materia que puede abordar estas temáticas. (Hernández y Ordoqui, 2009).

El turismo es fundamentalmente "una práctica social de naturaleza espacial que es generadora de actividades económicas y que ha dejado de ser marginal para convertirse en estructural", según indican Vera *et.al.*, (1997). El crecimiento económico del turismo ha sido extraordinario en los últimos 30 años, configurando una geografía específica con regiones emisoras y receptoras.

La difusión de la investigación en Geografía del Turismo es baja internacionalmente, sin embargo, existe cuerpo teórico y de investigadores para su ampliación. Según Albach (2015), los países que se destacan son: Brasil (principalmente en relación a las categorías de análisis geográfico y al fenómeno turístico), España (en aspectos de planificación y gestión para el turismo en los territorios además de aspectos socioculturales) y México (principalmente en estudios socioeconómicos y socioambientales). En Ibero-América la investigación se inició tardíamente y a pesar de los avances, se desarrollan pocos temas que reflejan los procesos de globalización, como por ejemplo, la movilidad y el impacto de nuevas tecnologías. La dificultad para la conceptualización geográfica radica en la condición de bienes y consumos de intangibles que ocurren en la actividad turística. A pesar que el turista se mueve, generalmente, en rutas preestablecidas y visita lugares ya definidos en el paquete, su relación con el espacio natural, urbano o rural, complica la funcionalidad de dichos espacios. Cualquiera que sea el espacio geográfico donde se realicen actividades turísticas, se manifiestan modificaciones temporales de densidad pero, también, se construyen infraestructuras que pueden crear conflictos territoriales. Es quizás por esto que se observa en los estudios un desarrollo de los vínculos con las filosofías del comportamiento, con los postulados epistemológicos de carácter existencial y fenomenológico, con la construcción de imágenes culturales relacionadas con el espacio del ocio o la recreación o el turismo, lo cual permite deducir un marco cultural de la geografía, es decir, una visión o valoración de los espacios del ocio y de sus prácticas asociadas, como aspectos de elaboración cultural en una sociedad de signos, mensajes, imágenes, (Ortega, 2000). La Geografía del ocio o de la recreación es una construcción científica reciente y es una consecuencia de la evolución de la recreación como necesidad social. (Guillén y Boada, 2006).

2. ENFOQUE INICIAL

Los albores de la geografía del turismo: la visión tradicional Hiernaux (2006) señala que las bases formativas de la geografía del turismo se consolidaron en el periodo que se extiende desde 1930 a 1960. Con anterioridad, la presencia de una geografía turística meramente descriptiva de los atributos, sitios o espacios con potencialidad turística caracterizaba las producciones existentes.

Desde la perspectiva epistemológica, las bases del paradigma historicista contextualizan el enfoque geográfico. En este marco, prevalece lo meramente descriptivo antes que lo explicativo. No se consideran las teorías que permiten explicar la realidad, y se da una valoración en el análisis geográfico de cualidades como la comprensión, la intuición, la sensibilidad, etc, cualidades que solo se desarrollarán a través de la experiencia directa con el objeto (Urkidi, 1994).

En este contexto, se visualiza según Balastrieri (2003), una geografía turística, basada en la descripción de lugares y recursos turísticos y caracterizadora de los atributos existentes en el territorio, que enumera y adjetiva aquello que forma parte de un sitio o destino. Por el contrario, no se observa una geografía del turismo, que contribuya a la reflexión, profundización y entendimiento del turismo como fenómeno complejo e interdisciplinar. Superando las barreras de esta geografía turística, el describir todo aquello que sucede en el contexto del turismo (desplazamientos, impactos, etc.), sin establecer un lazo analítico que determine las causas de los comportamientos socioespaciales y el porqué de los acontecimientos del ocio en el territorio, se traduce en una geografía del turismo más tradicional

Hiernaux (2008), señala que los parámetros de estudio de la geografía tradicional del turismo enmarcan a la geografía estructural del turismo que trataba de proveer de grandes modelos explicativos a la configuración espacial del proceso turístico. En este contexto, se destacan los aportes realizados por Miossec (1976, 1977), Butler (1980) y Pearce (1988). Las temáticas claves parten del estudio espacial de determinados comportamientos de los visitantes (flujos y distribución), de los condicionantes naturales y culturales propicios para el desarrollo del turismo y de la configuración del espacio turístico, basada en la creación de una planta turística.

Se consideran los siguientes elementos básicos de la territorialidad del fenómeno turístico: motivación, desplazamientos, espacios turísticos y procesos de desarrollo. En cuanto a la distribución territorial de la actividad turística se distinguen tres tipos de factores de localización: espaciales, ambientales y dinámicos, constatándose así que las pautas espaciales del turismo, en el ámbito mundial, presentan tres rasgos básicos: la intensidad del movimiento turístico nacional, el carácter regional de la estructura espacial y la asimetría y desigualdad del turismo mundial como resultado de la localización concentrada de los espacios turísticos emisores y receptores. Por otro lado, teniendo en cuenta los múltiples efectos espaciales de las actividades turísticas, las variables densidad y escala son cuestiones fundamentales para entender las formas de articulación territorial del turismo. El turismo aparece como un instrumento capaz de generar nuevos espacios de crecimiento y desarrollo territorial. Por esto se plantea el estudio de las regularidades que aparecen en los modelos teóricos de carácter espacio-temporal que se ocupan de la evolución de los espacios turísticos. (Vera *et. al.*, 1997).

A partir de finales de los años setenta, la madurez del modelo turístico tradicional (asociado al turismo de masas, donde la modalidad convencional de sol y playa se corona como la principal), adicionada a los nuevos comportamientos de la demanda turística, conllevan al desarrollo del turismo alternativo, con caracteres diferenciales a las prácticas de ocio existentes hasta ese momento. El posicionamiento de la naturaleza como destino, la flexibilidad de los productos turísticos al adaptarse a los condicionantes de los potenciales turistas y el modelo de producción turística posfordista determinan un nuevo escenario sumamente complejo para el estudio por parte de la disciplina geográfica. Asimismo, prevalecen los estudios de caso, evidenciándose una carencia de investigaciones que contribuyan a un desarrollo teórico. Otra constante representativa es la incursión de trabajos que realizan una planificación y un ordenamiento territorial de la actividad de ocio. A su vez, también resultan relevantes las descripciones y caracterizaciones de la oferta turística de determinados destinos o sitios a ser desarrollados desde la perspectiva del turismo o la recreación (investigaciones prospectivas). De igual modo, se determinaron algunos estudios en los que se explora de forma cuantitativa la potencialidad de los recursos turísticos (visión centrada en la oferta).

Al analizar los diferentes objetos de estudio, se deja entrever que dicha conceptualización se determina a partir de tres espacios articulados: el de origen, donde comienza y finaliza la

iniciativa de viaje; el de tránsito, en el que se da el flujo de las personas y el de destino, donde se manifiesta la práctica turística en sí misma, a partir del consumo de la oferta turístico-recreativa existente en el lugar. Pearce (1988), resalta que en este caso, el turismo se presenta como un fenómeno foráneo, impuesto, que se produce por alguna causa y genera ciertos comportamientos espaciales en la demanda y la oferta, como en la configuración del espacio receptor de visitantes. Tal consideración ha sido destacada por Bertoncello (2002, 2007) e Hiernaux (2006). En la misma línea de trabajo tradicional, se destacan los aportes de Vera *et al.*, (1997), al hacer una distinción del objeto de estudio de la geografía del turismo, teniendo como marco de referencia la escala de análisis regional.

3. ABORDAJE CRÍTICO

Como manifiesta Urkidi (1994), durante 1930 y 1940 el “geógrafo participante” al ser parte del territorio se transforma en un activista de su ciencia en pos de la calidad de vida de la comunidad.

La gestión territorial también se puede interpretar como un espacio de reclamo y lucha por cambios necesarios donde los geógrafos pueden desarrollar su capacidad en la comprensión de la relación sociedad-naturaleza y las actuaciones del hombre sobre el medio natural y social en desmedro de la calidad de vida. (Hernández y Ordoqui, 2009).

Almirón (2004), destaca que en la teoría y análisis social contemporáneo, la espacialidad viene crecientemente siendo reafirmada como una dimensión relevante en la construcción de toda interacción y relación social. Geógrafos y teóricos sociales vienen insistiendo en que la dimensión espacial debe incorporarse en la explicación e interpretación de los fenómenos sociales, y por ende, debe tener un papel central para la formulación de la teoría social denunciando, al mismo tiempo, la reducción analítica de conceptos como espacio y lugar, a una mera función ilustrativa o a una cosa estática y carente de contenido social coincidiendo con los criterios de Soja (1993).

Durante las últimas décadas del siglo XX se asiste a la emergencia de una teoría social crítica más flexible que enlaza creativamente, en una dialéctica triple (trialectica), espacio, tiempo y ser social, según indica Soja (1993). Por ello, se analizaron los conceptos de espacio, prácticas sociales y lugar como relevantes en la investigación de la práctica turística, es decir, como terrenos concretos a partir de los cuales es posible pensar al turismo como una realidad compleja que articula diversas dimensiones, tanto objetivas como subjetivas. Desde las perspectivas de espacialidad, prácticas sociales y lugar es posible encontrar una vía para explicar, comprender e interpretar en forma sustantiva y compleja el fenómeno del turismo

La participación y el compromiso social son fundamentales en la gestión del territorio. Esto se debe a que los núcleos de la gestión parten de las ideas más globales, donde se interpreta la gestión del territorio como una instancia para potenciar los recursos productivos. Dentro de estas posturas están incluidos geógrafos que conciben que sólo es posible gestionar utilizando modelos complejos. La mayoría de estas investigaciones no llegan al destino esencial: construir una democratización del territorio que sea una alternativa a la democratización del mismo propuesto por la globalización. (Hernández y Ordoqui, 2008).

Posterior a la Segunda Guerra Mundial se consolida una nueva geografía del turismo con un carácter más crítico que en la etapa anterior. El turismo de masas surge a partir de una serie de condicionantes que favorecen su expansión y crecimiento. Su desarrollo, asociado a un modelo de producción fordista donde la homogenización y estandarización de la oferta es la característica principal, va a determinar una nueva concepción de la geografía del turismo, desde su enfoque mucho más analítico y cuestionador del modelo imperante, como desde el objeto de estudio. Asimismo, los cambios en el abordaje de la actividad van acompañados de las transiciones epistemológicas que se van produciendo en el área.

Concuerdan en plantear Salvà (1997) y Guillén (2000), que las transformaciones ocurridas en las sociedades implicaron la transformación del turismo de una actividad elitesca en una actividad de masas. Además, el abordaje del turismo desde el punto de vista económico-mercadológico únicamente favorece el enmascaramiento de las desigualdades que acompañan

el desarrollo turístico en determinadas realidades, en las cuales hay una influencia predominante del sector privado, esta predominancia, de acuerdo con Gomes, Pinheiro y Lacerda (2010), culmina en acciones que favorecen sólo a un pequeño grupo de sujetos involucrados en la actividad turística, contribuyendo con una visión elitista de este fenómeno.

El intenso proceso de urbanización e industrialización, el aumento en los niveles de vida, los cambios en los medios de transporte (tanto individual como colectivo), los cambios sociales y laborales, especialmente la implantación de las vacaciones pagadas, impulsaron a que el turismo tomara un papel muy importante tanto en la vida individual, como familiar y colectiva y, por tanto, en las economías nacionales.). Todos estos factores permiten el acceso al conocimiento de lugares exóticos, de ambientes naturales, culturales, paisajes de montaña, playa, etc., donde se ofrece la posibilidad de actividades lúdicas que la cultura moderna estimula y valora socialmente. Durante este proceso los trabajadores desarrollaron la necesidad de pasar sus vacaciones en lugares distintos a sus lugares de residencia, lo cual ha impulsado el movimiento de un importante volumen de viajeros a lo largo y ancho del mundo para disfrutar del placer y el ocio, con el fin de romper la rutina cotidiana. (Azevedo, J. y Gomes, C.L., 2013)

La visión crítica de la geografía del turismo se vincula con el contexto social en el que se encuentran la mayoría de los países iberoamericanos, donde las desigualdades sociales y los estados de carencia en múltiples aspectos vislumbran al turismo como una actividad alternativa para el desarrollo económico local, Hiernaux (2006), se pasa de un estudio descriptivo de los componentes físico-morfológicos del espacio a hablar de la funcionalidad espacial. El turismo se visualiza como un uso del espacio, con capacidad productora y modificadora de este, sobre el que la sociedad adquiere un carácter participante.

El turismo es entendido como una actividad de apropiación del espacio en el cual se producen impactos, teniendo en cuenta la atención de las demandas del turista. También se destaca como una posibilidad de intercambio intercultural proporcionado por los desplazamientos espaciales de las personas y como un fenómeno humano, en el cual se establecen variadas relaciones. Esta última idea se aproxima a la comprensión adoptada, en el cual el turismo es concebido como un fenómeno humano y sociocultural, dotado de valor simbólico y caracterizado por la movilidad de personas y la motivación que las instiga. (Panosso, 2005).

Por su parte, Troncoso (2008), destaca que en los últimos años han surgido trabajos desarrollados desde una geografía del turismo crítica, en la cual se incorpora la dimensión social de la actividad (visitantes, residentes y demás actores públicos y privados) y se produce una articulación de diferentes espacios (lugares de origen, destino y de transición o desplazamiento) en un solo territorio, el del turismo. En esta etapa, se ha considerado como marco de análisis la distinción entre una geografía tradicional, una crítica y los aportes para una nueva geografía del turismo, planteada por Almirón (2004).

Si bien se produce un avance en la forma de abordaje de la geografía del turismo mutando de una visión descriptiva a una más crítica, destaca Hiernaux (2008), que, después de la Segunda Guerra Mundial y hasta los años ochenta, se caracteriza por un déficit analítico evidente manifiesto en caracteres particulares como: escasa reflexión teórica sobre la ontología del turismo (el turismo es antes que todo una manifestación de la economía de los servicios), ausencia de análisis basados en los actores (individuos) del proceso turístico y carencia en el tratamiento de la dimensión cultural del turismo. Ello condiciona entonces una geografía cultural del turismo donde el objeto de estudio y la escala de análisis vuelven a cambiar.

Se establece un nexo directo entre el desarrollo de la actividad turística y la planificación y gestión del turismo en dicho espacio turístico. La articulación y ordenamiento armónico de los elementos que configuran el territorio deben adecuarse de forma integral a la actividad, de modo que los perjuicios sean menores y los beneficios mayores, ya sea en el ámbito sociocultural, ambiental, económico o paisajístico (Salinas, 2008).

Si bien los cambios de paradigma en las ciencias sociales en general y en la geografía en particular ya conllevan a transiciones en las formas de análisis y en los temas vinculantes, la producción científica contemporánea no refleja de igual forma dicha evolución. A pesar de

distinguirse un cambio en la exploración del turismo por parte de la geografía, aún se encuentra muy arraigada la base tradicionalista, existiendo prevalencia de estudios aplicados, desarrollados desde una perspectiva tradicional, antes que de los nuevos aportes reflexivos, integrales y destinados a una construcción teórica del turismo desde la geografía.

Guillen y Boada (2006), reconocen que aunque se mantienen y refuerzan ciertos destinos turísticos tradicionales, surgieron nuevos con condiciones para satisfacer una nueva demanda y que, en la amplia y también compleja discusión sobre el desarrollo, encuentran respuesta en la concepción de desarrollo sostenible. Este nuevo modelo impulsa la apertura al turismo de áreas que pueden incluir, entre otros, los patrimonios naturales, los patrimonios culturales y el mundo rural. Esto significa que se han incorporado espacios sensibles y a veces muy frágiles o vulnerables a una actividad que, sin condiciones y normas de uso bien definidas, pueden ser rápidamente degradados, aunque pareciera ser que los turistas interesados en estas áreas manifiestan una actitud comprometida con la naturaleza.

Un gran tema que abordó con detenimiento la geografía del turismo a partir de la década de 1990 es el turismo sostenible que cobra gran protagonismo hasta la actualidad, no solo en la esfera de las producciones científicas de la disciplina, sino en la creación de carreras específicas, principalmente en el ámbito de posgrado señalan Pinassi y Ercolani, (2015).

En este contexto vale preguntarse ¿no están integradas estas consideraciones de la actividad turística en una concepción geográfica?, ¿no es lo económico parte de la interpretación social?, ¿cómo interpretar lo económico sin lo social?, ¿no es lo ecológico parte del juego del sistema físico-natural que da origen a algunos atractivos turísticos?, ¿no es lo cultural, como interpretación de lo social, parte de los atractivos del paisaje geográfico?, ¿cómo separar los atractivos físico-naturales de los culturales?. Advierten Guillen y Boada (2006), que el turista no viaja sólo para disfrutar el confort de una cierta infraestructura y equipamiento, sino que los utiliza para tener acceso a visitar, admirar y disfrutar lugares especiales, naturales y culturales. Es decir, los turistas viajan y requieren la infraestructura, equipamiento y redes de servicio en el área de recepción para tener acceso a los 'recursos turísticos' o 'atractivos turísticos' formados por los paisajes, recursos naturales, manifestaciones culturales y folklóricas y centros urbanos de especial interés. Viajan a esos sitios únicos y exóticos que forman parte de un paisaje geográfico que se constituye en la 'materia prima' del turismo y que ofrece para el turista la posibilidad de disfrute físico y psíquico y para la comunidad receptora la posibilidad del recurso económico. En esta área el turista necesita estos bienes tangibles para desarrollar sus expectativas, que pueden definirse como subjetivas o intangibles y que valorará según sus propias motivaciones y experiencias recreativas.

En estos modelos se observa que la evolución y el dinamismo de un espacio están condicionado por los componentes territoriales, económicos y sociales del mismo espacio, por el contexto económico de la región y por las tendencias económicas nacionales y mundiales. Además la demanda está condicionada por cambios políticos y económicos y la oferta es consecuencia de las estrategias y actuaciones que se dan en los espacios receptores a escala regional y local. El turismo no es una actividad exógena al espacio y a la sociedad, debe reconocerse la preocupación por estudiar el ensamblaje del turismo en el medio productivo y natural donde se desarrolla. (Vera *et. al.*, (1997). Sin embargo, la incorporación de cada área a la actividad turística debe ser objeto de claras estrategias de ordenación territorial. Y es necesario porque las consecuencias del desarrollo turístico no controlado pueden acarrear efectos degradantes para el contexto cultural y ambiental en el área geográfica considerada.

Guillén y Boada (2006), apuntan sobre la importancia de la discusión geográfica sobre el turismo y sus distintas expresiones, así como los vínculos que surgen con la incorporación de áreas especiales, protegidas e incluso aquellas en degradación, en la oferta turística. Es una discusión que conduce a reinterpretar la geografía humana, la ecología, la biodiversidad y la educación a la luz de una visión integral para proteger y recuperar paisajes, al mismo tiempo que en el marco del turismo científico ofrecería la posibilidad de vincular el aprendizaje formal e informal con la investigación.

4. DIMENSIONES DE LA GEOGRAFÍA DEL TURISMO

A partir de lo establecido por Luis (1987), se resumen los principales abordajes de la geografía del turismo desarrollada hasta este periodo: la explicación de las pautas existentes en los desplazamientos espaciales de ciertos grupos sociales (la esfera de lo que se conoce como tiempo libre discrecional), el análisis de las regularidades que se dan en la distribución espacial de una serie de servicios (oferta o *facilities*), así como las interacciones entre la oferta y la demanda, junto con, más tardíamente por lo general, los cambios estructurales que se producían en los lugares turísticos.

Pearce (1988), por su parte señala que el campo de actuación de la geografía del turismo puede establecerse a partir de seis áreas específicas:

- los patrones de distribución espacial de la oferta
- los patrones de distribución espacial de la demanda
- la geografía de los centros vacacionales
- los movimientos y flujos turísticos
- el impacto del turismo
- los modelos de desarrollo del espacio turístico

Guzmán y Fernández (2002), consideran los siguientes elementos básicos de la territorialidad del fenómeno turístico: motivación, desplazamientos, espacios turísticos y procesos de desarrollo. En cuanto a la distribución territorial de la actividad turística se distinguen tres tipos de factores de localización: espaciales, ambientales y dinámicos, constatándose así que las pautas espaciales del turismo, en el ámbito mundial, presentan tres rasgos básicos: la intensidad del movimiento turístico nacional, el carácter regional de la estructura espacial y la asimetría y desigualdad del turismo mundial como resultado de la localización concentrada de los espacios turísticos emisores y receptores. Por otro lado, teniendo en cuenta los múltiples efectos espaciales de las actividades turísticas, las variables densidad y escala son cuestiones fundamentales para entender las formas de articulación territorial del turismo.

Guillen y Boada (2006), sugieren que la geografía del turismo involucraría distintas dimensiones y perspectivas y consideran más integración a partir de la formación y el desarrollo del circuito turístico, o sea:

- Áreas de emisión turística:

La mayor parte de los turistas son trabajadores con vacaciones pagadas y en consecuencia, la mayoría procede de las sociedades y grupos sociales que gozan de este derecho laboral. En esta área se realiza todo el proceso de selección y decisión del viaje y por tanto comprende todo el proceso de elección del lugar y las razones o motivaciones para la elección. Se decide también si se viaja solo o en grupo, la duración y la forma del viaje (transporte), el costo y gastos de viaje, el tipo de alojamiento y otros servicios a incorporar para el disfrute de las vacaciones. La investigación del mercado toma en cuenta todas estas variables, las cuales se incorporan en el proceso de comercialización y más ampliamente en todos los aspectos organizacionales, administrativos y de planificación de inversiones. Pero los turistas pueden ser objeto en su área de partida de otras investigaciones no cuantitativas, como la motivación del viaje. Con ello se pretende conocer las razones profundas del comportamiento humano que influyen en la selección del destino vacacional y de ciertos rasgos de los servicios turísticos.

- Áreas de recepción turística:

Permiten comprender que la relación entre el turismo, el turista y el área visitada es muy estrecha, casi inseparable. Una vez llegado al lugar elegido, esta área de recepción se convierte en el marco de la convivencia social entre turistas y de éstos con la comunidad residente, a través del intercambio de bienes y servicios. Aquí se realiza la interacción cultural y los procesos de comunicación entre los visitantes y los visitados. Es decir, el área de recepción es el área de encuentro de la población que tiene la posibilidad del disfrute del ocio y de la población que trabaja para hacer posible ese disfrute a través de sus servicios y de la infraestructura, la red de servicios, edificaciones y lugares abiertos para la recreación al aire libre, los cuales garantizan la calidad del espacio turístico recreativo.

Fueron clasificados por Albach (2015), seis aspectos de la Geografía del Turismo como una contribución importante al estudio del fenómeno turístico teniendo en consideración sus dimensiones espaciales: los geográficos, los de investigación y enseñanza, los socioambientales, los socioculturales, los socioeconómicos y los de planificación y gestión.

Sin embargo para la disciplina geográfica Pinassi y Escolani (2015), concentran las temáticas en los siguientes grupos:

- Turismo y espacio: aquellas contribuciones que abordan la potencialidad de los destinos turísticos, el análisis de la oferta turística y la descripción, estudio y consumo de los recursos turísticos, principalmente.
- Turismo y desarrollo: analizan las contribuciones de la actividad turística al desarrollo económico, social y ambiental de los destinos desde una perspectiva geográfica.
- Turismo y medio ambiente: estudios de capacidad de carga, problemáticas o potencialidades de las áreas naturales, diseño de senderos, ecoturismo, estudios de impacto turístico y patrimonio natural.
- Turismo y cultura: abordaje de temáticas asociadas al patrimonio cultural y territorial, la cultura como recurso turístico, mercantilización de la cultura, entre otras.
- Turismo y sociedad: vinculado al estudio de los actores turísticos de un destino, la concientización turística de la población local, la representación de los espacios de ocio y el análisis de los espacios de vida y espacios vividos en destino.

5. CONCLUSIONES

El objeto de estudio y el enfoque desde el cual se ha abordado al turismo desde la geografía ha evolucionado a la par de los cambios de la sociedad y de la epistemología de la disciplina. Se ha pasado de un estudio meramente descriptivo y superficial a uno más crítico, centrado en el individuo y con un sesgo cultural preponderante, no obstante en la actualidad existen debilidades en la visión integral de la geografía del turismo.

La reciente difusión del turismo en la sociedad explica, en buena parte, la consolidación de los estudios en turismo en general y de la geografía turística en particular, que a pesar de ser un campo de estudio relativamente nuevo, ha logrado avances importantes.

Resulta necesaria la concentración de esfuerzos en la obtención y divulgación de resultados de investigaciones relevantes para la construcción del conocimiento en el área. Se puede afirmar que esto será posible a través de una formación académica en perspectiva continuada, de naturaleza interdisciplinaria y con formación de asociaciones entre investigadores de diferentes áreas, abriendo nuevas posibilidades para profundizar los estudios sobre geografía turística.

BIBLIOGRAFÍA

Albach, V. (2015). A difusão da pesquisa em geografia do turismo na Ibero-America. Tese (doutorado) - Universidade Federal do Paraná, Setor de Ciências da Terra, Programa de Pós-Graduação em Geografia.

Almirón, A. (2004). "Turismo y espacio: aportes para otra geografía del turismo". *GEOUSP: Espaço e Tempo* 16, pp. 166- 180.

Azevedo, J. y Gomes, C.L. (2013). "El ocio y el turismo en los artículos publicados en revistas académicas de turismo". *Estudios y perspectivas en turismo*. vol.22 no.5, pp. 875-894.

Balastrieri, A. (2003). *Geografía do turismo: novos desafios*. En cómo aprender turismo, como ensinar, organizado por Luis Godoi Trigo, 3ra edición. São Paulo: Senac. pp. 87-122.

Bertoncello, R. (2002). "Turismo y territorio: otras prácticas, otras miradas". *Aportes y Transferencias* 6 (2), pp. 29-50.

- Bertoncello, R. (2007). "Turismo y territorio: aportes para una geografía del turismo". Ponencia presentada en el I Congreso de Geografía de las Universidades Nacionales, Universidad Nacional de Río Cuarto, Córdoba.
- Butler, R. (1980). "The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources". *Canadian Geographer* 24 (1), pp. 5-12.
- Fernández, A. (2002). "Foro de debate: la actividad investigadora". Discusión presentada en el VIII Coloquio de Geografía del Turismo, Ocio y Recreación: la Geografía y la Gestión del Turismo, Asociación de Geógrafos Españoles (AGE), Universidad de Santiago de Compostela, Santiago de Compostela.
- Gomes, C. L., Pinheiro, M. y Lacerda, L. (2010). "Lazer, turismo e inclusão social: Intervenção com idosos". En: Fundamentos políticos de inclusão social Editora Universidad Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte. ISBN: 978-85-7041-818-0.
- Guillén I. y Boada, C. (200). "Turismo, biodiversidad y academia ¿una opción para la extensión universitaria? el caso de la Universidad de Los Andes, Mérida-Venezuela". *Revista Geográfica Venezolana* vol.47 nro.1. versión impresa ISSN 1012-1617
- Guillen, I. (2000). "El turismo como propuesta de desarrollo de una comunidad indígena en el ordenamiento territorial del Amazonas". *Revista Geográfica Venezolana*. 41(1), pp. 101-115.
- Guzmán, A. Fernández, G. (2002). El turismo desde la geografía. *Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales*, Vol. VII, nº 365.
- Hernández, F. M. y Ordoqui, J. M. (2009). "La geografía como campo científico, educativo y de acción. Los desafíos y compromisos en el siglo XXI". *Sapiens* vol.10 nro.1 Caracas.
- Hiernaux, D. (2006). Geografía del turismo. En: Tratado de geografía humana. Barcelona: Anthropos, Universidad Autónoma Metropolitana. pp. 401-432.
- Hiernaux, D. (2008). "El giro cultural y las nuevas interpretaciones geográficas del turismo". GEOUSP: *Espaço e Tempo* (23), pp. 177-187.
- Lew, A. (1999). "Editorial: A Place Called Tourism Geographies". *Tourism Geographies* 1 (1), pp. 1-2.
- Luis, A. (1987). "La evolución internacional de la geografía del ocio". *Cuadernos Críticos de Geografía Humana* 12 (69).
- Miossec, J. M. (1976). *Eléments pour une théorie de l'espace touristique*. Aix-en-Provence: Centre des Hautes Études Touristiques.
- Miossec, J. M. (1977). "Un modèle de l'espace touristique". *L'Espace géographique* 6 (1), pp. 41-48.
- Ortega, J. (2000). *Los horizontes de la geografía: teoría de la geografía*. Barcelona: Ariel.
- Panosso, A. (2007). "Filosofía del turismo. Una propuesta epistemológica". *Estudios y perspectivas en turismo*. v.16 n.4, pp. 389-400.
- Pearce, D. (1988). *Desarrollo turístico: su planificación y ubicación geográfica*. México: Trillas.

Pinassi, A, y Ercolani, P. (2015). Geografía del turismo: análisis de las publicaciones científicas en revistas turísticas. El caso de Argentina. Cuadernos de Geografía. *Revista Colombiana de Geografía*. Vol. 24, nº 1. ISSN 0121-215X, pp. 213-230.

Salinas, E. (2008). "Ordenación, planificación y gestión de los espacios turísticos: aspectos teórico-metodológicos". *Tendencias 2* (4), pp. 11-16.

Salvà, P. (1997). Los recursos naturales y culturales de América Latina como potencia turística en las nuevas tendencias del turismo internacional. En: Territorios en Redefinición. 8to. Encuentro de Geógrafos de América Latina. Simposio V, 5.3 (739). Facultad de Filosofía y Letras. Buenos Aires - Argentina.

Soja, E. (1993). Geografías Pós- Modernas. A reafirmação do espaço na teoria social crítica. Río de Janeiro.

Troncoso, C. (2008). Creando un lugar turístico y patrimonial: las transformaciones de la Quebrada de Humahuaca a partir de los procesos de construcción de atraktividad turística y patrimonialización. Tesis de doctorado, Universidad Nacional de Buenos Aires.

Urkidi, P. (1994). "La geografía: fundamento epistemológico y aplicación didáctica". Lurralde: *Investigación y espacio* 17, pp. 153-191.

Vera, F., López, F., Marchena, M. y Antón, S. (1997). Análisis territorial del turismo: una nueva geografía del turismo. Barcelona: Ariel. ISBN 84-344-3455-5.