



RIDAA
Repositorio Institucional
Digital de Acceso Abierto de la
Universidad Nacional de Quilmes



Universidad
Nacional
de Quilmes

Sileo, Silvia

Geografía y turismo, un encuentro espacial



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Argentina.
Atribución - No Comercial - Sin Obra Derivada 2.5
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/ar/>

Documento descargado de RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes de la Universidad Nacional de Quilmes

Cita recomendada:

Sileo, S. (2012). *Geografía y turismo, un encuentro espacial*. *Revista de ciencias sociales*, 4(21), 93-105.
Disponible en RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes <http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/1542>

Puede encontrar éste y otros documentos en: <https://ridaa.unq.edu.ar>

Silvia Sileo

Geografía y turismo, un encuentro espacial

Introducción

El interés de la geografía en el turismo es de larga data. Diferentes autores han intentado dilucidar las características de los vínculos posibles entre ambas disciplinas, procurando comprender la manera en que una y otra aportan elementos de análisis a sus respectivas reflexiones. La delimitación del campo geográfico ha enfrentado, desde el nacimiento mismo de esta ciencia, a aquellos que se abocaron a su estudio; nosotros entendemos que la geografía entiende sobre aquellos procesos a través de los cuales los grupos sociales construyen el mundo: para Claval (1979, p. 51), la geografía estudia “el papel del espacio en la vida de cada cual y en el funcionamiento de la sociedad, y descubre los principios que atan a los seres humanos al medio natural, los que les impulsan a dispersarse, y los que tienden a reunirlos”; en tanto que incluimos para turismo la noción aportada por la Organización Mundial del Turismo que se refiere a todas “las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros” (Sancho, 1998, p. 11). En esta relación entre desplazamientos sociales, motivaciones humanas y espacio geográfico y vehículos que los seres humanos utilizan para vincularlos, la geografía y el turismo se confrontan, abrevan una en el otro y ponen en cuestión sus argumentos.

Ya hacia 1841, Kohl observaba la influencia de los movimientos humanos en la transformación del ambiente (Gómez, 1987, p. 9), y tal reconocimiento continúa siendo pertinente en la actualidad, cada vez que asistimos a los efectos que la actividad turística ocasiona, tanto en el ambiente de los destinos –en los sitios y en sus residentes– como en los propios turistas. Precisamente, en la comprensión de *ambiente* incluimos tanto al medio físico como a

la sociedad que en él se inserta, y afirmamos que toda actividad de la humanidad no solo afecta al medio natural sino también al social. Los seres humanos, como dueños absolutos de la naturaleza, o como uno de los componentes de la misma: entre ambas posturas extremas se encuentra un intermedio, “el hombre como cuidador de la naturaleza, que no tiene el derecho absoluto sobre ella, sino el deber de preservarla al mismo tiempo que la utiliza para sobrevivir” (Reboratti, 2000, p. 18).

En esta línea, el turismo como producto social afecta tanto a las áreas que comprende como a la sociedad que en ellas se involucra. En su dimensión económica, pone en juego la interrelación entre desarrollo, crecimiento, mejora de la calidad de vida y sustentabilidad, en una articulación entre las lógicas diferentes que necesariamente aparecen en la discusión.

Un análisis que contemple estas premisas básicas (geografía, turismo, sociedad, economía) precisará, por lo tanto, explorar las diferentes variables que intervienen en los fenómenos determinados por el intercambio turístico/geográfico y que contribuyen a producir distintas configuraciones espaciales de acuerdo al modo en que aquellas dimensiones participan.

Al entender que el punto de encuentro entre geografía y turismo es el *espacio*, la observación de las características geográficas que este presenta ante cada intervención turística posibilitará comprender al turismo desde la óptica de la geografía. Ver al turismo con ojos de geógrafo, esto es lo que se procura en estas páginas.

MATERIAL DE DIFUSIÓN

El espacio como categoría de análisis geográfico y turístico. Otras categorías conceptuales

Dentro de los conceptos fundamentales del campo geográfico, el *espacio* surge como soporte de los sucesos que *a posteriori* se estudien. En esta categoría se sintetizan todas aquellas investigaciones que un geógrafo pueda emprender, ya que estas estarán sujetas a un espacio que actúa, al mismo tiempo y sucesivamente, como origen y como producto. Quienes se han dedicado a definirlo, lo han conceptualizado como sistema, como reunión, como escenario, aunque, fundamentalmente, como construcción social, testimonio de las acciones que el hombre en comunidad provoca, transformando y transformándose a sí mismo, dinámicamente. Esta mutación constante del espacio a causa de la actividad humana es señal de los cambios y continuidades en las intenciones

de los individuos y permite entender, a través de las marcas dejadas, los diferentes procesos que han tenido lugar en la historia de la humanidad.

La construcción que las sociedades realizan de sus propios espacios determina, al mismo tiempo, la necesidad de advertir, a medida que avanzan en su tarea, las respuestas que el medio opone a sus acciones. En este ir y venir de prácticas (sociedad-ambiente-sociedad) es donde se va gestando el espacio producido y productor de otras tantas praxis; la comprensión de las lógicas que guían estos procesos es objeto del campo geográfico y centro de sus preocupaciones. Como parte de la realidad humana, el espacio es no solo el sustento sino el resultado del continuo accionar social y reflejo desenmascarante de este. Hablamos aquí de una acción relacional, es decir una acción que no puede ser entendida sino en la comprensión de las causas que la impulsan y de las intenciones que pretenden justificarla. Estas intenciones –guiadas por todo un sistema de valores y creencias particular de cada grupo social– definen el modo en que se manifiesta cada espacio, y lo guían hacia su resultado, nunca definitivo. Sin embargo, como afirma Santos (1996, p. 8), los sistemas de objetos y sistemas de acciones resultantes en el espacio son inseparables; estos se conjugan entre sí y fluyen, del pasado al futuro, a través de un presente continuo en el cual la sociedad se manifiesta en el hoy. Es justamente el hoy el que vemos en el espacio: es lo que ha logrado, para bien o para mal, la sociedad que lo construyó.

El interés de la geografía sobre los análisis turísticos parte, fundamentalmente, de la concepción de espacio y de la comprensión de los modos en que el turismo se interesa en este. Como práctica social, el turismo percibe el espacio existente y, desde ese momento, comienza su intervención sobre él: a través del trabajo de la sociedad se presenta también como práctica económica.

Sin embargo, otras categorías conceptuales son llamadas a intervenir en la discusión entre geografía y turismo, toda vez que se debate acerca de la pertinencia de la mirada geográfica sobre el campo turístico. Dentro de ellas, entendemos que es necesario mencionar el *paisaje*, la *región* y el *lugar*, como conceptos que ambas disciplinas exigen precisar. El corpus geográfico otorga herramientas teóricas que permiten definir estas nociones; nos preguntamos si, al mismo tiempo, las mismas pueden ser aprovechadas por el turismo para entender las problemáticas propias de esta disciplina.

En relación al paisaje, distintos autores han insistido en la consideración de la percepción de las áreas para la conceptualización de dicho término. De este modo, la definición de un paisaje es función directa del modo en que un individuo interpreta el sitio que se

encuentra ante él. Cada miembro de un grupo social lleva consigo una carga histórica, de sentimientos, vivencias y sensaciones, que intervienen en la manera en que se planta frente a una porción de espacio y lo observa de acuerdo a su experiencia. No solo se percibe el medio físico: las huellas de las civilizaciones que lo han transitado son detectables en él y lo caracterizan:

El paisaje es la expresión externa polisensorialmente perceptible del medio: el medio se hace paisaje cuando alguien lo percibe. Esta percepción se produce de una vez sobre el conjunto –“compositum”– del sistema ambiental, es subjetiva, variable, por tanto, en razón del tipo de perceptor, y se adquiere a través de todos los órganos de percepción, directos e indirectos, que operan en el observador: vista, oído, olfato, tacto [...] Es la experiencia perceptiva quien induce en el individuo los sentimientos determinantes de la clasificación y valoración del paisaje; se refiere, pues, a las relaciones del hombre con su lugar, es la “forma que nos forma y nos informa” (Gómez Orea, 2002, p. 56).

Pero en la comprensión del paisaje, vienen a la mirada del espectador su cúmulo de conocimientos previos, que él mismo, junto con su entorno, ha construido. Y en su percepción se juegan, por lo tanto, y sumado a la materialidad y humanidad del paisaje, la historia del que observa y su carga personal. Así, el paisaje varía según cada persona: una manera de verlo, subjetiva, anclada al pasado de quien mira y de quien es mirado.

El lugar, en tanto, nos remite a la noción antropológica que explica Augé (1992): es aquello con lo cual el hombre se identifica, lo siente propio. Es el sitio en el que tiempo y espacio se combinan en la constitución de una significación particular, que es única y particular, tan especial para cada ser humano, que lo hace diferente de otros lugares. Este lugar, personal e inconfundible –reconocible aun cuando no lo hayamos conocido aún–, nos convoca, permanentemente, a su búsqueda. Y al hallarlo, el hombre se encuentra, a sí mismo.

Estas tres nociones geográficas –espacio, paisaje, lugar– son resignificadas por el turismo, que las adopta para sí, imprimiéndoles sus propias experiencias.

Categorías espaciales geográficas y turismo

La sociedad construye el espacio en el cual habita, a través de sus prácticas. Estas, que son prácticas económicas, culturales, sociales, psicológicas, ambientales, determinan la modificación continua,

dinámica del espacio habitado de acuerdo a las intencionalidades humanas. Así, según las propias experiencias sociales, el hombre observa el espacio que lo rodea y ve en él un escenario sobre el cual puede encontrar la satisfacción de sus necesidades; no obstante, las acciones a realizar son dictadas por sus lógicas particulares, las cuales dirigen el camino a seguir.

Ahora bien, dichas lógicas son diferentes entre los grupos humanos, y entre los individuos entre sí. De esta manera, y como resultado, se producen acuerdos y conflictos en la interacción entre las sociedades, que derivan en otras tantas consecuencias sobre el espacio sobre el cual se desenvuelven.

En el caso del turismo, las prácticas realizadas por los actores sociales involucrados imprimen asimismo modificaciones al espacio. Precisamente, las formas geográficas brindan la materia prima para el desarrollo de la actividad, que se convierte en atractivo gracias a las estrategias que aporta el turismo. En esto se basa parte de la actividad turística: en detectar los modos de aprovechamiento del elemento potencialmente turístico y la visión de la posibilidad de transformarlo en un producto turístico. La geografía del sitio de destino recibe entonces la intención de determinados sujetos sociales que observan la capacidad de dicho espacio para dedicarlo al turismo; a partir de esta percepción comienza la acción turística sobre el espacio detectado.

El espacio geográfico, de esta manera, sometido a las prácticas turísticas, va mutando según los intereses superpuestos. Los procesos culturales, económicos, políticos, históricos, tecnológicos, influyen asimismo en la acción que, de la mano del turismo, se imprime en el espacio. Y este, sensible a las acciones humanas, deriva hacia un resultado que, por lo general, suele resultar imprevisible.

En el espacio geográfico, convertido así en espacio turístico, confluyen el paisaje y la sociedad que en el hoy vive allí. Es lo que el turista ve, es aquello que percibe con sus sentidos y de acuerdo con su historia, observa lo que han logrado otros que habitaron ese sitio en el pasado, más el grupo social, que con sus problemáticas actuales sobre este espacio habita al presente. Este paisaje, recurso para la actividad turística, confluye, junto a otros elementos, en la conformación de la experiencia del turista, que lo consume de acuerdo a sus necesidades. Y entre estas, más allá de las motivaciones que lo impulsan al viaje, deben ser consideradas aquellas que componen las subjetividades que intervienen al momento de la percepción del paisaje que ha ido a buscar. Así, cada paisaje se torna único, no solo según las condiciones físicas de origen y el contexto sociohistórico en el cual se produjo, sino además de acuerdo con la experiencia de quien lo observa –sus propias geo-

grafías. Y en la comprensión de las necesidades del turista es que cada paisaje se vuelve atractivo, adquiriendo valor solo para quien pueda detectarlo. La forma en que la actividad turística toma este atractivo y lo organiza, adicionándole otros factores indispensables –infraestructuras de traslado y equipamientos para la recepción, servicios, actitudes de los residentes– determinará la medida en que el paisaje conserva en el tiempo los caracteres originales que lo hicieron atractivo. Es esta construcción espacial que la sociedad que lo habita realiza en su presente lo que influirá en la preservación de este paisaje en el futuro.

Entendemos por *paisaje* una noción específicamente cultural, inseparable de la creación humana. Es la naturaleza más lo que el hombre ha logrado sobre ella; es la manifestación de la huella de las sociedades. El turista viaja para ponerse en contacto con este paisaje y espera encontrar aquella imagen que ha organizado mentalmente, la que ha logrado bosquejar a partir de lo que escuchó, imaginó o anheló. De la vivencia con la cual se enfrenta dependerá su satisfacción o su desilusión, en caso de no hallar lo que ha ido a buscar.

Los desplazamientos de la humanidad se producen, así, a partir de una búsqueda, alimento, vivienda, subsistencia: ¿en qué medida son estas diferentes a las búsquedas que procura el turista? Para algunos, los motivos del traslado determinarán la permanencia en el sitio de arribo. Como ya vimos, interesan al turismo, de acuerdo a la noción de la OMT (Sancho, 1994, p.11), aquellos desplazamientos que no se extienden por más de un año. Pero es preocupación geográfica, tanto por las consecuencias socioeconómicas como por las marcas espaciales que determina aquellas modificaciones que la actividad turística imprime al espacio y los desplazamientos que dicha actividad genera. Los lugares cambian una vez que el turismo los detecta como potenciales atractivos, primero, para el que los habita. ¿De qué manera cambian también para el visitante? En el rastreo del lugar interviene nuevamente el concepto de lugar histórico, con el cual el que lo habita se identifica (Augé, 1992, p. 58). Pero si este lugar se convierte en sitio turístico, advertiremos que en su geografía intrínseca residente y habitante confrontan sus necesidades, la de defensa y la de consumo, la del rechazo y la del encuentro con lo buscado. Ilusión del poblador y utopía del extraño interactúan sobre un sitio devenido en testigo de la coincidencia efímera en tiempo y espacio de dos mundos diferentes; una cronología diferente para cada uno, temporalidades que entran en contacto fugazmente y que modifican al que llega y se va y al que está y permanece.

Los procesos que el turismo inicia sobre aquellos sitios potencialmente turísticos impactan en la geografía original y la transforman. El espacio geográfico recibe así el aporte turístico y continúa construyéndose.

Condiciones geográficas de los sitios turísticos

Los factores físicos, sociales y económicos –objeto de estudio geográfico– que son susceptibles de ser aprovechados por la actividad turística condicionan tanto su uso como su conservación y, por ende, la continuidad de su utilización. En algunos casos, ciertos escenarios de innegable atracción han sido visualizados como destinos *per se* y el turismo –como actividad económica o como necesidad innata al ser humano– se ha dirigido hacia ellos, históricamente. Cabe recordar los desplazamientos que, desde la Antigüedad, han provocado las motivaciones religiosas, la seducción de los paisajes montañosos o marinos, la necesidad de aventurarse hacia tierras desconocidas, el encanto de las áreas benéficas para la salud, etcétera.

En otros, no obstante, a causa de la importancia creciente de la actividad turística como fuente de desarrollo económico y social, los actores involucrados comienzan a indagar acerca de las riquezas patrimoniales que poseen y que podrían derivar flujos turísticos hacia ellas, con el consiguiente beneficio derramado sobre la zona en cuestión.

Dichos flujos se desplazan, por lo tanto, hacia regiones que provocan atracción, por diferentes motivos; estos interesan a la geografía especialmente por las consecuencias provocadas sobre el espacio entendido como construcción de las sociedades.

Así, observamos una distribución espacial, a nivel planetario, de los lugares elegidos por el turismo, que determinan, al mismo tiempo, la existencia de regiones rechazadas por la actividad. Las decisiones humanas, guiadas por lógicas enmarcadas no solo en el plano económico, sino también en el político, el ambiental, el histórico y también el ideológico, escogen algunos sitios para destinarlos al turismo y relegan otros, cuyas características no los hacen elegibles para esta actividad.

De esta manera, se observa que son especialmente atractivos aquellos sitios que, en primer lugar, cuentan con paisajes de reconocida espectacularidad geomorfológica, biológica e hidrológica. Efectivamente, aquellas áreas que por sus condiciones físicas naturales son atrayentes por su originalidad escénica determinan que se visualicen como potencialmente turísticas, provocando que los actores sociales interesados dirijan hacia ellas esfuerzos políti-

cos y económicos, con el fin de proveer infraestructura de acceso y servicios necesarios. En cada continente, ciertas zonas pueden ser observadas como materia prima susceptible de ser convertida en recurso turístico; dependerá esto de la percepción de quienes lo contemplan, considerando su descubrimiento –o su ocultamiento– para la industria del turismo, consciente o no. La lógica de quien lo capta interviene en su posterior destino.

En segundo término, características climáticas favorables para determinadas actividades que los turistas llevan a cabo. Entre estas, habrá de señalarse a aquellos destinos aptos para el desarrollo de deportes invernales (presencia de nieve, sumado a condiciones topográficas propicias), o para el impulso de actividades relacionadas con el disfrute de las playas. El análisis de la historia del turismo permite localizar ejemplos del modo en que la detección de lugares con estas características encaminó la organización de sitios turísticos que han logrado reconocimiento mundial.

En tercer lugar, condiciones culturales atractivas por su originalidad y rareza, entre ellas, aquellas que persisten casi inalterables a través del paso de los tiempos y que constituyen para el turista un objeto singular a ser conocido. En sociedades cuyas costumbres resultan extrañas para el viajero se establece un elemento de atracción de flujos turísticos, cuyo riesgo principal consiste en la pervivencia de aquellos factores que lo hicieron atractivo. El patrimonio cultural como recurso turístico requiere de mecanismos que le aseguren su conservación, en el caso de que se pretenda tanto su supervivencia como su uso para el turismo.

Otros factores que determinan la atracción turística se vinculan con los procesos de producción del espacio que le dan sus características actuales a cada lugar. Entre estos, reconocemos: 1) infraestructura de acceso, superestructura turística y servicios (cuya disponibilidad posibilita la llegada y permanencia de los turistas al y en el destino, y cuya puesta en acción depende de las decisiones de los actores sociales que entienden al espacio y sus posibilidades económicas de acuerdo a sus propias lógicas); y 2) representaciones sociales, psicológicas y simbólicas de los residentes hacia la actividad turística, manifestadas en las actitudes de aquellos hacia el visitante. Los imaginarios existentes en el grupo social que habita el potencial sitio turístico resulta de interés para anticipar la recepción que habrá de experimentar el turista e impacta directamente en el grado de satisfacción que se llevaría consigo tras la llegada a destino. Estos procesos producen espacialidad, entendida esta como el espacio social, resultado de las acciones pero parte también de estas: un espacio no solo como reflejo de las decisiones de los individuos, sino acción humana en sí.

De esta manera, visión y motivación de actores sociales confluyen en la determinación de un sitio que, potencialmente turístico por sus caracteres geográficos, es escogido o rechazado para emprender en él una actividad turística, de acuerdo a los procesos de construcción espacial que experimenta. No obstante, a medida que varían las motivaciones turísticas, es dable reconsiderar cuáles son los factores espaciales que determinan la localización de los sitios turísticos; la evolución de las necesidades humanas impacta en aquellos lugares que pueden ser considerados aptos para el turismo. Los deseos del que viaja, al ser comprendidos por los profesionales del turismo, impactan en la generación de un *locus* que, siendo inicialmente *locus* geográfico comienza a ser visualizado como potencial *locus* turístico.

Lugar que es espacio, paisaje y territorio: un todo ordenado por la sociedad que le marca una función y que lo organiza, adicionando o quitando y produciendo, continuamente. Visualizamos una configuración, un arreglo específico, un espejo de lo que la sociedad es en aquel. Y el turista viaja, para integrarse y ser parte del mismo.

Configuraciones territoriales, visión geoturística

En la definición de *configuración territorial* propuesta por Milton Santos (1996), como el territorio más los objetos que en él se encuentran, es necesario visualizar el alcance completo de esta noción, con el fin de incorporarla a los estudios sobre turismo. Evidentemente, el concepto de *territorio* –en el cual intervienen cuestiones sobre poder, apropiación y dominación de un área: el “ámbito concreto en el cual la sociedad habita, convive, produce, transporta y consume” (Reboratti, 1996, p. 2)– interacciona con la acción humana sobre los elementos naturales y los aportados por el hombre mismo, en un complejo que denominamos configuración territorial. Este conjunto, mediatizado por raíces culturales, costumbres, ideologías y posibilidades económicas, aparece en el espacio como resultado contextual de un grupo social. La sociedad, en posesión de un territorio, genera sobre él una serie de procesos tendientes a satisfacer sus necesidades, y dichos procesos impactan en la organización del espacio, que muestra así una disposición particular en función del doble juego acción humana –respuesta del medio. A similares condiciones naturales se observan respuestas diferentes de la naturaleza, ya que las condiciones históricas, políticas, legales y las posibilidades tecnológicas de las sociedades

son disímiles, no encontrándose iguales consecuencias para cada espacio en diferentes lugares del planeta.

Esta imagen que nos plantea cada configuración territorial observada da cuenta de las lógicas sociales que grupos e individuos materializan sobre el medio, y refleja las concepciones que una comunidad ha forjado acerca del lugar que habita. Por acción u omisión, el modo en que se ha organizado el territorio surge a la vista del analista como la fotografía que en un momento y en un lugar se ha tomado –y emerge, en ocasiones como grito de protesta, denunciando al grupo que así lo ha concebido.

De esta manera, producción y reproducción de los territorios se sucede, a medida que se modifican los intereses de una sociedad –presionados estos por las fuerzas que intervienen en las decisiones sobre el espacio. El proceso globalizador, infiltrándose al territorio, impacta en las configuraciones previas y las transforma, derivándolas hacia modos nuevos, cuyo tratamiento no es previsto por los individuos que las habitan.

El turismo es uno de los procesos que ha intervenido en la organización de los territorios, especialmente durante el siglo XX, dinamizado por las ventajas que la globalización ha imbuido sobre la circulación de información y de personas. Y en este tránsito, en el cual algunos lugares son más elegibles que otros, quedan determinados sobre el tablero global áreas centrales y otras periféricas: el turismo, como cualquier otra práctica económica, establece cuáles son los sitios en los que es conveniente instalarse y cuáles son aquellos que, de acuerdo a la lógica económica, política o cultural, deben ser relegados. El turismo produce espacio y ordena patrones territoriales, organizando el espacio detectado como potencial turístico y moldeándolo según su propia lógica. El paisaje que fuera visualizado como atractivo –y que es “visto” por distintos individuos de manera diferente, de acuerdo a sus propias subjetividades– comienza a reestructurarse (se recrea), en pos de una visión, una imagen deseada. Lo ya existente se amolda a lo nuevo que se necesita, o se adapta, o lo sufre. En ocasiones, lo creado previamente corre riesgos, se satura, ante el impacto que supone la llegada turística a un territorio que, tradicionalmente, no la esperaba. Y se suceden las respuestas del territorio.

En esta flexibilidad que se presume de un territorio de albergar las sucesivas decisiones que inspira –incluso, de las turísticas– se incluyen las respuestas del medio natural, el social, el simbólico y el psicológico. Las ventajas que se esperan obtener a partir de la instalación de un emprendimiento económico se cotejan con lo que cada territorio está dispuesto a perder –y en el balance se establecen las respuestas territoriales. Lo privado y lo

público se encuentran –se enfrentan– y se carean, indagándose acerca de las posibilidades de ganancia y de pérdida, definiendo acciones. La acción resultante, cualquiera esta sea, provoca un impacto sobre el ambiente, entendido este en su doble dimensión natural y humano: emerge una nueva configuración territorial. Esta, poseedora de una dinámica vinculada a la propia dinámica socioeconómica, se manifiesta a través del ordenamiento de los objetos artificiales creados por la sociedad sobre el espacio localizado por esta, algunos de ellos preexistentes al objetivo actual y otros que se implantan a partir de las nuevas decisiones. De acuerdo a los intereses predominantes, el planteo de contradicciones entre lo antiguo y lo nuevo se resuelve con la desaparición de aquellos elementos considerados innecesarios, que pierden frente a los concebidos como imprescindibles. En esta contienda, surge la tensión entre los actores sociales que sustentan unos y otros, y son las variables económicas, políticas, culturales y ambientales las que se confrontan y balancean la decisión final. En el turismo, como en cualquier otra actividad, las configuraciones territoriales se suceden, aparecen o prescriben, de acuerdo al interjuego entre estas variables –y compiten, entre ellas mismas, en la atracción de los flujos de demanda y consumo que se generan en el campo turístico.

El espacio responde a las decisiones que forjan el ordenamiento del territorio, y presenta a la sociedad las consecuencias de las modificaciones topográficas, hidrográficas, ecológicas que se le imponen; en el caso del turismo se asiste a la transformación de los territorios, detectándose patrones espaciales específicos que caracterizan a los sitios turísticos, producto de las acciones sociales. La geografía observa, a modo de panóptico, los cambios que se provocan, anticipando resultados o señalando potencialidades y caracteriza la manera por medio de la cual el espacio geográfico deviene en espacio turístico.

Conclusiones

Las necesidades del ser humano y la existencia de recursos, sumadas a las posibilidades tecnológicas que posee para alcanzar sus objetivos, convierten al espacio geográfico en espacio económico. Aquellas que pueden ser satisfechas a través del turismo detectan espacios que se convierten en espacios turísticos. La puja entre las acciones requeridas para transformar a un espacio geográfico en uno apto para destinarlo a la actividad turística establece una bisagra entre actores que demandan y territorios que ofrecen

sus recursos para consumir. El análisis geográfico de los modelos existentes de localización del turismo permite comprender la manera en que los factores naturales, culturales, sociales, políticos, sociales y económico se disponen, interactuando con otros espacios y posibilitando detectar geografías que puedan dar inicio a geografías turísticas.

Las estrategias que aporta el turismo, incorporadas a la materia prima revelada a través de diagnósticos emprendidos desde la geografía, indican los potenciales recursos para la actividad turística –explicando las causas que influyen en la localización de los atractivos turísticos– y señalan el área donde se plasman los flujos que relacionan turistas y destinos. Todos los elementos y factores que hacen al desarrollo del turismo –atractivos, servicios, infraestructura, superestructura– se distribuyen espacialmente, interactuando entre sí, en un juego interactivo entre escalas: la localidad de los destinos se introduce en las lógicas globales y estas en aquella. La globalización ha acentuado la movilidad de los seres humanos, a través de los adelantos tecnológicos: siempre ha habido viajeros que recorrieron el planeta. Pero hoy, la velocidad a la que asistimos en el tránsito de personas y de información pone a disposición del individuo motivado a viajar amplias posibilidades, limitadas solo por la presencia económica entre la geografía de origen del turista y la de su destino. Ambas se relacionan también, imbricándose la una en la otra: origen y destino se superponen y se influyen mutuamente. Del destino emana una imagen que llega al potencial turista y este se desplaza para ponerse en contacto con aquel, confrontar lo que tiene en su interior con lo que percibe a su llegada y armar en su mente una geografía personal, intermedia entre lo esperado y lo que la acción humana ha concebido como espacio turístico en aquel, que alguna vez fue solo geográfico.

Bibliografía específica

- Augé, M. (1992), *Los no lugares. Espacios de anonimato*, Barcelona, Gedisa.
- Claval, P. (1979), *La nueva geografía*, España, Oikos Tau.
- Gómez, A. (1987), *La evolución internacional de la geografía del ocio*, Barcelona, Universitat de Barcelona.
- Gómez Orea, D. (2002), *Evaluación de impacto ambiental*, Madrid, Mundi Prensa.
- Reboratti, C. (1996), “Teoría ambiental del territorio”, en *Módulo Teoría ambiental*, Mar del Plata, GADU-CIAM-FAUD, Universidad Nacional de Mar del Plata.

Reboratti, C. (2000), *Ambiente y sociedad. Conceptos y relaciones*, Buenos Aires, Editorial Planeta Argentina, Ariel.

Sancho, A. (1998), *Introducción al turismo*, Madrid, OMT.

Santos, M. (1996), *A natureza do espaço. Técnica e tempo, razão e emoção*, San Pablo, Hucitec.

(Evaluado el 28 de octubre de 2011.)

Autora

Silvia Sileo es magister en Docencia universitaria (UTN-FRBA), especialista en Desarrollo y gestión del turismo (UNQ), licenciada en Geografía (Untref), licenciada en Gestión educativa (Untref), Técnico y guía superior de turismo (ISFT N° 173), profesora de Geografía (ISP Dr. J. V. Gonzalez), docente de la Universidad Nacional de Quilmes en la licenciatura en Hotelería y Turismo, y de la Universidad Nacional de Lanús. Además, capacitadora del área Geografía de la Provincia de Buenos Aires. Publicaciones recientes:

— Integrante del equipo de redacción de *Malvinas en la historia. Una perspectiva suramericana*, Lanús, Universidad Nacional de Lanús, Programa de Investigación y Desarrollos Pedagógicos del Observatorio Malvinas, con la colaboración del Departamento de Planificación y Políticas Públicas y la dirección de Educación Permanente, Ediciones UNLa, 2011.

— “Geografía, espacio y turismo. Carpeta de trabajo”, Bernal, Universidad Virtual de Quilmes, 2011.

— *El manejo de las aguas subterráneas*, Editora Estelar, 2009.

Cómo citar este artículo:

Sileo, Silvia, “Geografía y turismo, un encuentro espacial”, *Revista de Ciencias Sociales, segunda época*, año 4, N° 21, Bernal, Universidad Nacional de Quilmes, otoño de 2012, pp. 93-105.