

GEOGRAFÍA Y TURISMO: UN ESTUDIO BIBLIOGRÁFICO (1981-2011) Y DE INNOVACIÓN ADAPTADO AL ESPACIO EUROPEO DE EDUCACIÓN SUPERIOR (EEES)

Carlos Oliva Marañón
carlos.oliva.maranon@urjc.es
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Rey Juan Carlos

Resumen

La Geografía se concibe como un factor relevante para el estudio del sector turístico, ya que el turismo es geográfico por naturaleza e involucra movimientos y actividades a través del espacio geográfico. Las características de los lugares y las identidades personales se forman a través de las relaciones creadas entre paisajes y personas. Las Fuentes de Información contienen datos útiles para satisfacer una demanda de conocimiento. El objetivo de esta investigación es evaluar la producción científica relativa al área de Geografía del Turismo durante el período 1981-2011. Se han consultado el Catálogo Colectivo de las Bibliotecas de las Universidades Españolas (REBIUN), auspiciado por la Conferencia de Rectores de las Universidades Españolas (CRUE); y el Catálogo de la Biblioteca Nacional de España (BNE). Las búsquedas se han realizado por título, materia y fecha de publicación. Además, se han estudiado variables como la producción científica por años, la tipología del documento, la visibilidad de las editoriales y la cobertura geográfica de las publicaciones. Los resultados confirman la escasa producción científica en esta área en comparación con otras disciplinas como Geomorfología, Geografía Económica, Climatología o Geografía Urbana, así como la utilidad de estas herramientas documentales para docentes e investigadores en la Sociedad del Conocimiento.

Palabras clave

Geografía del Turismo. Estudio bibliográfico. Catálogos Colectivos. Difusión del Conocimiento. Recuperación de Información.

GEOGRAPHY AND TOURISM: A BIBLIOGRAPHIC STUDY (1981-2011) INNOVATION AND ADAPTED TO THE EUROPEAN HIGHER EDUCATION AREA (EHEA)

Abstract

Geography is seen as a factor relevant to the study of Tourism, since Tourism is geographic in nature and involves movements and activities through geographic space. The characteristics of places and personal identities are formed through the relationships created between landscapes and people. The sources contain useful data to satisfy a demand for knowledge. The objective of this research is to evaluate the scientific production on the Geography of Tourism area during the period 1981-2011. It has consulted the Union Catalogue of the Libraries of Spanish Universities (REBIUN), sponsored by the Conference of Rectors of Spanish Universities (CRUE), and the Catalog of the National Library of Spain (BNE). The research has been conducted by title, subject and date of publication. Furthermore, variables have been studied as

scientific production for years, the type of document, the visibility of publishers and geographic coverage of publications. The results confirm the low scientific production in this area compared to other disciplines such as Geomorphology, Economic Geography, Climatology and Urban Geography, and the utility of these tools for teachers and researchers documentaries in the Knowledge Society.

Keywords

Geography of Tourism. Bibliographic Study. Union Catalogs. Expansion of Knowledge. Information Retrieval.

1. INTRODUCCIÓN

La Geografía es una Ciencia con una breve historia y un largo pasado. Con ello, puede afirmarse que se pueden encontrar algunos enfoques y contenidos de estudio que recuerdan a los actuales en un tiempo lejano de veinte o veinticinco siglos. Ello se representa, singularmente, en determinadas ramas de la Geografía, en particular para aspectos de lo que se denomina en la actualidad *Geografía Regional* y *Geografía Física* (Vilà, 1984). Por lo que respecta a la *Geografía Humana*, estudia las interacciones hombre-medio en todas las direcciones y sentidos: condicionamientos del medio a la actividad humana, transformaciones antrópicas positivas y negativas del medio o del paisaje; es decir, que debe comprender el estudio tanto del paisaje "humanizado" como del "deshumanizado" y la contaminación del medio ambiente.

La influencia de los grupos humanos sobre el medio se incrementa en función de la elevación de su nivel tecnológico; de modo que una sociedad evolucionada llega a dominar y transformar el medio o el paisaje, incluso hasta unos extremos en que el paisaje degradado y el medio ambiente contaminado pongan en peligro la propia existencia de dichas sociedades. La influencia del medio en la actividad humana se ejerce a través del clima, de la vegetación, en menor medida de la fauna, y del suelo. Estos elementos pueden analizarse separadamente para una mayor claridad, pero en realidad existen múltiples formas de interacción entre ellos, de modo que será a través de los grandes ecosistemas zonales del Globo como mejor se pueda comprender la influencia del medio en la actividad humana (Bielza de Ory, 1984).

En el actual proceso de la globalización y de la mundialización de la economía, el fenómeno turístico también aparece como un agente al facilitar flujos de personas, bienes y servicios entre ámbitos territoriales y culturales diferentes. La Organización

Mundial del Turismo (OMT) define el turismo como "el conjunto de 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 motivos, no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado"¹. La utilización de este amplio concepto permite identificar tanto el turismo entre países como el turismo dentro del propio país. El "turismo" se refiere a todas las actividades de los visitantes, es decir, incluidos los "turistas" (visitantes que pernoctan) y los "visitantes del día" (excursionistas).

El objetivo fundamental de la Organización Mundial de Turismo es "la promoción y el desarrollo del turismo con vistas a contribuir al desarrollo económico, la comprensión internacional, la paz, la prosperidad y el respeto universal, y la observancia de los derechos humanos y las libertades fundamentales para todos, sin distinción de raza, sexo, lengua o religión. La OMT establece todas las medidas adecuadas para conseguir este objetivo"². Igualmente, los flujos turísticos se definen como "aquellos movimientos de turistas que se desplazan de un lugar a otro; en el esquema turístico representan el enlace entre los destinos y las regiones en donde se genera la demanda"³.

Desde la aparición a finales del XVIII y principios del XIX de los primeros flujos turísticos hasta la consolidación a mediados del XX del turismo de masas, un elevado número de regiones se han ido convirtiendo en destinos de viaje, incorporándose progresivamente como periferias turísticas cada vez más lejanas desde las principales zonas emisoras. El resultado es que el turismo hoy, en gran cantidad de países, no es sólo un importante sector económico, sino también una actividad con enorme influencia en la configuración del paisaje y del territorio. Esta creciente importancia territorial del turismo ha propiciado que, poco a poco, la Geografía le haya ido prestando atención, incorporando su análisis al de otras actividades humanas que, como la agricultura, la industria o la urbanización, eran objeto tradicional de estudio de esta ciencia.

¹ http://www.unwto.org/estadisticas/basic_references/index-sp.htm

² <http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/docpdf/statutessp.pdf>

³ VIÑALS BLANCO, M.^a J. (2001): "Un fenómeno a escala mundial" en BARRADO, D.A. et al. (2001) *Geografía Mundial del Turismo*. Madrid: Síntesis, p. 14.

El estudio del fenómeno turístico es relativamente reciente en la investigación geográfica. Uno de los trabajos más antiguos donde fue usada la expresión *Geografía del Turismo*, data de 1905, escrito en la ciudad austriaca de Graz, por J. Stradner, citado por A. L. Gómez (1987), quien señala: “Stradner (1905) fue el introductor de la bibliografía germana especializada del término *Geografía del Turismo (Fremdenverkehrs geographie)*, el cual, desde entonces, ha servido para designar a la rama de esta disciplina que se ha ocupado de analizar de una manera particular ciertos impactos producidos, por lo que de una manera amplia pudiera denominarse el fenómeno del ocio”.

En lo concerniente a la *Geografía del Turismo*, se trata de una asignatura generalista que pretende aproximar al alumnado al medio geográfico como condicionante básico de la actividad turística y de ocio. Es el territorio y todos los complejos factores que lo integran quienes potencian o reducen las posibilidades o el desarrollo turístico en una sociedad concreta. De esta forma, se analizan conceptos y fuentes para la comprensión y el análisis del turismo; se exponen las interrelaciones entre la actividad turística y los diferentes medios geográficos; se valoran los impactos territoriales que el turismo genera; se diferencian las distintas modalidades en relación con los territorios en que se desarrollan; y se trata de concienciar sobre la necesaria sostenibilidad que debe acompañar al desempeño de estas actividades y a la planificación territorial que implica. Igualmente, se promulga la utilización de las Tecnologías de la Información, el manejo de las Fuentes de Información y el trabajo en equipo.

Además, el territorio y sus recursos son aspectos de enorme influencia en el sector turístico, y de gran importancia para el éxito o el fracaso de los diversos destinos y productos, con lo que su correcta planificación y gestión es indispensable en un sector cada día más competitivo y preocupado por la calidad. Por tanto, a la dimensión estrictamente científica de la *Geografía del Turismo*, dirigida a analizar las relaciones y efectos espaciales que provoca la actividad turística, hay que incorporar otra eminentemente práctica y operativa, destinada a formar profesionales y expertos en la gestión y la planificación de los aspectos territoriales y medioambientales del sector.

Todo este proceso ha sido estudiado desde diferentes puntos de vista conceptuales y metodológicos si bien diversas cuestiones terminológicas, económicas,

sociales, culturales y medioambientales han complicado su análisis y la necesaria coherencia para su comprensión, interpretación y valoración. Igualmente, conviene referirse a otros conceptos que se utilizan, junto con el de turismo, como son el de ocio y el de recreación. El término "ocio", a veces denominado tiempo libre, se refiere al tiempo sobrante después del dedicado al trabajo, los quehaceres personales y la actividad del sueño. La palabra "recreación" se refiere al conjunto de actividades que se llevan a cabo durante el tiempo de ocio. El turismo representa parte de esas actividades, pero no todas, incluyendo los desplazamientos motivados por los negocios, congresos, convenciones, encuentros, jornadas, ferias, exposiciones, etc. Teniendo en cuenta estas afirmaciones, ni todo el tiempo de ocio deriva en actividad turística, ni ésta es consecuencia de aquel.

Igualmente, conviene distinguir entre dos vocablos relacionados con el mundo del turismo: turista y excursionista. La palabra "turista" queda registrada por primera vez en 1800 en el *The Shorter Oxford English Dictionary*. El vocablo "turista" define sólo a aquellos visitantes que pernoctan una noche o más en una localidad diferente a la de su residencia para ejercitar cualquier actividad salvo aquellas que son remuneradas en el lugar visitado. Por su parte, el término "excursionista" se define como el visitante que permanece en un destino menos de 24 horas.

La primera agencia de viajes organizados data de 1851 (Thomas Cook & Son), surgiendo el comienzo de lo que se puede denominar turismo moderno, que inicialmente tenía un marcado carácter elitista, produciéndose la socialización del fenómeno turístico en las primeras décadas del siglo XX, especialmente, tras la Segunda Guerra Mundial, al extenderse las vacaciones pagadas y con el incremento del poder adquisitivo de las clases medias en los países desarrollados.

Las sociedades, sus tiempos y sus modos de vida, sus concepciones del mundo y muchos otros aspectos de la vida en colectividad han sufrido profundas transformaciones, no solo en los últimos diez años, sino de manera más evidente e intensa, desde un cuarto de siglo aproximadamente. La última década ha sido portadora de cambios acelerados en las dimensiones políticas, culturales, y económicas de las sociedades actuales. En este sentido, el turismo tradicional ha perdido mucho de su valoración positiva y se han presentado nuevos factores centrales que ayudan a redefinirlo, entre otros, desde la perspectiva geográfica en la cual se sitúa.

Por una parte, a pesar de todos los pronósticos, se ha dado una expansión del proceso turístico. Por consiguiente, la “entrada en el turismo” de países antes cerrados a él (como el antiguo Bloque del Este y, recientemente, China de manera muy particular), una nueva oferta atractiva en esos mismos países y la relativa estabilidad de los precios de transporte aéreo son algunas premisas que hay que tener en cuenta. Igualmente, el envejecimiento de la población de los países desarrollados predispone en situación de hacer turismo a personas de la llamada "tercera edad", pero no por ello menos proclives a desplazarse o a mudarse de residencia por periodos largos a otros lugares, una forma de hacer turismo particularmente en auge. Consecuentemente, los tiempos sociales se han modificado y, en ese sentido, debe destacarse la mayor disponibilidad de tiempos para viajar a lo largo del año, el crecimiento consecutivo del llamado “turismo urbano” de corta duración, la fusión excursión /turismo /recreación y la multiplicación de ofertas indiferenciadas para todas las posibilidades temporales.

Por otra parte, en el marco de una profunda reestructuración de la economía hacia un mayor protagonismo del usuario, éste ha adquirido un mayor peso en la definición de los productos turísticos: la demanda se hace más exigente, los productos suelen mejorarse y el individuo, como consumidor, impone cada vez más sus dictados sobre los productos (entre los cuales figuran las preferencias para los destinos). De esta forma, es innegable el peso de la “imagería” instituida, movida por los prestadores de servicios, para imprimir en la mente de los turistas potenciales el interés hacia nuevos destinos o nuevas formas de hacer turismo (MacCannell, 2007).

En la actualidad, en todos los países, la importancia creciente del análisis de las realidades territoriales, con sus estructuras, funcionalidad, procesos y formas; la aceptación del carácter espacial del turismo, con las implicaciones a diferentes escalas (local, comarcal, regional, nacional e internacional), junto con las aplicaciones de la metodología sistémica; han supuesto importantes avances en la investigación de conceptos, contenidos y metodologías para el estudio del fenómeno turístico. Igualmente, ha quedado plenamente integrado en los estudios espaciales, territoriales, regionales y urbanos, así como en los trabajos de ordenación, planificación y gestión de los diferentes espacios, en unos contextos sociales postindustriales que están sometidos a profundos y rápidos cambios en todos los órdenes de la vida personal y de las relaciones sociales y culturales.

Por tanto, el desarrollo de las diversas actividades turísticas ha ampliado la definición de turismo con numerosos aspectos medioambientales, sociales, económicos, culturales, publicitarios, psicológicos, tecnológicos, comerciales y espaciales. Sea cual sea la actividad turística, la variable espacial es esencial en la comprensión del fenómeno, si bien no siempre se le presta la necesaria consideración. Dentro de esta variable, destacan las relaciones entre el espacio y las actividades turísticas en el conjunto del sistema que se forma con sus elementos, características y factores que intervienen en los diferentes territorios, en sus flujos, sectores de actividad, políticas desarrolladas y en los problemas que se van produciendo.

2. OBJETIVO Y METODOLOGÍA

El objetivo de esta investigación es evaluar la producción científica relativa al área de *Geografía del Turismo* durante el período 1981-2011. Para ello, en los últimos años, se han realizado diversos estudios acerca de la importancia de los catálogos en línea como instrumentos fundamentales para analizar el papel que ejercen las bibliotecas en la conservación del patrimonio bibliográfico a cargo de Orera Orera (2007) y Fuentes Romero (2003); así como la evaluación de un sistema de ayuda al usuario de un catálogo en línea de acceso público por García y Moscoso Castro (2007).

Se ha realizado una exhaustiva búsqueda de documentos específicos, centrándose en Monografías, de *Geografía del Turismo* para conocer cuál es su visibilidad a través de la Red. Igualmente, se ha establecido una comparativa con otras materias del área de conocimiento de Geografía (*Geografía de la Población, Geografía Económica, Geografía Agraria, Geografía Urbana, Biogeografía, Geografía Social, Geografía Industrial, Climatología y Geomorfología*). Se han consultado el Catálogo Colectivo de las Bibliotecas de las Universidades Españolas (REBIUN) y el Catálogo de la Biblioteca Nacional de España (BNE). Las búsquedas se han establecido por título, materia y fecha de publicación.

Igualmente, se han estudiado las siguientes variables:

- Producción científica por años.
- Tipología del documento.

- Visibilidad de las editoriales.
- Cobertura geográfica de las publicaciones.

3. ESTADO DE LA CUESTIÓN

El turismo ha sido motivo, durante muchos años, de disputa entre diferentes áreas del conocimiento, tanto para su estudio cuanto para la ejecución de algunas acciones. El turismo tiene dos aspectos que precisan ser estudiados en un análisis epistemológico. El fenómeno turístico se produce en una continuidad entre el núcleo emisor del turista (aquel lugar donde el turista vive), su desplazamiento y el núcleo receptor (lugar donde llega y permanece). En esta continuidad de acciones se producen un conjunto de relaciones entre el turista, sujeto principal de la acción, y lo que se llama de “industria” turística o *trade* turístico, que es el conjunto de servicios, infraestructuras y facilidades o equipamientos que organizan comercialmente el sector.

El turismo moderno, a partir del siglo XIX, presenta diversas características. Para el turista, es una actividad de placer, descanso, recreo, que requiere servicios y equipamientos. Para los prestadores de servicios turísticos, el turismo es un negocio. Cuanto más servicios sean creados para mejorar la experiencia de vacaciones, mayores serán los beneficios económicos de la actividad, lo que justifica que, del lado de la acción, haya una disputa histórica por los cargos en los negocios turísticos. Los administradores de empresas reclaman ese derecho, así como los Graduados en Turismo y los economistas. En el área de recreación organizada, la disputa es entre titulados en turismo y profesores de educación física; en el área de planificación, la pugna es con arquitectos y urbanistas, mientras que en el área de la investigación sobre el turismo rivalizan economistas, geógrafos, científicos sociales e investigadores.

En un principio, los geógrafos estadounidenses vieron el turismo como una forma diferente e importante del uso del suelo y tendieron a concentrarse en el aspecto económico. Otros autores observaron que el turismo modificaba el paisaje existente y daba origen a nuevas y diferentes formas urbanas (Pearce, 1999). Los estudios referidos al turismo han seguido los mismos pasos conceptuales y metodológicos que los que se han dado en los demás campos de la Geografía, a lo largo de la historia de esta disciplina, siguiendo las aportaciones de los diferentes paradigmas científicos. Así, se

fundamenta el enfoque clásico, con aportaciones ambientalistas, historicistas y corológicas, sobresaliendo el estudio de los factores naturales y humanos, el papel del turismo en la configuración de los paisajes culturales (causas, impactos, transformaciones) y su integración en los estudios regionales clásicos (como los de la geografía francesa de concepción vidaliana).

Tras la Segunda Guerra Mundial, tienen lugar las importantes aportaciones de la geografía social (paisajes socioculturales, interrelaciones seres humanos-medio, formas de organización e implicaciones espaciales); y de la geografía neopositivista (con el enfoque locacional, análisis espacial, distribuciones, organizaciones, flujos, redes, nudos, áreas de influencia, etc.). Ambas tendencias se fundamentan con un claro carácter social, económico y funcional. Con la década de los setenta, se asiste al desarrollo creciente de la moderna *Geografía del Turismo*, produciéndose una amplia temática, diversidad de planteamientos conceptuales y metodológicos con seguidores de los enfoques clásicos, sociales, culturales, neopositivistas, conductistas, humanistas, regionales, radicales y postmodernistas, que permiten verificar su consolidación como una rama más de los estudios geográficos.

La actividad turística se manifiesta como un fenómeno complejo y con una larga trayectoria a lo largo del tiempo. En la Antigüedad y en la Edad Media, los viajeros se desplazaban por motivos religiosos, de esparcimiento, de comercio, de descubrimiento, etc. Durante los siglos XV al XVIII, se pueden constatar las primicias del turismo, con los viajes de aristócratas, y amantes de la aventura y de la naturaleza.

En el siglo XIX y primera mitad del XX, se proyectan las bases del turismo moderno, con una corriente elitista para, tras la Segunda Guerra Mundial, dar paso al turismo de masas con un fuerte grado de democratización, debido a factores económicos, sociales, culturales y la creciente urbanización. Recientemente, se ha producido el surgimiento de un conjunto de países y áreas geográficas (Caribe, Sudáfrica, Sudamérica, Costa mediterránea de África, China, Tailandia, etc.), que captan una parte, cada vez más importante, de los flujos turísticos.

Desde el punto de vista geográfico, interesa conocer cuáles son las transformaciones socioeconómicas y territoriales que conlleva el desarrollo turístico de una zona espacial y temporalmente. El impacto económico del turismo deriva del

resultado del balance de costes y beneficios de la actividad. La magnitud de los espacios depende, en gran medida, del nivel de desarrollo de las comunidades receptoras, del volumen de gasto turístico, del número de visitantes, de la escala espacial (local, regional, nacional, etc.), en definitiva, del nivel de dependencia del turismo para la economía de la zona⁴.

Durante la segunda mitad de los años ochenta del siglo pasado y, en especial, en la década de los noventa, se produce un incremento muy notable en la investigación geográfica relacionada con el turismo, que se traduce en un crecimiento acelerado de la producción bibliográfica. Este proceso se enuncia en el artículo "La investigación turística en España: aportaciones de la Geografía (1960-1995)", elaborado por Salvador Antón, Francisco López Palomeque, Manuel Marchena y Fernando Vera Rebollo (1996). Estos investigadores plantean las cuatro líneas de trabajo que sustentaban la eclosión de la *Geografía del Turismo* española en el tránsito de los ochenta a los noventa (García Hernández y Calle Vaquero, 2004):

- El proceso de creación de espacios turísticos, sus mecanismos y características.
- Las diferentes manifestaciones turísticas (distintos turismos) que se proyectan sobre el territorio.
- Los flujos turísticos, entendidos como componentes lineales del espacio.
- La explotación de los recursos naturales para usos turísticos.

De forma complementaria, se planteaba la necesidad de abordar el estudio de impacto de la actividad turística, el comportamiento de la demanda y el papel del turismo en el desarrollo regional. En última instancia, se insistía en la necesidad de elaborar una teoría geográfica del turismo, más allá de los estudios de caso de carácter local, comarcal y regional. La obra *Análisis Territorial del Turismo* (1997) representa la madurez de la *Geografía del Turismo* elaborada en España. Así, se establecen cuatro objetos de estudio:

- La naturaleza del turismo y su dimensión espacial como soporte conceptual de la *Geografía del Turismo*.

⁴ Ídem. p. 22.

- La dimensión territorial y ambiental del turismo, a partir de la localización de las actividades turísticas y los diferentes tipos de espacios (áreas litorales, espacios rurales, zonas rurales y aglomeraciones urbanas).
- Las modalidades de implantación territorial de la actividad turística, en relación con la articulación territorial del sistema turístico, los modelos evolutivos de los destinos y los efectos espaciales de la actividad.
- La ordenación, planificación y gestión del territorio turístico, con referencia a las técnicas de gestión medioambiental, la ordenación territorial y urbanística, la política de espacios territoriales protegidos, etc.

Igualmente, ya en el siglo XXI, hay que reseñar las obras *Análisis territorial del Turismo y planificación de destinos turísticos* (2011), *Geografía de los recursos turísticos* (2011) y *Destinos turísticos: viejos problemas, ¿nuevas soluciones?* (2008).

4. COMPETENCIAS DE LA ASIGNATURA GEOGRAFÍA DEL TURISMO EN EL ESPACIO EUROPEO DE EDUCACIÓN SUPERIOR (EEES)

El Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) ha supuesto la implantación de nuevas metodologías didácticas en el aula. La innovación de la docencia, entendida como un proceso de intervención, reflexión y evaluación para la mejora de la práctica pedagógica, constituye una de las modalidades relevantes para la formación del profesorado y para perfeccionar la calidad de la docencia. Ésta se considera como una red compleja de expectativas, tareas y comunicaciones para la formación de las personas, especialmente, de los jóvenes. Las actuales enseñanzas de Grado tienen como finalidad esencial la adquisición por el estudiante de una formación general, orientada a la preparación del ejercicio de actividades profesionales. En consecuencia, la Universidad ha de plantearse la formación de personas capaces de progresar y de resultar eficaces profesionalmente en una sociedad en continuo cambio. Por tanto, a través de estos nuevos métodos, la enseñanza y la investigación están enlazadas en un mismo contexto.

En la obtención de estos logros, el término *Competencia* engloba tanto conocimientos, como habilidades destrezas, aptitudes, actitudes y valores que deben hallarse estrechamente vinculados al perfil profesional demandado por el mercado. Estas habilidades para el aprendizaje permanente fueron definidas en 2005⁵ y forman la base común sobre la que se construirá la Europa del futuro. Esas destrezas comunes se complican a medida que se produce una aproximación a la educación especializada⁶. La definición del término *Competencia* ha sido objeto de múltiples trabajos⁷.

En general, hay que reseñar el hecho de que las competencias se refieren a tres aspectos: *conocimientos* (saber); *habilidades* (hacer); *actitudes* (estar).

De acuerdo con la definición oficial de la Comisión Europea⁸:

- *Resultados del aprendizaje* es la expresión de lo que una persona sabe, comprende y es capaz de hacer al culminar un proceso de aprendizaje; se define en términos de conocimientos, destrezas y competencias.
- *Conocimiento* es el resultado de la asimilación de información gracias al aprendizaje; acervo de hechos, principios, teorías y prácticas relacionados con un campo de trabajo o estudio concreto. En el Marco Europeo de Cualificaciones, los conocimientos se describen como teóricos o fácticos.
- *Destreza* es la habilidad para aplicar conocimientos y utilizar técnicas a fin de completar tareas y resolver problemas. En el Marco Europeo de Cualificaciones, las destrezas se describen como cognitivas (fundadas en el uso del pensamiento lógico, intuitivo y creativo) y prácticas (fundadas en la destreza manual y en el uso de métodos, materiales, herramientas e instrumentos).
- *Competencia* es la demostrada capacidad para utilizar conocimientos, destrezas y habilidades personales, sociales y metodológicas, en situaciones de trabajo o estudio y en el desarrollo profesional y personal;

⁵ Comisión Europea, Bruselas, 10.11.2005 COM (2005).

⁶ El proyecto Tunning hacia una clasificación de las competencias en específicas (conocimientos y habilidades) y genéricas. Estas últimas se subdividirían en instrumentales, interpersonales y sistémicas.

⁷ Podemos considerar como iniciadores los trabajos de T.W. Schultz, "Investment in Human Capital", The American Economic Review, Vol. 51, No. 1, pp. 1-17, (1961) y los de G. S. Becker, Human capital, Columbia University Press, New York, (1964). Los estudios posteriores se han multiplicado. Podemos encontrar una síntesis en J. Tejada, "Acerca de las competencias profesionales I", Herramientas, 56, pp. 20-30, (1999) y en J. Mora (compilador), *Formando en competencias ¿Un nuevo paradigma?*, Colección documentos CYD 15/2011, Fundación CYC, (2011).

⁸ http://ec.europa.eu/education/pub/pdf/general/eqf/broch_es.pdf

en el Marco Europeo de Cualificaciones, las competencias se describen en términos de responsabilidad y autonomía.

Por lo que respecta a las competencias que tienen que adquirir los estudiantes en la asignatura de *Geografía del Turismo*, hay que mencionar las siguientes:

- Comprender los principios del turismo: su dimensión espacial, social, cultural, jurídica, política, laboral y económica.
- Convertir un problema empírico en un objeto de investigación y elaborar conclusiones.
- Evaluar los potenciales turísticos y el análisis prospectivo de su explotación.
- Identificar y gestionar espacios y destinos turísticos.
- Percibir el carácter dinámico y evolutivo del turismo y de la nueva sociedad del ocio.
- Gestionar el territorio turístico de acuerdo con los principios de sostenibilidad.
- Analizar los impactos generados por el turismo.
- Detectar necesidades de planificación técnica de infraestructuras e instalaciones turísticas.
- Conocer las características de la gestión del patrimonio cultural.
- Concebir las principales iniciativas de puesta en valor del patrimonio cultural.

5. RESULTADOS

De forma generalizada, se han obtenido los siguientes resultados mediante las dos aplicaciones documentales empleadas:

Tabla 1. Volumen de producción científica general
 Descriptores en el campo de *Materia*
 Tipología de documento: *monografías*
 Cobertura temporal: 1981-2011

MATERIA	REBIUN	BIBLIOTECA NACIONAL
<i>Climatología</i>	2344	182
<i>Geomorfología</i>	2032	196
<i>Geografía Económica</i>	1961	186

<i>Geografía Urbana</i>	1667	96
<i>Geografía Social</i>	1551	0
<i>Biogeografía</i>	948	51
<i>Geografía de la Población</i>	146	13
<i>Geografía Agraria</i>	122	0
<i>Geografía Industrial</i>	80	17
<i>Geografía del Turismo</i>	22	17

En el Catálogo Colectivo de las Bibliotecas de las Universidades Españolas (REBIUN), se han obtenido los siguientes resultados:

Tabla 2. Visibilidad de las editoriales
Palabra clave en el campo de *Materia: Geografía del Turismo*
Tipología de documento: *monografías*

EDITORIAL (DOCUMENTOS)	EDITORIAL (DOCUMENTOS)
Aguilar (4)	Milrazones (1)
Lonely Planet (2)	Presses Universitaires de Limoges (1)
Ariel (2)	Universitat de Hamburg (1)
Síntesis (1)	Universitat Rovira y virgili (1)
Pitman (1)	Tirant Lo Blanch (1)
Planeta (1)	Universidad de Córdoba (1)
Oniro (1)	Universidad de Granada (1)
Prensas Universitarias de Zaragoza (1)	Bancaixa (1)
Universidad Complutense de Madrid (1)	

Tabla 3. Volumen de producción científica general
Palabras clave en el campo de *Título*

CADENA DOCUMENTAL	DOCUMENTOS (1981-2011)
<i>Geografía del Turismo</i>	72
<i>Geografía turística</i>	54
<i>Climatología</i>	449
<i>Geomorfología</i>	548
<i>Geografía Económica</i>	340
<i>Geografía Urbana</i>	219
<i>Geografía Social</i>	1540
<i>Biogeografía</i>	247
<i>Geografía de la Población</i>	100
<i>Geografía Agraria</i>	116

<i>Geografía Industrial</i>	87
-----------------------------	----

Tabla 4. Volumen de producción científica general
Palabras clave en el campo de *Materia*
Tipología de documento: *monografías*

MATERIAS	DOCUMENTOS (1981-2011)
<i>Geografía del Turismo</i>	22
<i>Geografía de la Población</i>	146
<i>Geografía Económica</i>	1961
<i>Geografía Agraria</i>	122
<i>Geografía Urbana</i>	1667
<i>Biogeografía</i>	948
<i>Geografía Industrial</i>	80
<i>Geografía Social</i>	1551
<i>Climatología</i>	2344
<i>Geomorfología</i>	2032

Tabla 5. Cobertura geográfica de las publicaciones
Palabra clave en el campo de *Materia: Geografía del Turismo*
Tipología de documento: *monografías*

ÁREA GEOGRÁFICA	DOCUMENTOS
Comunidad de Madrid	6
Extranjero (Inglaterra, Estados Unidos, Francia, Alemania, Australia)	6
Cataluña	4
Andalucía	2
Comunidad Valenciana	2
Cantabria	1
Aragón	1

Tabla 6. Producción científica por años (1981-2011)
Palabra clave en el campo de *Materia: Geografía del Turismo*
Tipología de documento: *monografías*

AÑO DE PUBLICACIÓN	DOCUMENTOS
1995	1
1997	1
1998	2
2000	1
2001	1
2002	1
2004	1

2006	3
2007	1
2008	3
2009	1
2010	4
2011	2

En el Catálogo de la Biblioteca Nacional de España (BNE), se han realizado las siguientes búsquedas documentales:

Tabla 7. Volumen de producción científica
Palabras clave en el campo de *Título*

CADENA DOCUMENTAL	DOCUMENTOS (1981-2011)
<i>Geografía del Turismo</i>	17
<i>Geografía turística</i>	16

Tabla 8. Volumen de producción científica
Palabras clave en el campo de *Materia*
Tipología de documento: *monografías*

MATERIA	DOCUMENTOS (1981-2011)
<i>Geografía del Turismo</i>	17
<i>Geografía de la Población</i>	13
<i>Geografía Económica</i>	187
<i>Geografía Agraria</i>	0
<i>Geografía Urbana</i>	96
<i>Biogeografía</i>	51
<i>Geografía Social</i>	0
<i>Geografía Industrial</i>	17
<i>Geografía Social</i>	0
<i>Climatología</i>	182
<i>Geomorfología</i>	196

Tabla 9. Producción científica por años (1981-2011)
Palabra clave en el campo de *Materia: Geografía del Turismo*
Tipología de documento: *monografías*

AÑO DE PUBLICACIÓN	DOCUMENTOS
1986	1
1987	1
1990	2
1991	2

1997	1
2001	1
2003	1
2004	1
2006	1
2008	1
2009	1
2010	1
2011	3

Tabla 10. Producción científica por años (1981-2011)
Palabra clave en el campo de *Materia: Geografía de la Población*
Tipología de documento: *monografías*

AÑO DE PUBLICACIÓN	DOCUMENTOS
1981	1
1982	1
1983	1
1987	2
1988	1
1995	2
2003	1
2005	1
2006	1
2007	1
2011	1

Tabla 11. Producción científica por años (1981-2011)
Palabra clave en el campo de *Materia: Geografía Económica*
Tipología de documento: *monografías*

AÑO DE PUBLICACIÓN	DOCUMENTOS
1981	11
1982	9
1983	11
1984	18
1985	10
1986	16
1987	12
1988	15
1989	10
1990	4
1991	5
1992	9
1993	9
1994	3

1995	3
1996	6
1997	5
1998	1
1999	3
2000	2
2001	1
2002	1
2003	5
2004	4
2005	1
2006	1
2007	4
2008	2
2009	1
2010	2
2011	2

Tabla 12. Producción científica por años (1981-2011)
Palabra clave en el campo de *Materia: Geografía Urbana*
Tipología de documento: *monografías*

AÑO DE PUBLICACIÓN	DOCUMENTOS
1981	2
1983	3
1984	5
1985	1
1986	6
1987	6
1988	3
1989	1
1990	4
1991	2
1992	2
1993	5
1994	2
1995	5
1996	5
1997	2
1998	2
1999	2
2000	4
2001	3
2002	2
2003	9
2004	1
2005	3
2006	5
2007	2
2008	1

2009	4
2010	3
2011	1

Tabla 13. Producción científica por años (1981-2011)
Palabra clave en el campo de *Materia: Biogeografía*
Tipología de documento: *monografías*

AÑO DE PUBLICACIÓN	DOCUMENTOS
1982	1
1983	2
1985	2
1986	1
1988	2
1991	2
1992	2
1994	2
1997	2
1998	2
1999	1
2000	3
2001	1
2002	3
2003	3
2004	10
2005	3
2006	3
2007	1
2008	2
2009	1
2010	1
2011	1

Tabla 14. Producción científica por años (1981-2011)
Palabra clave en el campo de *Materia: Geografía Industrial*
Tipología de documento: *monografías*

AÑO DE PUBLICACIÓN	DOCUMENTOS
1986	1
1987	1
1988	2
1992	1
1994	2
1996	2

1998	1
2000	1
2001	2
2003	2
2005	1
2007	1

Tabla 15. Producción científica por años (1981-2011)
Palabra clave en el campo de *Materia: Climatología*
Tipología de documento: *monografías*

AÑO DE PUBLICACIÓN	DOCUMENTOS
1981	9
1982	5
1983	4
1984	7
1985	4
1986	6
1987	6
1988	10
1989	17
1990	13
1991	12
1992	2
1993	2
1994	9
1995	6
1996	5
1997	3
1998	3
1999	5
2000	4
2001	8
2002	5
2003	7
2004	7
2005	5
2006	4
2007	6
2008	2
2009	3
2010	1
2011	2

Tabla 16. Producción científica por años (1981-2011)
Palabra clave en el campo de *Materia: Geomorfología*
Tipología de documento: *monografías*

AÑO DE PUBLICACIÓN	DOCUMENTOS
---------------------------	-------------------

1981	4
1982	8
1983	5
1984	8
1985	9
1986	8
1987	2
1988	3
1989	5
1990	11
1991	10
1992	4
1993	2
1994	4
1995	3
1996	6
1998	9
1999	9
2000	3
2001	6
2002	7
2003	2
2004	5
2005	11
2006	6
2007	9
2008	10
2009	6
2010	17
2011	4

Tabla 17. Tipología del documento
Palabras clave en el campo de *Título: Geografía del Turismo y Geografía turística*

TIPOLOGÍA DOCUMENTAL	DOCUMENTOS
Libros: <i>Geografía del Turismo</i>	19
Libros: <i>Geografía turística</i>	18

Fuente: elaboración propia

6. CONCLUSIONES

La Geografía representa una disciplina que permite afrontar los problemas territoriales, combinando simultáneamente tres enfoques: ambiental, social y espacial. En un mercado laboral como el actual, la Geografía comienza a tener un papel cada vez más relevante vinculado al sector turístico, lo que representa un positivo instrumento de

desarrollo local, regional e internacional entendido desde una visión socio-económica para permitir una equitativa distribución de los beneficios entre los países.

Desde la Universidad, y tras la implantación del Grado en Geografía y Ordenación del Territorio, los alumnos tienen curiosidad por los aspectos ecológicos, físicos y humanos; así como interés por el medio ambiente y la organización de los paisajes y les preocupan los problemas territoriales y sus posibles soluciones.

Tras realizar la investigación en el área de *Geografía del Turismo*, se pueden extrapolar las siguientes premisas:

- Se ha considerado más pertinente la recuperación de información a través del Catálogo de la Biblioteca Nacional de España (BNE), ya que no aporta duplicidad de documentos, al contrario que Rebiun por ser un catálogo colectivo.
- Las materias más relevantes en el Catálogo de la BNE son *Geomorfología* (196), *Geografía Económica* (186), *Climatología* (182) y *Geografía Urbana* (96).
- En cuanto a la producción científica, se han obtenido 72 documentos mediante la cadena documental "Geografía del Turismo" y 54 a través de las palabras clave "Geografía Turística" en el Catálogo Colectivo de Bibliotecas Universitarias Españolas (REBIUN), mientras que han sido 17 y 16 respectivamente, en el Catálogo de la Biblioteca Nacional de España (BNE).
- Igualmente, se han obtenido 22 monografías de esta materia en el Catálogo Colectivo de Bibliotecas Universitarias Españolas (REBIUN), y 17 en la Biblioteca Nacional de España (BNE).
- Además, 2010 es el año en el que se ha alcanzado una mayor producción científica con 4 monografías; seguido de 2006 y 2008, con 3.
- Por lo que respecta a la tipología documental, predominan los libros (19), con el título "Geografía del Turismo" y 18, con "Geografía turística".

- En lo referente a la visibilidad de las editoriales, se constata la prevalencia de Aguilar, con 4 referencias, seguida de Lonely Planet y Ariel, con 2.
- Las publicaciones en el extranjero (6) (Inglaterra, Estados Unidos, Francia, Alemania y Australia) y, en territorio nacional, la Comunidad de Madrid, con 6 monografías y Cataluña, con 4, se sitúan como referentes geográficos mayoritarios de las editoriales analizadas.

Por tanto, los resultados confirman la escasa producción científica en el área de *Geografía del Turismo* en comparación con otras disciplinas geográficas; la idoneidad de estas aplicaciones documentales; así como la adquisición de las competencias informacionales necesarias para el auge de la comunidad científica. Igualmente, el establecimiento de *interfaces* más amigables para los usuarios está facilitando enormemente las demandas de información con el consiguiente ahorro de tiempo. En consecuencia, las diferentes herramientas documentales han establecido su pertinencia en la búsqueda de información de un modo rápido y eficaz, lo que ha propiciado que docentes, discentes, investigadores y profesionales satisfagan sus necesidades de información.

7. BIBLIOGRAFÍA

ALONSO FERNÁNDEZ, J. (2011): *Geografía de los recursos turísticos*. Ramón Areces. Madrid.

BIELZA DE ORY, V. (1984): *Geografía General*. Taurus. Madrid.

FUENTES ROMERO, J. J. (2003): "El sistema bibliotecario de la Universidad de A Coruña". *Documentación de las Ciencias de la Información*. Vol. 13. N.º 1: pp. 213-246.

GARCÍA, F. y MOSCOSO, P. (2007): "El sistema de ayuda al usuario de un catálogo en línea de acceso público: delimitación teórica y propuesta práctica". *Documentación de las Ciencias de la Información*. Vol. 30: pp. 187-199.

GARCÍA HERNÁNDEZ, M.^a y CALLE VAQUERO, M. DE LA (2004): "La investigación geográfica española en materia de turismo (1997-2004)". *Anales de Geografía*. N.º 24: pp. 257-277.

MACCANNELL, D. (2007): "La imaginación frente al *imagineering*" en SILVA, A. (2007): *Imaginario urbanos en América Latina: urbanismos ciudadanos*. Fundación Tapiès. Barcelona.

ORERA ORERA, L. (2007): "El control y acceso al patrimonio bibliográfico a través de los catálogos disponibles en Internet". *Documentación de las Ciencias de la Información*. Vol. 30: pp. 9-23.

PEARCE, D (1999): "Tourism Districts in Paris: Structure and Functions". *Tourism Management*. Vol. 19. N.º1: pp. 49-65.

UNIVERSIDAD DE CASTILLA LA MANCHA (2008): *Destinos turísticos: viejos problemas, ¿nuevas soluciones?*. Cuenca. Universidad de Castilla La Mancha.

VERA REBOLLO, J.F. (2011): *Análisis territorial del Turismo y planificación de destinos turísticos*. Valencia. Tirant Lo Blanch.

VILÀ VALENTÍ, J. (1984): "Los conceptos de Geografía y Geografía General" en BIELZA DE ORY, V. (1984). *Geografía General*. Taurus. Madrid.

VIÑALS BLANCO, M.^a J. (2001): "Un fenómeno a escala mundial" en BARRADO, D. A. et al. (2001): *Geografía Mundial del Turismo*. Síntesis. Madrid.

8. WEBGRAFÍA

<http://rebiun.absysnet.com/cgi-bin/rebiun/O7047/ID71d94121?ACC=101>
(Consultado el 20 de abril de 2013).

<http://catalogo.bne.es/uhtbin/webcat>
(Consultado el 23 de abril de 2013).

http://www.unwto.org/estadisticas/basic_references/index-sp.htm
(Consultado el 5 de mayo de 2013).

<http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/docpdf/statutessp.pdf>
(Consultado el 7 de mayo de 2013).

http://ec.europa.eu/education/pub/pdf/general/eqf/broch_es.pdf
(Consultado el 9 de mayo de 2013).

<http://riie.com.ar/?a=25546>
(Consultado el 10 de mayo de 2013).

<http://www.uaemex.mx/plin/psus/rev10/4.html>
(Consultado el 12 de mayo de 2013).