



Revista Universitaria de Geografía
ISSN: 0326-8373
ISSN: 1852-4265
ceditorialdgyt@uns.edu.ar
Universidad Nacional del Sur
Argentina

Propuesta teórica para el estudio del comportamiento socioespacial de un destino turístico

Díaz Castañeda, Alejandra; Osorio García, Maribel; Palmas Castrejón, Yanelli Daniela

Propuesta teórica para el estudio del comportamiento socioespacial de un destino turístico

Revista Universitaria de Geografía, vol. 29, núm. 1, 2020

Universidad Nacional del Sur, Argentina

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=383263311002>



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial 3.0 Internacional.

Propuesta teórica para el estudio del comportamiento socioespacial de un destino turístico

Alejandra Díaz Castañeda
Universidad Autónoma del Estado de México, México
 alejandra.diaz.cast@gmail.com

Redalyc: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=383263311002>

Maribel Osorio García
Universidad Autónoma del Estado de México, México
 maribelosorio2@gmail.com

Yanelli Daniela Palmas Castrejón
Universidad Autónoma del Estado de México, México
 hashir04@hotmail.com

Recepción: 17 Julio 2019
 Aprobación: 15 Octubre 2019

RESUMEN:

Los estudios socioespaciales del turismo se han enfocado en el análisis de lo material o lo simbólico desde posturas positivistas, críticas o hermenéuticas. En lo material, se han centrado en el análisis de los recursos naturales y culturales de un destino receptor, en la conformación histórica de un destino turístico y las transformaciones sociales, políticas, económicas y ambientales que se producen. Dentro de lo simbólico destacan tanto las percepciones como las valoraciones de los actores sociales del destino. Los modelos que conjugan ambos tipos de análisis, el material y el simbólico, presentan un mayor grado de complejidad teórica para llevar a cabo una investigación, por ello, con la intención de aportar una propuesta que integre componentes para el estudio del comportamiento socioespacial de un destino turístico, desde la perspectiva crítica se retoman los trabajos de la dialéctica de Lefebvre (2013) y del modelo de Harvey (1990) y se identifican las categorías y unidades de análisis pertinentes para aplicarlas a la investigación turística. Tal postura teórica se manifiesta como diacrónica e integral, dado que involucra el espacio, el tiempo y el ser social.

PALABRAS CLAVE: Propuesta teórica, Comportamiento socioespacial, Destino turístico, Geografía de turismo.

ABSTRACT:

The socio-spatial studies of tourism have focused on the analysis of the material or the symbolic from positivist, critical or hermeneutic points of view. On material terms, they have focused on the analysis of the natural and cultural resources of a receiving destination, on the historical conformation of a tourist destination and the social, political, economic and environmental transformations that take place. Within the symbolic, both the perceptions and the valuations of the social actors of the destination stand out. The models that combine both types of analysis, the material and the symbolic, present a greater degree of theoretical complexity to conduct research. Therefore, with the aim of making a proposal that may integrate components for the study of the socio-spatial behavior of a tourist destination and from the critical perspective of the works of the trialectic of Lefebvre (2013) and of Harvey's model (1990), the relevant categories and units of analysis are identified to be applied to the tourist research. Such theoretical position is diachronic and integral, since it involves space, time and the social being.

KEYWORDS: Theoretical proposal, Socio-spatial behavior, Tourist destination, Tourism, Geography of tourism.

INTRODUCCIÓN

El turismo es visto como un factor en la configuración espacial, dado que es un proceso de consumo de suelo que contribuye a incrementar la urbanización del territorio. En este proceso intervienen tanto el sector público como el privado transformando los territorios física y socialmente debido a las arquitecturas

específicas para alojar y ofrecer entretenimiento al turista, las cuales devienen y dan soporte a la actividad y conforman los paisajes especializados (Pié i Ninot, 2013).

De manera que un espacio turístico es ocupado, apropiado, construido y adaptado para su disfrute de acuerdo con las acciones, motivaciones e imaginarios de los actores sociales que intervienen en su construcción a lo largo del tiempo. Es decir, se generan comportamientos socioespaciales. Al respecto, nos referimos como comportamiento socioespacial de un destino turístico a aquellos procesos históricos y de producción social que involucran la ocupación y la transformación de un espacio de acuerdo con los imaginarios, toma de decisiones y relaciones de distintos grupos sociales, generando cambios tanto materiales como simbólicos dado el contacto entre turistas y residentes locales (Tremínio, 2005).

Lo anterior implica el análisis de las condiciones de la conformación histórica del destino turístico, el uso y explotación de los atractivos, el ordenamiento político-administrativo del Estado y la revitalización de lo local y su relación con la globalización, entre otros focos de atención. De manera que se denota la integración de diferentes dualidades, como la relación local-global, así como la interrelación espacial-territorio, junto a la participación de los actores sociales, y la consideración de las relaciones y comportamientos producidos en un espacio turístico.

Entre los diferentes estudios sobre la conformación histórica de un destino turístico, destacan los realizados sobre la ciudad. La ciudad es entendida como “el lugar geográfico donde se instala la superestructura político-administrativa de una sociedad” (Castells, 1974, p. 19). Es decir, son espacios donde se materializa el valor ideológico dominante del lugar, lo que implica que sean lugares de producción, gestión y dominación ligados con la supremacía del aparato económico (capitalismo) o del Estado (socialismo) (Castells, 1974).

Para el primer caso, influye la introducción de nuevas actividades de producción, consumo y medios de comunicación, concentración de las sedes de las empresas monopólicas, descentralización de los centros de producción y distribución, progreso técnico, planificación del sistema de relaciones funcionales y sociales (como el hábitat, el trabajo, el ocio), entre otros, como el caso del centro histórico de París¹ en el que se refleja “la subordinación de las necesidades sociales a las necesidades de la acumulación económica” (Castells, 1974, p. 45). Para el segundo caso, el Estado o lo político es quien realiza el proceso de planificación centralizada del espacio y las actividades (Tomé, 2005). Por ejemplo, en la Unión Soviética se promovía la política económica de la industrialización acelerada, lo que implicaba la creación de nuevas zonas urbanas que permitieran la distribución de la población en el territorio (dispersión geográfica, descentralización de las aglomeraciones, homogeneización social), por ende, limitando su crecimiento en los grandes centros urbanos, aunque para los años sesenta del siglo pasado, se persigue como objetivo la multifuncionalidad y ocupación óptima (cuando el turismo cumple con una función más destacada), como el caso de Moscú² (Castells, 1974; Tomé, 2005).

Entonces, la materialización de la ideología dominante va a producir cambios tanto materiales como simbólicos, de acuerdo con las acciones y los significados que guían la práctica de los actores involucrados (Novy, 2018).

De esta manera, la ciudad se concibe como un imán del turismo dentro del capitalismo, dado que también fungen como lugares de consumo y competitividad. En los temas estudiados y relacionados con los comportamientos socioespaciales del turismo en ciudades bajo el contexto del tardocapitalismo neoliberal se mencionan transformaciones sociales tales como la segregación, la gentrificación, la exclusión, el desplazamiento, etc., mientras que en las cuestiones económicas analizadas se encuentra la especulación, el monocultivo turístico, la terciarización, los cambios de usos de suelo, el negocio inmobiliario, etc. (Barrado, 2010; Cardona, 2012; Alcalá, 2013; Cardona y Serra, 2013; Pié i Ninot, 2013; Van Noorloos, 2013; Domínguez y Lennartz, 2015; Santos, 2015; Hernández Ramírez, 2018;).

Entre los impactos territoriales se menciona la expansión hacia las periferias, la creación de nuevas centralidades, la homogeneización, la banalización, la privatización de calles y plazas, etc. (Barrado, 2010; Cardona y Serra, 2013; Santos, 2015; Lindoso Tato y Vilar Rodríguez, 2018; Mansilla, 2018; Mercado y Fernández, 2018). Por último, prevalecen los impactos y problemáticas arquitectónicas en puntos centrales

turísticos como la fosilización, la estetización del conjunto histórico y el neomonumentalismo (Otero, 2007; Santos, 2015; Hernández Ramírez, 2018; Lindoso Tato y Vilar Rodríguez, 2018; Mansilla, 2018; Mercado y Fernández, 2018).

Respecto a los cambios simbólicos, se menciona al turismo como un inductor ideológico, debido a la intención de conquistar la naturaleza, preponderar la urbanización como avance de la civilización, generando cambios en las conductas de los consumidores (pos-turismo, de-diferenciación), o desdibujando dualidades (rural-urbano, turista-residente) (Sassen y Roost, 1999; Cicalese, 2000; Delgado, 2007; Stock, 2007; Álvarez, 2010; Rosa, 2013; Novy, 2018).

Los estudios sobre los impactos tanto materiales como simbólicos son abordados desde posturas epistemológicas positivistas, críticas y hermenéuticas. Dentro de los positivistas, destaca el estructural-funcionalismo, dado que hacen uso del modelo de desarrollo turístico integrado (análisis físico-natural, paisajístico y arquitectónico del espacio emisor, receptor y de tránsito), la teoría del intercambio social, el modelo de ciclo de vida de un destino turístico de Butler o desde la historiografía, para denotar la transformación tanto de los destinos como de las actitudes de los residentes que produce el turismo con enfoque empresarial (Cardona, 2012; Cardona y Serra, 2013; López, Ferreres, Abdelouahab y Montesión, 2018).

Los conceptos como la competitividad, el territorio, el clúster, la globalización, la imagen y la marca turística, la centralidad y el comportamiento socioespacial sirven para el análisis del crecimiento económico, la planeación urbana, y las políticas públicas de desarrollo local y turístico (Cicalese, 2000; Otero, 2007; Barrado, 2010; Santos, 2015; Lindoso Tato y Vilar Rodríguez, 2018; Riungu, Peterson, Beeco y Brown, 2018;). Los paradigmas desde la geografía del turismo, tales como la Geografía Evolutiva Económica (EEG) y/o Geografía Económica Relacional (REG) o el uso del perfil territorial (área de nodo, área de influencia, etc.) han sido utilizados para explicar las dinámicas y la organización de los destinos, así como para la planificación racional y el diseño de estrategias encaminadas a la sostenibilidad (Mávquez, 2000; Meekes, Buda y De Roo, 2007).

En la postura crítica, las paradojas de la singularización, la segregación residencial, la fragmentación socioterritorial, las nuevas centralidades, etc., sirven para explicar las consecuencias de la reestructuración productiva y acumulación de capital por medio del turismo (Andraca, 2016; Hernández Ramírez, 2018; Mansilla y Milano, 2019). También, se hace uso del significado y signo de Saussure, el simbolismo de la ciudad de Bourdieu, términos como land grabbing y global land grab, y la teoría de la mercantilización para denotar la producción del espacio, las nuevas formas de consumo y las políticas neoliberales que producen la ciudad como un espacio de la estructura económica (López y Marín, 2010; Alcalá, 2013; Van Noorloos, 2013). Asimismo, se estudia la noción de conflicto y movimientos sociales, desde el derecho al turismo y derecho a la ciudad, dado que la ciudad se ve como una esfera productiva capitalista mediante la desposesión (Hernández Ramírez, 2018; Mansilla, 2018).

Desde la hermenéutica, el turismo se estudia por medio de la interpretación de la percepción y valoración social del destino de visitantes y residentes; también, se hace uso de conceptos como la ciudad, el turismo, el giro recreacional y multifuncionalidad rural o diferenciación entre place-making y place making para denotar cómo la ciudad es un lugar con pluralidad de individuos que la cohabitan, y que intervienen en la producción espacial por medio de los usos que le asignan (Lew, 2017; Covarrubias y Rodríguez, 2018; Mercado y Fernández, 2018).

El fenómeno turístico es complejo, dado que denota el uso y transformación de los recursos naturales y culturales del espacio receptor, además de los intereses, los imaginarios y las acciones de los actores sociales que no solo realizan la acción de viajar, sino de aquellos que promueven la producción espacial turística. De lo anterior, los estudios socioespaciales relacionados con el turismo son dispersos, puesto que se enfocan en diferentes aspectos, ya sea en lo material o en lo simbólico. Dentro de los materiales, describen los recursos naturales y culturales, así como la conformación histórica de un destino. Dentro de los simbólicos, se enfocan

en la intervención de uno o dos actores sociales que crean y planifican la ciudad turística, además de la percepción y valoración tanto de la población flotante como local.

Entonces, para el estudio del comportamiento socioespacial de un destino turístico se plantea la aplicación de la dialéctica de Lefebvre (2013) y el modelo de Harvey (1990), que constituyen una perspectiva integral de corte diacrónico que involucra tanto lo material como lo simbólico, dado que día a día, el fenómeno del turismo se va diversificando, expandiéndose y colonizando espacios naturales, rurales y/o urbanos, de manera que las prácticas y formas de los inicios del grand tour se han ido transformando a lo largo del tiempo hasta llegar a la construcción de la ciudad del ocio en el que el viaje turístico se considera una función básica del hombre actual (Vera, 2011; Pié i Ninot, 2013).

PROPUESTA TEÓRICA

EL TURISMO

El turismo es un fenómeno complejo que involucra las condiciones naturales, las funcionales y las sociopolíticas, por lo que ha sido objeto de estudios que van desde el análisis de las transformaciones que produce hasta la construcción de modelos que lo expliquen.

La evolución del turismo ha estado acompañada de sucesos históricos de índole global que configuran los espacios turísticos. Por ejemplo, tras la Segunda Guerra Mundial, el turismo de masas se ve impulsado por la conquista de vacaciones pagadas, el desarrollo de núcleos urbanos con alta concentración urbana, la producción en cadena de automóviles, la construcción de carreteras y autopistas, el descubrimiento de territorios para determinadas actividades, etc., que en conjunto facilitaron los desplazamientos, por consiguiente, la producción turística masiva y la industrialización de los servicios turísticos, ante la llegada de capitales (Vera, 2011).

Por lo tanto, el fenómeno turístico debe ser estudiado en su dimensión tanto espacial como temporal (Callizo, 2011; Vera, 2011). Precisamente, la geografía del turismo estudia “la compleja red de relaciones que se producen en el entorno turístico, la evolución física y económica de un espacio turístico, los impactos sobre el territorio, el modelo territorial del desarrollo turístico” (Reyes y Camino, 2013, p. 85). De hecho, la geografía del turismo concibe este fenómeno como un asentamiento de las infraestructuras turísticas en un espacio físico (Sola, 2007). O bien, como el desplazamiento del lugar de residencia habitual a otro debido a la valoración social de componentes geofísicos y geoculturales, por lo que determinan la localización de la actividad turística (Callizo, 2011; Vera, 2011).

En ambos conceptos, se implica que el turismo favorece la transformación del espacio-paisaje y condiciona la organización del territorio, por lo que los estudios tienden a la descripción y análisis de

a) las características funcionales del espacio emisor; b) las formas, distancias y medios del flujo o viaje turístico, y c) la morfología del espacio de destino turístico... se consideran también el papel que desempeñan los agentes económicos y sociales que manejan los flujos, comportamientos y características de los turistas, las estrategias y especialización turística del espacio receptor (Vera, 2011, p. 24).

Entonces, el análisis de un destino turístico desde la geografía se fundamenta en la territorialización del turismo considerando tanto la dimensión material como simbólica (Cicalese, 2000). Dentro de lo material, el suelo es el recurso principal que se consume al producir la infraestructura turística, cuya localización depende de los intereses de los actores sociales que dividen, ocupan y designan las funciones y usos del suelo³ (Sola, 2007). La cuestión de la territorialización en la geografía del turismo ha suscitado críticas al centrarse en la descripción de los factores espaciales-funcionales, geonaturales, socioeconómicos y políticos (Vera, 2011).

Dentro de las piezas espacio-funcionales del turismo se menciona la distancia geográfica entre el espacio emisor y el espacio receptor, las características y rasgos de conectividad del viaje turístico, el tipo de espacio

turístico de destino y sus recursos, el alojamiento y el equipamiento del ocio, los usos de suelo, los sistemas de transporte, la situación previa e impactos en el territorio, etc. (Vera, 2011; Pié i Ninot, 2013; Reyes y Camino, 2013).

En las cuestiones socioeconómicas, se describen los perfiles, los comportamientos y las necesidades que satisfacen de los turistas, las condiciones sociodemográficas que condicionan su estadia, los flujos turísticos, de capital y de personas, el impacto económico del turismo, las cadenas de valor, el mercado, la oferta turística, la demanda turística, la estrategia de desarrollo, etc. (Vera, 2011; Camino, Lima, Reyes y Barrera, 2013). Además, se menciona la participación de la sociedad local y la gestión público-privada del turismo, por ende, pone atención en las políticas y los objetivos en la ordenación del territorio, la valorización del potencial del patrimonio, la promoción turística, la reestructuración de la imagen urbana, el diseño de estrategias prefordistas, fordistas o posfordistas, etc. (Vera, 2011; Reyes y Camino, 2013; Marez, 2013).

Los estudios de la geografía del turismo se remontan a Francia de 1970, que, bajo el enfoque cuantitativo, el uso de mapas y los modelos, se analizaron tanto los impactos generados como la participación de diferentes agentes en la configuración de un destino turístico (Atchinson, MacLeod y Shawn, 2000). Sin embargo, un ejemplo, de los estudios desde la geografía del turismo para superar el enfoque descriptivo y empírico es el de Christaller sobre el análisis de la distribución de los asentamientos turísticos, o bien los modelos evolucionistas de destinos turísticos como el propuesto por Chadeffaud, Miossec y de Butler (Callizo, 2011).

En el modelo diacrónico de Chadeffaud, el espacio turístico es un producto social, dado que la demanda social⁴ se proyecta en un espacio, por lo que para su estudio se debe considerar la dimensión diacrónica (creación, madurez, obsolescencia y reconversión del producto) (Callizo, 2011; Vera, 2013). El modelo hipotético-deductivo de Miossec explica las deformaciones del esquema concéntrico (fase preturística, fase pionera, fase de desarrollo, fase de organización, fase de saturación y la probable fase de mantenimiento del dinamismo del turismo), por lo que considera factores bioclimáticos, históricos y económicos entre un foco emisor y un espacio receptor, así como la conducta de turistas, autoridades y población local (Callizo, 2011; Vera, 2013).

Mientras que el ciclo de vida de un destino turístico de Butler se ha convertido en “referencia para describir los procesos de evolución de los destinos turísticos... Butler propone una evolución temporal en seis fases: descubrimiento, implicación, desarrollo, consolidación, estancamiento y posestancamiento” (Vera, 2013, p. 226). La crítica general a los modelos evolucionistas es que coinciden en la existencia de un punto de saturación, obligándolos a replantear el modelo, pero ayudan a determinar que la evolución de un destino turístico está condicionada por los componentes territoriales, económicos (locales y globales) y sociales (Vera, 2011).

De esta manera, como el turismo se consume *in situ*, implica el uso y transformaciones de los espacios, de acuerdo con las prácticas y las representaciones de diferentes actores involucrados que generan tanto infraestructura turística como impactos materiales y simbólicos.

Al ser el turismo un producto social, que involucra la participación de los empresarios, las autoridades, la población local y los turistas, siendo estos últimos los que se desplazan, cuyas “touristic practices are therefore seen as a kind of de-routinization *based upon* a specific relationship with space” (Stock, 2007, p. 4). La desrutinización⁵ es el imaginario para que los turistas generen cierta relación con el espacio, que, en el contexto de la posmodernidad, donde los equipamientos viales permiten la compresión del tiempo y espacio, debido al rápido traslado del lugar de origen al destino turístico, modifica comportamientos tales como la pernocta, es decir, comprende no solo a turistas, sino a viajeros, excursionistas, etc.

Entonces, la acción social de viajar y la estructura de los elementos que lo permiten, es decir, el turista y el turismo, lo simbólico y lo material, van de la mano y se ligan con el sistema económico. Debido a que la estructura política y económica ha conquistado espacios y tiempos por medio del turismo, debido a la ocupación de nuevos territorios como la ciudad, y la reducción de distancias para incrementar su capital, así como “la conversión de la vacación y del viaje turístico en necesidad básica” (Vera, 2011, p. 30). Por lo

tanto, el estudio de un destino turístico debe ser tanto macrosociológico como microsociológico, diacrónico y estructural (social, político, económico) (Álvarez, 1994).

De lo anterior, el fenómeno turístico se puede analizar desde la crítica, la que pone en manifiesto la intervención de diferentes actores sociales en la construcción de un destino turístico, así como la inclusión de la dimensión espacio, tiempo y ser social en el proceso de construcción geográfica e histórica de un destino que hoy en día recae en la mercantilización del espacio (Almirón, 2004; Pinassi, 2015). Particularmente, se plantea la aplicación de la producción social del espacio por medio de la trialectica de Lefebvre (2013) y el modelo de Harvey (1990).

El modelo de Harvey (1990) nos permite estudiar el fenómeno del turismo desde las prácticas espaciales de los individuos que intervienen y viven la materialización, así como la construcción ideológica, es decir, “analizar el turismo desde las prácticas socio-espaciales de los mismos turistas... el turismo, como práctica de ocio, es ejecutada por individuos con sus particularidades, sus imaginarios, su forma de enfrentar el mundo, etc.” (Hiernaux, 2008, p. 6).

Por lo tanto, incluir lo material y lo simbólico, lo particular y lo general, su inicio, desarrollo y cambios que se han suscitado en un espacio desde los actores que lo viven y experimentan, es decir, no solo turistas, sino población local, autoridades y empresarios.

COMPORTAMIENTO SOCIOESPACIAL

Para Riungu et al. (2018), el comportamiento socioespacial se relaciona con la estructura física, los afectos, los valores, las motivaciones, las creencias, las normas y las actitudes que impulsan a un turista a visitar un destino, para así conocer la difusión, la interacción y los impactos generados en un destino.

Sin embargo, dentro de las reflexiones que utilizan lo espacial dentro del turismo, como Coll Hurtado (2016), se menciona que los destinos turísticos son un producto social, dado que se ocupan, se construyen y se adaptan, postura que coincide con la de Comparato (2018): “espacio turístico es producto de procesos sociales históricos en el que se articulan intereses, valores e imágenes de distintos grupos sociales con atributos materiales que caracterizan un espacio en un momento dado” (p. 279). Lo espacial refiere a las transformaciones territoriales y afectaciones sociales que se dan por la construcción de infraestructura en la producción de suelo urbano para turistizar determinados espacios en el contexto de la sociedad global posmoderna (Aledo, 2016).

Por lo tanto, se opta por utilizar el término socioespacial para referirse a las transformaciones, cambios, morfologías y procesos en un destino turístico dando como resultado una reconfiguración espacial que se basa en las relaciones y las tomas de decisiones de diferentes actores sociales que se materializan en un territorio determinado, en el contexto de la posmodernidad.

El estudio de lo socioespacial de un destino turístico implica lo histórico, lo geográfico, lo social, lo cultural, lo económico y lo político, de manera que los comportamientos socioespaciales de un destino turístico permiten reconocer y analizar las formas de actuar de los diferentes actores y de los sectores sociales relacionados con el turismo, donde cada una de las intervenciones y las relaciones entre esos actores sociales traen consigo diferentes beneficios, costes y reconfiguración tanto social como territorial.

LA TRIALÉCTICA DE LEFEBVRE Y EL MODELO DE HARVEY

Para Lefebvre (2013) el espacio es un producto social, compuesto por las relaciones sociales y de poder que intervienen en él para que pueda ser intercambiado, consumido y/o suprimido y creado, de acuerdo con la valoración de elementos tanto naturales como sociales, por lo que puede ser tanto “producto o productor, soporte de relaciones económicas y sociales” (Lefebvre, 2013, p. 56). La parte material se manifiesta al

considerar el espacio como un producto social que surge de la planificación racional. Es decir, el espacio⁶ se modifica en función de ciertas demandas sociales, las cuales cambian con el tiempo, conduciendo a la destrucción de viejos espacios por otros nuevos, es decir, con tendencia a la destrucción creativa para mantener los niveles de circulación del capital.

Por ende, el modo de producción capitalista se apropia de un espacio previo (preexistente, histórico), para hacer surgir del mismo un espacio otro, que moldea de acuerdo con sus fines (producción y reproducción del sistema capitalista), y consolidar el espacio abstracto, donde se llevan a cabo las relaciones de producción, dominación y explotación.

Mientras que el espacio instrumental se manifiesta cuando sirve para fines ideológicos hegemónicos, tales como el orden social, por medio de determinados comportamientos y prácticas en el espacio que se reproducen cuando los ciudadanos consumen simulacros a través de la condensación tiempo-espacio y que confieren una apropiación espacial diferente a cuando en el espacio se manifiesta la creatividad y las prácticas de las personas en la cotidianidad, además de organizar la propiedad, el trabajo, las redes de cambio, los flujos de materias, etc.

Para la comprensión del espacio como producto y productor social, Lefebvre (2013) hace uso de la triada conceptual integrada por la práctica espacial, las representaciones del espacio y los espacios de representación, que Harvey (1990) cruza con otras cuatro variables: la accesibilidad y distanciamiento, la apropiación y uso del espacio, la dominación y control del espacio, y la producción del espacio.

El modelo de Harvey aparece en su libro *La condición de la posmodernidad* de 1990 y se le ubica dentro de la corriente neomarxista de la sociología urbana y geografía crítica, dado que retoma a la ciudad como objeto específico de análisis por medio de las prácticas espaciales tanto materiales como simbólicas del sistema capitalista. Es decir, la ciudad como un lugar que sirve para la acumulación capitalista.

Sin embargo, la ciudad como espacio del capitalismo ha sido sometida a cambios tanto materiales como simbólicos, por lo que, para entender tales transformaciones históricas, Harvey (1990) identifica la condición de modernidad y posmodernidad.

La modernidad se planteaba como la búsqueda del progreso, por ende, marcaba una ruptura con la historia y la tradición, por medio de la destrucción creadora (destruir para crear) de códigos, significaciones y alusiones, para mercantilizar los productos culturales y espacios (mito) para una clase específica de consumidores (Harvey, 1990). Bajo el esquema económico fordista, se caracterizó por el control centralizado de las órdenes de producción homogénea para la masa de consumidores, bajo la participación del Estado (keynesianismo). En el ámbito turístico, se producen centros turísticos paradigmáticos en las proximidades de los centros emisores más importantes y en territorios periféricos planeados, que monopolizan las preferencias, por lo tanto, construyen lealtades locales fuertes y lazos de confianza con empresarios (Cicalese, 2000).

Para Harvey (1990), la posmodernidad es la continuación de la modernidad, la que se caracteriza por la ruptura del orden de las cosas, dado que no unifica el pasado, el presente y el futuro. Bajo el esquema económico posfordista (en los años 70), hay una descentralización que condiciona la competencia interlocal de acuerdo con las ventajas locales para la producción de bienes diferenciados (fracciona el territorio), fomentando diferencias socioespaciales (Cicalese, 2000; Theodore, Peck y Brenner, 2011). También, se impulsa la creación de anhelos, necesidades, deseos, mercancías novedosas que apelan a lo estético (simulacros) y al consumismo que asegure la rentabilidad de la producción capitalista y contribuya la fragmentación del tejido urbano (Harvey, 1990).

Un ejemplo de lo anterior se da con la producción y expansión de las geografías turísticas, el turismo segmentado (pérdida de lealtad), los comportamientos topopolígamos y la intervención de los *mass media* para convertir las ciudades y los centros históricos en puntos de innovación institucional y en proyectos políticos para que sean consumidos, a través de mitos y símbolos que se vinculan con la imagen de los espacios produciendo repercusiones territoriales y sociales (Cicalese, 2000; Barrado, 2010; Theodore, Peck y Brenner, 2011; Hernández Ramírez, 2018).

Fuente: elaborado por Díaz Castañeda et al. (2019) sobre la base de información de David Harvey (1990).

De hecho, al espacio turístico se lo define como “los procesos por los que se transforman unos entornos territoriales con la finalidad fundamental de producir, vender y consumir servicios y bienes que producen placer a sus visitantes, ya sean turistas, excursionistas o residentes temporales” (Vera, 2011, p. 193). Por lo tanto, se involucran agentes sociales y económicos en la creación de los espacios turísticos, sea como valor de uso y/o valor de cambio (obra vs. producto), cuyas consecuencias incluyen el surgimiento de un espacio central construido, es decir, el espacio se fragmenta y solo el que cumple con determinados requisitos se ocupa y se transforma para que sea consumido, produciendo consecuencias espaciales y sociales determinadas, conformando la apropiación negativa.

Tal dominación del espacio se manifiesta cuando la ciudad deja de ser una obra para convertirse en producto, cuando deja de tener valor de uso para convertirse en valor de cambio (hay un intercambio monetario de por medio), dado el orden, la jerarquía espacial y fragmentación espacial de acuerdo a la lógica instrumental, además de que se manipulan las necesidades y deseos por medio de la publicidad, la planificación económica y el urbanismo, para que tal centralidad se consuma y así contribuya a la lógica capitalista.

El pensamiento dialéctico socioespacial urbano de Harvey (1990) se inserta en la geografía crítica, desde el paradigma radical. Toma la corriente crítica marxista, puesto que se basa en la geografía histórica del capitalismo por medio del materialismo dialéctico para dar cuenta de la espacialidad urbana de las relaciones entre clases sociales dadas por el cambio de modelo productivo y social a escala global, lo que permite la elaboración de análisis críticos conceptualmente sofisticados sobre las dinámicas sociales de explotación y dominación, pero no con líneas de actuación concretas (Constenla, 2004; Llano y Valencia, 2004; Casellas, 2008; Busquet y Garnier, 2011). Para otros, de manera general, “Se trata de un marxismo con fuerte sesgo historicista” (Miguel, 2003, p. 3). Precisamente en relación con lo anterior, Harvey es un “political economist” (Casellas, 2008), porque concibe a la ciudad desde el cambio histórico gestado por el sistema capitalista (decisiones de personas y organizaciones para controlar recursos y la distribución de riqueza y poder), así como sus consecuencias tanto en la estructura espacial (acumulación por desposesión, destrucción creativa, expansión del capital, segregación espacial, gentrificación, localización espacial de las clases sociales) como en la regulación social y política, por lo que también se le ubica como un geógrafo radical (Casellas, 2008; Gintrac, 2013).

Harvey (1990) analiza el espacio urbano dentro de la dinámica de la inversión del capital, por lo que para algunos críticos tienen una visión exclusivamente espacial, un enfoque postestructuralista (Atchinson et al., 2000), una reducción al análisis de clase y el prevalente papel del capital financiero como fuente de los conflictos urbanos, dejando fuera la maniobra de los gobiernos nacionales (Constenla, 2004; Llano y Valencia, 2004; Gintrac, 2013).

Aunque Harvey privilegia lo geográfico y económico (Garnier 2012), esto es lo que le ha permitido evidenciar las lógicas, mecanismo y procesos de la producción, organización, funcionamiento y uso del espacio urbano bajo el régimen capitalista, así como sus efectos. Además, plantea la lucha contra la globalización por medio de la reflexión espacial, aunque solo se quede en la configuración, puesto que no la lleva a la práctica (Folch Serra, 1997; Constenla, 2004; Garnier, 2012).

EL MODELO TRIDIMENSIONAL DEL TURISMO

La dialéctica de Lefebvre (2013) y las variables del modelo de Harvey (1990) permiten reconocer el comportamiento socioespacial de un destino turístico por medio de las prácticas materiales, la representación de los espacios y los espacios de representación. Pero la reconstrucción histórica del espacio turístico, de acuerdo con Harvey (1990), puede dividirse en dos momentos: modernidad y posmodernidad, lo cual se

complementa con el espacio previo, el espacio otro y el espacio abstracto de Lefebvre (2013). La etapa de la modernidad va del espacio previo a la conformación del espacio otro, mientras que la posmodernidad continúa con el espacio otro y la producción del espacio abstracto.

En el espacio previo a ser un destino turístico, se describen las fuentes de accesibilidad y distanciamiento, es decir, los flujos de bienes turísticos como alojamientos, restaurantes y/o servicios complementarios de determinadas épocas; la afluencia de los primeros visitantes y/o turistas; las comunicaciones como las carreteras o caminos para acceder al destino; las jerarquías urbanas si las había o no, el centro histórico o jardín central de tal espacio previo, así como la descripción de hasta dónde se conformaba la mancha urbana y sus servicios públicos (agua, energía eléctrica, etc.), la forma en que se recuerda cierto espacio, etc.; los usos de suelo tales como el habitacional, el agrícola, entre otros; los recursos naturales (agua, suelo, etc.) y culturales con valor de uso por medio de los testimonios de los pobladores y/o autoridades, etc., lo anterior nos proporciona un contexto histórico del destino turístico.

A continuación, se deben mencionar los ambientes construidos con fines turísticos, los espacios sociales, etc., es decir, la conformación del espacio otro turístico, que puede ser un edificio o un conjunto de edificios con fines turísticos, ya sea para el ocio y recreación o complementario (alojamiento), por lo que es importante mencionar quién(es), cómo, y dónde lo(s) construyó(construyeron), la forma en qué se adquirió(ron) tal(es) espacio(s), así como sus usos previos y posteriores de tal(es) edificio(s). Lo anterior nos permite identificar los recursos naturales y culturales que dejaron de tener valor de uso para convertirse en valor de cambio, de acuerdo con la apropiación y uso del espacio por parte de los actores sociales que intervienen en tal cambio, y que van a configurar un espacio central de acuerdo con las relaciones de poder, por ende, conformar la propiedad privada y la zonificación excluyente (dominación y control del espacio) a partir de un ambiente construido turístico.

En la configuración de un espacio central es importante analizar si los actores políticos (autoridades municipales, estatales y nacionales) y económicos (empresarios o población local) hacen uso de la destrucción creativa, si crean mitos o monumentos para dar impulso al espacio turístico, el tipo de trabajo que dieron en los ambientes construidos turísticos (hoteles, restaurantes, etc.), si invierten y crean nuevas vialidades (caminos, carreteras o autopistas) o infraestructura turística (residenciales, parques, etc.), entre otros, dado que forma parte de la identidad de un destino turístico. De manera que los discursos políticos y la memoria colectiva de la población local son de apoyo para tal reconstrucción histórica. También, el apoyo visual⁷ es de utilidad para ubicar los recursos con valoración social, y la conformación de la producción del espacio por medio de la construcción de infraestructuras turísticas tanto públicas como privadas, formales e informales (infraestructura turística y equipamiento vial), lo que nos permite su localización, identificar su expansión y la generación de nuevas centralidades.

recisamente, las representaciones del espacio de las instituciones políticas de los diferentes niveles de gobierno (usos de suelo, planes de desarrollo municipal, etc.) nos proporciono

Precisamente, las representaciones del espacio de las instituciones políticas de los diferentes niveles de gobierno (usos de suelo, planes de desarrollo municipal, etc.) nos proporcionan los planes a implementar o los implementados para mejorar la accesibilidad no solo física, sino social de un espacio central turístico, de acuerdo con las jerarquías urbanas. También se puede obtener e interpretar la representación simbólica de los espacios de acuerdo con los discursos de las autoridades, es decir, identificar el cambio de uso del suelo (por ejemplo, de agrícola a habitacional), la mejora urbana del espacio central turístico, las autoridades que lo implementaron, la intervención de otros agentes, incluso los discursos artísticos y arquitectónicos de un espacio turístico.

Sin embargo, se puede obtener el análisis de la representación del espacio turístico que da cuenta de lo concebido desde los pobladores locales, lo que nos proporciona información de cómo era el espacio antes de las intervenciones, sus espacios centrales, la forma en que los representaban, los límites, el tipo de arquitectura, etc. Lo anterior facilita observar el contraste entre los discursos oficiales y los de los pobladores.

En lo que respecta a los espacios de representación, particularmente, en accesibilidad y distanciamiento se debe considerar si las intervenciones urbanas para mejorar la imagen del espacio turístico han generado atracción/repulsión, acceso/rechazo, etc., no solo de la población local, de empresarios, sino de turistas, es decir, de aquellos que hacen uso del espacio turístico. Tal información da cuenta de la atracción, apropiación y uso del espacio de los lugares abiertos y privados, tales como hoteles, restaurantes, jardines, centros de recreación, plazas, etc., así como de la jerarquía o valoración que le asignan los turistas y la población local.

La dominación y control del espacio turístico se obtiene por medio de las experiencias de las personas que han hecho uso de los espacios construidos con fines turísticos tanto en el espacio previo como en el espacio otro, por lo que nos permite identificar cómo viven, si hacen uso o no del espacio otro, si se han conformado las barreras simbólicas para pobladores y turistas o la tradición de visitar un determinado destino turístico, etc. Además, se puede acceder a cómo se imaginan el espacio, es decir, qué les gustaría que hubiera en tales paisajes, si hay algún espacio de deseo de acuerdo con su condición (poblador, turista o autoridad), y contrastar tales imaginarios entre los diferentes usuarios y los creadores del espacio turístico.

En esta primera etapa de reconstrucción de un destino turístico se pueden conocer las causas y las primeras consecuencias de la producción del espacio central turístico. Entre las causas se encuentra el determinar los recursos naturales y culturales que han servido al poder político-económico para configurar un espacio otro turístico. Entre las consecuencias, se pueden identificar y localizar el espacio central construido con fines turísticos, la incipiente clasificación y aburguesamiento de un fragmento del espacio turístico, los cambios en la estructura económica y social (cambios en el uso de suelo y actividad económica, por ejemplo, de agrícola a comercial, migración, etc.), los impactos en la naturaleza (reducción del área forestal, expansión de la mancha urbana, etc.), así como las implicaciones en la vida de los habitantes y turistas debido a las infraestructuras turísticas y el equipamiento vial que se ha producido para dar impulso al espacio central turístico (comprensión tiempo-espacio).

Dado que la historia de la sociedad se traduce en la urbanización progresiva, el análisis continúa con la posmodernidad que se sitúa a finales de la década de los años 70 e inicios de los 80 del siglo pasado, donde se manipulan las necesidades y deseos para vender placer por medio de las situaciones cotidianas, por lo que el turismo en nuevos espacios se vuelve una forma de incrementar el capital.

Ante la revalorización e intervención de los destinos turísticos por parte del poder político y económico, para hacerlos atractivos tanto a los turistas como a la inversión, se inicia nuevamente el análisis del espacio turístico por medio de las prácticas materiales, describiendo los flujos de bienes (identificar y ubicar las recientes construcciones con fines turísticos,

Ante la revalorización e intervención de los destinos turísticos por parte del poder político y económico, para hacerlos atractivos tanto a los turistas como a la inversión, se inicia nuevamente el análisis del espacio turístico por medio de las prácticas materiales, describiendo los flujos de bienes (identificar y ubicar las recientes construcciones con fines turísticos, ya sea tanto el alojamiento como complementarios), dinero (inversiones tanto públicas como privadas, Producto Interno Bruto por actividad, principalmente, el terciario, etc.), turistas (flujos, procedencia, gasto aproximado, etc.), comunicaciones (tanto públicas como privadas, por ejemplo, las autopistas), jerarquías urbanas (identificar el centro del destino turístico o las nuevas centralidades), etc. De manera que nos ofrece un panorama del crecimiento social y urbanístico en el espacio turístico en comparación con el período anterior.

También nos permite identificar la apropiación y nuevos usos del espacio turístico, es decir, los usos de la tierra (de habitacional a mixto), así como los ambientes turísticos construidos tanto públicos (equipamiento vial) como privados (infraestructura turística), si hay nuevos o se han incrementado los vecindarios (si son o no residenciales con fines turísticos y excluyentes), si ha habido infraestructura física o renovación urbana en el centro del espacio turístico, la organización territorial (formal e informal, pública o privada), etc., va desde la apropiación y producción del espacio turístico. Lo anterior tiende a complementarse con un contexto socioeconómico de la población tanto de manera general como particular, es decir, tanto del municipio como

del área de estudio, de manera que se deben identificar las actividades económicas principales (terciarias), la cobertura de los servicios públicos y turísticos (alojamiento y complementarios), la concentración de población local y flotante, etc.

Como se mencionó anteriormente, una de las formas de comparar y analizar las prácticas materiales y las representaciones del espacio turístico es por medio del uso de mapas, planos, planes de desarrollo, etc., de las autoridades de los diferentes niveles gubernamentales, dado que nos dan pauta de lo que el gobierno considera como un lugar central turístico, los espacios a intervenir por medio de sus políticas públicas turísticas, la expansión de la mancha urbana y sus consecuencias⁸, etc., es decir, la representación visual tanto de lo que se ha hecho o se pretende hacer en materia espacial turística, así como los discursos de las autoridades. Los mapas también se pueden complementar con la georreferenciación de los espacios turísticos construidos para determinar el espacio central, si se ha dado o no la concentración y/o expansión de los mismos, la generación de nuevas centralidades (hoteles, restaurantes, parques, equipamiento vial, etc.).

En los espacios de representación de la población local, turistas y empresarios dan opinión de los impactos que han generado las intervenciones en materia turística del poder político-económico, por medio de su experiencia y determinar si les atraen o no, si han experimentado acceso/rechazo, si les resulta familiar los lugares abiertos (plazas, parques, jardines, etc.), su parecer acerca los monumentos o si los rituales construidos se han visto cambiados, así como si perciben barreras simbólicas (acceso o restricción a un determinado hotel, restaurante, parque, etc., sea por motivos sociales o económicos) y, sobre todo, qué les gustaría ver en el espacio turístico (opciones de diversión, mejora, mantenimiento, etc.).

Por su parte, los turistas pueden dar cuenta de su parecer acerca de las intervenciones urbanísticas, si han visto cambios sociales, ambientales, económicos, simbólicos, etc. Si tales cambios tanto en la infraestructura turística como en el equipamiento vial les genera atracción o repulsión, si les resulta familiar el espacio turístico o la gente, los lugares que visitan, los símbolos que encuentran, etc. Además, nos permite conocer los proyectos imaginados del espacio, es decir, lo que les gustaría hacer en el destino, etc.

El resultado es la producción del espacio turístico dominante, dada la intervención principalmente de los actores políticos y económicos que conducen a la urbanización y la expansión de la mancha urbana, así como contradicciones entre la lógica de producción del espacio turístico (alojamiento y servicios complementarios), la lógica de dominación (estatal y actores económicos) y la lógica de apropiación social del espacio. Por lo tanto se ve un orden social con expresión espacial tanto con beneficiados como con excluidos del espacio turístico (barreras simbólicas y físicas), se muestra el enmascaramiento (embellecimiento u teatralización) del espacio turístico, la explotación y eventual destrucción de los recursos naturales y sociales con fines capitalistas, la participación de la población local, las implicaciones en la vida diaria, el uso y deseo del espacio por parte de turistas y pobladores locales, el control de los espacios por parte del poder político-económico (reproducción de los relaciones de producción), etc.

De hecho, permite reconocer los ciclos en los que el capitalismo modifica las relaciones de producción para perpetuarse, sin duda, bajo la premisa del espacio como mercancía tanto para legitimar el orden social como para sus fines económicos, siendo el turismo en las ciudades como un lugar de inversión y expansión del capitalismo en la posmodernidad. Entonces, en una sociedad donde el turismo se concibe como una necesidad básica, su estudio nos permite identificar la intervención de la población en la toma de decisiones que afectan tanto su espacio como su conducta, el papel del Estado a lo largo del tiempo, las nuevas clases sociales que han surgido y su ubicación, la influencia de los capitales, la distribución de las inversiones y la división del trabajo, la reproducción social que se perpetúa por generaciones, anteriores espacios de representación que han sido modificados o aniquilados, los espacios dominantes como centros de poder y riqueza, etc.

Por lo tanto, el espacio abstracto turístico resultante es aquel en el que no solo hay desaparición de la naturaleza o la existencia de espacios comerciales, sino donde hay un proceso de homogeneización-fragmentación que se da por medio de la infraestructura turística y equipamiento vial, la pérdida de la identidad para la población local del destino turístico, donde se mantiene el folclore con fines capitalistas,

dada la atracción de turistas, se crean infraestructuras turísticas que dan cuenta de la producción de las cosas en el espacio, etc. Lo anterior se complementa por medio del contraste de los discursos políticos que ponderan la urbanización como un símbolo de bienestar y de derrama económica, con la realidad social de un destino turístico.

Entonces, la transición entre los períodos analizados permite reconocer la producción, la acumulación, su consumo, y las contradicciones entre crecimiento económico y desarrollo social, entre lo social y lo político, etc., de un destino turístico, por medio de la descripción y análisis, pero desde un enfoque crítico. Es decir, el proceso de producción-consumo del espacio turístico, así como las fuerzas productivas y sus componentes naturales y sociales, sus estructuras y supraestructuras.

CONCLUSIONES

Ante la conquista de nuevos espacios para su explotación turística, el poder político-económico se ha apropiado y controlado el espacio, produciendo impactos de diferente índole, tales como ambientales, sociales, políticos, económicos, arquitectónicos y urbanísticos.

Para el estudio de los destinos turísticos desde la geografía del turismo se han implementado diferentes modelos como el de Chadeaud, Miossec, Butler, entre otros, los cuales coinciden en un punto de saturación que los obliga a su replanteamiento. Sin embargo, han permitido considerar los componentes territoriales, económicos y sociales como parte del análisis de la evolución física y económica, e impactos que genera el fenómeno turístico.

De lo anterior surge una propuesta teórica para el estudio de los destinos turísticos de manera integral, es decir, considerando la descripción de las características funcionales del espacio emisor-receptor, distancias del viaje turístico, la morfología del espacio receptor, los agentes políticos y económicos involucrados, los imaginarios de los turistas, así como los diferentes impactos del turismo, mediante la dialéctica de Lefebvre (2013) y el modelo de Harvey (1990).

La dialéctica de Lefebvre (2013) permite concebir al destino turístico como un producto de las relaciones político-económicas, por ende, se toma en cuenta la intervención de agentes externos. Es productor dado que en el siglo XXI el turismo y el ocio se consideran como un objeto de consumo básico que sirve para los fines capitalistas.

Por su parte, el modelo de Harvey (1990) permite la descripción y análisis de los destinos turísticos, involucrando tanto la parte funcional-espacial, ambiental, el contexto social y político-económico, las intervenciones arquitectónicas y urbanísticas, además del análisis de los discursos políticos y económicos, así como los impactos en los usuarios, es decir, tanto población local como turistas. Lo anterior, dentro de un marco histórico diacrónico y prospectivo, dado que permite el análisis de un destino turístico desde un espacio previo, pasando por la conformación de un espacio otro y el espacio abstracto, tanto en la modernidad como en la posmodernidad.

De manera que el análisis permite diferenciar entre los usos, apropiación, control y producción del espacio desde los diferentes actores sociales, y a través del tiempo, por lo que el modelo tridimensional de un destino turístico se ofrece único, con sus propias cualidades, impactos sociales e intervenciones espaciales, a la vez que se puede comparar con otros destinos para encontrar semejanzas y diferencias, la generación de nuevas centralidades, etc. Por otra parte, como se hace uso de contenido visual (mapas, planes de desarrollo, etc.) de carácter diacrónico, se pueden utilizar para realizar un estudio prospectivo.

Si bien el modelo de Harvey puede ser considerado como determinista económico, específicamente, del poder financiero, tiene su actualidad, dada la expansión del sistema capitalista a las ciudades del ocio como espacios de acumulación. Además es en el espacio donde se visualizan las contradicciones generadas por el sistema de acumulación por desposesión, las que se complementan con los imaginarios tanto de los que lo perciben como de los que los experimentan.

Por lo tanto, el estudio del comportamiento socioespacial de un destino turístico desde la dialéctica de Lefebvre (2013) y el modelo de Harvey (1990) permiten la descripción y análisis estructural, diacrónico, microsociológico y macrosociológico, tanto de los que configuran el espacio turístico como de aquellos que viven tal materialización.

REFERENCIAS

- Alcalá, J. L. (2013). Papel del turismo en la conformación de una nueva centralidad. *Topofilia. Revista de Arquitectura, Urbanismo y Ciencias Sociales*, 4(1), 541-559. Recuperado de <http://148.228.173.140/topofiliaNew/assets/cuatro1uno4.pdf>
- Aledo, A. (2016). Turismo residencial y vulnerabilidad en el interior del Levante español. En Gascón, J. & Cañada, E. (coords.), *Turismo residencial y gentrificación rural* (pp. 37-59). Recuperado de https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/61036/1/2016_Aledo_Turismo-residencial-y-vulnerabilidad.pdf
- Almirón, A. V. (2004). Turismo y espacio. Aportes para otra geografía del turismo. *GEOUSP. Espacio E Tempo*, (16), 166-180. doi: 10.11606/issn.2179-0892.geousp.2004.73963
- Álvarez, A. (1994). *El ocio turístico en las sociedades industriales avanzadas*. Barcelona: Bosch Casa Editorial.
- Álvarez, M. D. (2010). Creative cities and cultural spaces: new perspectives for city tourism. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 4(3), 171-175. doi: 10.1108/17506181011067565
- Andraca, Y. H. (2016). Fragmentación socioterritorial producida por la actividad turística en Bahías de Huatulco, Oaxaca. *Teoría y Praxis*, (20), 9-36. Recuperado de <http://www.redalyc.org/html/4561/456149892002/>
- Atchinson, C., MacLeod, N. E. & Shaw, S. J. (2000). *Leisure and tourism landscape. Social and cultural geographies*. Londres: Routledge.
- Barrado, D. A. (2010). Gran ciudad y turismo en la transición postindustrial: nuevos y viejos procesos, nuevas y viejas teorías. El ejemplo del área metropolitana de Madrid. *Scripta Nova*, 14(317). Recuperado de <http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-317.htm>
- Busquet, G. & Garnier, J. P. (2011). Un pensamiento urbano todavía contemporáneo. Las vicisitudes de la herencia lefebvriana. *Urban*, (2), 41-57. Recuperado de <http://polired.upm.es/index.php/urban/article/view/1490/1986>
- Callizo, J. (2011). *Aproximación a la geografía del turismo*. Madrid: Síntesis.
- Camino, G., Lima, R., Reyes, S. & Barrera, D. (2013). Los datos básicos de la economía del turismo. En Pié i Ninot, R. & Rosa, C. J. (eds.), *Turismo líquido* (pp. 52-79). Barcelona: Universidad Politécnica de Catalunya.
- Cardona, J. R. (2012). *Actitudes de los residentes hacia el turismo en destinos turísticos consolidados: el caso de Ibiza* (Tesis doctoral inédita). Recuperada de http://repositori.uib.es/xmlui/bitstream/handle/11201/2878/Ramon_Cardona_Jose.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cardona, J. R. & Serra, A. (2013). Historia social del desarrollo turístico en Ibiza (década de 1960 y 1970). Análisis desde perspectivas historiográficas. *Investigaciones Turísticas*, (5), 86-109. Recuperado de https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/29121/1/Investigaciones_Turísticas_05_04.pdf
- Casellas, A. (mayo, 2008). Geografía eco-crítica: el giro medio-ambientalista como eje vertebrador de una nueva territorialidad. En Capel, H. & Ramoneda, J. (Director del Coloquio), *Diez años de cambios en el mundo, en la Geografía y en las Ciencias sociales, 1999-2008*. Coloquio llevado a cabo en X Coloquio Internacional de Geocrítica de la Universidad de Barcelona, Barcelona.
- Castells, M. (1974). *La cuestión urbana*. México: Siglo XXI editores.
- Cicalese, G. (2000). Los cambios de sentido en los espacios sociales del turismo a partir de la globalización. *Faces*, 6(8), 79-106. Recuperado de http://nulan.mdp.edu.ar/60/1/FACES_n8_79-106.pdf
- Coll Hurtado, A. (2016). *Espacio y ocio: el turismo en México*. doi: [dx.doi.org/10.14350/tsg.1.5.6](https://doi.org/10.14350/tsg.1.5.6)

- Colmenares, M. (2013). Marco socio-espacial para el análisis del turismo de segundas residencias. *Iberoforum*, 8(16), 85-104. Recuperado de <http://www.iberomx.mx/iberoforum/16/pdf/ESPANOL/4-COLMENARES-VOCESY CONTEXTOS-NO16.pdf>
- Comparato, G. (2018). (De) construyendo los estudios del turismo y la geografía(s). Una aproximación a las mutaciones en América Latina a partir de la segunda posguerra. *GeoGraphos*, 9(111), 266-290. doi: 10.14198/GEOGRA2018.9.111
- Constenla, X. (2004). La condición de la Geografía. Una introducción a la obra geográfica de David Harvey. *Documents d'analisi geogràfica*, (44), 131-148. Recuperado de <https://ddd.uab.cat/record/1385>
- Covarrubias, R. & Rodríguez, J. J. (2018). Multifuncionalidad territorial y turismo. Implicaciones socioculturales, económicas y ambientales en destinos rurales emergentes. Un caso de estudio en Comala, Colima. *Investigaciones Turísticas*, (15), 79-107. doi: 10.14198/INTURI2018.15.04
- Delgado, M. (2007). *La ciudad mentirosa. Fraude y miseria del "Modelo Barcelona"*. Madrid: Los libros de la Catarata.
- Domínguez, J. A. & Lennartz, T. (2015). Turismo rural y expansión urbanística en áreas de interior. Análisis socioespacial de riesgos. *Revista Internacional de Sociología*, 73(1). doi: 10.3989/ris.2012.11.29
- Folch Serra, M. (1997). Estancia de David Harvey en Girona del 3 al 14 de junio de 1996. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 30, 197-201. Recuperado de <https://www.raco.cat/index.php/DocumentsAnalisi/article/viewFile/41784/52632>
- Garnier, J. P. (2012). El derecho a la ciudad desde Henri Lefebvre hasta David Harvey. Entre teorizaciones y realización. *Ciudades*, 15(1), 217-225. Recuperado de <http://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/27423/1/Ciudades%2015%20217-225%20GARNIER.pdf>
- Gintrac, C. (2013). Las aportaciones de la geografía radical y la geografía crítica anglosajona a la teoría urbana. *Urban*, (6), 53-61. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4974967>
- Harvey, D. (1990). *La condición de la posmodernidad. Investigación sobre los orígenes del cambio cultural*. Buenos Aires: Amorrortu editores.
- Hernández Ramírez, J. (2018). La voracidad del turismo y el derecho a la ciudad. *Revista Andaluza de Antropología*, (15), 22-46. Recuperado de http://institucional.us.es/revistas/RAA/15/javier_hernandez.pdf
- Hiernaux, D. (2008). Una década de cambios: la geografía humana y el estudio del turismo. *Scripta Nova*, 12(270). Recuperado de <http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-270/sn-270-87.htm>
- Lara, Y. I. (2014). *Prácticas socio-espaciales de los turistas residenciales en playas de Rosarito*. (Tesis de maestría inédita). Recuperada de <https://www.colef.mx/posgrado/wp-content/uploads/2014/11/TESIS-Lara-Lopez-Yessica-Ita livi.pdf>
- Lefebvre, H. (2013). *La producción del espacio*. Madrid: Capitán Swing.
- Lew, A. A. (2017). Tourism planning and place making: place.making or placemaking. *Tourism Geographies. An International Journal of Tourism space, Place and Environment*, 19(3), 448-466. Recuperado de <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/14616688.2017.1282007?scroll=top&needAccess=true>
- Lindoso Tato, E. & Vilar Rodríguez, M. (2018). El despertar del turismo urbano en España: baños de mar, ocio y urbanismo en A Coruña, 1900-1935. *Cuadernos de Turismo*, (42), 213-236. doi: 10.6018/turismo.42.09
- Llano, J. & Valencia, M. A. (2004). Breve genealogía de los discursos urbanísticos. Tradición y crisis del pensamiento sobre la ciudad moderna. *Revista Electrónica DU&P. Diseño Urbano y Paisaje*, 1(3), 1-33. Recuperado de <http://dup.ucentral.cl/pdf/004.pdf>
- López, Á. A., & Marín, G. (2010). Turismo, capitalismo y producción de lo exótico: una perspectiva crítica para el estudio de la mercantilización del espacio y la cultura. *Relaciones. Estudios de historia y sociedad*, 31(123), 219-260. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-39292010000300008&lng=es&tlng=e
- López, D., Ferreres, J. B., Abdelouahab, O. & Monteserín, O. (2018). El potencial desarrollo turístico integral de los municipios del área del entorno del Aeropuerto de Castelló. *Cuadernos de Turismo*, (42), 237-259. doi: 10.6018/turismo.42.10

- Mansilla, J. A. (2018). Vecinos en peligro de extinción. Turismo urbano, movimientos sociales y exclusión socioespacial en Barcelona. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 16(2), 279-296. Recuperado de http://www.pasosonline.org/Publicados/16218/PS218_01.pdf
- Mansilla J. A. & Milano C. (2019). Becoming centre: tourism placemaking and space production in two neighborhoods in Barcelona. *Tourism Geographies. An International Journal of Tourism space, Place and Environment*, 29(1). doi:10.1080/14616688.2019.1571097
- Marez, I. E. (2013). Proyecto de ordenación litoral del Languedoc-Roussillon, Francia. En Pié i Ninot, R. & Rosa, C. J. (eds.), *Turismo líquido* (pp. 204-224). Barcelona: Universidad Politécnica de Catalunya.
- Mávquez, J. A. (2000). El turismo en la región Onubense-Algarví. *Cuadernos de Turismo*, (5), 69-86. Recuperado de <https://revistas.um.es/turismo/article/view/22781>
- Meekes, J., Buda D. M. & De Roo, G. (2017). Adaptation, interaction and urgency: a complex evolutionary economic geography approach to leisure. *Tourism Geographies. An International Journal of Tourism Space, Place and Environment*, 19(4), 525-547. doi: 10.1080/14616688.2017.1320582
- Mercado, I. & Fernández, A. (2018). Percepciones y valoraciones sociales del paisaje en destinos turísticos. Análisis de la ciudad de Sevilla a través de técnicas de investigación cualitativas. *Cuadernos de Turismo*, (42), 355-383. doi:10.6018/turismo.42.16
- Miguel, E. G. (2003). Enfoques, tendencias y escuelas geográficas. De la geografía clásica o tradicional a los estudios culturales. *Parrafos Geográficos*, 2(2), 1-6. Recuperado de http://igeopat.org/parrafosgeograficos/images/RevisitasPG/2003_V2/2-3.pdf
- Novy, J. (2018). Destination 'Berlin revisited. From (new) tourism towards a pentagon of mobility and place consumption. *Tourism Geographies. An International Journal of Tourism Space, Place and Environment*, 20(3), 418-442. doi:10.1080/14616688.2017.1357142
- Osorio, M. (2017). El turismo residencial en Malinalco, Estado de México. Análisis crítico desde la posmodernidad. En Osorio, M. & Bringas, N. I. (coords.). *Turismo residencial en México. Comportamientos socio-espaciales* (pp. 117-180). Tijuana: El Colegio de la Frontera Norte.
- Otero, A. (2007). La importancia de la visión de territorio para la construcción de desarrollo competitivo de los destinos turísticos. *Cuadernos de Turismo*, (19), 91-104. Recuperado de <https://revistas.um.es/turismo/article/view/13811/13331>
- Pié i Ninot, R. (2013). Las arquitecturas del turismo: las piezas mínimas. En Pié i Ninot, R. y Rosa, C. J. (eds.), *Turismo líquido* (pp. 14-37). Barcelona: Universidad Politécnica de Catalunya.
- Pinassi, A. (2015). Espacio vivido: Análisis del concepto y vínculo con la geografía del turismo. *GeoGraphos*, 6(78), 135-150. doi:10.14198GEOGRA2015.6.78
- Reyes, S. & Camino, G. (2013). La investigación en turismo desde las disciplinas afines. En Pié i Ninot, R. & Rosa, C. J. (eds.), *Turismo líquido* (pp. 80-89). Barcelona: Universidad Politécnica de Catalunya.
- Riungu G. K., Peterson, B. A., Beeco J. A. & Brown G. (2018). Understanding visitor's spatial behavior: a review of spatial applications in parks. *Tourism Geographie. An International Journal of Tourism Space, Place and Environment*, 20(5), 833-857. doi:10.1080/14616688.2018.1519720
- Rojo, S., Rodríguez, S. C. & Castañeda, M. E. (2017). Del espacio vivido a los lugares de encuentro turístico: El Rosario Pueblo Mágico. En Enríquez, J. Á., Guillén, M. & Valenzuela, B. A. (coords.), *Patrimonio y turismo. Un acercamiento a los lugares turísticos de México* (pp. 51-68). México: QARTUPPI. Recuperado de <http://www.qartuppi.com/2017/PATRIMONIO.pdf>
- Rosa, C. J. (2013). El turismo como futuro: la ciudad del ocio. En Pié i Ninot, R. & Rosa, C. J. (eds.), *Turismo líquido* (pp. 38-49). Barcelona: Universidad Politécnica de Catalunya.
- Santos, X. M. (2015). Reflejos territoriales en destinos religiosos y de sol y playa. De Fátima a Benidorm. *Investigaciones Turísticas*, (9), 184-203. Recuperado de https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/47833/1/Investigaciones_Turísticas_9_08.pdf
- Sassen, S. & Roost, F. (1999). The city: strategic site for the global entertainment industry. En D. Judd, D. y Fainstein, S. (Eds.). *The touristic city* (pp. 143-154). Londres: Yale University Press.

- Sola, J. (2007). *Ordenación territorial y urbanística de las zonas turísticas*. Sevilla: Instituto Andaluz de Administración Pública.
- Stock, M. (2007). European cities. Towards a recreational turn? *Hagar. Studies in culture, polity and identities*, 7(1), 115-134. Recuperado de <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00716789/document>
- Theodore, N., Peck, J. & Brenner, N. (2011). Neoliberal Urbanism: cities and the rule of market. En Bridge, G. & Watson, S. (eds.). *The New companion to the City* (pp. 15-25). Oxford: Wiley-Blackwell.
- Tomé, S. (2005). La ciudad socialista y la ciudad sostenible. *Anales de Geografía*, 25, 51-70. Recuperado de: <https://core.ac.uk/download/pdf/38823041.pdf>
- Tremínio, I. (2005). La influencia del turismo en la democratización familiar: una mirada a partir de la socioterritorialidad. El caso de Quepos/Manuel Antonio, Costa Rica. *Revista Centroamericana de Ciencias Sociales*, 2(3), 117-134. Recuperado de <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/icap/unpan027279.pdf>
- Van Noorloos, F. (2013). El turismo residencial. ¿Acaparamiento de tierras? Un proceso fragmentado de cambio socio-espacial, desplazamiento y exclusión. *Alba Sud. Investigación y comunicación para el desarrollo*, (16), 1-25. Recuperado de <http://www.albasud.org/publ/docs/60.pdf>
- Vera, J. F. (coord.) (2011). *Análisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos*. Valencia: Tirant Lo Blanch.
- Vera, J. F. (coord.) (2013). *Análisis territorial de turismo y planificación de destinos turísticos*. Valencia: Tirant Humanides.

NOTAS

- 1 La capital francesa convertida en un lugar de centralización político-administrativa y en centro de gestión capitalista debido a la planificación y a la implantación industrial (incluso, las industrias del turismo y del ocio) que atrajo al mercado y mano de obra potencial, favorecida por una red de transportes cuya amplitud reflejaba la organización social dada por la gestión privada y pública (Castells, 1974; Lefebvre, 2013).
- 2 En Moscú, principalmente el patrimonio (bien popular) se conservó, además, de que la ciudad histórica se sometió a renovación “como pieza urbana a reforzar mediante la polifuncionalidad (incluyendo el uso residencial) y la inserción de elementos simbólicos que contribuyeran a intensificar su atracción” (Tomé, 2005, p. 58). Tal metodología de intervención se deriva del Plan de Moscú 1935 (ratificado en 1971), y da paso al uso colectivo de carácter administrativo, cultural y comercial. Tal modelo se aplicó en la reconstrucción de las ciudades siniestradas por la Segunda Guerra Mundial (Varsovia, Budapest, entre otros), “mientras el centro histórico de las ciudades capitalistas padecía en mayor o menor medida la presión renovadora por parte de las actividades terciarias, la congestión y los procesos de gentrificación o ghetto, en las ciudades socialistas continuaron desarrollándose localmente programas de transformación más ordenados (Tomé, 2005, p. 59).
- 3 Se le conoce como zonificación del suelo (Sola, 2007).
- 4 Se basa en la creación de un mito para generar necesidades (Callizo, 2011).
- 5 Cualquier forma de trabajo requiere de tiempo libre, el que se ha convertido en una forma de alineación y de consumo (Álvarez, 1994).
- 6 De hecho, Lefebvre (2013) plantea el uso del método regresivo-progresivo, así como el uso de las etapas preindustrial (necesidad), industrial (trabajo) y posindustrial (placer) para reconocer cómo la sociedad ha producido y moldeado el espacio a través de la historia.
- 7 El uso de mapas temáticos, como infraestructuras y atractivos turísticos, recursos naturales, etc.
- 8 Una opción, es por medio de la comparación de los usos de suelo a través de los períodos estudiados.