

Evolución Histórica del Contenido de los Estudios de Turismo: Una Investigación Basada en las Obras Fundamentales

* Francisco Muñoz Escalona

Resumen:

El autor sintetiza en estas páginas una amplia investigación sobre la tradición de los estudios de turismo en varios países europeos, en los que se imparte esta disciplina a nivel universitario desde principios de siglo, haciendo especial énfasis en las diferencias de enfoque aplicadas por cada una de las escuelas pioneras en la docencia turística.

Papers de Turisme, 10, pp. 41-61, 1992

*Francisco Muñoz Escalona es Economista e Investigador del Centro de Ciencias Sociales (CSIC).

Evolución Histórica del Contenido de los Estudios de Turismo: Una Investigación Basada en las Obras Fundamentales

* Francisco Muñoz Escalona

1. La Necesidad de Transmitir los Conocimientos Acumulados

El afán de encontrar una definición clara y concisa del turismo tiene su origen en la necesidad, muy pronto sentida, de transmitir los conocimientos que rápidamente se iban acumulando. Las variadas y sucesivas formulaciones aparecieron como es lógico, en el contexto de escritos, informes y estudios más o menos ambiciosos. En el origen, tales escritos fueron el producto de las reflexiones de quiénes eran expertos en la gestión de los establecimientos dedicados a la prestación de servicios de alojamiento pero, posteriormente, aparecieron los textos de universitarios y profesionales de la enseñanza y la investigación. Fueron éstos los que iniciaron la tarea de dotar a los estudios de turismo de un contenido normalizado y, posteriormente, de una sistematización expositiva que, al formalizar el tratamiento, les confirieran el nivel de calidad imprescindible para que fueran objeto de atención por parte de las instituciones universitarias. A continuación incluiremos referencias a un conjunto de obras clasificadas en función de la nacionalidad de sus autores.

2. La Tradición Continental con Especial Atención a la Escuela Italiana

La enseñanza universitaria del turismo nació en Italia en 1923, año en el que Angelo Mariotti impartió un curso homologado de Economía Turística en la

Facultad de Ciencias Políticas de la Universidad de Roma. El mismo año apareció la primera obra del profesor Mariotti, titulada *L'industria dei forastieri in Italia; economia e politica del turismo*, en la cual se incluyen diversos artículos sobre economía, sociología y política del turismo.

Como dice el mismo Mariotti, dicha obra constituyó una primera tentativa de sistematización orgánica de la materia, a la cual dio el nombre de economía turística. A partir del curso 1926-27, la economía turística se convirtió en disciplina académica y en objeto de un curso normal de la citada Facultad. Un curso más tarde, el Istituto de Legislacione e Politica Financiera publicó las lecciones de Mariotti. Los alumnos eran funcionarios del Ente Nazionale Italiano de Turismo (ENIT), del Ayuntamiento de Roma y personas que trabajaban en el Automóvil Club y en establecimientos similares.

El primer curso de economía turística contenía diez capítulos:

1. Generalidades sobre la balanza de pagos. Análisis de las principales partidas "invisibles".
2. Definición e historia del turismo. Factores psicológicos e importancia social del turismo. Derecho turístico y economía turística. El turismo como objeto de plan.
3. Política turística y técnica de la organización. Liberalismo e intervencionismo: la intervención del Estado. El ordenamiento del turismo en varios países. Los entes turísticos internacionales.
4. Propaganda y publicidad. Acciones mediatas e inmediatas sobre la corriente

turística. Teoría de los centros de atracción.

5. Transportes y comunicaciones. Coste y precio del transporte. Tarifas. Vías y medios de transporte: ferrocarril, coches y carreteras, marina mercante, aviación civil. Problemas de competencia y colaboración.
6. La industria del alojamiento. Regulación jurídica de los alojamientos. Responsabilidad civil de los alojadores. Clasificación de los alojamientos. Precios. Crédito para alojamiento.
7. Instrucción profesional turística y de alojamiento.
8. Organización periférica del turismo. Financiación local del turismo.
9. Asistencia del turista. Agencias de viajes y oficinas de información. Documentos turísticos: pasaportes, trípticos, cheques, bonos, etc.
10. Estadística y valoración económica del turismo. Métodos de evaluación. Análisis del tráfico turístico. Cálculos del gasto y de la financiación. Aspectos evaluatorios del turismo. Renta turística. Estudio de la coyuntura. Aportación del turismo a la economía nacional e internacional.

Años más tarde, los economistas alemanes de la escuela de Berlín dedicados a estudiar el turismo trataron el tema dando mayor relieve a los aspectos psicológicos, morales y sociales del fenómeno turístico. Concretamente, Bermann (1931) dio a su obra el siguiente contenido:

1. Concepto y directrices generales del turismo.

2. Factores determinantes del turismo.
3. Estadística del turismo.
4. Organos y actividad del turismo.
5. Política turística en el interior y el exterior.

En plena guerra mundial se publicó la obra de Hunziker y Drapf (1942) que muchos expertos coinciden en considerar como la obra clásica de esta materia. Los autores suizos dividen su obra en dos partes. La primera se dedica a los fundamentos y la segunda a los elementos funcionales. En total se desarrollan nueve capítulos con el siguiente contenido:

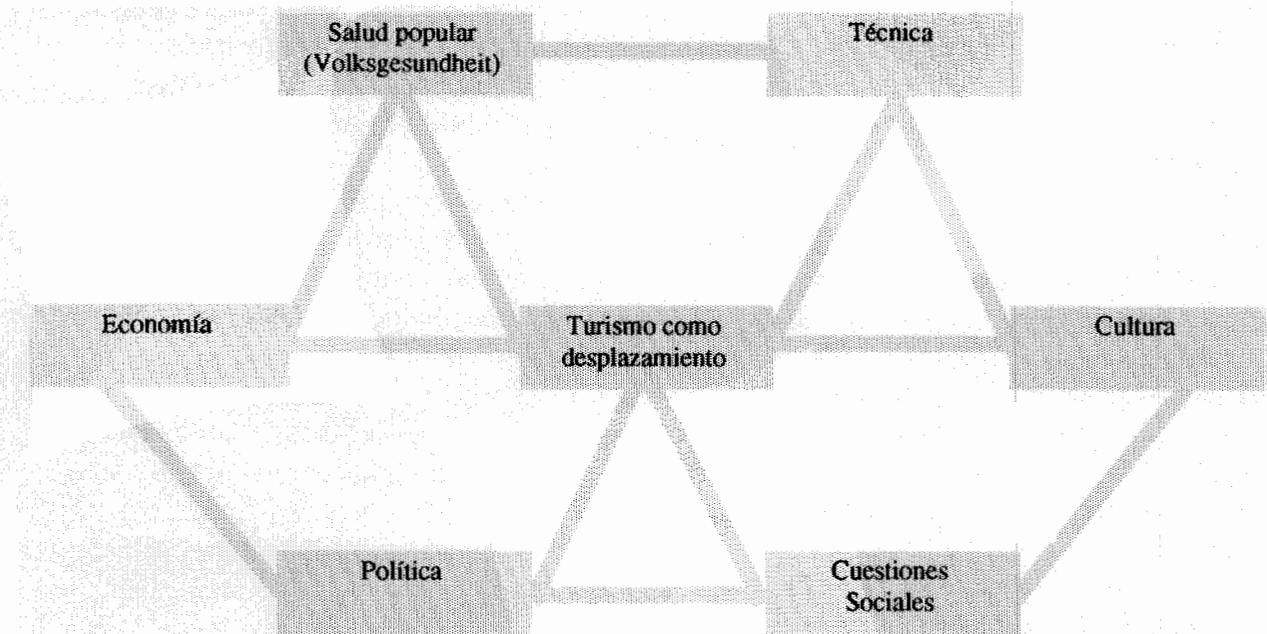
1. Qué es el turismo (concepto, formas e importancia económica).
2. El hombre ocupa el lugar central del turismo (singularidad del turismo, las estadísticas recopiladas en las fronteras y en las ciudades de estancia).
3. Fundamentos del turismo (el objeto y las instituciones): conceptos, lugares turísticos, la industria específicamente turística, alojamientos, medios de transporte, objetos del viaje, artículos de deporte, guías, agencias de viajes, acompañantes e instructores, seguros, etc...
4. Turismo y salud pública: Vacaciones y estancias en el medio natural, la salud y el turismo, los balnearios, termalismo, el clima como factor turístico y curativo, la medicina y el turismo, deporte, turismo y salud.
5. La técnica y el turismo. El transporte.

Tráfico por carretera, la motorización de los turistas, transporte marítimo, el transporte ferroviario del turismo, funiculares, telesillas y cremalleras, transporte aéreo, intermediarios, organizaciones de viajes y viajes organizados, las técnicas de gestión.

6. La cultura y el turismo. Dependencia recíproca, la búsqueda del conocimiento de la cultura, turismo y gestión cultural, religión, ciudades, arte, creencia.
7. Turismo y asuntos sociales. La necesidad social de las vacaciones, la renta y el turismo, el turismo como ayuda social.
8. Política y turismo. El turismo como instrumento de paz y de política de amistad: el turismo como modelo de política de distensión.
9. El turismo como fenómeno de naturaleza económica. Límites de contenido del análisis económico. La formación del precio en el turismo: la demanda turística, características, curva de demanda, el factor irracional en la demanda, el ingreso como factor determinante; la oferta, sus características, la curva de oferta, la estructura de costes del turismo en general, de los medios de balanza de pagos; el turismo en el análisis del comercio exterior; turismo y economía interior; inventario turístico; ingresos y gastos; el turismo como creador de empleo; política turística; organización turística; intervencionismo. Publicidad.

Las dos quintas partes de la obra de Hunziker y Krapf (1942) está dedicada a la exposición de la materia que Mariotti llamó en 1923 *economía turística* y está claramente inspirada en la obra del italiano Michele Troisi y en su

Cuadro 1. El turismo y sus relaciones según Hunziker y Krapf (1942, p.22)



noción de *renta turística*. Mariotti afirmó en su recesión de la obra de Hunziker y Krapf, publicada en la *Revista Italiana di Scienze Economiche* (junio 1943), que los economistas suizos aportaron un ordenamiento de la materia turística “original” y “nuevo”, basándose en que, a su juicio, se distanciaron significativamente de todos los precedentes y en su rigor científico, reconociendo que desde el punto de vista filosófico y doctrinal representa “un notable progreso en el proceso de consolidación científica de la economía turística”.

La obra de Hunziker/Krapf fue utilizada durante muchos años como base de la enseñanza que los autores impartieron en la Universidad de Berna y en la Escuela de Comercio de St. Gallen. Es indudable que en ella se compila el patrimonio de conocimientos que fue acumulándose durante los cincuenta años previos, dotándolo de un

enfoque pretendidamente integrador e interdisciplinario. Pero como ya se ha dicho, a pesar de todo, el contenido predominante es de naturaleza económica. Y, como los mismos autores reconocen, gran parte de ese contenido fue tomado directamente del economista italiano Michele Troisi que dos años antes había publicado “La rendita turística”. Por ello creemos de interés ofrecer la relación temática por partes y capítulos de la obra de Troisi.

En la primera parte se trata la noción económica del turismo:

1. Los fundamentos del movimiento turístico: la necesidad de descanso y distracción; la necesidad de curación; las necesidades de carácter religioso e intelectual; condiciones de la existencia en sentido económico de tales necesidades; la elección por parte de sujeto económico.

2. Precisiones sobre el significado económico de "turismo": Turismo y otras denominaciones; necesidad de una terminología rigurosa; en el concepto de turismo se prescinde de toda finalidad de lucro inmediata; turismo y emigración temporal; la consideración del objeto del viaje; los nuevos medios de transporte y la estancia de los turistas; límites mínimo y máximo de la estancia; el concepto económico de turismo no implica necesariamente una estancia mínima; clasificaciones del turismo.

3. La demanda de bienes y servicios turísticos. Los bienes turísticos; la difusión del conocimiento de bienes turísticos a través de la propaganda; factores psicológicos en la formación de la demanda: costumbres y moda; relación de complementariedad entre la demanda de bienes y servicios turísticos; la elasticidad de la demanda.

4. La oferta de bienes y servicios turísticos: el patrimonio turístico nacional; bienes libres, privados y colectivos; la tutela de las bellezas naturales y paisajísticas y del patrimonio de interés artístico o histórico; complementariedad entre la oferta de bienes y servicios turísticos; concepto y ley de la oferta; coste de producción y elasticidad de la oferta; asunción de la oferta por parte del estado.

5. Conclusiones sobre el concepto económico del turismo.

En la segunda parte se estudian los efectos económicos del turismo con el siguiente desglose:

1. Efectos del turismo en general: aspectos políticos y fiscales; el turista como

consumidor; cambios en la actividad económica de una localidad turística; influencia del turismo sobre el modo de vida de los residentes; la redistribución territorial de la renta; los artículos turísticos; exportaciones interiores; política protectora y turismo.

2. Consideraciones sobre el turismo de (alta) montaña.

3. El gasto del turista y la formación de la renta; complejidad de las relaciones entre el turista y el país visitado, la distribución del gasto medio del turista entre bienes y servicios; la obtención de datos estadísticos; cálculos del gasto de los turistas en una localidad determinada y durante un cierto intervalo de tiempo, el excedente o renta del consumidor en comparación con la del turista, el fenómeno de la renta del productor que motiva el turismo.

La formulación técnica de la renta turística se lleva a cabo en la parte tercera:

1. Conceptos y elementos de la renta turística: el mercado de bienes y servicios turísticos; concepto de renta turística; elementos naturales y humanos que intervienen en su formación; la peculiar psicología del consumidor turístico; la renta turística como renta compuesta.

2. La renta turística y la renta de situación: El turismo de los vecinos; el verano en los tiempos modernos; utilidad difusa de ciertos bienes y servicios; afinidad y divergencia con la renta urbana; la concurrencia limita el nivel de renta; influencia de los medios de transporte; casos de demanda con elasticidad igual a la unidad (hipérbola equilátera).

3. La renta turística y la renta de monopolio o de cuasimonopolio: Gradación de las hipótesis del monopolio de bienes y servicios turísticos, monopolio perfecto, cuasimonopolio, duopolio, oligopolio; factores de inestabilidad de la renta turística derivada del monopolio. Otros elementos mezclados con la renta, asunción del monopolio por parte del estado, fines sociales de la estatalización de los balnearios, afinidad con la renta minera.

4. La renta turística y la cuasirenta: Cuasirentas derivadas de los incrementos temporales de la demanda de bienes y servicios turísticos, cuasirentas obtenidas de los factores que sólo producen en un cierto intervalo de tiempo, cuasi-rentas compuestas, cuasi-rentas debidas a la capacidad excepcional, la gastronomía como fuente de cuasi-renta.

5. La renta turística como beneficio del productor la teoría ampliada de la renta, la categoría más general del beneficio del productor, unificación de las diferentes formas de renta turística, peculiaridad de la renta turística.

La parte cuarta se dedica a estudiar las características y tendencias de la renta turística.

1. La estacionalidad: estacionalidad de la demanda de bienes y servicios; factores naturales y humanos; la estacionalidad derivada en la actividad conexas al movimiento de viajeros; reducida estacionalidad de la oferta de bienes y servicios turísticos; los costes constantes, efectos de la llamada "estación baja", la fórmula de asociar dos actividades a ritmos estacionales diferentes. Las

variaciones de precio como instrumento para variar la estacionalidad de la demanda de bienes y servicios turísticos.

2. Aleatoriedad debida a la influencia de factores naturales: consecuencias de las condiciones atmosféricas en las localidades marítimas y de montaña; el seguro contra el riesgo del mal tiempo; los ciclos meteorológicos; la futurología y la climatología en el turismo moderno; oportunidad de un mapa climático; el servicio de información meteorológica.

3. Aleatoriedad debida a la influencia de los factores monetarios: la diferencia transitoria en el valor de la moneda entre dos mercados y el tráfico turístico; casos de depreciación y de devaluación; la inestabilidad monetaria y el movimiento de forasteros; afinidad y divergencia con el dumping; el límite de conveniencia en la discriminación de los precios de bienes y servicios a favor de los turistas extranjeros; tendencias al aumento del turismo interior.

4. Influencia de la capacidad del consumo del turista: concepto y elementos de la capacidad de consumo de los turistas; fases del ciclo económico y evolución del fenómeno turístico; las variantes en la distribución de la renta; aumento de la masa de turistas y disminución de su capacidad media de consumo, problemas derivados de la escasa capacidad media de consumo del turista.

5. Influencia de factores políticos y de otras causas ocasionales: factores políticos internos, factores políticos externos, el boicot, los comerciantes turísticos durante y después de un conflicto, causas ocasionales.

En la quinta parte se incluye la aplicación del modelo de análisis propuesto en las partes anteriores al turismo y la renta turística en la economía italiana.

1. Desarrollo del turismo en los tiempos modernos.
2. La política económica del turismo y de su renta turística.
3. Evaluación de la renta turística.

Michele Troisi siguió publicando trabajos sobre la renta turística y la economía del turismo hasta casi el año de su muerte, hecho que ocurrió en 1961, debiendo destacarse las obras de 1942, 1951 y 1955.

Como ejemplo de una obra posterior a los clásicos, en la que ya es posible constatar la consolidación del contenido normalizado de los estudios del turismo, podemos considerar que el texto de Giuseppe Carone (1959), dividido en tres partes. La primera es una introducción de naturaleza teórica dividida en trece epígrafes:

1. Consideración del tema.
2. Posición del turismo y exposición de definiciones.
3. Movimiento de forasteros y turismo.
4. Dificultad de conocimiento.
5. El turismo individual.
6. Insuficiencia de las estadísticas.
7. La renta como factor fundamental con respecto a este complejo fenómeno económico.

8. La localización del fenómeno.
9. Necesidad de uniformar la obtención de estadísticas relativas al paso de las fronteras.
10. Limitaciones de las investigaciones directas destinadas a la mediación del turismo.
11. Falta de datos en lo que respecta a los aspectos múltiples y diversos del movimiento que interesan también a los fenómenos conexos.
12. Necesidad de que se estudie el turismo y de que intervengan las instituciones docentes.
13. Diferentes aspectos del movimiento de forasteros.

En la parte segunda se estudia el movimiento internacional de viajeros en los siguientes epígrafes:

1. El movimiento internacional de forasteros.
2. El equipamiento receptivo.
3. Elementos relativos al gasto del viajero.
4. La aportación del movimiento internacional.
5. La balanza turística.

La parte tercera se dedica a sendos estudios de 26 países en los que se analizan la evolución del movimiento de forasteros según sus países de origen/residencia y las disponibilidades de equipamiento de acogida en los países de referencia.

Diez años más tarde se publica la primera obra importante de otro economista italiano, Alberto Sessa (1968), con un enfoque centrado en los aspectos institucionales de ámbito internacional dedicados a las relaciones turísticas.

La obra de Sessa está dividida en tres partes. En la primera se estudia el fenómeno turístico y sus efectos tanto en el interior como en el exterior de los países. Estos son los capítulos de esta primera parte:

1. La noción de turismo.
2. El turismo, fenómeno típico de la civilización industrial.
3. El turismo, fenómeno complejo.
4. El turismo en la economía nacional.
5. El turismo en el comercio internacional.
6. La estructura geográfica del turismo internacional.
7. El turismo en los países en vías de desarrollo.
8. El turismo como actividad estatal.

La parte segunda estudia los organismos internacionales en los siguientes capítulos:

9. Las organizaciones internacionales y su clasificación.
10. La organización de la ONU.
11. Las organizaciones intergubernamentales regionales.
12. La Unión Internacional de Organismos

Oficiales de Turismo.

13. Las organizaciones internacionales no gubernativas.
14. Las organizaciones no gubernativas con carácter profesional.

El autor dedica la tercera parte a exponer la necesidad de un nuevo orden en las relaciones turísticas internacionales, empleando para ello tres capítulos:

15. La necesidad de un nuevo orden en las relaciones turísticas internacionales.
16. Las organizaciones universales intergubernamentales del turismo.
17. Las relaciones turísticas bilaterales entre estados.

Seis años más tarde, aparece la obra de Enrico Vismara (1977) dividida en cuatro partes y un apéndice.

La primera parte está dedicada al turismo en la economía y contiene los siguientes capítulos:

1. Turismo y economía: deducción turística del consumo, la necesidad turística y su satisfacción.
2. Evolución temporal y espacial del turismo: los tiempos del turismo (primero, segundo y tercero), la aparición de las regiones.
3. Brevísimo estudio de la demanda y de la oferta turística: la demanda, las vacaciones pagadas, ahorro turístico, préstamos turísticos, estructura del turismo social, la oferta turística,

elementos de la oferta turística, los bienes naturales y el patrimonio artístico, los servicios y las infraestructuras, la industria turística y de alojamientos, la actividad intermediaria y profesional, la actividad de promoción.

La parte segunda se titula *La receptividad* y en ella se estudia:

4. La receptividad: alojamientos, definiciones y objetivos, estructura política de precios.
5. Clasificación de los alojamientos, según la ley, según su objeto, según la forma legal que asumen.
6. Evolución de las empresas de alojamientos: localización turística y de alojamientos, proyectos y ejecuciones, organización de los servicios, gestión empresarial.

La parte tercera se dedica al estudio de las agencias de viaje y a los transportistas:

7. Las agencias de viajes: Legislación, objeto y funciones; los viajes individuales y ordinarios; los viajes en grupo o programados; relaciones con los transportistas; relaciones con los alojados.

La cuarta parte estudia un tema que, a pesar de su relativa novedad, había adquirido ya un gran predicamento entre los expertos: el marketing turístico.

8. El marketing turístico, marketing y programación turística macro y micro, marketing turístico en la agencia de viaje, venta del producto a través de los canales, integración de la empresa, el marketing en la organización turística pública,

marketing público y política del producto, publicidad y promoción de venta.

Finalmente, y una vez más en Italia, casi quince años más tarde, aparece la obra de Grasselli (1989) con el siguiente contenido:

1. Generalidades sobre el turismo: la vastedad del fenómeno, turismo, tiempo libre, y *outdoor recreation*: aspectos y problemas de definición, connotaciones económicas del turismo, análisis económico, aspectos económicos del sistema turístico.
2. La demanda de turismo: la determinación económica, la renta, el tiempo libre, precios y tasas de cambio, el efecto de imitación, determinación extraeconómica de la demanda de turismo, la demanda de *outdoor recreation*, modelos de análisis de la demanda turística, aspectos generales de los problemas de su mediación, modelos de regresión, modelos gravitacionales, previsiones de la demanda turística.
3. La demanda de turismo internacional, su importancia, la red de flujos, aspectos estructurales y dinámicos, la determinación de la demanda.
4. La demanda turismo en Italia, su importancia estadística, características y variaciones, análisis econométrico.
5. La oferta de servicios de alojamiento y restauración: generalidades, el ciclo productivo de los servicios turísticos; la oferta, aspectos y problemas de clasificación de la estructura de alojamiento. Elementos de análisis económico de las empresas de alojamiento y restauración: la función de costo, el

- grado de utilización de la estructura receptiva, transacciones comerciales y rentabilidad, la forma de mercado en el sector del alojamiento y la restauración, el proceso del *franchising* en la agrupación de empresas, la política de precios en las empresas del sector, la demanda de servicios receptivos y algunas interacciones demanda-oferta, elementos de fuera de la producción y del análisis de costes, principales formas de mercado, la competencia perfecta, el monopolio, la discriminación de precios, la competencia monopolística, el oligopolio, crítica a la regla marginalista, el criterio del coste total.
6. Características estructurales y dinámicas del sector de alojamientos en Italia: los servicios de alojamiento en Italia, aspectos clasificatorios, los precios turísticos en Italia, problemas estructurales de las empresas.
 7. Elementos del análisis económico del transporte de pasajeros: transporte y desarrollo turístico, los principales sistemas de transporte, aspectos clasificatorios, los costes en las empresas de transporte. La importancia del *load factor*, objetivos y políticas de la empresa de transporte, el transporte aéreo, desarrollo reciente y problemas principales, la política de las compañías aéreas, el transporte por vía acuática, el transporte ferroviario, el servicio de autobús, desarrollo de los medios de transporte privado, desarrollo turístico y política de reglamentación de los transportes.
 8. Aspectos distributivos del fenómeno turístico: los agentes de viajes, los turoperadores, la política de precios de las dos temporadas.
 9. Los procesos de internalización de la producción para el turismo: las empresas de alojamiento multinacionales, compañías aéreas y multinacionalización, turoperadores y procesos de internacionalización, problemas interpretativos en asuntos de multinacionalización, estructura de la oferta y cambios turísticos internacionales.
 10. Gastos turísticos y procesos de formación de la renta: Producto nacional y producción turística, distribución de la renta, producción turística y productividad del sector en Italia. Empleo de los recursos disponibles y consumos turísticos, la determinación de la renta de equilibrio en un modelo keynesiano simple, el multiplicador de la renta, el multiplicador en una economía abierta, el multiplicador del gasto turístico.
 11. Un análisis intersectorial de los efectos del gasto turístico: la estimación de los consumos turísticos, efectos directos, indirectos e inducidos del gasto turístico. Efectos sobre la ocupación del turismo, elementos de análisis de la interdependencia sectorial, las importaciones conexas al gasto turístico y la aportación neta de divisas, efectos sectoriales del gasto turístico, turismo y dinámica de precios; un análisis intersectorial, territorialmente desagregado, de los efectos del gasto turístico.
 12. Turismo y balanza de pagos: problemas de estimación de las entradas y salidas de divisas turísticas, el papel del turismo en

la financiación de la balanza de pagos, relaciones entre desembolsos turísticos y movimientos de capital, efectos del turismo en la balanza de pagos.

13. Localización, intensidad y efectos sobre el medio ambiente de la actividad turística: Determinantes de la localización y especialización turística, la tasa de la función turística, impactos económicos y ambientales de la actividad turística.

14. Beneficios, costes e impactos ambientales del turismo: Los costes y los beneficios del turismo, problemas de evaluación de los proyectos de inversión turística; características y limitaciones del análisis coste-beneficio; el recurso a los precios sombra, las externalidades generadas por los proyectos de inversión, la determinación de los beneficios netos de las inversiones análisis coste beneficio; programación por proyectos turismo y recursos ambientales; análisis coste beneficio de la externalidad ambiental; utilización de las técnicas de evaluación del impacto ambiental en proyectos de inversión turística.

15. La intervención estatal en el turismo: un modelo de política para el turismo, exigencias y problemas de una política de turismo en el caso de Italia, aspectos institucionales; necesidad de una política económica orientada al turismo; las intervenciones dirigidas a la demanda; políticas para la racionalización y recalificación de la oferta; coordinación de las intervenciones y los servicios a las empresas; marketing turístico y procesos de uniones empresariales; el crédito turístico; política territorial, protección del medio ambiente y recalificación de la oferta turística; la adecuación del

ordenamiento legislativo; la potenciación de la información estadística; la política comunitaria de turismo.

3. La Tradición Anglosajona

El primer autor británico que hemos encontrado en nuestra investigación sobre el proceso de formación del concepto teórico de turismo es F.W. Ogilvie (1933), lo cual no quiere decir que no existen precedentes más antiguos, en un contexto como el británico, cuna de lo que se considera por la doctrina convencional como uno de los tipos concretos de empresa turística, las agencias de viajes.

F.W. Ogilvie (1933) distribuyó su obra en tres partes:

1. El movimiento turístico general con particular atención a los métodos de recogida de datos y a la importancia económica.
2. El movimiento turístico en Gran Bretaña.
3. El movimientos turístico en otros países (Australia, Canadá, Checoslovaquia, Italia, Yugoslavia, Nueva Zelanda, Noruega, Suecia, Suiza, Sudáfrica, Estados Unidos de América).

Años más tarde aparece el importante estudio elaborado por J.A. Norval (1936), profesor de la Universidad de Pretoria, el cual dividió su obra en nueve capítulos:

1. El turismo desde el punto de vista histórico.
2. Estudio estadístico de la industria turística en varios países.

3. Estudio estadístico de la industria turística en Sudáfrica.
4. Significación económica, política y sociológica del movimiento turístico.
5. Factores determinantes de la industria turística.
6. La industria hotelera: generalidades.
7. La industria hotelera: Sudáfrica.
8. Pernoctaciones turísticas y organizaciones promotoras del turismo: generalidades.
9. Promoción turística y organizaciones promotoras del turismo: Sudáfrica.

En 1974 apareció la primera edición de una obra que fue ampliamente utilizada como texto de enseñanza en la Universidad de Surrey y en otros centros de enseñanza superior. Nos referimos a *Tourism Past, Present and Future* de los profesores A.J. Burkart y S. Meddik, ambos del Departamento de Gestión Hotelera y Turística de la citada Universidad. El contenido de la segunda edición (1981) es el siguiente:

Parte primera: Desarrollo turístico.

1. El comercio del turismo hasta 1840.
2. De la Revolución industrial hasta 1914.
3. El mundo moderno (1919-1979).

Parte segunda: Anatomía del turismo.

4. Concepción y naturaleza del turismo.
5. Determinantes y motivaciones.

6. Importancia del turismo.

Parte tercera: Las estadísticas del turismo.

7. Medición estadística del turismo.
8. Las estadísticas del turismo interior o nacional.
9. Las estadísticas del turismo internacional.

Parte cuarta: Transporte de viajeros.

10. Actividad del transporte de viajeros.
11. Economía del transporte de viajeros.
12. Regulación económica del transporte.

Parte quinta: Alojamientos.

13. El mercado de los servicios de alojamiento.
14. Economía de la actividad.
15. La industria de alojamientos.

Parte sexta: Viajes y agencias.

16. Agencias de viajes minoristas.
17. Actividad de las agencias.
18. La industria británica de las agencias de viajes (Turoperadores).

Parte séptima: El marketing en el turismo.

19. El concepto de marketing.
20. Los instrumentos del marketing.
21. Aplicaciones del marketing.

Parte octava: Planificación y desarrollo.

22. Tiempo libre y recursos.

23. Infraestructura y equipamientos.

24. Conservación y mantenimiento.

Parte novena: Organización y finanzas.

25. La organización en el turismo.

26. La financiación turística.

27. Organización y finanzas en Gran Bretaña.

Parte décima: El futuro del turismo.

28. Futuro de los mercados y los destinos.

29. Futuro de los recursos.

30. Futuro de la organización del turismo.

La obra incluye los siguientes apéndices:

A. Fechas de interés para la historia del turismo I: antes de 1840.

B. Fechas de interés para la historia del turismo II: 1840-1914.

C. Fechas de interés para la historia del turismo III: 1920-1970.

D. Glosario de conceptos básicos para el turismo.

E. Población, ingresos y propensión a tomar vacaciones en diez países turísticos generadores europeos en 1967.

P. Líderes mundiales en hostelería en 1971.

Q. Líderes británicos en hostelería en 1970.

V. Plazas vendidas durante la estación veraniega en régimen de *Inclusive Tour* por los turoperadores británicos (1970, 1971, 1972 y 73).

W. Gastos de promoción de la BOAL y de la BEA en 1969/70.

La obra que publicaron en 1982 Mathieson y Wall tiene su precedente en la que en 1954 publicó el primero de ellos con el mismo título. Se trata de un texto que viene a aplicar de un modo deliberado los tres enfoques que implícitamente presiden los estudios de doctrina turística: el económico, el sociológico y el geográfico. Su contenido es el siguiente:

1. Introducción: Organizaciones principales consultadas del estudio; el estudio de impactos; relaciones entre tiempo libre, vacaciones y turismo; disfunciones del turismo.

2. Conceptos: Elementos dinámicos, demanda, formas de viajes turísticos; Elementos estáticos, capacidad de transporte, características turísticas, características de las áreas de destino y su población. Elementos resultantes. La decisión turística. El perfil del turista, características socioeconómicas, características de conducta, necesidades, motivaciones, información, actitudes. Relaciones espaciales.

3. Impactos económicos: Características económicas de la industria turística. Turismo y desarrollo económico. Beneficios del turismo. Condiciones de desarrollo. La realidad del turismo y el desarrollo económico. Beneficios y costes económicos. Turismo y balanza de pagos. Flujos

monetarios. La propensión a importar. Trabajo expatriado. Inversiones de capital. El turismo y el PNB. El multiplicador económico. Aplicaciones del multiplicador turístico. La generación de Ingresos y la distribución de los gastos turísticos, los beneficios de los gastos turísticos. Rentas fiscales. Turismo y empleo. Turismo y actividad empresarial. Turismo y estructura económica. El coste económico del turismo, costes de oportunidad. La superdependencia en el turismo, población y valor de la tierra. Estacionalidad. Costes internos. Indicadores económicos del futuro turístico.

4. Impactos físicos. Turismo y relaciones medioambientales. Turismo y desarrollo: una relación simbiótica. Conflictos entre turismo y medio ambiente. Turismo y vegetación. Turismo y calidad del agua. Turismo y vida al aire libre. Turismo y geología. Impactos del turismo en el ecosistema: costas, islas, montañas. Impactos del turismo en el medio humano: núcleos turísticos, cambios infraestructurales en áreas urbanas, desarrollo de la segunda residencia. Turismos y competencia por los recursos.

5. Impactos sociales. Medición de los impactos. Turismo y cambio social: aceptación y rechazo de los visitantes. La permanencia física de los turistas. El efecto demostración. Neocolonialismo. Turismo y moralidad; prostitución, crimen juego, religión, lenguaje, salud. Impactos culturales. Turismo y formas no materiales de cultura.

6. Conclusiones: Planificación de los impactos turísticos.

Esta obra presenta la particularidad de situar explícitamente la investigación en el lugar de acogida y de plantear el contenido de un modo coherente e integrado a partir de tal enfoque.

A diferencia con otras obras, no se “olvidan” los efectos negativos que puede provocar el turismo en los lugares de acogida. En congruencia con su enfoque, no estudia los efectos sobre los lugares emisores o de residencia.

La obra del norteamericano McIntosh, profesor de la Universidad del Estado de Michigan, “Tourism: Principles, Practices, Philosophies”, es de referencia obligada debido al generalizado uso didáctico que de ella se ha hecho en todo el mundo. La primera edición data de 1975. Nosotros citamos por la cuarta edición (1984) muy corregida y aumentada, escrita en colaboración con el profesor de la Universidad de Colorado Charles R. Goeldner. Su contenido es el siguiente:

Parte I. Conceptos fundamentales del turismo, naturaleza, historia y organización.

1. Principios básicos, análisis histórico, importancia.
2. Cómo se organiza el turismo: organizaciones internacionales, de desarrollo, regionales, nacionales, la ciudad y el estado, organizaciones privadas, la industria aérea, la industria ferroviaria, la industria de los cruceros, las agencias de viajes. Los mayoristas de viajes. La industria de alojamientos. La enseñanza. Publicidad. Marketing y empresas de publicidad. Servicios complementarios.

Parte II. Motivación de los viajes y elección de los productos del viaje.

3. Turismo cultural para mejora del currículum personal. Medidas de

promoción y desarrollo. Antropografía (geografía humana). Demanda de otros turistas.

4. Sociología del Turismo. Efectos sobre los individuos, sobre la familia y la sociedad, formas de vida viajes, pautas de comportamiento de los grupos que efectúan viajes, turismo social o subvencionado.
5. Psicología turística y motivación. Motivaciones del viaje. Obstáculos, viaje aéreo o viajes en coche. Tipos de destinos. Tipos de turismo. Relación de motivaciones del viaje.

Parte III. Demanda y oferta turística, marketing e investigación.

6. Estimación y previsión de la demanda. ¿Por qué es importante la demanda? La demanda de destino. Estimación de la demanda. metodología de la proyección.
7. Componentes del turismo y oferta. Recursos naturales. Infraestructura. Superestructura. Transportes y Equipamiento. Recursos de alojamiento. Ajuste de la oferta a la demanda.
8. El mercado de consumo. Evolución de la población. Ingresos. Tasa de crecimiento. Clasificación de turistas. Educación. Ocupación. Actitudes. Tiempo. Costumbre y Moda. Hábitat y Tradición. Energía. Cambios de modo de vida.
9. Marketing turístico. Naturaleza y objetivos. Concepto de marketing, el "marketing mix", segmentación del mercado, medidas combinadas de marketing.

10. Investigación turística. Modalidades de la investigación de los viajes. El estado de la técnica, proceso de investigación, fuentes de información. Métodos de investigación básicos; agentes dedicados a la investigación.

Parte IV. Planificación, desarrollo e implicaciones económicas del turismo.

11. Planificación, desarrollo y consideraciones sociales. Metas del desarrollo turístico, crecimiento del turismo potencial, aspectos políticos del desarrollo turístico.
12. Aspectos económicos del turismo. Situación económica. Multiplicadores económicos, demanda de turismo, bienes complementarios y sustitutorios, optimización.

Parte V. Consideraciones sobre las prácticas turísticas.

13. La desregulación aérea y sus implicaciones para la industria de los viajes de Estados Unidos.
14. El consumismo en la industria de los viajes. Desarrollo histórico, análisis de las exigencias de los consumidores, las características de la industria turística. Ordenación de la industria turística, derechos del consumidor.
15. Consideraciones sobre el futuro del turismo. Evolución de la técnica. Evolución del medio ambiente. Evolución del tiempo libre.

Para terminar la exposición del contenido de las obras sobre turismo elaboradas por expertos británicos exponemos a continuación

la relación de temas tratados por J.C.Holloway (1989):

1. Introducción al turismo. Definición de turismo, el producto turístico, la naturaleza de un "tour", el destino turístico, medición estadística del turismo, el mercado turístico internacional.
2. La historia del turismo. Orígenes, condiciones que favorecen la expansión de los viajes. El desarrollo de los balnearios. El Gran Tur. Núcleos turísticos de playa, la época del vapor, desarrollos durante los últimos años del siglo pasado, los viajes en el siglo veinte.
3. La época del turismo de masas. Turismo de masas y tecnología moderna, formas de turismo, el paquete de vacaciones, determinantes de la demanda de turismo, los principales factores generadores, el turismo y la elección personal de destinos, modos de viaje, alojamiento y atracción, elección de los procedimientos de venta.
4. La estructura de la organización de la industria turística. La cadena de distribución, integración.
5. Transporte de viajeros y líneas aéreas. La organización del transporte aéreo, la regulación y la desregulación, sistemas de reservas informatizadas.
6. Transporte de viajeros y líneas marítimas, ferroviarias y de carretera: El transporte por vía acuática. El ferrocarril. El transporte en autobús. El transporte en medios privados.
7. El sector del alojamiento. Estructura del sector de alojamiento, clasificación, naturaleza de los equipamientos de alojamiento y la demanda, los centros de vacaciones, la distribución de los alojamientos.
8. Venta minorista de viajes: El papel de las agencias de viajes, establecimiento de una agencia de viajes, técnicas y competencia, el negocio de los viajes, proveedores de las agencias de viajes, la venta directa, el impacto de la informática en la venta de viajes al por menor. El futuro de la venta al por menor.
9. Los turoperadores. El papel de los turoperadores. Orígenes económicos de los turoperadores. Clases de *inclusive tour*, autorizaciones y dependencias de los turoperadores, evolución del mercado, explotación económica, tipos de turoperadores.
10. Explotación de los *inclusive tour*. La naturaleza de la explotación turística. Control de los turoperadores. Otras actividades rentables, la explotación en *piggy-back*. Planificación del viaje, marketing y explotación, precios del viaje, los folletos, el sistema de reservas, la red de distribución.
11. Servicios turísticos auxiliares para los turistas y para los productos.
12. El sector público del turismo. Actuaciones turísticas gubernamentales, la organización del sector público turístico, fenómenos de turismo exterior, el turismo extranjero regional, el papel de la CEE.
13. El impacto del turismo. Los efectos económicos del turismo, los efectos sociales y medioambientales. El futuro del turismo.

4. A Modo de Conclusión

La pormenorizada lectura de las obras reseñadas nos ha permitido llegar a la conclusión de que la economía del turismo es una disciplina científica de carácter aplicado que presenta ciertas singularidades o anomalías en comparación con el resto de las economías aplicadas a otras actividades productivas. La explicación se encuentra en los hitos seguidos en su propia formación histórica como disciplina filial de lo que en 1942 Hunziker y Krapf llamaron DOCTRINA GENERAL DEL TURISMO según ellos, una ciencia menor y sui géneris situada entre la economía y la sociología, más cerca de ésta que de aquella, y que a veces se confunde con la sociología de la cultura.

Según los expertos citados, en la doctrina del turismo existen dos componentes básicos, el elemento subjetivo (el turista) y el elemento objetivo (la industria turística), siendo el primero el principal ya que se da por sentado que "Im Mittelpunkt der Mensch" (el hombre esta en el centro) . Esta concepción es una consecuencia de la permanencia de la noción vulgar de turista en la conceptualización científica del turismo que, lo mismo que la noción vulgar, sigue utilizando notas diferenciales (extranjería, ociosidad, curiosidad, etc.) para definirlo. No es extraño, por consiguiente, que la doctrina general del turismo se incline más hacia la sociología que hacia la economía, al menos desde el punto de vista conceptual o teórico, ya que, en la practica, la mayor parte de los estudios del turismo se ocupan más de los aspectos económicos que de los sociales, como pone de manifiesto el contenido de las obras que hemos seleccionado.

Acontece, sin embargo, que la inclinación por lo sociológico que late en los estudios de turismo introduce implícitamente el enfoque de demanda en la aplicación del análisis económico a esta actividad, lo que lleva a peligrosos confusionismos como el que radica en confundir la actividad consuntiva con la actividad productiva. Sessa (1975) afirma que "la producción turística se representa por el consumo turístico en el momento temporal y variado de su realización" . Por si no estuviera claro su pensamiento repite en la obra citada que todas las actividades de la producción turística "constituyen actividades de consumo que pasan desapercibidas habida cuenta de que no parecen tener ningún carácter productivo, pudiendo parecer incluso completamente superfluas y sin ningún valor económico". No parece necesario esforzarse para demostrar que estamos en presencia de una anomalía científica de tamaño descomunal en la conceptualización de lo que se pretende que es el mercado turístico, un mercado en el que no es posible separar lo que es producción (oferta) de lo que es consumo (demanda). La indefinición de la oferta turística a la que conduce el enfoque de demanda con el que se pretende aplicar el análisis económico al estudio del turismo equivale a la indefinición del mercado y de la empresa turística, razón por la cual no es posible realizar un análisis microeconómico del turismo. La economía del turismo convencional es, en la práctica un desordenado conjunto de análisis sectoriales (alojamiento, restauración, transporte, guías, espectáculos, termalismo, etc.) y de flujos de personas que dependen de la existencia de los citados servicios, de atractivos naturales y culturales así como de los niveles de renta, del tiempo libre y de un complejo cúmulo de acciones y

políticas tendentes a facilitarlos (controles fronterizos simplificados, cambios de moneda, créditos, seguros, orden público, sanidad, animación, agencias de viajes, etc.).

El nombre que recibe tan heterogéneo conjunto de materias suele ser bastante irrelevante, dándose por sentado que puesto que la realidad es harto compleja es imprescindible vencer las dificultades del análisis a través de la aplicación de todas las ciencias sociales posibles (sociología, antropología, geografía, historia, psicología y economía), disciplinas a las que se ha unido hace aproximadamente un cuarto de siglo el marketing en todas sus posibles variantes.

En nuestra opinión, si la doctrina general del turismo se ha ido configurando a lo largo del último siglo para responder a la necesidad de formar profesionales aptos para atender las múltiples necesidades del turista, es contraproducente utilizar el "precipitado" histórico al que se ha llegado. Urge, por consiguiente, desagregar los diferentes enfoques y métodos que los avatares de la historia han ido mezclando en los estudios del turismo y postular que cada disciplina social estudie el turismo con estricta sujeción a sus competencias metodológicas, planteamiento que no equivale a negar las virtudes de la multidisciplinariedad. Estamos convencidos de que no hay mejor multidisciplinariedad que la que resulta del trabajo en equipo de los diferentes científicos sociales siempre que cada uno se limite a hacer lo que sabe sin interferir en lo que saben los demás. Si el economista hace economía del turismo sin incesarios pudores y el sociólogo hace sociología del turismo sin petulancias

exclusivistas, en pocos años tendremos un conocimiento del "fenómeno" turístico que habrá capitalizado lo mejor de las aportaciones de cada comunidad científica y habrá conseguido eliminar el desorden y la confusión que hoy se mantienen agazapados bajo la máscara de la extrema complejidad del objeto de estudio, el turismo, una máscara que, hay que decirlo con toda claridad aunque sea duro, no ha servido más que para legitimar la excesiva mediocridad científica que tan fácil es detectar en materia de estudios turísticos, salvando las honrosas excepciones que todos conocemos .

Para terminar quisiera añadir una reflexión de orden epistemológico: si el modelo de análisis que se utiliza en los estudios del turismo es el causante de la existencia de una disciplina científica mostrenca, es decir, absolutamente diferente a las demás aplicaciones de cualquier ciencia social, lo que procede es llevar a cabo una labor de crítica en profundidad de los postulados del modelo utilizado y, de acuerdo con sus resultados, intentar elaborar un modelo de análisis capaz de evitar los inconvenientes reseñados. Pues bien, ésta ha sido la tarea que nos hemos impuesto en la línea de investigación que venimos cultivando en el Centro de Ciencias Sociales bajo la denominación genérica de Crítica de la Economía Turística .

Bibliografía

- Carone, G. (1959) *Il turismo nell' Economia Internazionale*, Milán: Dott. A. Giuffrè.
- Demarinis, F. (1974) *Racolta di Studi sul Turismo*, Roma: Scalia (Contiene Mariotti 1923).
- Hunziker, W. y Krapf, K. (1942) *Grundrisse der Allgemeine Fremdenverkehrslehre*, Zurich: Polygraphischer Verlag.
- MacIntosh, R.W. y Goeldner, Ch. R. (1984) *Tourism: Principles, Practices, Philosophies* Nueva York: J. Wiley & Sons.
- Mariotti, A. (1923) *L'Industria dei forastieri in Italia*, Bologna: Zanichelli.
- Mariotti, A. (1940) "Lezioni di Economia Turistica", *Corso di Economia Turistica*, Istituto Geografico de Agostini, Novara 1933, Roma: Societate Editrice Novissima.
- Muñoz de Escalona, F. (1991) *Crítica de la Economía Turística: Enfoque de Oferta versus Enfoque de Demanda*, Madrid: Facultad de CC.EE. y EE.
- Norval, J.A. (1936) *The Tourist Industry*, Londres: Isaac Pitman & Sons Ltd.
- Ogilvie, F.W. (1933) *The Tourist Movement. An Economic Study* Londres: P.S. King & Sons.
- Sessa, A. (1968) *Il Turismo nei Rapporti Internazionale*, Cagliari: Editrice Sarda Fosataro.
- Sessa, A. (1975) "Une nouvelle approche theorique au marche touristique", *Revue de Tourisme*, 1975 (2), pp. 42-49.
- Vismara, E. (1977) *Elementi di Economia Tecnica del Turismo*, Roma: Editrice Le Opere.
- Troisi, M. (1940) *La Rendita Turistica*, Bari: Arti Grafiche Cressati, Annali de la Facolta di Economia e Comercio, Vol. III, pp. 1-135.
- Troisi, M. (1942) *La Rendita Turistica. Teoria i Fatti*, Bari: Casa Editrice Dott. Luigi Macri.
- Burkart, A. y Medlik, S. (1981) *Tourism, Past, Present and Future*, Londres: Heinemann.
- Mathieson, A y Wall, G. (1982) *Tourism. Economic, Physical and Social Impacts* Londres: Longmann.
- Holloway, J.C. (1989) *The Business of Tourism*, Londres: Pitmann.
- Graselli, P. (1989) *Economia e Politica del Turismo*, Roma: Franco Angeli.