

# EL PAPEL DE LA GEOGRAFÍA EN LA FORMACIÓN DE TÉCNICOS EN TURISMO

*Diego A. Barrado Timón\**

Universidad Autónoma de Madrid

BIBLID [1139-7861 (2001); 7; 7-22]

## RESUMEN

Muchas de las nuevas demandas profesionales del sector turístico llevan aparejada la necesidad de importantes conocimientos geográficos. Sin embargo, en la formación de ámbito territorial se choca con multitud de ideas preconcebidas por parte de los estudiantes, que suelen percibir la Geografía como un saber exclusivamente enciclopédico y de escasa aplicabilidad. Por tanto, conocer los planteamientos previos de los estudiantes en cuanto al funcionamiento espacial del turismo, puede ayudar a mejorar los planes de estudio y los programas de adscripción geográfica, con el fin de abrir a los futuros profesionales nuevas vías en la interpretación, ordenación y planificación del turismo.

**Palabras clave:** Geografía, turismo, formación, planes de estudio.

## SUMMARY

Many of the new professional requirements in the touristic sector imply the need for major geographical awareness. However, territorial tuition comes up against numerous preconceptions on the part of students, tending to view Geography as solely an encyclopaedic discipline of scant applicability. Accordingly, ascertaining student attitudes regarding how tourism functions in areas can assist in improving course structures and geography programs, with the aim of, for future professionals, opening up new paths in the interpretation and planification of tourism.

**Key words:** Geography, tourism, training, course structures.

---

Fecha de recepción: 16 de enero 2001. Fecha de aceptación: 4 de abril de 2001.

\* Departamento de Geografía. Universidad Autónoma de Madrid, 28049 Cantoblanco - MADRID (España).

E-mail. diego.barrado@uam.es

## 1. INTRODUCCIÓN, HIPÓTESIS Y METODOLOGÍA

Desde mediados de los noventa la formación en turismo quedó definitivamente adscrita a la Universidad, aun cuando todavía resten por solucionarse problemas importantes para su definitiva consolidación académica como son la creación de una titulación de grado superior y su relación con los estudios de tercer ciclo. El resultado es que desde hace algunos años existen profesionales con rango universitario, especialmente formados para la planificación, gestión y comercialización del turismo.

En esta nueva situación educativa, y con todos los reparos y deficiencias que se quieran señalar, la Geografía ha visto, como parecía lógico, aumentar su presencia en los planes de estudio frente a la deficiente formación que en este sentido recibían los Técnicos en Empresas y Actividades Turísticas (TEAT). Así, de los seis créditos de Geografía que debían cursar los TEAT se ha pasado a un mínimo de nueve con la materia troncal de Recursos Territoriales Turísticos, más una importante diversidad de asignaturas obligatorias u optativas de clara adscripción geográfica en las distintas universidades que van implantando la Diplomatura (vid. Ministral, 1998).

Partiendo de este escenario, la presente investigación se divide en dos grandes bloques. El primero se dirige reflexionar sobre las necesidades de formación geográfica de los futuros profesionales del turismo, en un contexto en el que los paradigmas en que se basaba la antigua titulación han quedado rápidamente obsoletos; y están siendo sustituidos por otros a veces de forma apresurada y con escasa reflexión de fondo.

A continuación, se contrastarán esas nuevas necesidades de la formación geográfica en turismo con los intereses educativos que en los ámbitos territorial y ambiental tienen los actuales estudiantes y futuros profesionales, de acuerdo a sus conocimientos previos y aptencias laborales. En suma, se intentará profundizar en la visión que éstos tienen de la Geografía, su relación con el turismo como actividad socioeconómica y las posibilidades que ofrece como ciencia aplicada para la creación de productos y la planificación de destinos integrados y ambientalmente sostenibles.

### 1.1. Hipótesis y oportunidad de la investigación

A partir de mi propia experiencia docente a futuros titulados en turismo, he comprobado como a priori muchos estudiantes no atribuyen a la Geografía más que un papel descriptivo de los atractivos reales o supuestos de un lugar: una formación estrictamente enciclopédica que se acerca mucho más a una guía de viajes que a un conocimiento científico y aplicable.

Esta valoración de la Geografía está en gran medida conformada por los planes de estudios en la enseñanza secundaria y la tradicional consideración social de esta ciencia. Pero en el caso que nos ocupa, también tiene una gran influencia el restrictivo tratamiento del turismo como una actividad de ámbito exclusivamente económico, lo que no permite percibir con claridad la profunda complejidad del fenómeno y dificulta la introducción y el tratamiento de nuevas preocupaciones, ideas, conceptos y metodologías que, como las geográficas, presentan una singular importancia. A su vez, esta visión estrictamente economicista ha condicionado la percepción que los estudiantes tenían de sus salidas labora-

les (y ligadas a ellas de sus intereses formativos), centradas hasta ahora de forma casi exclusiva en la gestión empresarial, aunque a muy diferentes niveles de responsabilidad.

Pero la evolución que está experimentando la actividad turística apunta claramente nuevas necesidades profesionales, y en consecuencia educativas, en la que las preocupaciones territoriales y ambientales no pueden por menos que ganar presencia. Además, si se aboga por una educación superior que amén de buscar la inserción laboral de los estudiantes pretenda una visión crítica que abra nuevas vías a la resolución de problemas, es necesario reforzar aspectos que como los geográficos habían estado tradicionalmente marginados en el análisis del turismo.

Por tanto, se parte del convencimiento de que la formación que se consiga transmitir desde la Geografía será esencial para determinar la mayor o menor importancia que los futuros profesionales del sector otorguen a aspectos tan vitales como son los espaciales y ambientales.

Sin embargo, y puesto que las concepciones de partida de los estudiantes sobre la Geografía y sus posibles aplicaciones parecen ser muy incompletas y parciales, será necesario conocer sus presupuestos previos en cuanto al componente territorial del turismo y las posibilidades de la Geografía como ciencia aplicada. Sólo de este modo se podrán plantear eficazmente los planes de estudios y los programas específicos de Geografía, de modo que permitan resolver interrogantes, plantear otras dudas a partir de nuevas formas de análisis y ofrecer métodos y oportunidades para resolverlas.

El interés por la opinión de los estudiantes (además de la de docentes y profesionales del sector) a la hora de valorar y definir los planes de estudio no es nuevo. Ya existen en este sentido importantes investigaciones como las de Enz et. al (1993) o Ramakrishna y Nebel (1996), que parten del criterio de considerar los programas formativos como *fábricas*, siendo los alumnos la *materia prima* (cit. in. Aguiló, 1999).

## 1.2. Metodología de la investigación

Con el fin de conocer los planteamientos e intereses de los estudiantes en materia de formación geográfica, se ha empleado un sistema que ya fue utilizado en la Licenciatura de Geografía (Umbelino y Barrado, 1999). Se basa en la realización de una pregunta muy abierta y sin prácticamente ofrecer información sobre los propósitos de la investigación, con lo que no se dirige la atención del entrevistado, sino que éste reflejará tan sólo aquellos aspectos que considere más importantes. Otro punto de interés de esta metodología, que prima el análisis cualitativo sobre el cuantitativo, es analizar independientemente la primera idea, partiendo de la base de que en ésta se manifiestan las principales preocupaciones del interpelado<sup>1</sup>.

La pregunta que se realizó, y que ya había sido probada en cursos anteriores, fue la siguiente: ¿Qué relaciones existen entre la Geografía como disciplina científico/técnica y la actividad turística?

El experimento ha sido realizado con los alumnos de la Diplomatura en Turismo de la Universidad Autónoma de Madrid (UAM) y con los de Graduado Superior en Dirección y

---

1 Debo esta metodología a Jorge Umbelino, Doctor en Geografía, Universidade Nova de Lisboa.

Gestión de Empresas Turísticas del Centro de Desarrollo de Altos Estudios Turísticos (C.D.TUR) <sup>2</sup>. En el primer caso se trata de una Diplomatura oficial impartida por una universidad pública, mientras que el segundo es un título propio de cuatro años, subdividido en tres especialidades a partir del tercer curso.

Es obvio que con esta muestra no se puede pretender la extrapolación de los datos a todos los estudiantes de turismo. Pero en la medida en que se validen o falseen las hipótesis planteadas, puede servir como contribución al debate abierto tanto sobre los requerimientos educativos en materia geográfica como sobre la necesidad de consolidar nuevas preocupaciones y metodologías en la planificación y gestión del turismo en nuestro país.

En cuanto a la segmentación de los entrevistados, y de acuerdo a los planes de estudio de los centros analizados, se han realizado tres grandes grupos. Uno correspondiente a los alumnos de primero, que aún no han cursado ninguna asignatura dependiente de Geografía o de ámbito territorial<sup>3</sup> (1º Grupo). El siguiente incluye a los alumnos que sólo han realizado las materias de Geografía que aparecen como obligatorias en los respectivos programas, y que ascienden a diez créditos en la UAM y a once en C.D.TUR (2º Grupo). Finalmente, el último grupo engloba a todos aquéllos que por su especialidad (C.D.TUR) o por las optativas elegidas (UAM) han ampliado su formación geográfica más allá de la troncalidad y la obligatoriedad (3º Grupo).

En total se realizaron 279 entrevistas válidas, de las cuales 108 corresponden al primer grupo, 137 al segundo, y 34 al tercero.

## 2. NUEVOS RETOS PROFESIONALES Y NUEVAS NECESIDADES DE LA FORMACIÓN EN TURISMO

No parece necesario incidir aquí en las carencias generales en formación turística existentes en nuestro país hasta mediados de los noventa, antes de la integración del turismo en la Universidad. De manera general, esa situación, aun deficiente, sirvió hasta hace poco para formar cuadros básicos y medios en un contexto de escasa profesionalización y de continuo y explosivo crecimiento de la demanda (Marchena, 1991) ante la falta de diferenciación de los productos y la fácil competencia vía precios.

Pero en el actual contexto competitivo, y al menos en teoría, la *calidad* como nuevo paradigma parece haber sustituido totalmente al *crecimiento*, referente casi único y axiomático de la situación anterior. Resulta obvio que este nuevo horizonte que se le presenta al turismo, en el ámbito global pero muy particularmente en el caso español, obligó y sigue obligando a replantearse las estructuras de formación para satisfacer la demanda creciente de profesionales y técnicos de niveles medios y altos, que cubran las expectativas del sector en aspectos hasta ahora olvidados o postergados ante la continua búsqueda del crecimiento cuantitativo.

Fenómenos como la progresiva segmentación de la demanda, tanto en lo referido a la búsqueda de productos novedosos como a los ámbitos temporales en que se realiza la acti-

2 Agradezco a la coordinación, docentes y alumnos las facilidades dadas para la realización de la entrevista.

3 Los alumnos de C.D.TUR tienen Geografía del turismo en el segundo cuatrimestre del primer curso, pero como la encuesta se realizó en el primero aún no había iniciado dicha asignatura.

vidad; una creciente exigencia de calidad en turistas día a día más experimentados y conoedores de productos diversos; la preocupación por los aspectos ambientales y por lo que ha sido denominado como *salud territorial* de los destinos; o la necesidad de recualificar los productos y destinos maduros; junto con el aumento de la competencia a cualquier escala territorial, dejaron rápidamente obsoletas las anteriores estructuras formativas.

Son estas nuevas demandas del sector, que se corresponden directamente con los principales retos a que se enfrentan los sistemas turísticos, especialmente los más maduros, las que deberán ir cubriendo los nuevos profesionales de rango universitario. De hecho, el ámbito laboral al que tradicionalmente se dirigían los TEAT, de gestión empresarial media o básica, puede ser perfectamente cubierto por los nuevos títulos y especialidades de Formación Profesional Superior en Hostelería y Turismo (vid. Greciet, 1995).

Por el contrario, satisfacer las nuevas demandas laborales en los niveles de gestión superior, de planificación, de responsable de creación de producto, etc., ya no puede dejarse a la posterior formación autodidacta de algunos TEAT o a profesionales de otras ramas recicladas al turismo. Con estas nuevas necesidades, la actual educación en turismo ha debido enfrentarse al reto de la interdisciplinariedad derivada de la complejidad del sector, frente a la casi exclusiva atención anterior a los aspectos de gestión empresarial intermedia.

Esta interdisciplinariedad no implica la creación de mini-economistas, mini-sociólogos o mini-geógrafos, sino la formación de técnicos generalistas en turismo con un perfil horizontal y muy abierto a todas aquellas ciencias que intervienen en el análisis de la actividad, y capaces de gestionar y planificar el turismo en toda su complejidad (López Olivares, 1995). Por supuesto que esto no excluye que profesionales provenientes de otras disciplinas se interesen o especialicen en turismo atendiendo a sus ámbitos de vocación preferente, dado que la multiplicidad de una actividad que ha sido caracterizada como un sistema necesita de la intervención de expertos generalistas y de otros más especializados.

### **3. NUEVAS NECESIDADES EN LA FORMACIÓN GEOGRÁFICA: EL DESAFÍO DE LA PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN TERRITORIAL DEL TURISMO**

La anterior consideración del turismo como un fenómeno intrínsecamente coyuntural, y por lo tanto escasamente virtual para favorecer el desarrollo regional a largo plazo (Vera, 1995), generó un tratamiento exclusivamente economicista y su planteamiento como actividad casi extractiva, con los consiguientes impactos negativos derivados de tal concepción. Esta aproximación sectorial invalidó cualquier posibilidad de enfoque territorial integrado (Valenzuela, 1986), marginando las posibles aportaciones de la Geografía tanto desde el punto de vista analítico como aplicado.

Por el contrario, hoy parece claro que uno de los grandes paradigmas que se irán imponiendo en el turismo es el del desarrollo sostenible, como demanda social reforzada por la mayor sensibilidad de los consumidores/turistas hacia las cuestiones ambientales; pero sobre todo como necesidad ineludible del propio sector para evitar su autodestrucción. Además, la creciente competencia entre destinos, la exigencia de diversificarse y diferenciarse del cada vez mayor número de oferentes, impone la obligación de identificar, poner en valor y construir productos atendiendo a recursos antes menospreciados y ahora valiosos, muchos de los cuales son territoriales y/o ambientales.

Si el diseño curricular y el contenido de los programas pedagógicos deben responder a las expectativas de estas nuevas demandas profesionales, parece obvio que las exigencias laborales apuntarán cada vez más a la necesidad de un reforzamiento de la formación en los componentes geográficos del turismo. Esto conlleva una mayor atención a aspectos casi siempre olvidados como la ordenación del espacio turístico y la evaluación y corrección de los impactos, así como a las metodologías que permitan actuar en la calidad total de los entornos y destinos turísticos (Hawikins, 1997 y Fayós-Solá, 1997).

Un somero análisis a la formación de los antiguos TEAT demuestra que estas necesidades estaban hasta hace poco muy mal atendidas. En una monografía destinada a los interesados en cursar esta carrera se describía la asignatura de Geografía como el «estudio descriptivo de las regiones de España y otros países, su folklore, su cultura culinaria, sus monumentos, etc.» (Pérez Domínguez dir, 1984). Como se apuntó arriba, poco más que un conocimiento enciclopédico con escasa funcionalidad y nula aplicabilidad, lo que explica perfectamente que los estudiantes no la considerasen entre las materias importantes para su posterior vida laboral (vid. Pérez Domínguez dir, 1984).

La perdurabilidad de esa visión restrictiva es tal, que en un reciente manual, y con el fin reafirmar la cientificidad de la Geografía, se tenía aún que rechazar explícitamente la consideración del espacio como un agente pasivo y la reducción del análisis geográfico a lo puramente descriptivo y enciclopédico: «nos decantamos por una Geografía del turismo en la que el territorio no sólo aparezca como un mero soporte de los procesos sociales o económicos o (...) como un mero descriptor y localizador de los atractivos y recursos turísticos» (Vera et al, 1997, pág. 44).

Es posible que el incorrecto planteamiento de la Geografía en los antiguos estudios de turismo estuviese al menos parcialmente derivado del hasta hace poco escaso desarrollo de esta rama del conocimiento geográfico, y de sus deficiencias conceptuales y metodológicas tantas veces apuntadas (vid. v. gr. Luis, 1988; Valenzuela et al., 1992; y Antón et al., 1996). Si a esto le sumamos que los estudios de TEAT no estaban integrados en la Universidad (el principal centro de investigación geográfica), con lo que suponía de aislamiento de los docentes que impartían la materia, pueden explicarse los desajustes entre la enseñanza que se ofrecía y los avances científicos que a pesar de las carencias se estaban haciendo en los últimos años.

En la situación actual, de entre todos los conocimientos y técnicas que deberá aportar la Geografía a los profesionales generalistas, merecen mención especial los aspectos de planificación, ordenación y gestión del espacio, que se encuentran entre los retos más importantes a que se enfrenta el turismo. Pero si se pretende concienciar a los estudiantes y al sector de la importancia de planificar y gestionar el desarrollo y los destinos de acuerdo a criterios de sostenibilidad, es imprescindible sustituir los programas y conocimientos desfasados o poco útiles por nuevos criterios docentes y metodológicos. Integrar las necesidades y preocupaciones de la industria y del conjunto de la sociedad para desembocar en la creación y transmisión de opciones científicas y tecnológicas de directa aplicabilidad.

Desgraciadamente, una insuficiencia común de la Geografía ha sido la dificultad para generar esas metodologías aplicables, problema que se acentúa en las ramas más novedosas, caso del turismo. Así, en un reciente congreso del Grupo de Turismo, Ocio y Recreación de la Asociación de Geógrafos Españoles, se apuntaba en una ponencia sobre técnicas

de planificación turística que este tema suponía una novedad y una ruptura frente a la tradicional investigación, cuyos planteamientos se quedaban habitualmente en lo descriptivo y narrativo (Antón y Vera, 1998).

Sin embargo, existen apuntes para la esperanza. La incorporación del geógrafo al mundo profesional no docente es cada vez mayor, y en este sentido el turismo es uno de los campos más atractivo y abierto, al no haber estado tradicionalmente copado por un colectivo poderoso que se convierte en obstáculo a la entrada de nuevos técnicos.

En este contexto, numerosos geógrafos están trabajando en múltiples materias relacionadas con el turismo, desde la ordenación del espacio a la creación de productos, pasando por aspectos tales como la identificación e inventario de recursos, la evaluación de impactos ambientales o el desarrollo local. Tanto es así, que los estudiantes de Geografía lo empiezan a ver como una de sus principales oportunidades laborales (vid. Farinós, 1999), con lo que la demanda de metodologías y opciones tecnológicas aplicables va a proceder tanto desde el turismo como desde la Geografía.

Por tanto, mejorar el bagaje curricular para ofrecer mayores posibilidades en el ámbito propositivo en Geografía del turismo es una tarea obligada (Antón y Vera, 1998). Y con el fin de transmitir de forma adecuada esas metodologías a los futuros profesionales, deberían aprovecharse no sólo los créditos de Geografía, sino también la oportunidad que ofrecen las prácticas obligatorias de la Diplomatura. Propiciar que parte de los alumnos, en lugar dirigirse a ocupaciones tradicionales como los hoteles o las agencias, se integren en grupos de trabajo de la administración o consultoras de planificación y gestión, como los creados a partir de los programas Leader y Proder o los Planes de Dinamización y Excelencia Turística.

#### **4. PERFILES PROFESIONALES Y PROPUESTAS DE LOS ESTUDIANTES PARA LA FORMACIÓN GEOGRÁFICA**

Como se señaló en el segundo epígrafe, la cada vez mayor complejidad y competencia existente en el turismo condiciona las necesidades laborales, y directamente derivada de ellas, la formación que deben recibir los técnicos que pretendan acceder a este sector de actividad. El resultado es que de una instrucción centrada exclusivamente en la gestión empresarial, se está pasando a otra más generalista, acorde con las demandas actuales.

Esta evolución se está reflejando en las preferencias profesionales de los estudiantes, que si bien se siguen decantando mayoritariamente por los empleos tradicionales y más evidentes del turismo, como son la gestión hotelera y de agencias de viajes, presentan cada vez una mayor tendencia a la dispersión en sus deseos laborales (Ver Cuadro 1).

En este sentido es significativo que más de un 10% de las respuestas totales apunten a ocupaciones relacionadas con la consultoría y la planificación turística, lo que parece indicar que los estudiantes están percibiendo la existencia de nuevos nichos de empleo. Se trata, además, de trabajos de alta cualificación, menor competencia hasta el momento y en los que es posible el autoempleo y la creación de empresas con bajos costes fijos y de equipo, lo que les convierte en atractivos para un cierto sector de estudiantes.

Es muy posible que dentro de esta gran categoría que se ha denominado *Consultoría y Planificación* haya estudiantes que piensen sólo en aspectos estrictamente empresariales.

**Cuadro 1**  
**PREFERENCIAS LABORALES**

	GESTIÓN EMPRESARIAL		HOTELES		AGENCIAS VIAJES		HOSTELERÍA		GUÍA/ANIMADOR		TRANSPORTES CONSULTORÍA/PLANIFICACIÓN		OTRAS		NS/NC		TOTAL		
	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%			
Sin Formación geográfica	10	7,2	34	24,5	18	12,9	5	3,6	29	20,9	9	6,5	0	0	5	3,6	29	20,9	139
Con formación obligatoria	16	9,6	39	23,3	20	12	10	6	7	4,2	13	7,8	14	8,4	10	6	38	22,7	167
Con optativas de Geografía	4	6,9	14	24,1	8	13,8	0	0	6	10,3	4	6,9	14	24,1	7	12	1	1,7	58
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>7,9</b>	<b>87</b>	<b>24</b>	<b>46</b>	<b>12,9</b>	<b>15</b>	<b>3,2</b>	<b>42</b>	<b>11,8</b>	<b>26</b>	<b>7,1</b>	<b>28</b>	<b>10,8</b>	<b>22</b>	<b>7,2</b>	<b>68</b>	<b>15,1</b>	

**Cuadro 2**  
**¿EXPRESAN SU PREOCUPACIÓN POR LA FORMACIÓN GEOGRÁFICA?**

	La consideran importante o muy importante		No hacen referencias expresas		No la consideran importante		Total
	Total	%	Total	%	Total	%	
Sin formación geográfica	46	42,6	62	57,4	0	0	108
Con formación obligatoria	59	43,1	75	54,5	3	2,2	137
Con optativas de Geografía	16	47,1	18	52,9	0	0	34
<b>Total</b>	<b>121</b>	<b>44,3</b>	<b>155</b>	<b>54,9</b>	<b>3</b>	<b>0,7</b>	<b>279</b>



Sin embargo, parece probable que, en mayor o menor medida, un alto porcentaje estuviese considerando también el análisis y tratamiento de la vertiente territorial/ambiental del sector.

Esta interpretación se ve reforzada si analizamos la evolución de las respuestas a medida que los estudiantes avanzan en su currículo y comienzan o completan su formación geográfica. Al observar el Cuadro 1 puede comprobarse como ninguno de los alumnos del primer grupo (sin formación geográfica) señala esta preferencia laboral, mientras que ya es apuntada por un 8% del segundo, porcentaje que se eleva hasta casi una cuarta parte en el tercero, es decir, entre los que han elegido optativas de tipo territorial. Parece, por tanto, que se sigue eligiendo la carrera de turismo con una visión clásica de sus competencias laborales, pero éstas se van ampliando a medida que se les ofrece otras ideas, metodologías y formas de acercarse al sector.

Resultado lógico de esta diversificación de las preferencias laborales es la reflexión sobre los requerimientos formativos del currículo de técnico generalista en turismo, y en gran cantidad de casos la demanda de mejoras en los planes de estudio. Necesidad de mejora que es sentida y compartida por los estudiantes en todos los niveles y materias, y como se podrá comprobar en las páginas siguientes, también en aquéllas relacionadas con la formación geográfica.

#### **4.1. La Geografía como necesidad formativa para el futuro profesional del turismo**

Un aspecto significativo directamente relacionado con la evolución de las preferencias profesionales es la importancia que los estudiantes otorgan al conocimiento geográfico como base de su formación generalista.

Como puede verse en el Cuadro 2, gran parte de los estudiantes ha hecho hincapié en la importancia de la formación geográfica en su currículo, aun cuando no se pedía directamente que se pronunciasen sobre este tema. Evidentemente estas respuestas pueden estar en cierta medida condicionadas por el carácter de la investigación y por un deseo de *agradar* al entrevistador. Sin embargo, y dado el alto porcentaje que se manifiesta expresamente sobre este aspecto (Ver Cuadro 2), no puede negarse el hecho de que entre el alumnado existe una reflexión general sobre la adaptación de su formación a las necesidades laborales, y de forma más concreta sobre la importancia de los aspectos territoriales para los empleos clásicos o para otros más novedosos.

El primer hecho destacable es que, frente a lo que ya se comentó que sucedía con los estudiantes de TEAT, sólo tres alumnos manifiestan que la formación geográfica es poco importante para su desarrollo curricular. Por el contrario, un número significativo (44,3%) incide de forma rotunda en su transcendencia, situándola incluso en el primer lugar junto con otro de sus intereses más clásicos: «el conocimiento geográfico es esencial para ser un buen profesional del sector, junto con el conocimiento de idiomas» (1<sup>o</sup> Grupo). Tanto más cuanto que se advierte una «incultura geográfica debida a los estudios básicos, lo que implica lagunas en conocimientos turísticos» (1<sup>o</sup> Grupo).

Además, se trata de conocimientos que para los alumnos parecen tener un reflejo directo en sus posibilidades laborales, dado que «prácticamente todos los trabajos relacionados con el turismo exigen un alto grado de cultura geográfica» (3<sup>a</sup> Grupo). No obstante, no

puede esconderse que esta importancia otorgada a la Geografía por parte de los alumnos contrasta con los resultados obtenidos con los ejecutivos del sector en investigaciones realizadas en el mundo anglosajón, que no incluyen las materias conceptuales, de planificación y Geografía entre las más importantes (vid. Aguiló, 1999).

Pero el interés casi general demostrado por la formación geográfica no es homogéneo, sino que varía según el alumno pretenda dedicarse a los empleos más tradicionales o bien apueste por otros novedosos, ligados a la planificación, gestión de destinos, creación de productos, consultoría, etc.

En el primer caso, que podría concretarse en gestión de hoteles, agencias de viajes o guía turístico, se considera más importante, y por tanto se demanda en los currículos, una formación geográfica que podríamos considerar clásica y eminentemente descriptiva. Se trataría del equivalente a la tradicional Geografía turística, centrada principalmente en el conocimiento, descripción y análisis de destinos, pues para ser un buen profesional «es imprescindible conocer tanto los países como los fenómenos físicos, algo que se estudia a la ligera» (2ª Grupo). Ese estudio a la *ligera* que se señala en la cita anterior es una valoración varias veces repetida, y hace referencia expresa a la desaparición como obligatoria de una Geografía clásica de la Diplomatura en Turismo<sup>4</sup>.

Por el contrario, otros alumnos apuestan por una formación geográfica aplicada que insista «en las potencialidades, esto es, un conocimiento más práctico» (2º Grupo) que permita evitar «problemas ambientales» (3º Grupo), «poner en valor productos más diversos» (1º Grupo), «diversificar los flujos evitando los lugares masivos» (3ª Grupo), etc. En suma, la Geografía como «imprescindible para poder realizar planificación turística» (3ª Grupo).

Sin embargo, y además de señalar las deficiencias de los planes de estudios para acceder a esos conocimientos, también se critica de forma general a la Geografía por su incapacidad para ofrecer metodologías y técnicas directamente aplicables a la planificación y gestión turística - «las técnicas geográficas no son, hasta ahora, aplicables al turismo» (3º Grupo) —o por ofrecer sólo un conocimiento enciclopédico— «hasta ahora, lo poco que sé de Geografía me ha servido básicamente para contestar a las preguntas del Trivial» (2º Grupo).

## 4.2. Aplicabilidad de la Geografía al sector turístico

Como se comentó en la metodología, el examen de la primera afirmación reflejará la principal aportación que, según los estudiantes, ofrece la formación geográfica a un técnico generalista en turismo para el más eficaz desarrollo de su trabajo. Las respuestas obtenidas se han dividido en seis grandes categorías (Ver Cuadro 3), que responden a una gradación según la mayor o menor importancia que se concede a la Geografía:

- Las incluidas en el grupo *Localización* eran aquéllas que sólo consideran el papel descriptivo de la Geografía, en cuanto a la información sobre los destinos turísticos existentes y su localización.

---

4 De hecho, esa preocupación no aparece entre los alumnos de C.D.TUR, donde se sigue manteniendo en primero una Geografía del turismo.

- El segundo grupo de respuestas, agrupadas bajo el calificativo de *Recurso*, otorga a la Geografía un papel algo más activo, dado que se parte de la base de que gran parte de los atractivos turísticos son elementos territoriales y/o ambientales, y por tanto la Geografía puede ayudar a conocerlos.
- Las respuestas incluidas bajo el título genérico de *Crear Productos* conceden a la Geografía un papel aplicado. No sólo sirve para conocer y situar los recursos, sino que ofrece una serie de técnicas y conceptos que, junto con otros no geográficos, permiten pasar del recurso potencial al verdadero producto turístico.
- El epígrafe *Planificación/Gestión* incluye a todos aquéllos que otorgan a la Geografía el papel más complejo y determinante, puesto que iría desde la identificación y valoración de los recursos a la planificación, gestión y recualificación del espacio turístico.
- Por último, la categoría *Impacto* agrupa a los que han señalado en primer lugar el papel de agente geográfico, habitualmente negativo, que tiene el turismo; mientras que *Sostenibilidad* incluye a los que apuntan a la necesidad de gestionar y planificar el turismo de acuerdo a estos parámetros. En realidad, se trata de vertientes específicas de la consideración de la Geografía como una ciencia apta para la planificación y gestión del espacio turístico, por lo que para su análisis podrán sumarse a la categoría anterior.

Como se puede comprobar (Ver Cuadro 3), sigue perviviendo entre los estudiantes de turismo una consideración preferente de la Geografía como conocimiento eminentemente descriptivo, dado que las dos primeras categorías suponen en conjunto casi el 80% de las respuestas. Por el contrario, aquéllos que en primera instancia otorgan a la Geografía un papel aplicado (*Crear Productos*, *Planificar*, *Impacto* y *Sostenibilidad*) se sitúan en torno un exiguo 17%.

**Cuadro 3**  
**ANÁLISIS DE LA PRIMERA RESPUESTA**

	LOCALIZACIÓN		RECURSO		CREAR PRODUCTOS		PLANIFIC./GESTIÓN		IMPACTO		SOSTENIBILIDAD		NS/NC		TOTAL
	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	
Sin formación geográfica	15	13,9	85	78,7	4	3,7	2	1,9	0	0	1	0,9	1	0,9	108
Con formación obligatoria	31	22,6	73	53,3	13	9,5	9	6,6	3	2,2	2	1,5	6	4,4	137
Con optativas de Geografía	3	8,8	21	61,8	2	5,9	3	8,8	3	8,8	1	2,9	1	2,9	34
<b>Total</b>	<b>49</b>	<b>15,1</b>	<b>179</b>	<b>64,6</b>	<b>19</b>	<b>6,4</b>	<b>14</b>	<b>5,8</b>	<b>6</b>	<b>3,7</b>	<b>4</b>	<b>1,8</b>	<b>8</b>	<b>2,7</b>	

De todas formas, es mucho más pasiva la concepción de los incluidos en la categoría *Localización* (15,1%) que los de *Recurso* (64,6%). Para los primeros el territorio no es más que un espacio plano por el que los turistas se mueven de acuerdo a motivaciones que en poco o nada tiene que ver con lo geográfico, mientras que los segundos señalan la importancia de los recursos territoriales para dirigir los flujos, con lo que al menos se advierte un cierto papel condicionante de éstos sobre la actividad turística.

Pero si se analiza la evolución de las respuestas a medida que aumenta la formación geográfica de los estudiantes (Ver Cuadro 3), se aprecia una drástica disminución del

porcentaje de los que apuntan a la consideración más clásica y pasiva<sup>5</sup>, mientras que aumenta el de los que en primer lugar plantean la importancia de la Geografía como un conocimiento científico y aplicable. La conclusión, ya apuntada entre las hipótesis realizadas al inicio, es que los estudiantes de turismo siguen comenzando su currículo con una idea parcial tanto de sus proyecciones laborales como de las necesidades formativas que éstas llevan aparejadas, y que ambas se van abriendo a medida que se plantean nuevas formas de aproximación al sector acordes con la formación de técnicos generalistas que pretende la actual Diplomatura.

Esta interpretación se refuerza si nos centramos en el análisis de las siguientes respuestas (Ver Cuadro 4).

Evidentemente, la escasa importancia que alcanzan las categorías de *Localización* y *Recurso* se debe a que la mayoría de los entrevistados las señalaron en primer lugar. Sin embargo, si se observa el Cuadro 4 se puede comprobar como los alumnos sin formación geográfica se han limitado generalmente a apuntar una única idea por entrevista (tan sólo 36 segundas respuestas para un total de 108 entrevistas), mientras que esta relación aumenta hasta llegar al grupo de los que han elegido optativas de Geografía, que ofrece un total de 60 segundas respuestas para tan sólo 34 entrevistas (1,7 segundas respuestas por entrevista). Esto parece indicar que, sea cual sea la idea que de partida tienen de la Geografía, se va completando y haciendo más compleja a medida que aumentan su formación.

Esta mayor complejidad en la formación y la consideración de la Geografía se produce en dos direcciones complementarias, ambas de gran interés. Una de tipo teórico, básicamente dirigida a la interpretación y análisis del turismo, y otra funcional o aplicada, tendente a su ordenación y gestión.

Desde el punto de vista interpretativo la mejora en la formación geográfica abre a los estudiantes nuevas perspectivas en el análisis del turismo, especialmente en lo referido al funcionamiento espacial del mismo. De considerar en origen el territorio como una superficie plana, se comienza a valorar su importancia en la actividad turística, así como el papel que ésta representa como agente geográfico. El resultado es que sin soslayar los aspectos económicos se empiezan a valorar también los espaciales, «ya sean positivos, como por ejemplo la restauración de edificios (...), o bien negativos, como por ejemplo la degradación de paisajes» (3º Grupo).

**Cuadro 4**  
**ANÁLISIS DE LAS SIGUIENTES RESPUESTAS**

	LOCALIZACIÓN		RECURSO		CREAR PRODUCTOS		PLANIFIC./GESTIÓN		IMPACTO		SOSTENIBILIDAD		TOTAL
	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	
Sin formación geográfica	1	2,8	1	2,8	19	52,8	10	27,8	1	2,8	4	11,1	36
Con formación obligatoria	1	0,9	6	5,7	33	31,4	28	26,7	18	17	19	18,1	105
Con optativas de Geografía	1	1,7	3	5	18	30	18	30	9	15	11	18,3	60
Total	3	1,8	10	4,5	70	38,1	56	28,2	28	12	34	15,8	

<sup>5</sup> La categoría *Localización* sólo alcanza un 8,8% de las respuestas entre los que han realizado optativas de Geografía, mientras que *Recurso* también disminuye considerablemente.

Este interés por los efectos territoriales y ambientales permite una nueva visión crítica del turismo, que hasta ahora solía quedar escondida para los estudiantes tras las grandes magnitudes económicas. De hecho, estos nuevos parámetros y conceptos para enjuiciar el sector no se limitan al plano teórico, sino que se centran también, como no podía ser menos, en el caso español —«en España no se llevó a cabo la adecuada estrategia para el desarrollo sostenible, lo que está provocando un estancamiento de la actividad turística» (3º Grupo)—. Afán crítico que no parece estéril, pues de él se desprenden conclusiones que apuntan a la necesidad de conservar los recursos con el fin de mantener la actividad y evitar su autodestrucción —«es imprescindible la preservación de los recursos para que el turismo pueda seguir desarrollándose (2º Grupo)—.

Como se apuntó arriba, este cambio en la consideración teórica del turismo, que en gran parte ha sido posible gracias a la mejora en la formación geográfica, es paralelo a la creciente conciencia entre los alumnos de las necesidades de gestión y de planificación territorial que el sector comporta. Esta nueva preocupación se pone de manifiesto en las veces que este aspecto aparece como segunda respuesta entre los estudiantes, ya que es citado por casi un tercio del total (Ver Cuadro 4), especialmente por aquéllos que han cursado asignaturas de Geografía.

Planificación y gestión que se entienden, de modo prioritario, como la única posibilidad para el mantenimiento de la actividad como sector económico dinámico. Es decir, que frente a lo que era habitual, esta necesidad de planificar el espacio turístico se percibe ahora de forma eminentemente positiva, más en clave de oportunidad que como obstáculo o restricción. Así, la preservación de los recursos y del espacio turístico no se ve como un freno al desarrollo, sino que puede abrir nuevas posibilidades hasta ahora menospreciadas ante los grandes productos dominantes tipo *sol y playa* —«el estudio geográfico puede plantear posibles desarrollos turísticos, así como nuevas alternativas a los ya existentes (2º Grupo)— o convertirse en una forma de preservar valores y atractivos al otorgarles una nueva función con rentabilidad social y económica —«la actividad turística puede ayudar a conservar el medio ambiente» (3º Grupo)—.

Por tanto, una concepción de la sostenibilidad del turismo claramente utilitarista, que teniendo en cuenta la imperiosa necesidad de conservar los recursos y valores del entorno, obtenga de ellos el máximo provecho, como claramente se manifiesta en la siguiente frase: «cuidando nuestros recursos turísticos y explotándolos al máximo» (3º Grupo).

En resumen, de advertir unas necesidades de formación geográfica que en inicio se restringían a «conocer dónde están los lugares más demandados» (1º Grupo), los estudiantes pasan a considerar aspectos más complejos, como la importancia de los recursos territoriales, los impactos ambientales generados y el peligro de que éstos acaben «afectando negativamente al turismo» (2º Grupo).

Como resultado de ello, se abren nuevas posibilidades para la aplicabilidad de la Geografía como ciencia que permite «conocer las potencialidades que existen en el entorno» (3º Grupo), «la creación de un buen producto dentro de las nuevas expectativas de la demanda» (2º Grupo) y «la planificación del turismo considerando el territorio como algo básico e imprescindible (3º Grupo). Hasta conseguir «un desarrollo del turismo que no perjudique a los recursos naturales, sociales o culturales de un lugar» (2º Grupo).

## 5. CONCLUSIÓN: IMPORTANCIA Y DEFICIENCIAS DE LA GEOGRAFÍA EN LA FORMACIÓN TURÍSTICA

Como se ha comprobado, aún persiste con fuerza la visión de la Geografía como un conocimiento enciclopédico y, en gran medida, precientífico. Evidentemente, ésta no es privativa de los estudiantes de turismo, y difícilmente se podrá actuar contra ella desde la Universidad. Tan sólo la mejora de la formación espacial en la enseñanza primaria y secundaria, junto con el aumento del papel social de los geógrafos, podrá cambiar la percepción negativa que desde prácticamente su consolidación viene arrastrando en España esta ciencia.

El resultado directo de este déficit formativo producto de una enseñanza que margina el análisis espacial, es que muchos de los estudiantes que comienzan sus estudios superiores de turismo siguen participando de una visión reduccionista de la actividad turística, centrada exclusivamente en los aspectos económicos y empresariales.

Pero si bien el punto de partida es negativo, creemos que ha quedado demostrado como una vez que los estudiantes perciben las posibilidades de análisis y de intervención que la Geografía les ofrece, muestran interés por unas nuevas ideas, metodologías y conceptos que pocos habían tenido en cuenta al iniciar su formación. Así, aun cuando la mayoría mantengan sus preferencias profesionales, incorporan a su bagaje curricular nuevas preocupaciones y, sobre todo, una visión del sector turístico más compleja y acorde con la realidad.

De hecho, una de las grandes aportaciones de la Geografía a la comprensión del sistema turístico por parte de los estudiantes ha sido la de presentar las zonas de sombra que el sector presenta, frente a la visión idílica de las macromagnitudes económicas que se venía ofreciendo. Pero si bien ofrecer un análisis crítico es una tarea a la que no se debe renunciar, ésta queda coja si no se completa con la oferta de soluciones y propuestas, y por supuesto con la aportación de metodologías y técnicas aplicables que permitan modificar la realidad que se censura.

Así, parece haberse cumplido, en gran parte gracias a la Geografía, el pronóstico de que la planificación integrada del turismo encontraría antes o después audiencia entusiasta, aun cuando sólo fuese por lo mucho que el propio sector se juega en ella (Valenzuela, 1986). Pero, y aquí se centra uno de los mayores reproches realizados por los estudiantes, al menos hasta ahora no parece estarse formando a profesionales con la capacitación suficiente para llevar a cabo esta compleja tarea.

Este problema, como también manifiestan los estudiantes, se deriva en parte de la insuficiencia de los planes de estudio en materias relacionadas con la planificación y la gestión del espacio, aspecto ya señalado anteriormente (vid. Ministral, 1998). Si bien hasta el momento este déficit está siendo suplido por los programas de postgrado (vid. Vera, 1995), la única solución parece la creación de una Licenciatura en Turismo que permita a los profesionales interesados en estos aspectos completar sus propios itinerarios formativos.

Sin embargo, finalizar aquí sería esconder las deficiencias que la propia ciencia geográfica manifiesta a la hora de realizar propuestas aplicables en materia turística, como han demostrado las exégesis críticas realizadas. Mientras los docentes e investigadores no sean capaces de trascender la interpretación para pasar a aportar soluciones, y no exista una

mayor comunicación entre la Universidad y el mundo profesional, la Geografía seguirá representando sólo un papel de conciencia crítica, de enorme importancia pero de escasa trascendencia real.

## BIBLIOGRAFÍA

- AGUILÓ, E. (1999): «Consideraciones en torno a los trabajos e investigaciones sobre calidad en la formación turística», *Cuadernos de turismo*, núm. 4, pp. 7-19.
- ANTÓN, S. et al. (1996): «La investigación turística en España», *Estudios turísticos*, núm. 129, pp. 165-208.
- ANTÓN, S. Y VERA, J.F. (1998): «Métodos y técnicas para la planificación turística del territorio», en *Turismo y planificación del territorio en la España de fin de siglo*, Tarragona, Grup d'Estudis Turístics, Universitat Rovira i Virgili, pp. 5-44.
- BERNABENT, M. Y MATEU, X. (1996): «La Geografía profesional», *Boletín de la A.G.E.*, núm. 21-22, pp. 161-166.
- BROWN, G. (1995): «La educación para el desarrollo sostenible del turismo», en *La formació, la rehabilitació i les noves modalitats turístiques*, Palma de Mallorca, Servei de Publicacions de la Universitat de les Illes Balears, pp. 19-28.
- ENZ, C. et al. (1993): «Graduate level education: a survey of stakeholders», *The Cornell H.R.A. Quarterly*, núm. 4, pp. 90-95.
- FARINÓS, J. (1999): «Prospección de aplicaciones profesionales para el geógrafo», *Boletín de la A.G.E.*, núm. 27, pp. 143-159.
- FAYOS-SOLÁ, E. (1997): «Educación y formación en la Nueva Era del Turismo: la visión de la OMT», en *El capital humano en la industria turística del siglo XXI*, Madrid, Organización Mundial del Turismo, pp.59-72.
- GRECIET, P. (1995): «La Formación Profesional Reglada en Hostelería y Turismo», *Estudios turísticos*, núm. 128, pp.81-98.
- HAWKINS, D. (1997). «Paradigm shifts and major trends influencing tourism education in the New Age of Tourism», en *El capital humano en la industria turística del siglo XXI*, Madrid, Organización Mundial del Turismo, pp. 75-87.
- LÓPEZ OLIVARES, D. (1995): «La formación interdisciplinar en los nuevos estudios universitarios de turismo», *Estudios turísticos*, núm. 128, pp. 151-155.
- LUIS, A. (1988): *Aproximación histórica al estudio de la Geografía del ocio. Guía introductoria*, Barcelona, Ed. Anthropos, 384 págs.
- MARCHENA, M. (1991): «Turismo y formación en España», en *Ordenación y desarrollo del turismo en España y en Francia*, Madrid, Casa de Velázquez, pp. 337-349.
- MINISTRAL, M. (1998): «La planificación turística en los nuevos planes de estudio del diplomado en turismo», en *Turismo y planificación del territorio en la España de fin de siglo*, Tarragona, Grup d'Estudis Turístics, Universitat Rovira i Virgili, pp. 397-404.
- PÉREZ DOMÍNGUEZ, J. dir. (1984): *Los estudios de enseñanzas turísticas*, Madrid, Ed. Fundación Universidad y Empresa, Monografías Profesionales.
- RAMAKRISHNA, J. y NEBEL, E. (1996): «An empirical study of the challenges facing hospitality masters programs: a hotel industry perspective», *Hospitality Research Journal*, núm. 2, pp. 45-47.

- UMBELINO, J. y BARRADO, D. (1999): «A Geografia é aquilo que os geógrafos fazem?», en *VIII Colóquio Ibérico de Geografia*, Lisboa. Departamento de Geografia e Planeamento Regional, Universidade Nova de Lisboa, Volume I, pp. 273-281.
- VALENZUELA, M. (1986): «Turismo y territorio. Ideas para una revisión crítica y constructiva de las prácticas espaciales del turismo», *Estudios turísticos*, núm. 90, pp. 47-57.
- VALENZUELA, M. et al. (1992): «Geografía del turismo y el ocio», en *La Geografía en España (1979-1990)*, Madrid, Real Sociedad Geográfica, Asociación de Geógrafos Españoles, pp. 203-212.
- VERA, J.F. (1995): «Los estudios de postgrado sobre turismo en España», *Estudios turísticos*, núm. 128, pp. 11-21.
- VERA, J.F. et al. (1997): *Análisis territorial del turismo*, Barcelona, Ed. Ariel, 443 págs.