



SABERES

REVISTA DE CIENCIAS SOCIALES, ARTES Y

LENGUAS

Revista de la Facultad de Ciencias Sociales y Lenguas Aplicadas

Vol. 1-- año 2018

Dr. Rafael Jaén Pozo
Dr. Fernando Martínez López

Universidad Alfonso X el Sabio

Facultad de Ciencias Estudios Sociales y Lenguas Aplicadas

Villanueva de la Cañada

TÍTULO

Problemática y origen del marco teórico de referencia para el estudio científico del turismo.

Jaén. R¹, Martínez. F²

1. Profesor, Grado en Administración y Dirección de Empresas. Departamento de economía de la empresa en Universidad Rey Juan Carlos.
2. Profesor, Grado en Administración y Dirección de Empresas y Grado en Dirección comercial. Departamento de estudios sociales en Universidad Alfonso X el Sabio.

Dirección de correspondencia : Rafael Jaén Pozo. (rafa.jaen@urjc.es)
Fernando Martínez López. (fmartple@myuax.com)

RESUMEN

A día de hoy, y a pesar de la proliferación de artículos y trabajos de investigación sobre el tema, es imposible encontrar una definición comúnmente aceptada de turismo.

Un gran número de autores considera que existen serias dificultades para la investigación científica del turismo, causadas principalmente por la ausencia de un marco teórico adecuado para definir conceptos básicos como los de producto, empresa o sector turístico.

Trataremos a través del estudio, desde el campo de la etimología, de estos conceptos clave y de los resultados de las investigaciones sobre turismo, entender por qué se ha llegado a esta situación de indefinición y estancamiento.

PALABRAS CLAVE: Turismo, marco conceptual, enfoque de demanda, falso enfoque de oferta, etimología, epistemología.

ABSTRACT

Today, despite the proliferation of articles and research on the subject, it is impossible to find a commonly accepted definition of tourism.

A large number of authors consider that there are serious difficulties for the scientific research of tourism, caused mainly by the absence of an adequate theoretical framework to define basic concepts such as product, company or tourism sector.

We will try to understand, through the etymological study of these key concepts and the results of tourism research, why this situation of indefinición and stagnation has arisen.

KEY-WORDS: Tourism, conceptual framework, demand approach, etymology, epistemology.

1. Introducción

El objetivo principal de este artículo es incidir sobre la necesidad de encontrar un marco teórico que ponga en juicio la consideración clásica que presenta al turismo como actividad multidisciplinar, dejando de manifiesto la confusión conceptual y terminológica que existe en toda la literatura referida al turismo, confusión que por otro lado contrasta con la proliferación de la producción científica en turismo cuyos resultados tienen cada vez mayor cabida en revistas internacionales con alto impacto y visibilidad (López-Bonilla, Granados-Perea y López-Bonilla, 2018).

Entendemos que la aceptación de la teoría clásica basada en un enfoque de demanda ha traído como consecuencia la implantación de un marco económico convencional del turismo, basado exclusivamente en el consumo turístico, de tal forma que todo el consumo realizado por los turistas para satisfacer sus necesidades ya sean fisiológicas, religiosas, culturales, etc. son considerados como ingresos por turismo y que por esta misma razón resulta imposible hablar de un verdadero «sector turístico» dentro de la economía (Wang y Davidson, 2010; Hung, Shang, y Wang, 2012).

Se tratará en las páginas siguientes de detectar el origen de esta concepción clásica que analiza el turismo desde un enfoque de demanda, desde el análisis de los trabajos que con carácter científico se han realizado sobre el turismo. Por tanto, este artículo no tiene como objetivo el análisis de los flujos turísticos ni valorar la contribución de la actividad a la economía de los países.

Nuestro único interés consiste en tratar de explicar cómo se ha llegado a la situación de indefinición actual y para ello partiremos de un análisis etimológico que nos permita establecer qué es lo que, desde el estudio del propio término, debe entenderse por turismo (Ascanio, 2010; Magaña, 2016). Así mismo realizaremos una revisión bibliográfica donde se hará referencia a las teorías y estudios sobre el turismo que, a juicio de los críticos al enfoque de demanda, han contribuido a ese estado de confusión actual.

2. El enfoque de demanda

Se denomina enfoque demanda o enfoque sociológico al que los críticos a la doctrina clásica consideran que se ha venido utilizando para el estudio del turismo.

Como exponíamos en la introducción, los expertos que trataban de estudiar el turismo desde el punto de vista económico entendían por oferta turística todos los productos por los que los turistas mostraban interés, por lo que dicha oferta se presentaba como un conjunto de actividades productivas (Alegre y Cladera, 2010; Mehmetoglu, 2007) insuficientemente delimitadas y esto producía una gran dificultad a la hora de definir los conceptos de sector, producto y empresa turística.

A esto nos referimos cuando hablamos de indefinición o indeterminación de la oferta turística. Que los esfuerzos por delimitar la oferta turística por parte de los expertos en turismo se realizan realmente desde un enfoque de demanda es una de las conclusiones de los trabajos sobre economía del turismo realizados por Muñoz de Escalona, que desde finales de la década de los 80 del pasado siglo trata de aplicar el análisis micro económico a la actividad turística y utilizar así el mismo enfoque metodológico que se aplica en el resto de los sectores productivos.

Desde el enfoque de demanda, el turismo no puede ser considerado como un sector productivo homogéneo sino como un conjunto de sectores, compuesto por tantos tipos de empresas como tipos de productos pueda consumir el turista en sus desplazamientos (Brida y Scuderi, 2013; Muñoz, 2015).

Para los críticos con la doctrina clásica, esta indeterminación de la oferta turística procede de los estudios llevados a cabo por los autores, economistas fundamentalmente, que trataron de explicar el turismo desde una perspectiva científica y cuyas definiciones terminan presentando el turismo como el conjunto de relaciones de todo tipo que se producen entre turistas y visitantes.

El problema surge cuando se aplica este enfoque sociológico o de demanda al análisis económico del turismo. Lo habitual es que el enfoque aplicado al análisis económico sea el de oferta, sin embargo, casi desde el inicio de los estudios sobre turismo, se aplicó para su análisis económico el enfoque de demanda. Por tanto, puede hablarse de una confusión socioeconómica que aún se mantiene y de la que se han derivado enormes problemas en el análisis del turismo (Cioce, 2004).

Los críticos al enfoque de demanda sostienen que una de las causas de esta confusión se debe a que, desde el inicio, los estudios científicos sobre turismo se basaron en la noción vulgar del término, es decir, en buscar criterios que permitieran establecer quiénes son turistas de quienes no lo son (Muñoz de Escalona, 2015).

3. El origen de los términos

La concepción clásica del turismo tiene su origen en las investigaciones que desde principios del siglo XX se llevan a cabo por numerosos autores procedentes de distintos campos, coincidiendo con el interés que la actividad turística despierta en esta época, ya entendida como incipiente fenómeno económico y social (Flores, Barroso y Castro, 2016)

Para los críticos a la concepción clásica, esta no es capaz de explicar de manera satisfactoria las relaciones económicas que esta genera. Pero también es cierto que hasta las últimas décadas del pasado siglo ni investigadores ni organismos de turismo se planteaban la posibilidad de un enfoque distinto al que se había llegado como consecuencia de estas primeras investigaciones.

Iniciamos nuestro análisis a partir de una obra con la que han aprendido la doctrina del turismo numerosas generaciones de profesionales (Muñoz de Escalona, 1999). Nos referimos a la *Teoría y técnica del turismo* de Luis Fernández Fúster, publicada en dos tomos por la Editora nacional en 1967.

Aunque Fernández Fúster comienza su obra planteándose si el turismo es o no una ciencia, (Fernández Fúster, 1967, p. 21), lo cierto es que inmediatamente inicia una investigación sobre el origen de los términos «turismo» y «turista» para a continuación plantearse qué es realmente el turismo.

Comienza Fernández Fúster su análisis acercándonos al origen de los términos «turismo» y «turista». La primera vez que aparece documentada la palabra *tour* fue en Inglaterra en 1760 (*make a tour*). Este término «tour» es de origen francés, nada extraño si se tiene en cuenta que la nobleza y las clases altas británicas utilizaban el francés como idioma diferenciador, propio de su estatus. Sin embargo, Fernández Fúster (1967) afirma que ya en 1746 se utiliza la expresión *to take a turn*.

Todo esto le lleva a determinar que el origen de las palabras «turismo» y «turista» fue inglés, seguramente para hacer referencia a una actividad originada en Inglaterra y que, etimológicamente, su origen puede proceder de la raíz *turn* o *tour* (Fernández Fúster piensa que el *turn* de 1746 dio paso al *turn* de 1760 como galicismo del francés *turn*), ambas procedentes del latín *tornus* como sustantivo y *tornare* como verbo que en latín vulgar se traduce como ‘girar’ (Fernández Fúster, 1967; Montaner, 2010).

Si se admite esta procedencia ya tenemos una de las características que van a determinar y diferenciar el turismo del resto de viajes y es precisamente este *tornare*, esta circularidad del torno que hace que el turismo se conciba desde sus orígenes como viaje de ida y vuelta.

Hay otra teoría, concretamente la de A. Haulot (1961) que en su investigación «Le tourisme et la bible» habla de un origen hebreo de la palabra *tour*. Haulot afirma que la raíz «tour» puede proceder de «tur» que es hebreo antiguo y que significa viaje de reconocimiento o exploración y que figura en la biblia¹ (VV.AA., 2011) haciendo referencia a una avanzadilla que Moisés envía a Canaán para que una vez conocidas sus características agrícolas, demográficas y topográficas vuelvan al punto de partida e informen de dichas condiciones (Muñoz Semeco, 2015).

Sea cual sea el origen, no dedicaremos más espacio a esta cuestión. Está claro que todas las opciones planteadas presentan el turismo como un viaje de ida y vuelta, siendo esta una característica esencial para desligar el viaje turístico de otro tipo de viajes (Francesh, A. 2004).

Siguiendo con el origen de las palabras «turismo» y «turista», puede verificarse que hasta el año 1800 no aparece la palabra «turista» (*tourist*) recogida en un diccionario, concretamente en *The Oxford English Dictionary*.

Las definiciones traducidas al castellano serían las siguientes: «Turista: “el que hace un tour, especialmente quien lo hace por recreo, el que viaja por placer o para aumentar sus conocimientos culturales visitando lugares por sus objetos de interés, su paisaje o su peculiaridad”»²

¹ Números. Cap. XII, Ver. 17

² Turismo: Actividad o hecho de viajar por placer. <http://www.rae.es>

Once años después aparece en el mismo diccionario la definición de «turismo» («tourism») enunciada de la siguiente manera: «Turismo: “la teoría y la práctica del tour”» (Medina, 2012).

Aquí aparece otra de las características que en principio se consideró como inherente al viaje turístico, el turismo es solamente «viaje por placer» (F.Fúster, 1967).

La cuestión del placer u ocio como distintivo del turismo ha dado mucho que hablar en la historia de la conceptualización del turismo. Es evidente que, en los orígenes del término, cuando hacíamos referencia al tour de 1760, no podría haber otra motivación que no fuera el placer, aún más, el tour de 1760 es un término propio de la nobleza que usaba el francés como símbolo de distinción, por tanto, en su origen turismo son aquellos viajes que hace la nobleza y el tour es la palabra que expresa esa actividad y la distingue de cualquier otro tipo de desplazamiento.

Por tanto, cuando en esta época se hacía referencia al tour, no se hacía referencia a cualquier tipo de viaje sino solo a aquellos viajes que realiza la nobleza. No se plantea establecer desde el principio las características del tour, porque el tour no es más que una denominación propia de una clase social para referirse a sus viajes. Como es obvio, en el tour no tiene cabida la clase trabajadora, por tanto, es una actividad de las clases ociosas considerada por estas como placentera.

Los viajes que hacían estas clases ociosas eran viajes de ida y vuelta que se hacían para realizar los viajes propios de su estatus social. Desde las relaciones sociales, visitas a otros nobles, participar en cacerías, etc. (Muñoz de Escalona, 20015).

Queda claro que desde al menos 1760 hay una diferencia clara entre el viaje que realizan los nobles (*tour*) y el turismo (*tourism*) que es todo lo relacionado con el tour. Y queda claro también que antes de que se inicie el estudio del turismo con carácter científico, antes de que se convierta en un fenómeno de masas, ya existe una definición aceptada de turismo sin que esté asociada a la masificación de los viajes por placer.

Desde este análisis etimológico puede afirmarse, como hace Muñoz de Escalona (2017), que el turismo no se hace, en todo caso, se participa de él; sin embargo, no podemos estar de acuerdo en que el turismo sea la masificación de los viajes por placer, en todo caso ese es el resultado de su evolución. Por tanto, tampoco puede decirse que primero fue el *tour* y después el turismo como realidad social y económica.

El término *tourism* aparece casi paralelamente al de *tour* y, como indica Medina (2012), para que la palabra *tourism* aparezca en el diccionario en 1811, debería haber estado utilizándose por lo menos medio siglo antes.

Esto quiere decir que el *tour* de 1760 hace referencia al viaje de la nobleza de la época que por no dedicarse a actividad productiva alguna no podía ser originado por otra cosa que no fuera el placer, y que turismo, en su origen, es un término que alude a todo lo relacionado con el tour de la nobleza, de tal manera que si el *tour* no se hubiera generalizado tampoco el turismo habría sido un fenómeno multitudinario, pero eso no quiere decir que no hubiera existido.

No tiene sentido admitir que existe el *tour* desde siempre como viaje de las clases ociosas y el *tourism* solo desde que el *tour* se masifica, es decir desde que aparece una clase social que disfruta de tiempo libre para dedicarlo a viajar.

El término *tour* hace referencia a una actividad simple y por tanto el *tourism* es también un fenómeno en su origen sencillo. La masificación de una actividad humana, inicialmente practicada por unos pocos, da lugar a la complejidad de un fenómeno que surge en el seno de una minoría.

¿Desde cuándo existe entonces el turismo? (Morere, 2009; Moreno 2014).
Resumiendo hasta este momento podemos hacer las siguientes afirmaciones:

- El turismo no nace como un fenómeno de masas, se convierte en un fenómeno de masas cuando se masifican los viajes por placer.
- Los viajes por placer han existido a lo largo de la historia de la humanidad. (Ordoñez-Burgos,2009)
- El turismo es una denominación de los viajes por placer acuñada en el siglo XVIII por la nobleza de la época para referirse a sus viajes.

Las características del turismo se encuentran, por tanto, en los viajes por placer realizados anteriormente a la aparición de los términos *tour* y *tourism*. Aunque es lógico admitir que no puede existir el turismo antes de la aparición del término.

Sobre la cuestión de si puede existir turismo antes del término y la de si el turismo nace como fenómeno de masas existen bastantes discrepancias (Gordon, 2002). Nosotros ya hemos expuesto nuestra opinión en la que coincidimos con algunos estudiosos del turismo, pero hay autores que piensan directamente que el turismo no puede darse antes de la aparición en el diccionario del vocablo turismo, ya que afirman que hasta mediados del siglo XIX no surge dicho término.

No compartimos esta opinión, la palabra *tourism* aparece en el diccionario en 1811 pero su uso debe ser bastante anterior, por eso no puede decirse que el *tourism* se refiera a otro tiempo o a otra estructura social distinta a la existente cuando apareció el término *tour* (Vallejo, 2002; Vizcaíno, 2015).

Ambos términos tienen por tanto su origen en el siglo XVIII y el *tourism* no es más que un derivado del *tour*. Pero muchos se empeñan en referirse al *tour* desde las primeras referencias y al *tourism* desde su aparición oficial en *The Oxford English Dictionary*.

Por el contrario, hay otros autores que afirman que todos los viajes por placer son turismo y por tanto esta actividad tiene la edad de la raza humana (Figuerola, 1988; Muñoz de Escalona, 2013).

Con respecto a la cuestión de si el turismo denomina desde su origen a un fenómeno de masas, también nos hemos pronunciado. Creemos que el turismo no surge como fenómeno de masas, sino que se convierte en tal a medida que se produce uno de los cambios sociales más determinantes de la historia, motivado por las revoluciones que dan lugar a la dignificación de la clase trabajadora y a la aparición de una nueva clase social que viajaba pero que no era ociosa, sino que disfrutaba de lo que empezó a llamarse

tiempo libre. Sin embargo, afirmar que el turismo se masifica con el aumento de los viajes por placer no significa que el turismo surja cuando se hacen viajes por placer de forma masiva y que por tanto los viajes de los nobles eran *tour* pero no *tourism* porque no eran viajes masivos y que los viajes no masivos no pueden constituir turismo (Molina, 1991; Muñoz de Escalona, 20012).

Son también abundantes los autores que defienden esta postura que identifica turismo con masificación y por tanto afirman que no hay turismo hasta que no se vislumbra este como fenómeno social, a mediados del siglo XIX o incluso para algunos no hay turismo hasta que no pueda hablarse de un fenómeno mayoritario realizado ya por una clase media dominante a mediados del siglo XX (Dumazedier, 1975).

Los que admiten que existe el turismo antes de la aparición del término inician la historia de esta actividad en el origen de la humanidad y los que datan el turismo desde la aparición del vocablo o incluso con fecha muy posterior buscarán en la historia acontecimientos y costumbres relacionadas con los viajes que en su momento supusieran el desplazamiento de un número considerable de personas y los considerarán como antecedentes del turismo de masas, que en definitiva para estos autores es la condición del turismo (Pulido y Sáez, 2011; Marín y Viales, 2012).

En la introducción presentábamos un itinerario que nos conducía a la teoría clásica del turismo. Afirmábamos que esta concepción procedía de las definiciones que se han venido enunciando para explicar qué es esta actividad (Molina, 1986). Partiremos por tanto de los intentos de explicar en qué consiste realmente el turismo para comprender cómo se ha llegado a esta teoría clásica.

Aunque Fernández Fúster (1967) afirme que el análisis científico del turismo se inicia con la “Escuela Berlinesa” en 1929, existen numerosos intentos de conceptualizar el turismo desde mucho antes. Según Ogilvie (1933) el primer intento de definir el turismo de forma científica se debe a L. Bodio en 1899; sin embargo, según indica Muñoz de Escalona (1992), Kurt Krapf reivindica este derecho para su compatriota G. Freuler en 1883 y P. Bernecker lo hace para J. Stradner en 1884.

Podemos encontrar incluso definiciones anteriores, como la ya mencionada del Diccionario de Oxford o la del diccionario Littré de 1859 o, anteriormente, la propuesta por Maurice Alhoy en 1841.

En estas primeras definiciones o bien se trata de buscar la diferencia entre un viajero y el que no lo es o se intenta establecer la diferencia entre viaje y turismo. Otra característica de estas definiciones es que en su mayor parte se deben a economistas, por lo que muchos autores entienden que ya desde mediados del siglo XIX se percibe la fuerza económica que tendrá el turismo en los años venideros y que por esta razón los economistas se lanzan a tratar de definir y aclarar dentro de lo posible las peculiaridades de este fenómeno.

M. Alhoy distingue entre viajero y turista y afirma que la diferencia radica en que el viajero descubre y el turista visita lo que ya está descubierto (Defert, 1968). La distinción entre turista y viajero no es algo exclusivo de los primeros estudios turísticos. Desde que el término turista se generaliza, existe entre los viajeros un afán de diferenciación entre

los viajeros de calidad y los turistas. La mayoría de los que viajan no quieren ser calificados como turistas y buscan otros términos que revistan de seriedad a su actividad.

«Uno puede ser un viajero de mundo, un explorador, un vagabundo, un estudiante en el extranjero, un historiador del arte..., o un aventurero» (Jokinen & Veijola, 1998, p. 23). Pero, «¿Quién se califica a sí mismo como turista? Nadie» (Deprest, 1997, p. 5).

En la literatura de viajes encontramos también ejemplos que denigran la experiencia turística considerándola vulgar, moralmente inferior a la mera experiencia o inauténtica (Gordon, 2002).

Podemos pensar que la definición de Alhoy está enunciada en este sentido, que desde las primeras definiciones se trata de distinguir un tipo de visitante concreto, el turista del resto de personas que afluyen a un lugar distinto al de su residencia habitual. Pero además esta definición concuerda con las características del término *tour* de la nobleza. Este viaje es un viaje no de descubrimiento sino de imitación. También se ajusta a esta concepción la definición que aparece en el diccionario, ya mencionado, de E. Lyttre:

Turista: se dice de los viajeros que transitan por países extranjeros por curiosidad y porque no tienen nada que hacer, que realizan una especie de gira por los países habitualmente visitados por sus compatriotas (se dice, sobre todo, de los viajeros ingleses en Francia, Suiza, e Italia)” (Krapf, 1954).

En esta definición vemos todas las características del *tour*, por un lado, se habla de un viaje de ida y vuelta, cuando se le define como una pequeña gira. Por otro lado, se realiza para llenar el tiempo de ocio, porque no se tiene otra cosa que hacer. (Que diferencia, entre este concepto de ocio entendido como no saber qué hacer, de la idea de tiempo libre actual [González, Rubén y López, 2015]).

Además, en esta definición se entiende que no sería turista el que visita un lugar que previamente no ha sido visitado por otros compatriotas, es decir, el turista imita lo realizado por otros y desde ese punto de vista el turismo es una actividad que realizan las clases ociosas, los que no tienen nada que hacer, imitando las costumbres de sus compatriotas, por supuesto, de los pertenecientes a su mismo estatus.

Es del todo razonable pensar que esta noción de turista se origina en los destinos para denominar a todos estos viajeros que no tenían un objetivo concreto, sino que deambulaban por los pueblos y comarcas observando los paisajes, las gentes y los monumentos. (Muñoz de Escalona, 1992).

Centrémonos, por tanto, en las definiciones que tratan de explicar científicamente el turismo. Puede afirmarse que Von Schullern fue uno de los primeros autores en dar un enfoque científico al turismo. A él se debe la diferenciación entre turismo interior e internacional y el haber tenido en cuenta, aun sin disponer de estadísticas que ofrecieran datos desglosados, el doble sentido de los flujos turísticos. Este autor afirma que el turismo tiene un doble sentido, el positivo y el negativo. El positivo se refiere a las llegadas y recibe esa denominación porque económicamente las llegadas de turistas son

positivas para el país receptor. El negativo, por el contrario, se refiere a las salidas que por el mismo argumento resultan negativas para la economía del país emisor.

Este autor sostiene que para un correcto análisis del turismo es necesario tener en cuenta los dos sentidos a la vez y de esta forma sería posible elaborar la balanza de flujos turísticos.

La aportación de Von Shullern a la doctrina clásica del turismo es, aunque haya sido considerada por algunos como poco importante y mera descripción del hecho turístico (Vogeler, 1995 p. 1), al menos significativa. Por un lado, incide en la importancia económica del turismo y parte de esta relación como base de su teoría del turismo. Hemos visto como este autor se refiere a los conceptos de turismo emisor y receptor sin utilizar dichos términos sino solo desde sus consecuencias económicas, es decir, sentidos positivo y negativo del turismo. Su definición de turismo es también consecuencia de este predominio de lo económico en el turismo.

Von Shullern define turismo como «el conjunto de todos aquellos procesos, sobre todo económicos que ponen en marcha las llegadas, las estancias y las salidas a y desde una determinada comunidad, región o estado y que se relacionan directamente con las llegadas estancias y salidas».

Recordemos que uno de los objetivos de este trabajo es constatar que la doctrina clásica y por tanto la visión del turismo desde el enfoque de demanda se inicia con los primeros intentos de estudiar el turismo desde un punto de vista científico.

En el trabajo de Von Shullern podemos observar ya elementos y características que van a acompañar a la noción de turismo hasta nuestros días. Por un lado lo ya expuesto sobre el predominio de lo económico en el análisis turístico que hace que el verdadero interés de su trabajo fuera para este autor colaborar en cuantificar los flujos turísticos para contribuir a la elaboración de estadísticas, y esto es importante porque desde la doctrina clásica se sostiene que las primeras definiciones tenían un carácter sociológico, es decir trataban de definir la naturaleza del turismo y que es debido a la masificación de la actividad que en un momento determinado haya que recurrir por parte de los organismos internacionales a una definición de trámite a efectos estadísticos para poder cuantificar este fenómeno. Sin embargo, vemos en los trabajos de Von Shullern que ya en 1911 y antes de lo que para muchos expertos se considera el inicio del estudio científico del turismo ya existía una visión del turismo desde un enfoque económico y con un interés estadístico.

Por otro lado, también puede considerarse a Von Shullern precursor de la doctrina clásica, porque, aunque destaque en su concepción del turismo los aspectos económicos, en su definición considera el turismo como todos los procesos y relaciones y por tanto su visión del turismo va más allá de lo económico. Puede decirse que este autor contribuye a la génesis de la idea de que el turismo es un fenómeno complejo y multidisciplinar que dará lugar a la consideración del turismo no como una actividad humana sino como el conjunto de efectos que se producen como consecuencia de dicha actividad.

Por esto para los autores críticos a la doctrina clásica, Von Shullern, al generalizar el turismo a todos los procesos, responde al modelo convencional que se sigue aplicando hoy al estudio económico del turismo (Muñoz de Escalona, 2007).

4. La Escuela Berlinese

Para muchos estudiosos del turismo, el punto de partida del análisis científico del turismo se encuentra en la escuela Berlinese.

La escuela Berlinese está compuesta por varios investigadores alemanes que a partir de 1929 amplían el concepto de turismo y analizan la trascendencia y el impacto del turismo como fenómeno socioeconómico, ofreciendo una visualización del turismo desde diferentes perspectivas (política, económica, social, psicológica...) pero no en su conjunto (Quesada Castro, 2006).

Acerenza (2013) diferencia la escuela Berlinese de otras escuelas de investigación turística afirmando que la escuela berlinese se caracteriza por una orientación básicamente económica frente a la escuela francesa cuyo análisis es eminentemente social o a la escuela polonesa que estudia el turismo desde un enfoque psicosociológico.

El principal representante de la Escuela Berlinese fue R. Glucksmann que fue fundador y director del Instituto de Turismo en la Escuela Superior de Comercio de Berlín y que define el turismo como “Un vencimiento del espacio por personas que afluyen a un sitio donde no poseen lugar fijo de residencia” (1929 p. 34).

Este vencimiento del espacio como característica definitoria del turismo será seguido por otros autores pertenecientes también a la Escuela Berlinese. Schwink define el turismo como “Movimiento de personas que abandonan temporalmente el lugar de residencia permanente por cualquier motivo relacionado con el cuerpo, el espíritu o la profesión”. En esta definición, también de 1929, el requisito de la motivación acompaña al del desplazamiento para poder hablar de turismo. Todavía no se establece una jerarquía de motivaciones ni se excluyen algunas como impropias de la actividad turística, sino que más bien se entiende por motivaciones las necesidades que impulsan al individuo a viajar, a llevar a cabo ese vencimiento del espacio al que hacía referencia Glucksmann en su definición.

Siguiendo el camino marcado por Glucksmann, A. Bormann aporta la siguiente definición de turismo en 1930: «Turismo es el conjunto de los viajes cuyo objeto es el placer o por motivos comerciales o profesionales u otros análogos y durante los cuales la ausencia de la residencia habitual es temporal. No son turismo los viajes realizados para desplazarse al lugar de trabajo».

En esta primera etapa de la Escuela Berlinese en la que todavía no entran en juego las relaciones entre turistas y residentes, el turismo consiste en vencer el obstáculo que supone la distancia para satisfacer una serie de necesidades.

En la referencia a la historia del turismo que hemos realizado anteriormente, hemos tratado de hacer ver que esta era la manera en que se planteaban los viajes en la antigüedad. Las actividades humanas se realizan para satisfacer necesidades, la diferencia

pues entre el turismo y otras actividades consiste sobre todo que en el turismo es necesario el desplazamiento para satisfacer la necesidad en cuestión (Martín y Díaz, 2016).

Reconocemos que cuando leímos por primera vez esta definición, la primera impresión fue pensar que se trataba de un concepto de turismo excesivamente simple que no explicaba, por tanto, la por entonces incuestionable complejidad del fenómeno turístico. Muñoz de Escalona refiere que también le sorprendió esta definición, e incluso pensó que podría tratarse de un error de traducción (Muñoz de Escalona, 2004).

Sin embargo, si Glucksmann hubiera seguido por ese camino, seguramente no se habría llegado a la situación de indefinición actual ya que habría una separación clara entre el turismo (viaje circular para satisfacer una necesidad) y las actividades que se realizan como consecuencia del turismo.

Otra definición de la primera etapa de la Escuela Berlinesa es la de Morgenroth, que distinguió dos conceptos distintos de turismo, uno en sentido amplio que daba cabida a cualquier viaje circular y otro en sentido estricto que entendía el turismo como «Tráfico de personas que se alejan temporalmente de su lugar fijo de residencia para detenerse en otro sitio con objeto de satisfacer sus necesidades vitales y de cultura o para llevar a cabo deseos de diversa índole, únicamente como consumidores de bienes económicos y culturales» (Fernández Fúster, 1967, p. 30). Para muchos (Gómez, 1988), esta definición supone una clasificación de motivaciones propias del turismo.

En esta misma línea, Stradner definía turismo como «Tráfico de viajeros de lujo», entendiendo por estos «Aquellos que de motu propio se detienen en un sitio fuera de su lugar fijo de residencia y con su presencia en ese país no persiguen ningún propósito económico sino que solo buscan la satisfacción de una necesidad de lujo» (Fernández Fúster, 1967, p. 30). Como vemos Stradner también hace referencia a los motivos que impulsan a las personas a realizar un viaje y puede observarse también en esta definición como en la de Morgenroth referencias a la importancia económica del turismo.

Se nos presenta el turismo, pues, en esta primera etapa de la escuela berlinesa como un tipo o categoría del tráfico, el turismo estaría incluido en el tráfico de personas y por esta razón es necesario separar del tráfico turístico a aquellas personas que no puedan ser consideradas como turistas.

Se vuelve por tanto a los objetivos de las primeras definiciones, es decir, a tratar de distinguir entre turistas y no turistas. El propio Glucksmann afirma que «no cuentan en el tráfico turístico aquellas personas que, por las disposiciones legales de un país, se ven obligadas a formalizar después de un cierto tiempo de estancia una residencia» (Fernández Fúster, 1967, p. 31).

Pero no es solo el hecho de la circularidad lo que excluye a un individuo del tráfico turístico, también era excluyente durante los años 30 el hecho de perseguir un fin lucrativo en el viaje. Ehrensperger solo admitía como turistas a personas sin remuneración en sus viajes. (Fernández Fúster, 1967).

En 1935 comienza la llamada segunda etapa de la Escuela Berlinesa y comienza con la siguiente reflexión de Glucksmann:

Quien interpreta el Turismo como un problema de transporte lo confunde con el tráfico de turistas. El término turista empieza allí donde el tráfico termina, en el puerto del Turismo, en el lugar de hospedaje. El tráfico de viajeros conduce al Turismo. Sin embargo, no es el Turismo propiamente dicho, ni siquiera en parte (en Fernández Fúster, 1967, p. 32).

Es Glucksmann también quien, a través de la siguiente definición enunciada en 1935, inaugura un camino donde el transporte ya no forma parte del concepto de turismo: «Turismo es la suma de relaciones existentes entre personas que se encuentran pasajeraamente en un lugar de estancia y los naturales de ese lugar» (Hunziker y Krapf, 1942, p. 27).

Con esta definición, Glucksmann adopta el modelo sociológico ya que para él el concepto de turismo incluirá todo el conjunto de relaciones que se establecen entre extranjeros y residentes. Del concepto de turismo desaparece no solo el desplazamiento sino la primacía de las relaciones económicas sobre el resto, de tal forma que a partir de este momento el turismo estará más cerca de la sociología que de la economía (Hunziker y Krapf, 1942). Además, se pone de manifiesto que una vez apartado el viaje se entiende que el turismo se da solo en el núcleo receptor, ya que, como dice Glucksmann, el turismo comienza en el lugar de hospedaje. Es por esto por lo que Muñoz de Escalona concluye que desde este momento el enfoque económico quedó subsumido en el sociológico y se pusieron las bases de la concepción científica del turismo actual (Muñoz de Escalona, 1992).

A esta segunda etapa pertenece también Benschdeit que justo antes de la Segunda Guerra Mundial retoca ligeramente la definición de Glucksmann y define turismo como «El conjunto de relaciones pacíficas entre viajeros que se detienen en un sitio, las personas no domiciliadas allí y los naturales de ese lugar» (Fernández Fúster, 1967, p. 33).

5. Otras concepciones del turismo

Antes de la Segunda Guerra Mundial existen definiciones fuera de la Escuela Berlinese.

Destacamos la figura de Mariotti que fue el primero en utilizar la denominación de «economía del turismo» ya en 1923 definiéndola como «la materia relativa al movimiento de viajeros por deporte, salud, estudio u ocio, incluyendo todas aquellas relaciones que directa o indirectamente se relacionan con ella» (Mariotti, 1933, p. 8). En esta misma obra diferencia el turismo activo que comprendería «todas las operaciones que colaboran en el desarrollo del movimiento de viajeros en forma de estímulo, impulso o iniciativa» del turismo receptivo que sería «el conjunto de operaciones que se refieren a la acogida de viajeros es decir, a la constitución de los elementos del ambiente y de las condiciones de hospitalidad en el lugar de tránsito o de estancia» (Mariotti, 1933, p. 8). Mariotti distingue también entre la economía del viaje y la de la estancia.

También en la década de los años 30 del pasado siglo, destacan en Inglaterra los ya citados F. W. Ogilvie y A. J. Norval que definen el turismo de manera muy parecida. El primero define turismo como «todas las personas que satisfacen dos condiciones: que se alejan de su domicilio por un periodo inferior a un año y que gastan en el lugar que visitan un dinero que no gastan en él» (Sessa, 1968, p. 11). La aportación de Ogilvie es la de establecer un periodo máximo de estancia en el país visitado para poder ser considerado turista. Norval realiza la siguiente definición: «Definimos al turista como aquel que entra en un país extranjero para cualquier otro fin distinto a la fijación de su residencia permanente o a trabajar regularmente y que gasta en dicho país de estancia temporal el dinero que ha ganado en otro lugar» (Sessa, 1968, p. 10).

En 1937 la Sociedad de Naciones publica un informe con el fin de contribuir a la facilitación de la confección de las estadísticas de turismo. En este informe se define turismo como «lo significativo de de toda persona que viaje durante 24 horas o más por cualquier otro país que el de su residencia habitual». El comité de expertos estadísticos que elaboró el informe indica que deben ser considerados como turistas:

- Las personas que efectúen un viaje de placer o por razones de familia, salud, etc.
- Las personas que asisten a reuniones o que forman parte de cualquier tipo de misión (científicas, administrativas, diplomáticas, religiosas, deportivas, etc.).
- Las personas que viajan por negocios.
- Los visitantes de los cruceros marítimos, aunque la duración de su estancia sea inferior a 24 horas. Estos últimos deberán ser contados en grupo aparte, en caso necesario aun sin distinción, según el domicilio habitual.

El informe especifica que no serán considerados como turistas:

- Las personas que llegan con o sin contrato de trabajo para ocupar un empleo en país o para ejercer en él una actividad profesional.
- Aquellas personas que van a fijar su domicilio en el país.
- Los estudiantes y jóvenes alojados en pensionados o escuelas.
- Los fronterizos y personas domiciliadas en un país y que tienen su trabajo en otro.
- Los viajeros en tránsito sin parada en el país, incluso cuando la travesía del mismo les lleve más de 24 horas (Krapf, 1972).

En 1942 se formula la que se considera la definición clásica de turismo. Esta definición se debe a los investigadores suizos W. Hunziker y K. Krapf a su vez considerados «padres del turismo». Estos autores conciben el turismo como «Conjunto de las relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio, en tanto que dichos desplazamientos y permanencia no estén motivados por una actividad lucrativa» (Fernández Fúster, 1967, p. 33).

Esta definición no es de carácter económico, siguiendo el camino marcado por los autores de la segunda etapa de la Escuela Berlinesa, aun así, los propios autores llegan a reconocer que son tan evidentes las relaciones económicas que se podría llegar a considerar el turismo como una categoría económica (Hunziker y Krapf, 1942).

Sin embargo, como indica Muñoz de Escalona (1992) con la definición de Hunziker y Krapf comienza a entenderse el turismo como un fenómeno social complejo y multifacético, que en ningún caso puede estudiarse exclusivamente como categoría económica pero tampoco como conjunto de relaciones puesto que según esta concepción el turismo no solo implica relaciones sino todos los fenómenos que se derivan de la estancia de forasteros. Hunziker y Krapf (1942) reconocen haber tomado del economista italiano M. Troisi su teoría de la producción turística.

Fernández Fúster (1967), sin embargo, considera la definición de turismo de Troisi «El conjunto de traslados temporales de personas, originados por necesidades de reposo, de cura, espirituales o intelectuales» como poco original. Lo que no tiene en cuenta Fernández Fúster es que Troisi considera que no es suficiente la existencia de estas necesidades para que se pueda hablar de turismo, sino que estas necesidades sean realmente de carácter económico. Por eso tienen que darse dos condiciones:

–Conocimiento por parte del sujeto de la existencia del bien capaz de satisfacer la necesidad. (La publicidad es el factor fundamental para adquirir este conocimiento)

–Disponibilidad de una renta para soportar el coste del desplazamiento. (Muñoz de Escalona, 1992).

Después de la Segunda Guerra Mundial proliferan los estudios sobre turismo. En 1951, P. Ossipow publica un trabajo en el que plantea la posibilidad de admitir dentro del concepto de turismo, al menos parcialmente, las actividades de negocio en los núcleos receptores, esgrimiendo que, aunque durante las actividades de negocios no se puede hablar de turismo, el individuo que las realiza puede en su tiempo libre realizar actividades de ocio igual que hace el turista, visitar un monumento o localidad cercana, realizar compras, etc. (Hamilton, 2005).

Anteriormente ya se había contemplado esta posibilidad en definiciones de turismo anteriores como las de Swinck o Bormann. Incluso Mariotti, que en principio afirma que un viajero que llega a un lugar con una finalidad lucrativa no podrá ser excluido, por la dificultad que entraña, de las estadísticas turísticas, pero no puede considerarse como verdadero turista ya que los verdaderos turistas tienen como objeto el gasto y este tipo de viajeros tienen como tal el ingreso, más adelante estima que esta idea tampoco puede sostenerse al 100% y que no se debe negar tajantemente la cualidad de turistas a estos viajeros (Thrane y Farstad, 2012).

Estas opiniones en las que se observa tolerancia con respecto a las actividades lucrativas no tuvieron repercusión. Sin embargo, el trabajo de Ossipow originó una gran polémica, sobre todo porque Krapf (1948) había insistido en que en la definición de turismo no podía estar presente el elemento motivacional lucrativo.

En esta ocasión el criterio del maestro Krapf se impuso sobre el de Ossipow que abandonó la teoría del turismo, aunque años después sus teorías serían reconocidas por los seguidores de la doctrina clásica.

A. Sessa (1970) considera la teoría clásica de Hunziker y Krapf necesaria para delimitar el turismo en su sentido estricto, pero defiende la inclusión en el mismo del

elemento lucro porque así se presenta el fenómeno en la realidad. La realidad a la que hace referencia Sessa no es solo el imparable aumento del turismo de negocios, sino la aparición de nuevas modalidades como el turismo de congresos o las reuniones de carácter político o empresarial (Getino, 2002).

Sessa afirma que la ausencia del elemento lucro no es necesario a la noción de turismo y que por tanto no hay por qué rechazar la modalidad de turismo de negocios. Desde esta concepción, Sessa define turismo como «Conjunto de relaciones y fenómenos que resulta del viaje y de la estancia de los no residentes, prescindiendo del motivo que las ha determinado, siempre que la estancia no dé lugar a una residencia duradera» (Sessa, 1968, p. 24; Merinero y Pulido, 2016).

Desde la segunda mitad del siglo XX aparecen autores que como Ossipow o Sessa presentan alguna discrepancia con respecto a la teoría clásica, aunque siguen manteniendo la esencia de esta doctrina. A estos autores se les puede denominar neoclásicos y además de los mencionados podemos incluir a otros como P. Py, J. C. Holloway, P. Graselli o nuestro L. Fernández Fúster o el propio F. Muñoz de Escalona.

En este apartado solo pretendíamos exponer las diferentes definiciones sobre turismo para analizar cómo se ha llegado desde los primeros intentos por conceptualizar de modo científico la actividad hasta la teoría clásica de alguna manera todavía imperante en la actualidad.

6. Las definiciones de los organismos internacionales

No podemos terminar sin hacer referencia a las definiciones procedentes de los organismos internacionales de turismo.

En principio puede afirmarse que estas definiciones institucionales tienen como fin contribuir y facilitar la elaboración de estadísticas turísticas.

Durante bastante tiempo, en la literatura turística se diferenciaba entre las definiciones de la Escuela de Berlín y de otros estudiosos del turismo y las de los organismos e instituciones turísticas basándose en el fin estadístico de estas últimas. Se decía que las definiciones de los expertos en turismo tenían como objetivo el conocimiento científico del turismo, conocer la naturaleza de esta actividad y su impacto, mientras que las definiciones de los organismos internacionales tenían una única finalidad estadística.

Cuando el turismo se convierte en un fenómeno de masas o por lo menos cuando ya se vislumbraba esta realidad se hace necesario un cuerpo de estadísticas que permita medir y cuantificar dicho fenómeno, que puede ofrecer datos fiables sobre el número de personas que se desplazan, sus motivaciones, los medios de transporte empleados, el gasto realizado durante sus desplazamientos y estancias, etc. (Flores, Barroso y Castro, 2013).

Para poder acometer la tarea de la realización de este cuerpo estadístico, es necesario disponer de una metodología y por supuesto partir de unos conceptos homogéneos y unificados de lo que es turismo y sus unidades básicas. Es por esta necesidad por lo que surgen las definiciones institucionales de turismo, que como hemos indicado, no pretenden explicar la naturaleza del mismo sino solo contribuir a su cuantificación.

7. La conferencia de Ottawa

La OMT organizó una Conferencia Internacional sobre Estadísticas de Viajes y Turismo en Ottawa del 24 al 28 de junio de 1991 que convocó a representantes de gobiernos, empresas y todo tipo de organismos y organizaciones para contribuir a la realización de estadísticas fiables (Olmos, 2016).

De esta Conferencia surgieron las definiciones que prácticamente se mantienen vigentes en la actualidad:

Turismo: Las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a los de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos no relacionados con una actividad remunerada en el lugar visitado.

Se sigue manteniendo el concepto de visitante que engloba a los de turista y excursionista o visitante del día.

En las recomendaciones sobre estadísticas de turismo aprobadas por la OMT en la conferencia de Ottawa y adoptadas por la Comisión de Estadística de las Naciones Unidas se incluyen las denominadas formas o clases de turismo a nivel internacional (Vogeler, 1995; Rivas, 2009).

- Turismo Interno: el realizado por los visitantes residentes que viajan dentro del territorio del país de referencia.
- Turismo Receptor: el de los visitantes no residentes que viajan dentro del territorio del país de referencia.
- Turismo Emisor: el de los visitantes residentes que viajan fuera del territorio del país de referencia.

Estos tipos de turismo pueden combinarse dando lugar a las siguientes categorías:

- Turismo Interior: incluye el turismo interno y el receptor.
- Turismo nacional: incluye el turismo interno y el emisor.
- Turismo Internacional: incluye el turismo emisor y el receptor.

Otra consecuencia de la conferencia de Ottawa fue la elaboración de la Clasificación Internacional Uniforme de las Actividades Turísticas CIUAT, que perseguía los siguientes objetivos:

- Fomentar una representación estadística más completa del turismo.
- Orientar el desarrollo de unos cuadros nacionales de entradas y salidas que reflejen unas categorías más válidas y significativas de las actividades económicas relacionadas con el turismo.
- Construir un marco general que facilite la compatibilidad entre las estadísticas turísticas nacionales y las internacionales.
- Ofrecer a los profesionales del turismo un conocimiento mejor de los productos, servicios y mercados turísticos, así como de la situación o condiciones del sector.

- Establecer una vinculación estadística entre el lado de la oferta turística (servicios ofrecidos/ingresos/costos) y el lado de la demanda turística (gastos/necesidades/preferencias).
- Permitir una evaluación más nítida de las condiciones en que se desenvuelve la balanza de pagos y de la contribución del turismo a los flujos del comercio internacional (OMT, 2000)

En la conferencia de Ottawa además de un sistema de definiciones y una clasificación de actividades turísticas se planteó la conveniencia de desarrollar un sistema de información de turismo integrado en el sistema de cuentas nacionales, este sistema de información es lo que hoy se denomina «Cuenta Satélite de Turismo» (Rivas 2008).

Tras la conferencia de Ottawa se incrementa el número de países que desarrollan una Cuenta Satélite de Turismo. Las empresas privadas colaboran también en la elaboración de las CST, desarrollando sus propias iniciativas, destacando la labor del Consejo Mundial de Viajes y Turismo (CMVT). En 1994, las Naciones Unidas y la OMT publicaron las Recomendaciones sobre estadísticas del turismo, que contenían:

- las recomendaciones sobre estadísticas del turismo propuestas por la OMT como seguimiento de la Conferencia de Ottawa.
- la ya mencionada Clasificación Internacional Uniforme de las Actividades Turísticas (CIUAT).

En 1997, el Comité de Turismo de la OCDE estableció las primeras recomendaciones para la elaboración de una cuenta satélite de turismo para los países miembros. La Oficina Estadística de las Comunidades Europeas (Eurostat) también elaboró programas y realizó estudios sobre estadísticas de turismo en los países miembros. Preparó una metodología comunitaria sobre estadísticas de turismo, compatible con las Recomendaciones sobre estadísticas del turismo y adaptada a las necesidades específicas y al contexto de los Estados miembros de la Unión Europea (OMT, 2008).

Entre los primeros países en elaborar un CST se encuentran Canadá, Estados Unidos, Francia, Mexico, Noruega y Suecia.

En los años siguientes destacan la conferencia Mundial Enzo Paci, celebrada en Niza en junio de 1999, en la cual fue aprobado el modelo de CST propuesto por la OMT y recomendado para su utilización. En junio de 1999, la OMT convocó la Conferencia Mundial Enzo Paci sobre la Evaluación de la Incidencia Económica del Turismo, que tuvo lugar en Niza (Francia). En ella, la OMT mostró su trabajo sobre una propuesta de cuenta satélite de turismo. El marco fue aprobado en principio por la Conferencia, que recomendó su utilización como plataforma para llegar a un consenso con otras organizaciones internacionales sobre una única propuesta para dicho marco, con miras a someterla a la Comisión de Estadística de las Naciones Unidas para su adopción por los distintos organismos involucrados.

Como consecuencia de la conferencia de Niza se crea un grupo en el que intervienen conjuntamente la OMT, la OCDE y Eurostat que da lugar a un acuerdo donde se elaboró

un documento con la metodología y el contenido de la Cuenta Satélite de Turismo que fue aprobado en 1999 por la Comisión de Estadística de las Naciones Unidas.

A partir de la aprobación se realizan congresos y conferencias internacionales con el fin de actualizar las recomendaciones sobre el marco conceptual de la OMT que consiguieron que de 2001 a 2007 el número de países en fase de desarrollo que participaron en el desarrollo de una CST pasara de 44 a 70.

También es conveniente mencionar las conferencias mundiales celebradas por la OMT en 2001 y 2005 con el fin de involucrar a los gobiernos en la aplicación de la Cuenta Satélite de Turismo.

Destacan hasta la actualidad las revisiones de las recomendaciones sobre el marco conceptual de 2000, que tuvieron una gran importancia porque se trató de coordinar la CST con otros marcos estadísticos como el Sistema de Cuentas Nacionales y esto supuso un ajuste de las definiciones de las recomendaciones establecidas en 1993. A esto contribuyó la incorporación de la OMT como miembro del Sistema Estadístico de las Naciones Unidas y del Comité de Coordinación de las Actividades Estadísticas que le exigió la colaboración con otras organizaciones para incrementar con otros modelos estadísticos.

Después de la de 2000 se realizan actualizaciones periódicas de las recomendaciones sobre el marco conceptual. En 2008, se tiene en cuenta la experiencia que ya tienen muchos países en la elaboración de la CST. En esta revisión se intenta aclarar la diferencia entre gasto y consumo turístico, de considerar el tratamiento de las viviendas vacacionales y definir la industria de las reuniones. En estas recomendaciones se definen y revisan un gran número de conceptos relacionados con el turismo, tanto desde la demanda como desde la oferta. Se analizan por tanto los conceptos de turismo, turista, formas de turismo junto con conceptos propios de un análisis de oferta como los de empresa, producto, sector o industria.

Para los críticos a la concepción clásica, las definiciones que surgen en la conferencia de Ottawa y las revisiones conceptuales posteriores son las que contribuyen definitivamente a imponer el estudio económico del turismo desde un enfoque de demanda, dando lugar al falso enfoque de oferta.

Como final a este artículo y ya como ejemplo de lo que entendemos como enfoque sociológico incluimos la definición de Turismo de L. Fernández Fúster, en la que se pone de manifiesto la idea de turismo como fenómeno multidisciplinar propia de la doctrina clásica del turismo.

Turismo es, por un lado, conjunto de turistas, que cada vez son más numerosos; por el otro, son los fenómenos y relaciones que esta masa produce a consecuencia de sus viajes. Turismo es todo el equipo receptor de hoteles, agencias de viajes, transportes, espectáculos, guías intérpretes, etc., que el núcleo debe de habilitar para atender a las corrientes turísticas que lo invaden – y que no promovería si no las recibiese – Turismo son las organizaciones privadas o públicas que surgen para fomentar la infraestructura y la expansión del núcleo; las campañas de propaganda que hay que planear, ejecutar y difundir; la creación de Oficinas de Información; la creación de escuelas para la enseñanza del turismo: el estudio del turismo para deducir las líneas generales de la política a seguir; la promoción del turismo social.

También es turismo los efectos negativos o positivos que se producen en las poblaciones receptoras – económicos, sociales, religiosos, etc. – por el “contagio” de los extranjeros y entre estos últimos; y el que a su vez se produce entre estas poblaciones con las próximas, aunque estas últimas no reciban turistas – una especie de efecto multiplicador moral o cultural – y para terminar esta lista, no limitativa, turismo es también, por paradoja el efecto que se produce en un núcleo receptor cuando se corta la afluencia turística. Es decir, que pueden darse efectos turísticos – negativos – sin turistas (Fernández Fúster, 1967, p. 35-36).

Incluimos también la opinión de Muñoz de Escalona acerca de las definiciones que entienden el turismo como conjunto de relaciones.

No negamos que el concepto de turismo como conjunto de relaciones resulte válido para la doctrina del turismo y para los estudios de sociología y psicología aplicadas al turismo. También puede resultar válido para la geografía del turismo, aunque para esta materia podría servir cualquier otro que destaque los movimientos de población “espaciales”, Para la materia que no parece especialmente adecuado este concepto de turismo es para la economía del turismo, puesto que el análisis económico, que es especialmente eficaz para estudiar las relaciones de intercambio y los efectos sobre las asignaciones de recursos escasos, poco o nada puede aportar al estudio de otras relaciones sociales, Si se acepta esto no es difícil admitir que los estudios de economía del turismo están necesitados de un concepto específico del turismo y que mientras que tal concepto no sea aportado, el contenido de estos estudios seguirá sustentándose exclusivamente en el consenso entre expertos (Muñoz de Escalona, 1992, p.143).

8. Conclusiones y líneas futuras de investigación

Las definiciones de turismo son muy distintas entre sí y en muchas ocasiones contradictorias. Esta diversidad se pone aún más de manifiesto cuando se trata de explicar la dimensión económica del turismo, lo que dificulta su investigación científica.

El problema radica en que, a pesar de los intentos realizados, ha sido imposible encontrar un criterio aceptado para definir conceptos clave como los de producto, empresa o sector turístico.

El marco conceptual vigente considera el turismo como un conjunto de relaciones y fenómenos producidos como consecuencia de los viajes y esto que puede ser válido para el estudio sociológico de esta actividad no lo es para el económico, ya que la aplicación de un enfoque sociológico o de demanda al estudio económico del turismo ha traído como consecuencia la imposibilidad de definir la estructura de la oferta turística, pues según este enfoque ésta dependerá de los consumidores, es decir, la oferta turística es la que determina el turista con su consumo, y por tanto, se encuentra en todos los sectores.

El estudio desde el campo de la etimología de los conceptos de turismo y turista y el análisis de las investigaciones sobre el marco conceptual del turismo, nos permite entender por qué se ha llegado a esta situación actual.

Proponemos como líneas futuras de investigación analizar las distintas alternativas al enfoque de demanda existentes así como proponer una teoría para solventar los problemas a las que cada una de ellas da lugar.

En definitiva, proponemos trabajar para lograr un marco conceptual para el estudio científico del turismo que parta de la consideración de este como una actividad humana, con un innegable impacto social y económico, debido no tanto a su naturaleza como a la masificación que experimenta durante el siglo XX, y no como un sector productivo.

9. Bibliografía

- ACERENZA, M. A. (2013). *Conceptualización del Turismo*. Portal de América. Disponible <http://www.portaldeamerica.com/index.php/columnistas/miguel-angel-acerenza/item/13779-conceptualizacion-del-turismo>.
- ALEGRE, J., y CLADERA, M. (2010). «Tourist expenditure and quality: why repeat tourists can spend less than first-timers». *Tourism Economics*, 16(3), 517-533.
- ASCANIO, A. (2010). «El objeto del turismo ¿Una posible ciencia social de los viajes?». *Pasos*, 8(4), pp.633-641.
- AA.VV. (2011). *Sagrada Biblia*. Versión Oficial de la Conferencia Episcopal Española. Edición Popular.
- BORMANN, A. (1930). *Die Lehre von Fremdenverkehr*. Berlín.
- BOULLÓN, R. C. (2006). *Planificación del espacio turístico*. 1st ed. México: Trillas.
- BRIDA, J. G., y SCUDERI, R. (2013). «Determinants of tourist expenditure: a review of microeconomic models». *Tourism Management Perspectives*, 6, 28-40.
- CIOCE, C. A. (2004). «El Turismo como Fenómeno Histórico. Estudios y Perspectivas». *Turismo*. Volumen 13, pp.290-302.
- DEFERT, P. (1972). *Aspects économiques du tourisme*. Berger-Levrault. París.
- (1968). «Quelques References Historiques du tourisme moderne». *Revue de Tourisme*, 1. Berna.
- DEPREST, F. (1997). *Enquête sur le tourisme de masse*. 1st ed. Paris: Belin.
- DÍAZ MEDINA, A. (2012). «Turismo y Conocimiento, un primer acercamiento». *TUR Y DES*, vol. 5. Nº 13.
- DUMAZEDIER, J. (1975). *Ocio*. *Enciclopedia Internacional de las Ciencias Sociales*. Aguilar. Madrid.
- EUROSTAT. (1990). *Tourisme, 1987*. Oficina de las Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas. Luxemburgo.
- FERNÁNDEZ FÚSTER, L. (1967). *Teoría y Técnica del Turismo*. Editora Nacional. Madrid.
- (1985) Benschmidt en *Introducción a la Teoría y Técnica del Turismo*. Alianza Universidad Textos. Madrid, 1985.
- FIGUEROLA PALOMO, M. (1985). *Teoría económica del turismo*. Alianza. Madrid.
- FLORES RUIZ, D., BARROSO GONZÁLEZ, M. y CASTRO VADILLO, N. (2016). «Reflexiones Teóricas sobre el Análisis de la Responsabilidad Social en el Sector Turístico». *Revista de Estudios Empresariales*. Segunda época, 2, pp.5-16.

- FRANCESH, A. (2004). «Los Conceptos del Turismo. Una revisión y una respuesta». *Gazeta de Antropología*, 20, artículo 29.
- GETINO, O. (2002). *Turismo: entre el ocio y el negocio*. Buenos Aires: ediciones.
- GLÜCKSMANN, R. (1929). *Die Wissenschaftliche Durchdringung des Fremdenverkehrs*. Verkerhr und Bäder. Berna.
- GONZÁLEZ L., RUBÉN C. & LÓPEZ, L. (2015). «El origen del turismo viajero italiano a lo largo del camino de Santiago». *Investigaciones Turísticas*, 9 p. 132-159.
- HAMILTON, J. (2005). *Thomas Cook: The Holiday Maker*. The History Press.
- HAULOT, A. (1961). «Le Tourisme et la Bible». *Revue de l'Academie Internationale du Tourisme*.
- HUNG, W. T., SHANG, J. K., y WANG, F. C. (2012). «Another look at the determinants of tourism expenditure». *Annals of Tourism Research*, 39(1), 495-498.
- HUNZIKER, W. y KRAPF, K. (1942) *Grundriss der Allgemeine Fremdenverkehrslehre*. Plygraphicher Verlag. Zurich.
- JOKINEN, E & SOILE V (1997). «The Disoriented Tourist. The Figuration of the Tourist in Contemporary Cultural Critique». In J. URRY & C. ROJEK (eds.) *Touring Cultures*. London & New York: Routledge, 23-51.
- KRAPF, Kurt. (1972). «La notion du tourisme». *Revue de Tourisme*, núm. 2. Berna.
- LÓPEZ-BONILLA, J. M., GRANADOS-PEREA, C y LÓPEZ-BONILLA, L. M. (2018). «Producción científica española en turismo: Un análisis de autoría basado en revistas internacionales con alto impacto y visibilidad». *Cuadernos de turismo*, (41). <https://doi.org/10.6018/turismo.41.327061>
- MAGAÑA CARRILLO, I. (2016). «Una lengua para el turismo competitivo en el siglo XXI». *El periplo sustentable*, (31). Consultado <https://rperiplo.uaemex.mx/article/view/489>
- MARÍN, J. and VIALES, R. (2012). «Turismo: aproximaciones desde una perspectiva histórico social». *Diálogos, Revista electrónica de Historia*, 13, pp.3-40.
- MARIOTTI, A. (1933). «Le role du tourisme dans l'économie national». *L'Egipite Contemporaine*.
- MARTÍN PEÑA, M. and DÍAZ GARRIDO, E. (2016). *Fundamentos de dirección de operaciones en empresas de servicios*. 1st ed. Pozuelo de Alarcón, Madrid: ESIC Editorial.
- MEDINA MUÑOZ, D. R. (2012). «Determinants of expenditures on wellness services: The case of Gran Canaria». *Regional Studies*, 46(3), 309-319.
- MEHMETOGLU, M. (2007). «Nature-based tourists: the relationship between their trip expenditures and activities». *Journal of Sustainable Tourism*, 15(2), 200-215.
- MERINERO RODRÍGUEZ, R., y PULIDO FERNÁNDEZ, J. I. (2016). «Analysing relationships in tourism: A review». *Tourism Management*, 54, 122-135.
- MOLINA, S. y otros. (1986). «Turismo alternativo: Un acercamiento crítico y conceptual». *Nuevo Tiempo Libre*. México.
- MOLINA, S. (1991). *Conceptualización del turismo*. Editorial Limusa. México.
- MONTANER, J. (2010). *Estructura del mercado turístico*. Madrid: Síntesis.

- MORENO LEONI, Á. (2014). «Pausanias, la libertad griega y la historia de la confederación Aquea Helenística: memoria e identidad griegas en el imperio romano». *Nova Tellus*, 32-1, pp. 45-49.
- MORÉRE MOLINERO, N. (2006). «Turismo e historia: formación e información en el turismo, un estado de la cuestión». *AECIT, revista de análisis turístico*, 2, pp. 86-102.
- (2009). *Viajes en el Mediterráneo antiguo*. 1st ed. [Madrid]: Centro de estudios Ramón Areces.
- MORGENROTH, W. (1927). *Fremdenverkehr*. Verlag von G. Fischer. Jena.
- MUÑOZ DE ESCALONA, F. (1992). *Crítica de la economía turística : Enfoque de oferta versus enfoque de demanda*. (Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid). Madrid.
- (1996). «El análisis económico y el turismo». *Estudios Turísticos*, 130, pp. 51-69.
- (2004). *Autopsia del turismo*. Oviedo: eumed.net.
- (2007). *El turismo explicado con claridad*. [Buenos Aires]: LibrosEnRed.
- (2012). *La era del turismo*. 1st ed. [Places of publication not identified]: Editorial Académica Española.
- (2012). *Removiendo las estancadas aguas de turismo*. Saarbrücken: Editorial Académica Española.
- (2013). *Turismo viene de tur*. 1st ed. Saarbrücken: Editorial Académica Española.
- (2015). «Reflexiones sobre la epistemología del turismo». *Revista de Antropología Experimental*, 15, pp. 85-99.
- (2017). *La Experiencia es el Producto*. [online] nuestroturismo.com. Available at: <http://www.nuestroturismo.com> [Accessed 17 Jun. 2017].
- MUÑOZ SEMECO, D. (2015). «Una Aproximación al Turismo Rural en España». *Terra Nueva Etapa*, XXXI, N° 50, pp.39-54.
- NORVAL, A. (1936). *The Tourist Industry*. 1st ed. London: Sir Isaac Pitman & Sons, Ltd.
- OCDE (1985) *Informes : El Estado Protector en Crisis*. Servicio de Publicaciones Ministerio de Trabajo y Seguridad Social. Madrid.
- OGILVIE, F. W. (1933). «The tourist movement». *Journal of the Royal Statistical Society*, 96(4), 686-688.
- OLMOS JUÁREZ, L. (2016). *Estructura del mercado turístico*. Madrid: Paraninfo.
- OMT (1995). *Manual técnico nº 2*. Compilación de las Estadísticas del gasto turístico.
- (2014). *Manual sobre Turismo Accesible para Todos: Principios, herramientas y buenas prácticas - Módulo I: Turismo Accesible - definición y contexto*. MADRID: OMT.
- ORDOÑEZ - BURGOS, J. (2009). «Viajeros e historiadores griegos: investigadores de la esencia del hombre y de la cultura». *Límite, Revista de Filosofía y Psicología*, 4(19), pp. 5-25.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (2016), *Compilación de recomendaciones de la OMT, 1975–2015*, OMT, Madrid.

- OSSIPOW, P. «Contribution a la notion du tourisme». *Revue de Tourisme*, núm. 2. Berna, 1951.
- PULIDO, J. and SÁEZ, A. (2011). *Estructura general del mercado turístico*. 1st ed. Madrid: Síntesis.
- PY, P. «Le tourisme. Un phénomène économique». *La Documentation Française*. París, 1986.
- QUESADA CASTRO, R. (2006). *Elementos del turismo*. 1st ed. San José, C.R.: EUNED.
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. (2014). *Diccionario de la lengua española* (23.^a ed.). Consultado en <http://www.rae.es/rae.html>
- RIVAS GARCÍA, J. (2008). *Problemas de estructura y economía del mercado turístico*. Oviedo: Septem.
- (2009). *Estructura y coyuntura del mercado turístico español*. Oviedo: Septem.
- SCHWINK. (1929). «Die Bedeutung des Fremdedenverkehrs für die Bayerische Wirtschaft». *Rev. Montbuche Mitteilungen des Bundes deutscher Verkehrsvereine*.
- SCOTT, N. R., COOPER, C. P., y BAGGIO, R. (2007). «Use of network analysis in tourism research». In *Advances in tourism marketing conference*. Publicacions de la Universitat de Valencia.
- SESSA, A. (1968). *Il turismo nei rapporti internazionale*. Sardá Fosataro. Cagliari.
- (1970). «L'apport culturel du tourisme de congress». Congreso de la AIEST, nº 10. Berna.
- THRANE, C., y FARSTAD, E. (2012). «Nationality as a segmentation criterion in tourism research: the case of international tourists' expenditures while on trips in Norway». *Tourism Economics*, 18(1), 203-217.
- TOURSPAIN.es. (2017). Index. [online] Available at: <http://www.tourspain.es> [Accessed 8
- TROISI, M. (1949). «La rendita turistica». *Annale della Facolta di Economia e Comercio*. Bari.
- VALLEJO, R. (2002). *Economía e historia del turismo Español del siglo XX. Historia contemporánea* 25, pp. 203-232.
- VIZCAÍNO, M (2015). «Evolución del turismo en España: El turismo cultural». *International Journal of Scientific Management and Tourism*. Vol.4, pp. 75-95
- VOGELER RUIZ, C. y FERNÁNDEZ ARMAND, E. (1997). *Estructura y Organización del Mercado Turístico*. Centro de Estudios Ramón Areces, S. A. Madrid.
- VON SCHULLERN, H. (1911). *Fremdenverkehr un Volkswirtschaft. Jahrbuch fur National economie und Statistik*. Jena.
- WANG, Y. y DAVIDSON, M. C. (2010). «A review of micro-analyses of tourist expenditure». *Current Issues in Tourism*, 13(6), 507-524.