



## ENSAYOS

### Geoturismo e Imaginarios Turísticos

**María Teresa Delgado<sup>1</sup> y Ceres Isabel Boada Jiménez<sup>2</sup>**

Universidad de los Andes (ULA)

Escuela de Geografía

Mérida -Venezuela

E-mail: <sup>1</sup>tere1947@hotmail.com <sup>2</sup>ceresboada51@gmail.com

Recibido: marzo, 2020

Aceptado: septiembre, 2020

#### Resumen

Este ensayo se inscribe en la óptica del geoturismo. Presenta una reseña evolutiva de la naturaleza de los estudios de turismo en distintos enfoques: desde la visión morfológica a la ecológico-cultural, la visión geográfico-social, la teórico-locacional hasta nuevas visiones de ecoturismo y geoturismo inscritas en el llamado turismo sostenible. Se consideran las diversas concepciones de paisaje utilizadas para abordar los estudios de turismo, desde una base estrictamente naturalista hasta su concepción como constructo social y su relación con el concepto de imaginación. El geoturismo considerado como aquel que sostiene y enriquece el carácter geográfico de un lugar y su ambiente, patrimonio, estética, cultura y el bienestar de sus habitantes, debería iniciarse con la promoción y construcción de imaginarios turísticos cónsonos con las estrategias geoturísticas que se adopten. Interpretar los imaginarios turísticos significa abordar el turismo desde perspectivas ligadas a la subjetividad individual y colectiva y requieren definiciones que involucren al conjunto de elementos de todo su proceso productivo.

**Palabras clave:** Imaginarios turísticos; geoturismo; estrategias geoturísticas



## Geotourism and Touristic Imaginaries

### Abstract

This expository essay fits in the optics of Geotourism. It presents an evolutionary account of the nature of tourism studies in different approaches: from morphological view to the ecological cultural, social geographical vision, the theoretical locational to new visions of eco-tourism and Geotourism inscribed in the so-called sustainable tourism. Different conceptions of landscape used to address tourism studies, from a strictly naturalistic base to its conception as a social construct and its relationship with the concept of imagination are considered. Geotourism considered that sustains and enhances the geographical character of a place and its environment, heritage, aesthetics, culture and well-being of its inhabitants, should start with the promotion and construction of tourist imaginaries consistent with strategies making adopted. Interpret the touristic imaginary means addressing tourism linked to the subjectivity of individual and collective perspectives and require definitions that involve all the elements of your entire production process.

**Key words:** Tourist imaginary; geotourism; geotouristic strategies



## 1. Introducción

En sus aportes al estudio del turismo, la geografía ha transcurrido por diversas visiones sujetas a los cambios paradigmáticos de la ciencia y a las concepciones de paisaje que se manejan en estos paradigmas, entendiendo que el turismo es una actividad eminentemente geográfica, cuya concretización ambiental y espacial muestra una fuerte dimensión sensorial que se traduce en el paisaje. Así, los desplazamientos temporales de personas hacia otros lugares con fines de recreación puede ser enfocada desde visiones naturalistas hasta aquellas que consideran el paisaje turístico como constructo social, siendo las visiones integradas las que mejor se adaptan a la esencia geográfica.

En este sentido, luego de una breve revisión sobre los alcances y naturaleza de los estudios de turismo en las diversas visiones en las cuales se ha inscrito la geografía del turismo con las concepciones de paisaje asociadas, se consideró el geoturismo, un enfoque integral cónsono con la naturaleza geográfica, en el que tienen cabida tanto los elementos físico naturales como los culturales, así como la participación de la comunidad en el devenir turístico. En efecto, el geoturismo es considerado como aquel que sostiene y enriquece el carácter geográfico de un lugar y su ambiente, patrimonio, estética, cultura y el bienestar de sus habitantes; cuando refiere la relación entre turismo y sentido del lugar va más allá de la sostenibilidad, porque destaca las características naturales y humanas que hacen que la visita a un lugar valga la pena. Se presenta como una aproximación válida para abordar los estudios de geografía del turismo y como una estrategia ligada a la subjetividad individual y colectiva a través de la consideración de los imaginarios turísticos y la valoración de todos los elementos que conforman el entorno del lugar, el paisaje turístico.

Con esta visión se proponen estrategias geoturísticas, donde la observación y caracterización de los paisajes permitirá, en buena medida, destacar las condiciones específicas particulares que singularizan al lugar para definir, sostener y promover sus



ventajas geoturísticas: aquellos aspectos distintivos que lo identifiquen y que puedan interesar a alguien de otro lugar - posadas tradicionales bien equipadas, una variedad impresionante de aves, vistas espectaculares, atractivos naturales, gastronomía típica, motivos religiosos, caminatas, recursos para la salud, artesanía variada, condiciones de paz y tranquilidad, singularidades deportivas -, entre otros.

Una vez definidas las ventajas geoturísticas se requiere que visitantes y residentes dispongan de información pertinente sobre el lugar, el patrimonio local y el medio ambiente para describir sus condiciones en términos turísticos, con las imágenes correspondientes, a fin de promover esas ventajas geoturísticas y procurar que el turista potencial pueda informarse del destino y sus atractivos, de tal forma que adelante elementos para un imaginario del lugar que motiven su viaje y pueda promocionar el lugar entre sus conocidos y amigos.

Otro elemento derivado de la definición de geoturismo se refiere a “enriquecer” el lugar y en tal sentido, planificadores y comunidad deben jugar un importante papel para mejorar las condiciones del hecho turístico, manteniendo y conservando la esencia del lugar que lo identifica. Una comunidad que siente orgullo por su lugar, lo cuidará y proporcionará una mejor experiencia al visitante. La construcción de un imaginario turístico de manera conjunta, equivalente a la visión a futuro en términos de planificación, permitirá delinear las acciones para sostener y enriquecer las ventajas geoturísticas, bajo la óptica de conservación ambiental y cultural, en beneficio del bienestar de las comunidades y el desarrollo local.

## **2. Geografía y Turismo**

El interés de la geografía por el estudio del turismo radica esencialmente en los impactos que provoca en el espacio geográfico, porque involucra el desplazamiento de personas por diferentes territorios y ubica al espacio geográfico como su principal objeto de consumo (Cruz, 2003).



Puede decirse que el turismo representa las relaciones entre los seres humanos y los lugares, entre el hombre y el ambiente, entre los pobladores de las áreas turísticas receptoras y los turistas, a la par que es un inductor de la organización espacial y de la movilización de flujos de población (Coriolano, 1998, Lew, 2001). Estos componentes: sociedad, lugar y ambiente físico, tienen sus propias características y comportamientos que conforman una complejidad de relaciones para configurar la oferta y la demanda turísticas.

Los geógrafos no pueden ignorar la actividad turística, porque de los desplazamientos de viajeros se derivan relaciones políticas, económicas y socioculturales con los residentes, los espacios y los lugares que componen su ambiente; cambios en los paisajes y en los patrones de actividad y poblamiento.

De manera tal que, el abordaje del turismo por parte de los geógrafos trata particularmente de la localización de las áreas turísticas, de los cambios que la actividad produce sobre el paisaje en función de las estructuras turísticas, de los desplazamientos de las personas en función de los lugares turísticos y de los problemas económicos, sociales y culturales (Goeldner et al, 2002). Ya en los registros del geógrafo Kohl, en 1841, destacaba el poder transformador del espacio provocado por los desplazamientos de las personas hacia un determinado lugar, motivadas por el deseo de mantener contactos sociales.

Cavaco (1970) considera al turismo como uno de los más complejos factores geográficos y señala que el turismo interesa a la geografía como factor de explicación de los paisajes existentes y motor de creación de nuevos ambientes humanos, donde deberían ocurrir múltiples contactos sociales como encuentro de culturas, sin detrimento de las personalidades y cultura de la población receptora, sino más bien constituyéndose en un aporte a la economía local y a su bienestar.



En su evolución temporal y espacial la geografía del turismo ha presentado contribuciones importantes y decisivas para la comprensión del turismo en diversas sociedades. Siendo el turismo una actividad esencialmente geográfica, los geógrafos habituados a reunir los diversos campos que engloban una plena comprensión del turismo, presentan ventajas disciplinarias. Además, la fuerte dimensión visual que muestra el fenómeno turístico en el comportamiento de los paisajes, valoriza la participación de los geógrafos en su estudio.

Las interpretaciones del turismo, desde la Geografía, son diversas y multiparadigmáticas, marcadas por las tendencias históricas y los paradigmas científicos dominantes, cónsonos además con los diversos conceptos de paisaje que se manejan en esas interpretaciones, concepto clave para abordar los estudios geográficos sobre turismo.

Desde esta perspectiva se puede considerar que en la evolución de la geografía, en su interés por el turismo, se han desarrollado visiones que han mostrado desde sus concepciones restringidas al ámbito de la disciplina (visión morfológica), pasando por la construcción del conocimiento con el apoyo de otras disciplinas con lo cual genera relaciones inter y multidisciplinarias (visión ecológico-cultural; visión geográfico-social; visión teórico-locacional), hasta explicaciones más complejas y de carácter transdisciplinario (visión ecoturismo; visión geoturismo). No existe por tanto una visión única, sino una pluralidad de perspectivas o de maneras de observar la realidad, las circunstancias y el medio, para interpretar el mundo en su unidad diversa, en este caso expresada en el turismo (Guillén y Boada, 2020).

Las autoras, presentan una reseña evolutiva de la naturaleza y alcances de los estudios de turismo en los distintos enfoques señalados, que vale la pena destacar en sus aproximaciones a la geografía del turismo: desde la visión morfológica a la visión ecológico cultural, la visión geográfico social, la visión teórico locacional hasta las nuevas visiones de ecoturismo y geoturismo inscritas en el llamado turismo sustentable.



En la visión morfológica, la geografía del turismo se dirigía al estudio del turismo en un área concreta, teniendo en cuenta el estudio de las influencias de los factores físicos y antropogeográficos en la formación y desarrollo del turismo, acompañados de la cartografía temática sobre el área estudiada. Posteriormente, la visión historicista fundamenta a la geografía como una morfología del paisaje cultural, y aun cuando concede cierta importancia a la sociedad, sigue siendo esencialmente naturalista.

La visión ecológico cultural centra a la geografía en las relaciones que se dan entre el medio y el hombre para la formación del paisaje. En este contexto, la geografía sigue siendo la ciencia de los lugares y no de los hombres; la sociedad se estudia desde su dimensión territorial o externa (morfología) dejando de lado el tratamiento de las normas y valores como dimensiones internas de la acción social. Se consolida así la base naturalista, en la geografía del turismo se fusionan la dimensión ecológica y la morfológica: la investigación se dirige a explicar las causas naturales del turismo y los impactos que provocaba la ampliación del paisaje cultural en las áreas receptoras. De acuerdo a esta visión ecológico cultural, el turismo es abordado como un fenómeno producto de los impactos paisajísticos. El paisaje con una concepción naturalista es entendido como soporte-contenedor del mismo.

En la visión geográfico social se comprende que los grupos sociales no sólo se relacionan con el medio físico sino que las realizan desde sus rasgos estructurales internos y en tal sentido, la geografía del turismo aborda las formas de organización y procesos con trascendencia espacial desencadenados por los grupos humanos cuando satisfacen su necesidad de recreación, bajo dos perspectivas no excluyentes: estructural, en la cual se consideran los aspectos naturales y culturales relevantes para la oferta y dinámica, relativa a la demanda, para establecer tipologías y delimitación de espacios turísticos.



En la visión teórica locacional, la geografía del turismo tendría como objeto el análisis de las regularidades espaciales existentes en la distribución de los asentamientos turísticos y las actividades (demanda) que llevan a cabo ciertos grupos sociales.

La visión ecoturística surge en el contexto del desarrollo sustentable, planteada como un cambio en las motivaciones turísticas, de acuerdo al cual el turista es ante todo un consumidor de naturaleza. En este sentido, se trata de un “mercado nicho”, planteado como turismo alternativo en contraposición al llamado turismo de masas con sus consecuentes efectos negativos en el entorno inmediato con pérdida de su atractivo y competitividad. Desde el momento en que surge el concepto de desarrollo sostenible, se comienza a aplicar también el de turismo sostenible. Ambos términos conocidos, son aceptados y contemplados en los diferentes planes de gestión territorial.

Así, la Organización Mundial del Turismo, OMT, considera el desarrollo turístico sostenible como aquél que satisface las necesidades de los turistas y residentes, “protegiendo las oportunidades para el futuro, exigiendo por tanto una gestión integrada de todos los recursos”. Además, “productos turísticos sostenibles son aquellos ofrecidos en armonía con el medio ambiente, comunidad y cultura locales, de forma que éstos se convierten en los beneficiarios permanentes y no en las víctimas del desarrollo turístico”. De esta forma los recursos naturales propios de un territorio y fundamentales en la conformación de los paisajes, deben ser considerados y protegidos en los diferentes planes de gestión y ordenación del territorio (Boada, 2016). La gestión debe asegurar la preservación de los valores naturales y culturales con un aprovechamiento ordenado y sostenible. En este contexto se inscribe el ecoturismo, así como otras denominaciones de turismo alternativo: turismo rural, turismo de naturaleza, turismo de aventura, entre otros.

La visión geoturística, estuvo asociada originalmente a los conceptos de geodiversidad, patrimonio geológico y geoconservación, motivado a que los elementos paisajísticos de naturaleza geológica y geomorfológica no habían recibido atención de las





parte de las iniciativas ecologistas de conservación. El término geoturismo, de acuerdo con Geremia et al. (2003), es definido como: una actividad recreativa con fines culturales y educativos en donde los principales sujetos o atractivos turísticos son la geología y la geomorfología de los paisajes, se concibe como una extensión asociada al ecoturismo y al turismo científico porque proporciona a los turistas una clara lectura sobre los elementos geológicos y geomorfológicos que componen el paisaje, favoreciendo su valoración y conservación.

Sin embargo, el término geoturismo no puede restringirse sólo al patrimonio geológico, más aún si como parte del turismo sustentable está asociado al desarrollo local sustentable, lo cual amerita un análisis geográfico integral donde se consideren todos los elementos que valorizan un lugar, no sólo los aspectos naturales del paisaje, incluyendo los geológicos, sino todos aquellos socioculturales que permitan promover el disfrute integral del espacio visitado y revalorizar el carácter geográfico de un lugar .

Jonathan B. Tourtellot, director del *National Geographic for Sustainable Destination*, ha sido el promotor de la novedosa interpretación del concepto Geoturismo, quien lo define como: ***un concepto basado en las características geográficas de un lugar. Es un turismo que sostiene o enriquece el carácter geográfico de un lugar y su ambiente, patrimonio, estética, cultura y el bienestar de sus habitantes.*** El geoturismo hace resaltar la relación entre el turismo y ***el sentido del lugar.***

A diferencia del ecoturismo, que comprende únicamente el turismo de naturaleza, el geoturismo trata de todo lo que abarca la evolución de un lugar en un destino único y distinto. Se trata de visitar lugares de una manera especial y auténtica: flora, fauna, geología, etnografía, razas autóctonas, música y bailes tradicionales, sitios arqueológicos, paisajes pintorescos, artesanía y animales, sobre los cuales se basa la alimentación tradicional, pero sobre todo, las personas que allí habitan. Hacer geoturismo es conocer a fondo un territorio.



El geoturismo cumple claramente los criterios de turismo sostenible; debe contribuir al desarrollo de las comunidades que se visitan, pero estas, por su parte, también deben proteger lo que atrae a los viajeros. Se trata de un compromiso mutuo, una responsabilidad de custodia del territorio.

### 3. Geografía: Paisaje e Imaginación.

Hay dos palabras que en el mundo de la ciencia se “tocan” por esa extraña coincidencia de ser, en cierta medida, no aceptadas en todas sus dimensiones: **imaginación** y **paisaje**. Posiblemente lo hayan sido por las mismas razones. Las dificultades que presentan al momento de ser medidas, cuantificadas o expresadas a través de cualquier herramienta o instrumento que las lleve al plano de la interpretación positivista de la ciencia y por estar sujetas a definiciones conceptuales amplias en las que caben diversas interpretaciones.

El término **paisaje** tiene una larga trayectoria en la ciencia geográfica y quizás podríamos considerarlo como el más geográfico de todos. De una manera bastante básica, lo podemos interpretar como una porción del territorio, tal como lo perciben las poblaciones y cuyo carácter resulta de la acción de factores naturales y/o humanos y de sus interrelaciones. El **paisaje** vendría a ser, como representación de la naturaleza, una construcción de la **imaginación** que va conformando paulatinamente una memoria, y constituye una biografía de cada país, en continua mutación. (Méndez, 2014)

El término **paisaje** es vasto y dilatado, hecho por el cual bajo un mismo significante se cobijan distintos significados. La Convención Europea del Paisaje, firmada en Florencia en 2000 y ratificada por España en 2008, entiende por paisaje «cualquier parte del territorio, tal como es percibida por las poblaciones, cuyo carácter resulta de la acción de factores naturales y/o humanos y de sus interrelaciones». Resulta evidente, pues, la diversidad de planteamientos que pueden desarrollarse bajo este concepto, que tanto



admite «factores e interrelaciones naturales y/o humanos», concretizados y delimitados en «cualquier parte del territorio». (Serrano, D., 2012)

Por largo tiempo **paisaje** era un término de uso casi exclusivo de la **geografía**. Sin embargo, gradualmente y de la mano de los cambios paradigmáticos, la nueva geografía, la geografía cuantitativa, la geografía radical, se fue dejando de lado... ¿Un concepto inconveniente, con pocas opciones de adaptación o adecuación a esas visiones paradigmáticas?. A juicio de Boada (2015), esta actitud lo puso en manos de otras ciencias y profesiones que comprendieron su potencial, en muchos casos su atractivo provino de lo que a la ciencia geográfica le resultaba incómodo: lo estético, quizás más cercano a lo mencionado por Castoriadis: el alma, lo que hace al paisaje inasible, inmarcesible.

En su momento, el conjunto de las ciencias sociales también se movieron hacia la búsqueda de un enfoque donde la dimensión humana tomara mayor significación. Tal como reseña Bertrandt (1987), es así como “se empiezan a considerar, en estas ciencias, el papel de la estética, de la imaginación, del sentimiento, e inclusive de los valores morales del hombre.” (p.3)

El concepto de paisaje ha ocupado un espacio en la ciencia geográfica, con una vertiente más racional y positivista, en la búsqueda de identificar unidades de paisajes, apegadas a la tradición en la que **Los geógrafos “describen” o “analizan” los paisajes**. Con frecuencia, sin embargo, este análisis parece reducirse a un inventario de formas, siguiendo de alguna manera, la definición de Sauer (1925) quien consideraba el paisaje como un área constituida por asociaciones de formas físicas y culturales. El área física es la suma de los recursos y condiciones naturales que el hombre tiene a su disposición en esa área, mientras que en la expresión cultural la impresión de los trabajos del hombre sobre el área, se considera como cultura (p.13).

Otra aproximación utilizada se dirige hacia una ecología del paisaje, bajo una perspectiva geográfica, con una orientación cuantitativa y con una fuerte asociación al



mundo científico transdisciplinar. (Vila, Varga, Llausàs y Ribas, 2006). La ecología del paisaje ofrece una perspectiva espacial sobre la forma como la estructura del paisaje afecta la abundancia y distribución de los organismos y se preocupa por los efectos de los patrones espaciales sobre los procesos ecológicos (Turner, 2005).

En geografía, el concepto de paisaje fue asimilado por la corriente humanista, al considerar la gran riqueza simbólica que contiene y por el hecho de su estrecha correspondencia con los lugares, que se manifiestan en un sinnúmero de relaciones cotidianas, cargadas a su vez de infinitos símbolos, que pueden estar asociados al mundo de las emociones y experiencias. El paisaje se nutre de la observación y esta a su vez se vincula de manera estrecha con el mundo de valores, percepciones, experiencias y creencias, lo que puede conducir a un sinnúmero de posibles significados e interpretaciones. Un aspecto interesante a destacar es el señalado por Rojas y Gómez (2010) sobre la reintroducción del complejo mundo de la subjetividad humana en la disciplina a través del humanismo geográfico.

De acuerdo a Turri (1979), citado por Nogué i Font, (1985), «El paisaje no es sólo algo visible, sino que, como construcción de nuestra actividad sensorial, está también hecho de sonidos, ruidos.»(p.100). En nuestro desenvolvimiento dentro de un lugar, nos apropiáramos de él y al mismo tiempo nos convertiríamos en parte de él, un mundo cargado de símbolos y representaciones, que se traducen en una valoración particular de los territorios.

Persiste la consideración del concepto de paisaje bajo diversos enfoques, la controversia podría solucionarse como lo señala Fremont (1976) citado por Bertrand, (1987), cuando propone que se “estudien también los paisajes naturales bajo una nueva perspectiva, que los grandes escenarios naturales no son sólo objetos observables sino un universo de “signos” otorgados por la naturaleza o por el hombre que, al transformarlos, hace de la tierra un poema colectivo. En resumen, la estética, la simbología, además de



todo el complejo nexo que une a los hombres con sus paisajes naturales o humanos, son puestas de manifiesto enriqueciendo la geografía con nuevas perspectivas.” (p.12-13). Es en esta perspectiva de consideración del concepto de paisaje, que proponemos inscribir los estudios geográficos de turismo.

El conocimiento del lenguaje del paisaje permite a la gente leer las historias ambientales, sociales, económicas y políticas presentes en su paisaje local y les permite pensar cómo contar nuevas historias. Los significados que conllevan los paisajes no son sólo metafóricos y metafísicos, sino también reales, y sus mensajes, prácticos. Comprender este concepto puede suponer la supervivencia frente a la extinción. Perder, o no ser capaz de oír o leer, el lenguaje del paisaje amenaza tanto al cuerpo como al espíritu, por lo que los aspectos pragmáticos e imaginativos del lenguaje del paisaje siempre han coexistido. Reaprender el lenguaje que sustenta la vida en cada lugar es una tarea urgente (Whiston S. A., 2006).

El lenguaje del paisaje puede ser oral, escrito, leído e imaginado. *Hablar y leer* el paisaje es un subproducto de vivir y una estrategia de supervivencia (ofreciendo refugio, abriendo posibilidades, cultivando comida). Leer y modelar el paisaje es aprender y enseñar: conocer el mundo, expresar ideas e influir en los demás. El paisaje, como lenguaje, hace tangible el pensamiento y hace posible la imaginación. A través del paisaje los humanos comparten experiencias con las futuras generaciones, de la misma forma que los ancestros inscribieron sus valores y creencias en los paisajes que dejaron como legado. El paisaje tiene todas las características del lenguaje. Contiene el equivalente de palabras y partes del discurso (patrones de forma, estructura, materia, formación y función). El paisaje es pragmático, poético, retórico, polémico. El paisaje es el escenario de la vida, construcción culta, portador de significado. Es lenguaje (Ob.cit).

El paisaje está repleto de diálogos, de historias que conectan un lugar con aquellos que viven en él, un lugar donde la **imaginación** y la realidad se funden.



La **imaginación** es otra palabra poco aceptada en el mundo de la ciencia. En un sentido aproximado a esa inquietud, Cristiano (2012), luego de contrastar las visiones de Durand y Castoriadis sobre el concepto de imaginario, señala:

Mirando a cierta distancia estas diferencias, aparecen como actualización de una contienda más vieja asociada no ya al concepto de imaginario sino a su antecedente, la imaginación. Pues la imaginación ha sido, por menos en la reflexión filosófica moderna, un arma de doble filo normativo: ha servido para exaltar el mundo a través de un enriquecimiento de la percepción, de una salida de su pobreza cotidiana a través de la recreación, pero ha servido también como medio para hacer otro mundo, como utopía más que como estética, volcada a la acción antes que a la contemplación. (p.111).

La imaginación es un proceso superior que permite al individuo manipular información generada intrínsecamente con el fin de crear una representación percibida por los sentidos de la mente. Es decir, la imaginación toma elementos antes percibidos y experimentados, y los transforma en nuevos estímulos y realidades.

Según Castoriadis (1997) es comprensible que la aceptación de un imaginario social instituyente sea difícil y lo mismo sucede con la imaginación. Y en sus debates puede una deducir que mucho tiene que ver el que no la podamos asir, “ni colocarla bajo un microscopio” ... Pero tenemos la ilusión de comprender las actividades que genera... porque podemos tener la ilusión de creer que el alma existe y esa sería una de sus funciones.

Es a partir de la observación de los paisajes que cada persona construye su propio imaginario, porque los paisajes tienen la capacidad de mover nuestra imaginación y de potenciar nuestras posibilidades de comunicación. De nuevo se “tocan” los conceptos paisaje e imaginación, en términos de geoturismo e imaginarios turísticos.

Los tiempos recientes de la ciencia geográfica tienden a mostrarla multiparadigmática, con la posibilidad de conjugar diversas orientaciones o enfoques, métodos y técnicas sin los traumas dogmáticos ni posiciones sectarias, lo que le da un



carácter plural y quizás cada vez más cercano a lo transdisciplinar. Adicionalmente, a la geografía se le plantea flexibilizar su mundo académico y enfocarse a una mayor participación en las acciones y soluciones a las dificultades y problemas espaciales, territoriales, sociales, en las diversas escalas donde pueden desempeñarse sus profesionales. Promover un aprendizaje que conduzca a la población a una mayor valoración de sus propios lugares y territorios y a los hacedores de geografía a una mayor aceptación de cómo los habitantes de esos espacios los viven, sienten e imaginan (Boada, 2015).

Asimismo, el análisis del turismo dentro de la geografía, objeto de esta disertación, ha sido enfocado con análisis positivistas y humanistas, recibiendo diferentes calificativos: entre otros, turismo rural, ecoturismo, turismo sustentable, geoturismo; este último se presenta como una estrategia ligada a la subjetividad individual y colectiva a través de la consideración de los imaginarios turísticos y la valoración de todos los elementos que conforman el entorno del lugar, el paisaje turístico.

#### **4. Imaginarios turísticos**

El imaginario puede ser definido en forma preliminar como el conjunto de creencias, imágenes y valoraciones que se definen en torno a una actividad, un espacio, una sociedad, en un momento dado. La representación que el imaginario elabora de un proceso, es construida a partir de imágenes reales o poéticas; el imaginario es una construcción social –al mismo tiempo individual y colectivo-- en permanente remodelación. El imaginario turístico, es entonces “aquella porción del imaginario social referido al hecho turístico, es decir a las numerosas manifestaciones del proceso societario de viajar”. (Hiernaux-Nicolas, 2002.p 8-9)

Considerar los imaginarios turísticos significa abordar el turismo desde perspectivas ligadas a la subjetividad individual y colectiva y requieren definiciones que involucren al conjunto de elementos de todo su proceso productivo.



Los imaginarios turísticos representan una parte específica de la visión del mundo por parte de los individuos o de los grupos sociales, tanto en lo que concierne a los lugares distintos a su residencia principal como en lo referente a contextos en los que podrían desarrollarse ciertos tipos de actividades de ocio.

Por tanto, en su definición se deben involucrar lugares, prácticas y actores. Como imaginario de lugares, pueden ser definidos como los imaginarios espaciales que se refieren a la virtualidad en potencia de un lugar en tanto que destino turístico. Estos imaginarios permiten a los individuos y a los grupos representarse un lugar como aprehensible; hacen a un lugar atractivo, contribuyen a concretar un proyecto de viaje, reducen la distancia con el lugar turístico, suavizan su carácter exótico, al mismo tiempo que lo construyen.

Como imaginario de prácticas, los imaginarios turísticos están tan ligados a las prácticas asociadas a las categorías de espacios, como a los espacios identificados contribuyendo de esta forma a consolidar tipologías de prácticas, participando en la creación de un *modus vivendi* que se corresponde por ejemplo, con la práctica occidental de la playa, de la manera de vivir el campo, de utilizar la ciudad, o de apropiarse de la montaña. Es también un imaginario de actores: el turista, que se halla en el centro del imaginario turístico, las comunidades locales receptoras con sus producciones materiales e inmateriales y sus actitudes respecto al fenómeno turístico y los intermediarios situados entre el turista y el destino turístico, capaces de despertar el interés por el lugar y explicitar el significado de los imaginarios locales (Gravari-Barbas y Graburn, 2012)

La constitución del imaginario del turismo es entonces una construcción compleja, subjetiva, intervenida por la transferencia tanto de impresiones subjetivas captadas a través de experiencias de vida, como de datos recogidos de otras personas o de medios de difusión.

La fantasía es muy relevante en el turismo, no sólo en la construcción de los imaginarios individuales o colectivos, sino también en las propuestas que hacen los





vendedores de sueños, los organizadores de viajes turísticos. Cada sociedad construye sus imaginarios a partir de su historia, su experiencia social, su contacto con las sociedades vecinas y con el resto del mundo, así como los “acervos de conocimientos” (Berger y Luckmann, 1997).

El imaginario es entonces una construcción mental propia de una época y susceptible de modificarse en la medida de transformaciones internas o externas en una sociedad. A su turno, el imaginario integra idearios distintos que tienden a articularse entre sí y con las imágenes; así, el imaginario es la resultante de la interacción entre diversos idearios que permean las sociedades y los individuos que la componen.

Los elementos que componen los imaginarios pueden ser múltiples, variables y compuestos, pero se identifican tres aspectos principalmente: a. Las expresiones visuales «la imagen» –fotografías, pinturas, mapas, etc. – sean reales o imaginarias. b. Las dimensiones lingüísticas (relato, mito, novelas, en suma la transmisión oral y escrita), que acompañan o no, a las imágenes y c. Los procesos del pensamiento –en forma de ideas, fantasías, idearios, etc. – que estas imágenes y discursos nos evocan. En general, la mayor parte de los autores están de acuerdo en que el imaginario turístico es una construcción mental, donde la representación visual se sitúa en un segundo plano frente a factores relacionados con el conocimiento, impresiones y creencias que el turista tiene sobre un destino turístico determinado; está constituido por un componente cognitivo/perceptivo, vinculado a los elementos tangibles del destino, y un componente afectivo, relacionado con los sentimientos que evoca el destino. De modo que ambos componentes son los que contribuyen a la formación de la imagen turística total (Camprubí et al, 2009, p. 258).

La diferencia entre imagen turística e imaginario turístico es muy sutil, siendo términos que no se entienden como sinónimos pero son complementarios entre sí, el imaginario involucra una imagen con elementos tangibles del destino turístico y con las impresiones, creencias y sentimientos que generan ese destino.



El imaginario está formado de imágenes y de idearios, que son los que definen la forma como valoramos subjetivamente las imágenes, cómo “leemos” el turismo. Estos idearios son conceptos que orientan la acción de una sociedad dada en un determinado contexto espacio-temporal, y que se aplican a los anhelos subjetivos que dominan su trayectoria en un periodo específico. Los idearios turísticos que se articulan entre sí para construir un imaginario turístico dado, son construcciones sociales de duración restringida.

Al menos cuatro idearios centrales han sido identificados para la formación del o de los imaginarios turísticos del mundo occidental: la búsqueda de la felicidad, el deseo de evasión, el descubrimiento del otro y el regreso a la naturaleza (Hiernaux-Nicolas, 2002).

La búsqueda de la felicidad es interpretada de manera diferente según sea valorada, para unos es acumulación de lujo y confort, para otros los aditamentos tecnológicos y las experiencias positivas constituyen su expresión de felicidad. Algunos consideran la superación personal en competencias para escalar un pico montañoso, o nadar grandes distancias, como parte de un acto turístico feliz; conseguir paz, tranquilidad y silencio es la interpretación de felicidad para unos, mientras la algarabía y los festejos lo son para otros. En fin, según sea la interpretación que se tenga de felicidad, así será el imaginario turístico que permita elegir un destino para vacacionar. La búsqueda de la felicidad resulta ser entonces una suerte de tensión permanente en las sociedades occidentales que valorizan el hedonismo como un valor central de su desarrollo reciente (Ob.cit).

El deseo de evasión de la cotidianidad se ha impuesto como otro ideario clave en la constitución de los imaginarios del turismo moderno. Los actos repetitivos inducen la alienación, la repetición no puede ser más que monotonía, falta de renovación y estancamiento, todos factores opuestos a la visión dominante de la modernidad, que es innovación, cambio constante y movimiento. El deseo de evasión se consolidará mientras se acentúe el tedio, exista disponibilidad del tiempo de vacaciones y, complementariamente, existencia de recursos suficientes para otorgar vacaciones



pagadas. Es aquí donde interviene el turismo, como ruptura frente a una cotidianeidad opresiva.

El descubrimiento del otro no puede interpretarse solamente como el deseo de viajes distantes, de encuentros con poblaciones y territorios exóticos. En el mismo turismo nacional, el que no sale de las fronteras, se presenta este ideario. Recubre así actos turísticos como el conocer ciudades coloniales, áreas desérticas, poblaciones en estado casi precapitalistas, las costumbres rurales o provincianas, matices de reencuentro con lo cercano que se ha vuelto “otro” por la falta de conocimiento o de tiempo para descubrirlo. El regreso a la naturaleza y su integración en las formas de ocio, constituye quizás el ideario más actual, apoyado en el contexto de degradación de la vida urbana, la declinación de la calidad ambiental ligada a la vida cotidiana y la consolidación de la naturaleza como fuente de salud y vida, todo lo cual induce a considerar la necesidad consecuente de adecuar las vacaciones a ese tipo de actividades (Hiernaux-Nicolas, 2002).

La combinación diferencial de los idearios de base es lo que determina la existencia de imaginarios turísticos diferentes entre sí y, finalmente, la posibilidad de que se crean modelos turísticos óptimos para distintos grupos sociales. Por ejemplo, el turismo natural como el campamento puede representar una combinación de los cuatro idearios: buscar la felicidad en la naturaleza, evadirse y descubrir otro entorno y otras personas. Mientras que el turismo cultural en sitios urbanos, elimina el principio del regreso a la naturaleza y, parcialmente, el deseo de evasión, a favor de una valoración intensa del descubrimiento de tipo cultural, incluyendo las manifestaciones de vida cotidiana de los habitantes de un determinado espacio (la gastronomía, las actividades cotidianas, los comportamientos en las calles)

Los imaginarios turísticos quedan compuestos por representaciones compartidas, asociadas a imágenes materiales (tarjetas postales, carteles, blogs, películas y vídeos, guías turísticas, folletos, y también objetos artesanales y otros artefactos) e inmateriales



(leyendas, cuentos, relatos, discurso, anécdotas, memorias...), articuladas a los idearios que orientan los anhelos de la sociedad.

Dentro de las imágenes materiales, los componentes culturales desempeñan un papel especialmente relevante. Por otra parte, mientras las poblaciones locales intentan fabricar y comercializar aspectos de sus propias tradiciones, que pueden ser generadoras de imágenes turísticas, se ven obligadas a conocer los deseos de los turistas y a responder a sus expectativas (Graburn, 1976). De ese modo, las imágenes mantienen con el imaginario una relación dinámica que interactúa constantemente, sin interrupción. Las imágenes y los imaginarios se entrecruzan en los procesos imaginativos de los turistas y las comunidades locales para subrayar la singularidad de los lugares turísticos y también para crear imágenes nuevas. Así, estimulan la imaginación y pueden facilitar la creación o recreación de lugares turísticos.

## **5. Geoturismo: Imaginarios turísticos para una alternativa sustentable.**

El geoturismo considerado como aquel que sostiene y enriquece el carácter geográfico de un lugar y su ambiente, patrimonio, estética, cultura y el bienestar de sus habitantes, resalta la relación entre turismo y sentido del lugar y destaca las características naturales y humanas que hacen que la visita a un lugar valga la pena.

El geoturismo plantea la necesidad de promover el disfrute integral del espacio visitado y busca revalorizar el carácter geográfico de un lugar y su ambiente físico natural y sociocultural. El turista que tiene la intención de practicar un deporte, asistir a un congreso, fiesta patronal, pesca u otra, disfruta también de los atractivos escénicos, senderos, excursiones, entretenimientos urbanos, culturales, gastronómicos, descanso y otros en el mismo lugar que visita, lo cual constituye la premisa del geoturismo.

Es un discurso que refuerza a la recreación como necesidad básica de la población y a la naturaleza como un refugio de la estresante vida urbana con el objetivo de recuperar condiciones físicas y emocionales en el contexto del desarrollo humano integral. En este



sentido se encuentra una correspondencia entre las aspiraciones del geoturista y los idearios, ya señalados, de búsqueda de felicidad, retorno a la naturaleza, reconocimiento del otro y evasión de la cotidianidad, como orientaciones subjetivas motivadoras de la acción turística.

Los geoturistas en su visión del disfrute integral del espacio visitado, buscan lugares para disfrutar de la ornitología, la fotografía de la vida natural, los patrimonios naturales y culturales, los monumentos históricos, arqueológicos, etnológicos, arquitectura popular, gastronomía, artesanía, folclore, compartir estilos de vida rural, práctica deportiva, en un contexto en el cual es difícil segmentar las motivaciones y actividades turísticas, especialmente en las áreas receptoras pequeñas, rurales o en aquellos espacios receptores de diversidad ambiental y cultural significativa. Se puede deducir, entonces, que con el Geoturismo se disminuye la segmentación que ha caracterizado al turismo en general ya que plantea un disfrute integral en el cual los turistas y anfitriones crean espacios de interacción, donde se comparten significaciones y concepciones geográficas desde sus mutuas diferencias históricas, sociales y culturales (Guillén y Boada, 2014).

Así, el turista que tiene la intención de practicar su deporte favorito también puede disfrutar del resto de los atractivos del lugar, entre los cuales están los culturales o gastronómicos. El investigador que acude a un lugar a compartir su actividad en un congreso también puede recrearse o deleitarse con los senderos turísticos, excursiones, gastronomía y entretenimientos urbanos. Es decir, el turista puede entretenerse o disfrutar de las múltiples posibilidades de descanso y recreación en un mismo lugar.

Según la interpretación de Guillén y Boada (2014) este concepto se origina durante la realización del Congreso Internacional de Geoturismo y durante el cual se produjo la Declaración de Arouca y se planteó que se definiera "... como el turismo que sostiene y realza la identidad de un territorio, teniendo en cuenta su geología, medio ambiente, cultura, estética, patrimonio y el bienestar de sus residentes." Es decir, se considera al Geoturismo como "un turismo que sostiene o enriquece el carácter geográfico de un lugar



y su ambiente, patrimonio, estética, cultura y el bienestar de sus habitantes”. En el mismo se resalta la relación entre turismo y “sentido del lugar” y “... enfocado en todas las características naturales y humanas que hacen que la visita a un lugar valga la pena. Esto incluye la flora y la fauna, las estructuras históricas y sitios arqueológicos, los paisajes pintorescos, la arquitectura tradicional y todas las demás cosas que contribuyen a la cultura, como música, artesanías, bailes, el arte y hasta la cocina, la agricultura artesanal y los animales sobre los cuales se basa la alimentación tradicional”. (UNESCO, 2011)

El geoturismo integra aspectos de varios tipos de turismo: rural, cultural, histórico, ecoturismo, entre otros, pero no es sinónimo de alguno de ellos. La actividad turística, desde esta perspectiva, propicia la sustentabilidad al incorporar a los habitantes locales, quienes deben velar porque se proteja y mantenga lo que atrae al turista, así como por el enriquecimiento del lugar, mediante la creación de algo nuevo basado en sus cualidades y por el rescate de recursos y valores en peligro de desaparición (Guillén y Boada, 2014)

El Geoturismo se concibe entonces “como una forma holística de turismo sustentable -interpretado como aquel que satisface las necesidades de los turistas y las necesidades socioeconómicas de las regiones receptoras, en cuanto a lo cultural, los ambientes naturales y la diversidad biológica es conservada para el futuro” (Carolino et al, 2013:11).

La naturaleza tiene la cualidad de despertar sentimientos y emociones en el ser humano, pero todas estas sensaciones son generadas por paisajes cargados de componentes geográficos como temperatura, humedad, luminosidad, influencia de los vientos, continentalidad, vegetación, fauna, disposición de las rocas y es así que el turista puede estar interesado en la génesis de una cadena montañosa o en la dinámica que explica el comportamiento climático de la comunidad visitada. Y es desde la Geografía que se puede explicar cómo esos comportamientos geográficos, los cuales influyen en el calendario e instalaciones y equipamientos turísticos, pasan a ser elementos que definen



e identifican turísticamente a muchos lugares e intervienen en la organización de su vida y de las actividades turísticas como escalada, pesca, cabalgatas, visita a cuevas, playa, manifestaciones religiosas y folclóricas, eventos agropecuarios, entre muchas otras. (Guillén y Boada, 2014)

El paisaje se convierte en un concepto clave para desarrollar estudios geográficos sobre el turismo, su condición de ser polisensorial ante la mirada de los grupos humanos que lo observan y perciben, le imprime una considerable ventaja sobre las otras formas de delimitación espacial. Los elementos de un paisaje natural o un paisaje humanizado que destaquen en la observación de los visitantes se transforman en recursos valorizados y en factores de atracción turística; de tal manera que como expresión visual del territorio, constituye uno de los recursos turísticos fundamentales, porque la apreciación y disfrute estético de entornos diferentes al de la vida cotidiana, representa una de las razones fundamentales del viaje turístico. La calidad paisajística, entendida como la armonía entre factores físicos y antrópicos, además de ser una exigencia para elegir el destino turístico, incide en la competitividad y rentabilidad de estos espacios, cuando es degradado (Grupo Aduar, 2000)

Se deduce entonces que las imágenes materiales e inmateriales percibidas en la observación de los paisajes, como aspectos distintivos del lugar, que lo identifique y que puedan interesar a alguien de otro lugar, articulados a los idearios motivadores, permiten la construcción de imaginarios turísticos, que promovidos adecuadamente favorecerán la implementación de estrategias geoturísticas exitosas.

## **6. Implementación de una Estrategia Geoturística: Elementos a considerar**

Numerosos espacios geográficos, bien pudieran adaptarse a estrategias geoturísticas que promuevan el disfrute integral de esos territorios como destinos turísticos y revaloricen el carácter geográfico de los lugares y su ambiente físico natural y sociocultural. Sin pretender llegar al diseño acabado de una estrategia geoturística,



presentamos algunas consideraciones para impulsar el sostenimiento y enriquecimiento de las características del lugar y su ambiente, patrimonio, estética, cultura y el bienestar de sus habitantes, que sirvan de base metodológica para la formulación de esa estrategia geoturística. (Boada y Delgado, 2015)

- Definición y localización (puntual o areal) de las ventajas geoturísticas

Hay que resaltar la relación entre turismo y sentido del lugar y destacar las características naturales y humanas que hacen que la visita valga la pena, en términos de sus atractivos, para el disfrute de los turistas y en beneficio de la comunidad local.

La observación y caracterización de sus paisajes permitirá en buena medida destacar las condiciones específicas particulares que lo singularizan, para definir, sostener y promover sus ventajas geoturísticas: aquellos aspectos distintivos que lo identifiquen y que puedan interesar a alguien de otro lugar - posadas tradicionales bien equipadas, una variedad impresionante de aves, vistas espectaculares, atractivos naturales, gastronomía típica, motivos religiosos, caminatas, recursos para la salud, artesanía variada, condiciones de paz y tranquilidad, singularidades deportivas-, entre otros. Se trata de un diagnóstico en el cual se delimitan unidades de paisaje con todos los elementos físico naturales relevantes, a las cuales se incorporan los atractivos turísticos naturales y culturales que puedan calificarse como ventajas geoturísticas, donde se señalen, además de las ventajas, los problemas y limitantes que su aprovechamiento conllevaría para prever cualquier impacto ambiental y cultural negativo. En este sentido, la participación de la comunidad es indispensable porque son los lugareños los que viven día a día los problemas, los que aprecian mejor las características de los atractivos turísticos y los primeros interesados en sostener y mejorar sus ventajas geoturísticas, para el bienestar de la comunidad.

- Promoción de las ventajas geoturísticas

Esto significa describir sus condiciones en términos turísticos con las imágenes correspondientes, para promover esas ventajas geoturísticas y procurar que el turista potencial pueda informarse del destino y sus atractivos, para que “imagine” las condiciones





que lo induzcan a viajar, es decir, para que construya un imaginario del lugar que lo “enamore” y garantizarles confort, comodidades y satisfacción para que repitan el viaje y lo promocionen entre sus conocidos y amigos. Esto requiere que los potenciales visitantes reciban información de alta calidad, veraz y atrayente, sobre el lugar, el patrimonio local y el medio ambiente. Pero además, los residentes deben participar en ese conocimiento y promoción, porque una comunidad que siente orgullo por su lugar, lo cuidará y proporcionará una mejor experiencia al visitante.

Cabría preguntarse ¿los imaginarios turísticos que pudieran estar formándose los potenciales visitantes, serán los que se corresponden con la realidad? Y, ¿qué grado de participación habrá tenido la comunidad local en esa promoción? ¿Valoran y se sienten orgullosos los pobladores de las potencialidades naturales y culturales, para ofertarlas como ventajas geoturísticas?

La adopción de la estrategia geoturística es un proceso que involucra a los entes gubernamentales competentes en la materia, sector privado, planificadores, organizaciones cívicas y a toda la comunidad y esa participación se inicia desde la definición de las ventajas geoturísticas, la información que se suministre y la promoción de ellas. Por tanto los entes gubernamentales, planificadores y académicos deberían construir su imaginario, equivalente a la visión a futuro, en cuya construcción participe la comunidad, cuidando además de que no presente contradicciones notorias con la información que se ha suministrado a los potenciales turistas en las labores de promoción.

- Sostener las ventajas geoturísticas

A la par que se realiza una definición y promoción adecuadas de las ventajas geoturísticas, es necesario dentro de la estrategia geoturística, sostener esas ventajas, es decir, planificar su aprovechamiento y disponer del equipamiento necesario para hacerlo, con previsión de impactos negativos, pero además con el objetivo de alcanzar las metas derivadas del imaginario turístico planteado. Significa que de allí se derivan las acciones, normas y prácticas que van a sostener la competitividad del lugar como destino turístico.



Dentro de las acciones se destaca la infraestructura necesaria para garantizar el acceso del visitante a los atractivos promovidos, ventas de comida y restaurantes de comida típica, posadas, servicios públicos eficientes, señalamiento claro de los atractivos, diseño de caminerías, senderos, circuitos y rutas, según sea el caso, que permitan el disfrute integral del espacio visitado. Prácticas de integración de la comunidad y de los visitantes, a través de las cuales se asegure la prestación de servicios por miembros de la comunidad y la utilización de insumos locales en un todo dirigido a elevar el bienestar de la comunidad con los ingresos derivados del turismo. Normas cónsonas con las costumbres de la comunidad y con las actividades turísticas que se hayan planificado, normas de comportamiento acordes con el imaginario diseñado, normas de limpieza y cuidado del ambiente por parte de visitantes y locales.

Especial atención debe prestarse al manejo adecuado de los recursos naturales más importantes, a la conservación de la vegetación y a la protección de su fauna y al cumplimiento de las acciones derivadas de los estudios de impacto ambiental

- **Gestión de la estrategia geoturística**

Todo esto requiere una organización que coordine las diferentes tareas y labores turísticas, en la cual deberían participar las autoridades turísticas municipales y regionales, las organizaciones privadas y la comunidad, como un espacio de interacción, donde se conjuguen los diferentes intereses con una visión geoturística de disfrute integral del lugar. Una gestión participativa es la mejor garantía para un disfrute integral de la estrategia geoturística que se proponga; como no se trata de un turismo de masas sino de pequeños grupos, se podría disponer de un servicio de información organizado para que el turista pueda hacer buen uso de su tiempo de estadía, con guías turísticos miembros de la comunidad, conocedores de las condiciones de los atractivos y del entorno cultural y con transporte adecuado, para los diversos puntos.

## **6. Reflexión final**



Siguiendo a Carolino et al (2013) se concibe el geoturismo como una forma holística de turismo sustentable, que satisface las necesidades de los turistas y las necesidades socioeconómicas de las regiones receptoras, en tanto se asegura que lo cultural, los ambientes naturales y la diversidad biológica es conservada para el futuro.

No se puede olvidar que el geoturismo plantea una visión del disfrute integral del espacio visitado, en un contexto en el cual es difícil segmentar las motivaciones y actividades turísticas, especialmente en las áreas receptoras pequeñas, rurales o en aquellos destinos de diversidad ambiental y cultural significativa. Se disminuye así la segmentación que ha caracterizado al turismo en general porque en ese disfrute integral los turistas y anfitriones crean espacios de interacción, donde se comparten significaciones y concepciones geográficas desde sus mutuas diferencias históricas, sociales y culturales. Esto se inicia desde la propia construcción de los imaginarios turísticos; los potenciales turistas pueden mentalizar así el tipo de turismo que van a encontrar en su destino, sin crearse frustraciones ni inconformidades con las situaciones que se presenten en su viaje y los residentes, por su parte, al valorar su entorno y su realidad cultural, sabrán qué pueden y deben ofrecer para consolidar cada vez más las ventajas geoturísticas, evitando conflictos con el comportamiento de los visitantes y daños para su entorno. Los entes gubernamentales competentes y los planificadores, concretan los imaginarios con la participación de los residentes, equivalente a la visión a futuro en otras modalidades de planificación, teniendo en cuenta que al tratarse de una estrategia geoturística deben pensar e imaginarse el futuro de los distintos recursos y valores culturales y naturales con perspectiva de conservación para las generaciones venideras (Boada, 2017).

La estrategia geoturística hace del deterioro ambiental su principal contrincante, porque el paisaje constituye el principal recurso turístico y el escenario de actuación de la actividad turística y de la participación ciudadana su mejor aliada, porque un lugar donde se destaca el trato cordial y amable de sus pobladores, orgullosos de sus características



como destino turístico y reconociendo la influencia positiva del turismo para su propio bienestar, se constituyen en cuidadores del entorno y de sus atractivos turísticos.

Las acciones, medidas y normas que se implementen dentro de la estrategia geoturística, tendrían como norte el aprovechamiento de las ventajas geoturísticas, naturales y culturales, su tratamiento integral y la consideración de los recursos que configuran el paisaje, en el objetivo de un desarrollo sostenible que satisfaga las necesidades presentes y futuras de turistas y residentes, con una gestión integrada de los recursos en armonía con el medio ambiente, comunidad y cultura locales.

## 7. Referencias

- Berger, P. y Luckmann, T (1997). *La Construcción Social de la Realidad*. Talleres Gráficos Color Efe, Buenos Aires, Argentina, ed. En Castellano, 2003.
- Bertrand, C. (1987). *El Sentido de la Naturaleza. La Geografía Humanista*. Tesis de doctorado no publicada, Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España.
- Boada, C. (2015). *Una forma alternativa de interpretar el paisaje para construir una geografía musical venezolana*. Escuela de Geografía, Universidad de Los Andes. Mérida, Venezuela.
- Boada, C . y Delgado de Bravo, M.T (2015, junio). *Imaginarlos Turísticos y Geoturismo en municipios merideños*. Ponencia presentada en XIV Jornadas de Ambiente y Desarrollo 2015. CIDIAT, Universidad de Los Andes, Mérida, Venezuela.
- Boada, C. (2017, marzo). *Geoturismo: ¿Una visión compartida para el desarrollo?* Ponencia presentada en el Foro: Geoturismo. Instituto de Geografía "Antonio Luis Cárdenas C." Universidad de Los Andes, Mérida, Venezuela.
- Boada, C. (2016, marzo) *Geoturismo: ¿Una Alternativa para el Desarrollo?* I Jornadas del Conocimiento Geográfico 2016. Escuela de Geografía. Universidad de Los Andes, Mérida, Venezuela.
- Camprubí, R. et al. (2009). *La Formación de la imagen turística inducida. Un modelo conceptual*. Universidad de Girona, Catalonia, España
- Carolino, J., Newman, D. T. C. de., Campos, A. F., Pereira, V. S., Newman, J. A., Soares, P. V. D., Jesús, R. X. y Candeias, L. M. (2013) *Geoturismo: O Novo Segmento de Turismo Sustentável*. In. IV Encontro de Economia do Espírito Santo, ES. [Documento en línea]. Disponible: <http://m.gregem.webnode.com.br/products/iv-encontro-de-economia-do>



espírito-santo-vitoria,-31-de-outubro-e-1%C2%BA-de-novembro-de-2013/ [Consulta: 2017, marzo 15]

Castoriadis, C. (1997). El imaginario social instituyente. Zona erógena. N° 35: 1-9. [Documento en línea]. Disponible: <http://www.educ.ar> [Consulta: 2014, diciembre 16]

Cavaco, C. (1970) La geografía en las carreras superiores de turismo en Portugal. [Documento en línea]. Disponible: <http://www.researchgate.net>[Consulta: 2017, enero 12]

Coriolano, L. (1998). Do local ao global: O turismo litorâneo cearense. Departamento de Geografía e Turismo da Universidade Estadual do Ceará, Brasil.

Cristiano, J. (2012). Lo imaginario como hipótesis sociológica: Entre la revolución y el reencantamiento del mundo. Intersticios. Revista Sociológica de Pensamiento Crítico. Vol. 6 (1):1-15 [Documento en línea]. Disponible: <http://www.intersticios.es>[Consulta: 2017, enero 15]

Cruz, R. (2003). Introdução a geografia do turismo. Ed. ROCA. Sao Paolo, Brasil.

Geremia, F. et al (2003). El geoturismo. Una modalidad de turismo alternativo (Citado en INE, 2004)

Goeldner, Charles et al. (2002). Tourism: principles, practices, philosophies. John Wiley & Sons Inc. New York

Gravari-Barbas, M. y Graburn, N. (2011). Imaginarios Turísticos. Coloquio Imaginarios Turísticos, Berkeley.

Graburn, N. (1976). Ethnic and Tourist Arts University of California Press, Berkeley

Grupo Aduar (2000). Diccionario de Geografía Urbana, Urbanismo y Ordenación del Territorio. Ed. Ariel, Barcelona, España.

Guillén, I y Boada, C. (2014, noviembre). Del ecoturismo al geoturismo: una discusión en la Geografía. Ponencia en La Geografía Colombo Venezolana en el marco de la globalización. IV Encuentro Colombo Venezolano de Geografía. "Colombia y Venezuela: Geografía para la convivencia", ( 129-144). Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, Tunja, Colombia.

Guillén, I y Boada, C. (2020). Geoturismo, un acercamiento de la geografía a la transdisciplinareidad- Universidad de Los Andes, Mérida, Venezuela. En prensa como capítulo del libro: Enfoques y aportes para el turismo.



- Hiernaux-Nicolas, D. (2002). Imaginarios Sociales y Turismo Sostenible. Costa Rica, Cuadernos de Ciencias Sociales 123, FLACSO
- Lew, Alan and Wong, A. (2001). Tourism and migration: new relationship between production and consumption. C, M. Hall and A.M: Williams eds. London
- Méndez, B. (2014). Claves geohistóricas para interpretar el paisaje del noroccidente asturiano. [Documento en línea]. Disponible: <http://www.xuliocs.com/didactpaisajn.htm>. [Consulta: 2014, diciembre 15]
- Nogué i Font, J. (1985). Geografía humanista y paisaje. Anales de Geografía de la Universidad Complutense, núm. 5. Ed. Univ. Complutense.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. 1999. Agenda para Planificadores Locales: Turismo sostenible y gestión municipal. Madrid, España. [Documento en línea]. Disponible: <http://es.scribd.com/doc/258982700/4-OMT-Agenda-Para-Planificadores-Locales-Turismo-Sostenible-y-Gestion-Municipal>[Consulta: 2016, noviembre 19]
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. 1999. Guía para administradores locales: Desarrollo turístico sostenible. Madrid, España. [Documento en línea]. Disponible: <http://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/9789284403073> [Consulta: 2019, noviembre 24]
- Rojas L, José y E. Gómez A. (2010) Tiempos del pensamiento geográfico. Mérida, Facultad de Ciencias Forestales y Ambientales, Escuela de Geografía – Archivo Arquidiocesano de Mérida
- Sauer, Carl (1925). The morphology of Landscape. University of California, Publications in Geography, Berkeley
- Serrano, D. (2012). Consideraciones acerca de la unidad de paisaje y sistematización de propuestas, En Estudios Geográficos Vol. 73:272, Departamento de Geografía, Universitat Rovira i Virgili, España
- Tourtellot, J. (s/f). Geoturismo para Su Comunidad [Revista en línea]. [http://travel.nationalgeographic.com/travel/sustainable/pdf/geotourism\\_community\\_esp-anol.pdf](http://travel.nationalgeographic.com/travel/sustainable/pdf/geotourism_community_esp-anol.pdf) [Consulta: 2014, abril 01]
- Turner, M. (2005). Explaining the nature of power: a three process theory European Journal of Social Psychology 35(1) John Wiley & Sons, USA
- UNESCO (2011). Declaración de Arouca. [Documento en línea]. Disponible: <http://www.turismo-sostenible.net/documentos/declaracion-de-arouca>[Consulta: 2018, abril 23]



Vila, Josep et al. (2006). Conceptos y métodos fundamentales en ecología del paisaje. En Documents d'anàlisi Geogràfica No 48, España

Whiston S., A. (2006). Ser uno con la naturaleza: paisaje, lenguaje, empatía e imaginación. Madrid. [Documento en línea]. Disponible: <http://habitat.aq.upm.es/boletin/n38/aaspi.html> [Consulta: 2018, abril 21]



Todos los documentos publicados en esta revista se distribuyen bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional.