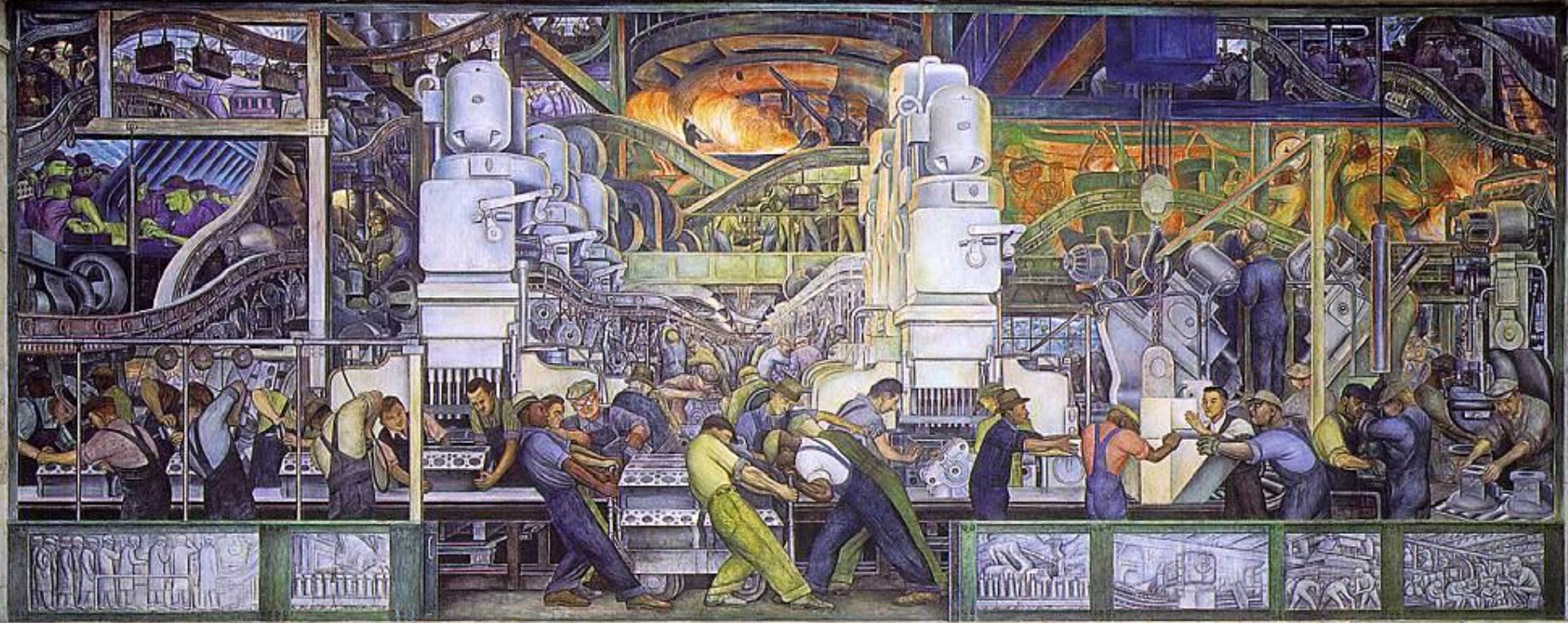


GEOGRAFÍA ECONÓMICA: 1. ORÍGENES



GEOGRAFÍA ECONÓMICA

- Transformación de recursos, información, dinero, moviéndose de un lugar a otro
 - Transformación de Recursos
 - Transformación de información
 - Transformación de Dinero
 - movimiento

PROCESO ECONÓMICO GEOGRÁFICO

Industrialización y recursos naturales

Innovación y Conocimiento, Tecnologías de la información

Circuitos de acumulación y mercados

Globalización, movimiento de personas y dineros

- Estudio de:
 - ACTORES
 - PROCESOS
 - RELACIONES Y REDES
 - PODER
 - ROL DEL LUGAR EN PROCESOS ECONÓMICOS
 - CONSECUENCIA DE PROCESOS ECONÓMICOS EN LUGARES DETERMINADOS
-

GEOGRAFÍA ECONÓMICA COMO CAMPO DE DISCUSIÓN DE NUEVOS CONCEPTOS GEOGRÁFICOS



ORÍGENES HISTÓRICOS GEO. ECONÓMICA

Imperialismo
como sistema
económico
internacional

Geografía entrega información útil sobre los territorios colonizados en África, América Latina y Asia. Fuerte énfasis en los mapas como descriptor.

1826
"El Estado aislado" Von Thunen

1882
Gotz distingue entre geo económica y comercial

Industrialización y
la ciudad como
eje de actividad
económica global

Geografía entrega información útil sobre planificación productiva

1925
publicación revista de geografía económica

1893
Cornell imparte primer curso de geo económica

Post-fordismo y
globalización

Geografía debate sobre trabajo, espacialización productiva, desarrollo desigual

ORÍGENES – ANÁLISIS REGIONAL

- Escocia: George G. Chisholm: Handbook of commercial geography (1889):
 - Énfasis en describir la distribución local y explicar dicha distribución. Cae en determinismo ambiental
 - **“Celebración del comercio imperial”** y el sistema de comercio global establecido por Gran Bretaña.
- Escuela Alemana: énfasis en contexto y detalles concretos relevó importancia de un estudio regional del fenómeno económico
- Estados Unidos: J. Russel Smith “Industrial and Commercial Geography” (1913), discute procesos productivos (y rol del lugar en ellos) y comercio internacional (regiones productoras y proveedoras de recursos). Foco en Transporte.
- CARACTERÍSTICAS:
 - Foco en descripción de hechos que pueden ser tabulados, clasificados, mapeados, y comparados.
 - Destacan diferencias regionales.

VON THUNEN Y TEORÍA DE LA LOCALIZACIÓN



- Propone que la renta obtenida de determinadas actividades se puede predecir a a partir de su **DISTANCIA** de un centro comercial (mercado).
- De este modo, las actividades más cercanas tienen una renta del suelo más caras, mientras que aquellas actividades más lejanas tienen una renta del suelo más baja, pero costos de transporte más altos.
- Las actividades más cercanas al centro serán aquellas que cubran las necesidades más inmediatas de la ciudad.
- Principal variable para definir actividades y ganancia es TRANSPORTE
- Asume una ciudad isotópica, un hombre económico (racional)

$$U = r(p-c) - rtd$$

U: Renta

r: Rendimiento

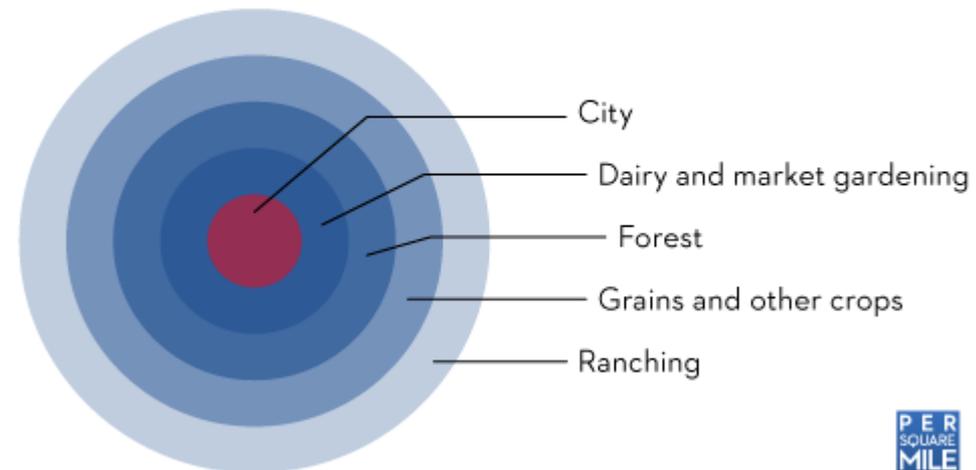
P: precio

C: coste

T: transporte (tasa de embarque)

D: distancia

Von Thünen's Model of Land Use

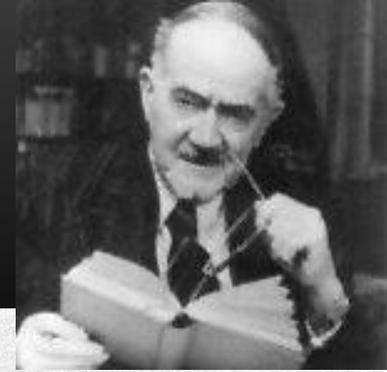


PROBLEMAS

- Parte de supuestos erróneos:
 - Existencia de un único mercado
 - Condiciones isotrópicas de la ciudad
 - Diferencias en acceso a mercados mas allá de costo de transporte o distancia
 - Ejemplos basados en realidad RURAL, no se ajustan bien a desarrollo urbano



A. WEBER Y LA TEORÍA DE LA UBICACIÓN INDUSTRIAL



- La ubicación de una planta industrial está relacionada con cuatro factores:
 1. distancia a recursos naturales
 2. distancia al mercado
 3. costes de mano de obra
 4. Economías de aglomeración.

La planta se ubicará donde los costes de transporte estén minimizados. Weber representará su teoría en un triángulo, en el cual, dos vértices corresponden a los productos que necesita en su elaboración y otro vértice es el lugar de mercado

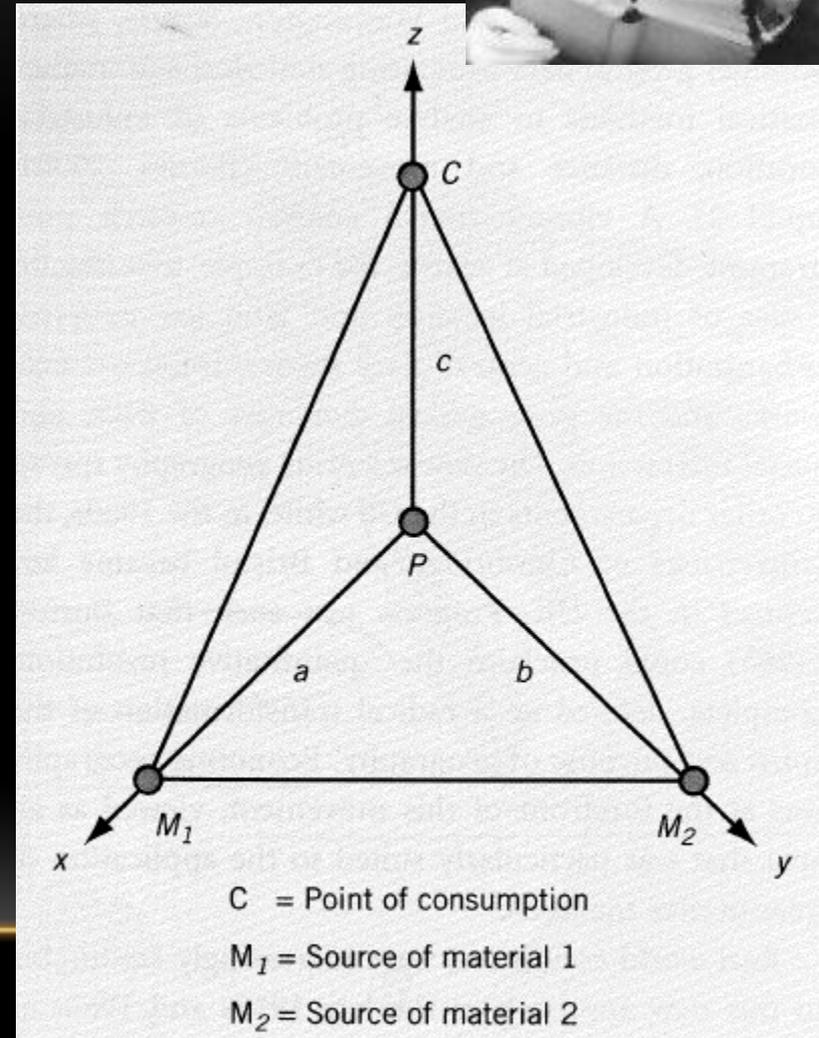


Figure 2.3 Weber's locational triangle.

Source: Knox and Agnew, 1994, p.77.

CHRISTALLER Y LA TEORÍA DEL LUGAR CENTRAL

- Teoría que explica las razones de una determinada distribución espacial, el tamaño de ciudades y su relación con sus zonas productivas cercanas.
- un lugar central esta conformado por un grupo de empresas establecidas en un mismo lugar, donde en conjunto deben satisfacer las demandas del área de mercado circundante
- SUPUESTOS:
 - No existen barreras físicas entre la ciudad y sus alrededores que impidan el movimiento de personas
 - Las personas siempre compran bienes en el lugar más cercano que ofrezca el bien
 - Si existe alta demanda por un bien, existirá oferta cercana a donde reside la población que lo demanda.
 - Existe un límite mínimo de personas necesarias para que un lugar central se mantenga activo y próspero.
- RÁNKING DE ASENTAMIENTOS:
 1. aldea
 2. pueblo
 3. Ciudad de menor orden
 4. Ciudad principal
 5. Capital regional



Theoretical system of regional centres

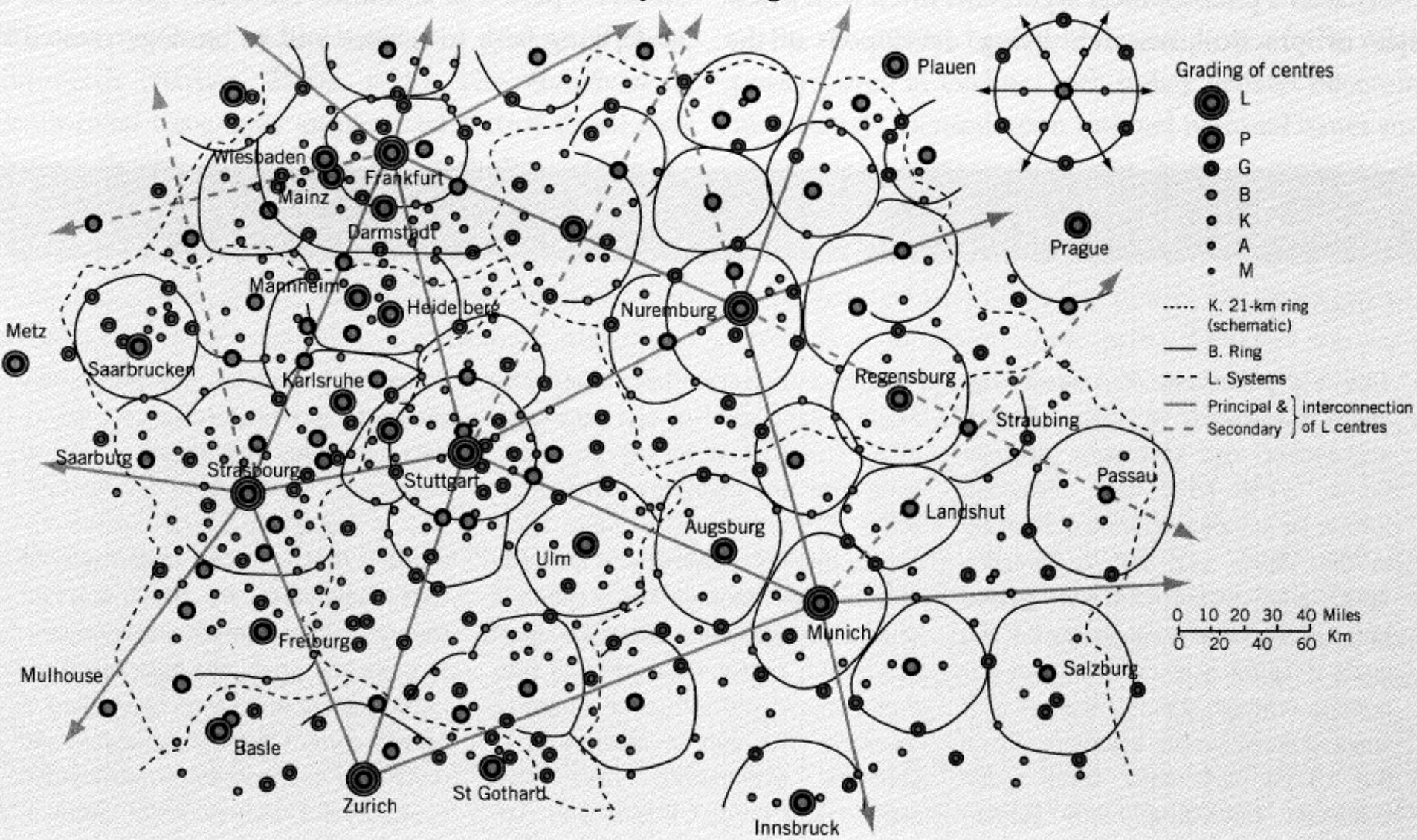
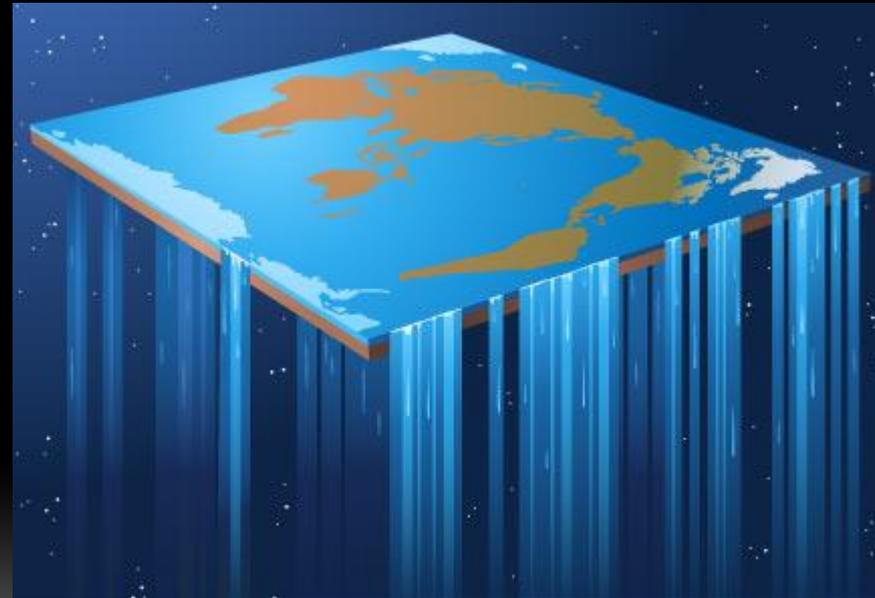


Figure 2.4 Central places in southern Germany.

Source: Knox and Agnew, 1994, p.72.

- EN ESTE SENTIDO, SE DEBE ENTENDER QUE ESTOS MODELOS SON:
- Enfoques **NORMATIVO**, señala como debiese ser la situación ideal
- Importante rol en **PLANEACIÓN URBANA**



RICHARD HARTSHORNE

- Propone en “La Naturaleza de la Geografía” (1939) a la REGIÓN – definida como áreas de especialización económica (agricultura) - como objeto de estudio disciplinar.
- Geografía económica como una disciplina descriptiva – no ciencia predictiva. Énfasis en el TRABAJO DE TERRENO.
- Objetivo de estudio es la identificación de TIPOLOGÍAS regionales, a partir de la combinación de actividades y procesos económicos existentes en la región.
- “Regionalismo” de la geo. económica la aleja de sus vínculos colonialistas
- Le da mayor “peso” en su proceso de “universitarización”



ORÍGENES – REVOLUCIÓN CUANTITATIVA

- Inicio de estudios geopolíticos durante la II Guerra mundial por el servicio de inteligencia de EEUU. “retirados” de estos servicios se instalan en Universidades americanas e inician trabajo estadístico en geografía
- Se “inicia” en 1953 con un artículo que repudia el enfoque regionalista por su falta de rigurosidad y sistematización.
- Promueve la búsqueda de LEYES GEOGRÁFICAS y el uso de un MÉTODO CIENTÍFICO en la investigación.
- Geografía Económica entonces vista como una CIENCIA ESPACIAL
- Mantiene unidad de análisis en la región, pero define como nuevo objeto de estudio “EL MERCADO”.
- Metodológicamente fuerte uso de ESTADÍSTICAS Y MATEMÁTICAS, sin trabajo en terreno. Idea era desarrollar modelos abstractos y contrastar con la realidad.

CARACTERÍSTICAS

- Énfasis en hipótesis (explicaciones abstractas) más que en números (modelos matemáticos) y su comprobación en la realidad. Como respuesta a la falta de teorías en geografía, por ende la búsqueda era teorizar el espacio.
 - 1ra ley de geografía: “todo está conectado entre sí, pero las cosas cercanas están más relacionadas que las cosas distantes” (Tobler 1969)
- Énfasis en estadística para comprobar teorías
- Solo posible con el uso de computadores

SÍNTESIS ENFOQUES TRADICIONAL Y REGIONAL

| | Traditional | Spatial Analysis |
|---|--|--|
| Supporting philosophy | Empiricism. ^a | Positivism (Box 2.1). |
| Main source of ideas | Classical German geography, anthropology, biology. | Neoclassical economics. |
| Conception of the economy | Closely integrated with the natural resources and culture of an area. | Driven by rational choices of individual actors. |
| Geographical orientation (place or wider processes) | a) Commercial geography stressed global trading system; b) regional geography highlighting unique places (regions). | Wider forms of spatial organization. |
| Geographical focus | a) Colonial territories; b) distinctive regions, mainly in Europe and North America, often rural and geographically marginal. | Urban regions in North America, Britain and Germany. |
| Key research topics | Effects of the natural environment on production and trade; identifying distinctive regional economies. | Industrial location; urban settlement systems; spatial diffusion of technologies; land use patterns. |
| Research methods | Direct observation and fieldwork. | Quantitative analysis based on survey results and secondary data. |