

Turismo y territorio. Un abordaje teórico desde los conceptos: Recursos Territoriales y Atractivos Turísticos

Carolina Cohen y Graciela Benseny

INTRODUCCIÓN

El turismo se inserta cada vez más como una práctica inscrita en la dinámica social y espacial general cobrando sentido y contribuyendo en la configuración del territorio. Como asegura Vera Rebollo (2006), el desarrollo de esta actividad no sólo contribuye a transformar el modelo socioeconómico, sino que afecta de forma sustancial a la realidad territorial. Considera la existencia de un territorio constituido por actores, intereses, actividades y relaciones de poder que se dan en un tiempo y espacio determinado, implica referirse al mismo como un proceso socio-espacial y conlleva a asumir una postura y un enfoque para su abordaje y análisis.

El interés que despierta su estudio se plasma en diversas disciplinas. Desde la Geografía, el foco se centra en la posibilidad que otorga para comprender la articulación y relación entre los elementos que conforman el espacio. Abocada a conocer y analizar las interacciones que en él se producen, encuentra en el turismo todos los papeles que el espacio puede representar en el juego socio-económico. Como afirma Bertonecello (2006), aporta a la comprensión de la relación sociedad-territorio desde un sentido más amplio.

El presente trabajo pretende profundizar en los conocimientos referidos a la relación turismo/territorio. Desde esta perspectiva, en primera instancia se realiza una aproximación al binomio, tomando en consideración el aspecto espacial como construcción social y la actividad turística como estructurante de esta dinámica. Posteriormente, se analiza la transformación

de los recursos territoriales en atractivos turísticos y la valorización de dichos bienes.

El estudio se aborda desde una investigación de tipo descriptiva y explicativa. Para ello, la exploración documental planteada se basó principalmente en la recopilación y lectura de material bibliográfico general y específico.

TURISMO Y TERRITORIO

Desde mediados de siglo XX, el turismo adquirió gran importancia en la economía mundial y nacional. Vereda (2007) afirma que el mismo utiliza el territorio en el sentido más amplio de la expresión; actúa como soporte físico, sumándole las condiciones sociales que le dan sentido como productor y agente transformador. En palabras de Hiernaux Nicolás (2002), es un elemento diferenciador y socialmente diferenciado, pero también es un factor de integración/desintegración de las poblaciones locales. A partir de él, se llevan a cabo diferentes actividades económicas las cuales actúan como importantes consumidores del espacio, generando significativas transformaciones socio-espaciales.

La dimensión espacial es uno de los rasgos fundamentales de las necesidades de recreo o de ocio como comenta Lozato Giotart (1990), cualquiera sea su forma la referencia geográfica es siempre más o menos evocada. Sin subestimar los demás factores, estas condiciones juegan un papel de primer orden, a menudo esencial en la atracción de un lugar turístico. Las condiciones naturales, el patrimonio cultural e histórico, el potencial técnico, el medio

económico y la situación política, son algunos de los diferentes factores geográficos que intervienen en la localización turística, ya sea en forma individual o conjunta.

En este sentido el turismo, como práctica social, se emplaza en un espacio cargado de connotaciones sociales y culturales, por lo tanto, hace uso de un territorio construido socialmente, según asegura Moscoso (2013). De esta manera, el territorio participa en el desarrollo de la actividad turística, y al mismo tiempo, el fenómeno turístico contribuye en su transformación. En concordancia con la propuesta de Britton (1991), es un elemento central en la configuración del territorio, una actividad estructurante, una práctica inscrita en la dinámica social y un factor que contribuye en la configuración espacial.

Repensar el territorio a la luz de una conceptualización de espacio como espacialidad social, considera Bertonecello (2002) que permite pensar al mismo, junto con el tiempo, como determinación constitutiva de lo social y no al margen de ello. El mismo representa la relación constante entre un espacio material y uno simbólico. El primero hace referencia al soporte físico donde se emplaza la actividad humana y el segundo considera los valores que la sociedad carga dando lugar a la apropiación del mismo.

Bajo esta perspectiva, el territorio articula e interacciona el proceso de crecimiento económico y los actores sociales, de forma diferente. El mencionado autor define el concepto de territorio turístico, como aquel que participa en forma constitutiva de la práctica turística; al mismo tiempo que la concreta, es transformado por ella. El investigador Avila Bercial (2005) afirma que los aspectos territoriales y sus cualidades presentan un papel transversal como referentes de la calidad turística.

El sistema de producción y consumo turístico conlleva variables como localización, recursos y construcción de produc-

tos, y es en el territorio donde confluyen todos los elementos necesarios para aportar innovación y diversidad a la oferta. El mismo cuenta con un conjunto de recursos que representan una potencialidad al desarrollarse esta actividad, asegura Vereda (2007), que esto suceda dependerá de la estructura productiva, el mercado de trabajo, la capacidad empresarial y el conocimiento tecnológico, la infraestructura de soporte y acogida, su patrimonio histórico y cultural y el sistema institucional y político, especialmente, la turística nacional que implícita o explícita favorezca la valorización de los recursos naturales y culturales.

LOS RECURSOS TERRITORIALES EN LA DINÁMICA TURÍSTICA Y SU TRANSFORMACIÓN EN ATRACTIVOS TURÍSTICOS

El paso de un espacio meramente físico a uno geográfico se produce a partir de un proceso de valoración del cual deriva un determinado uso y modificación del mismo en función de las apetencias y necesidades humanas, asegura Barrado Timón (2011). Es ese punto de partida que permite plantear el concepto de recursos territoriales. En concordancia con lo que plantea el autor, se puede considerar a los mismos como las cristalizaciones, en determinados elementos naturales, de la relación sociedad-naturaleza.

Esta interacción se materializa cuando lo social le atribuye a determinados elementos un valor que estará definido por la capacidad de satisfacer necesidades de diferente índole, físico-biológicas o cultural-estéticas, concluye el autor. Por lo tanto, cuando se hace referencia a recursos territoriales se habla de valoración y capacidad de acceso a ellos. Estas acciones dependen fundamentalmente de las leyes que rigen la producción, la forma de reproducción de una sociedad y la relación que ésta establece con su medio, las necesidades y expectativas de la demanda y las

fuerzas del mercado. Pero estos factores no son estables en el tiempo, sino que su principal característica es su dinamismo dado en función del conocimiento, la tecnología, las estructuras sociales, las condiciones económicas, los sistemas políticos y las experiencias y necesidades del viajero.

Al pensar en turismo, Cohen (2005) destaca que el mundo podría expresarse en un mapa de zonas coloreadas que representen territorios socioculturales y/o naturales con capacidad para el desarrollo de la actividad. Sin embargo, como opina Callizo Soneiro (1991), que todo espacio sea potencialmente turístico no significa necesariamente que llegue a serlo, esto depende fundamentalmente del interés y capacidad de los agentes económicos-sociales de “poner en escena” recursos territoriales para el consumo turístico. Existen un conjunto de conceptos muy relacionados que permiten comprender con mayor exactitud el rol que ejercen los elementos del territorio y los cambios que deben atravesar para formar parte de la dinámica turística, este estudio se centra en los términos recursos y atractivos.

Los recursos territoriales turísticos son definidos por la Organización Mundial del Turismo (OMT) como

Todos los bienes y servicios que, por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad turística y la satisfacción de las necesidades de la demanda (Barrado Timón, 2011, p. 49).

En ellos se ubican los diferentes componentes geográficos de origen natural o humano que son susceptibles de ponerse en valor para el conocimiento y disfrute del turista. Estos elementos del territorio estructuran el desarrollo y funcionamiento de la actividad turística y más allá del origen en el cual se inserta su capacidad de atracción, se transforman en identificadores del destino. En otras palabras, representa los elementos naturales, actividades humanas

o productos antropológicos que puedan motivar un desplazamiento cuyo fin básico es la curiosidad, el conocimiento y contacto con ellos.

La clasificación de los recursos territoriales turísticos varía considerablemente en función del investigador que la aborde. El autor Callizo Soneiro (1991) propone una división en dos grupos, el primero corresponde a los naturales e incluye estrictamente a los elementos que de allí provienen (relieve, clima, recursos forestales y recursos hídricos y el mar); el segundo está relacionado con los hechos y refiere a los factores en los cuales se reflejan las complejas interrelaciones sociales, económicas, técnicas, culturales, políticas y de información.

El concepto no engloba a cualquier elemento, sino considera aquellos que reúnan las mencionadas características que los distinguen de sus pares por estas particularidades, asegura Navarro (2015). El autor afirma que se trata de un aspecto funcional, donde el desplazamiento resulta un efecto que se genera siempre y cuando se considere que el contacto con el mismo, satisfaciendo alguna necesidad, demanda o deseo, fundamentalmente, en su valoración. El proceso de evaluación de los recursos requiere de tres requisitos básicos comentan Varisco et al. (2014), aptitud, disponibilidad y atractividad, que definen la posibilidad de insertarse en la actividad turística.

El Centro Interamericano de Capacitación Turística/Organización Estados Americanos (CICATUR/OEA) trabaja en esta reflexión. Desde esta perspectiva, los autores mencionados describen a la aptitud como la capacidad de uso de los bienes culturales y naturales para insertarse en la actividad turística; la disponibilidad corresponde a la accesibilidad física, temporal y administrativa y la atractividad se relaciona con el valor estético y emocional. En base a estos criterios los autores definen una matriz de evaluación:

~Aptitud:

Tipo de actividad turística posible: variedad de opciones recreativas, privilegia la posibilidad de una experiencia más activa.

Capacidad de carga: el umbral de uso si deteriorar el medio.

Servicios y equipamientos turísticos disponibles: cantidad y calidad de servicios complementarios.

~Accesibilidad:

Temporal: período del año y horarios en los que puede visitarse.

Física o Espacial: posibilidad de llegar y recorrer el recurso.

Administrativa: libertad de ingreso en relación a la propiedad.

~Atractividad:

Singularidad: único o particular en su tipo.

Autenticidad: original y representativo a su contexto.

Diversidad: elementos diferenciales.

Grado de preservación/Presentación estética: conservación y cuidado del recurso.

Capacidad de integración o tematización: rasgos interpretativos diferenciales.

Recursos o atractivos complementarios cercanos.

En la medida que los recursos presentan estas características, tienen mayor posibilidad de constituirse en atractivos turísticos. En otras palabras, este término agrupa al conjunto potencial (conocido o desconocido) de elementos de la naturaleza y bienes materiales o inmateriales a disposición del hombre, que pueden utilizarse mediante un proceso de transformación para satisfacer necesidades turísticas y recreativas. Es importante considerar que la relación que se produce no es estática a lo largo del tiempo, sino que varía en función del contexto social, cultural, económico y político imperante, generándose una mayor o menor valorización o interés por parte de la población, según el período histórico.

Se trata de una atractividad socialmente construida, recurriendo en parte a los atributos inherentes al lugar de destino, pero también a otras cuestiones tales como los intereses específicos de los actores sociales involucrados, los hábitos y costumbres, las modas, entre otros (Bertoncello et al., 2003 en Almirón et al. 2006).

En este contexto se ponen en énfasis los procesos sociales que llevan a que estos rasgos se modifiquen. Navarro (2015) menciona que un bien es un recurso turístico en tanto no haya sufrido un proceso de reconversión, pero si se llevan a cabo gestiones deliberadas para favorecer el contacto con los visitantes, el mismo se transforma en atractivo turístico. Esta valoración social puede adquirir diferentes clasificaciones. Otero (2000) adopta la distinción realizada por CICATUR/OEA (1983). En él se realiza una jerarquización que se refiere al carácter funcional de los mismos, pues la división se establece a partir de la capacidad de atraer mercados, en función del origen de la demanda, la especificidad y unicidad del recurso y se diferencian cuatro categorías:

~Jerarquía IV: Excepcionales capaces por sí solos de atraer una corriente importante de visitantes actuales o potenciales del mercado internacional.

~Jerarquía III: Excepcionales capaces por sí solos de atraer una corriente del mercado interno y en menor porcentaje que los atractivos que el grupo anterior.

~Jerarquía II: Atractivos con algún rasgo llamativo, capaces de interesar a visitantes, ya sea del mercado interno o receptivo que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas.

~Jerarquía I: Atractivos sin méritos suficientes para considerarlos en las jerarquías anteriores. Pero que forman parte del patrimonio turístico como complemento de otros de mayor jerarquía.

Desde esta perspectiva, en una primera etapa se registra el elemento, se identifica a partir de acciones de conocimiento y valoración y luego se hace visitable, o se facilita la experiencia turística, es decir, se convierte en atractivo. Se trata, según Navarro (2015) de una conversión de los recursos turísticos. Si bien esta concepción podría considerar que ineludiblemente se necesita de un recurso para que sufra la transformación, el mencionado autor advierte que no siempre un atractivo turístico se genera a partir de una conversión de una representación.

Puede ocurrir que las creaciones de los atractivos turísticos se vean afectados por la disponibilidad de recursos de baja valoración o de representaciones con poca fuerza y/o la disponibilidad de representaciones que, aunque valiosas y fuertes, no coinciden con el perfil de una determinada imagen de destino deseada. Pero si es seguro que los mismos son resultado de un proceso de activación social, esto significa que comenzarán a considerarse como tal cuando el turista esté dispuesto a mirarlo y presente condiciones para asegurar su acceso.

En este sentido, los atractivos turísticos no son atributos absolutos de un lugar, sino que se construyen en relación con la sociedad de origen de los turistas, a través de su imaginación, percepción y concepción. La condición de atraktividad turística de un lugar no resulta de sus propiedades intrínsecas sino de procesos de valorización social que definen cuáles de esos rasgos del lugar se transformarán en atractivos turísticos. Está determinada por los procesos sociales, las prácticas y los discursos que construyen un lugar como turístico, que definen cuáles atributos se convertirán y a través de qué imágenes y constructos serán puestos en valor.

En este sentido, un lugar turístico es más que el simple ámbito de interacción entre turistas y población local. Se estructura no

sólo por las prácticas propias que se desarrollan en el lugar, sino por procesos sociales que ocurren a escalas más amplias. Éstos, al mismo tiempo, como señala Agnew (1987), influyen y estructuran el sentido de afinidad o arraigo emocional que los individuos tienen con su lugar.

Atribuirle al territorio un uso concreto implica una funcionalización, la provisión de instalaciones y/o el desarrollo de un relato y de actividades, desde el ámbito público o privado. Se trata de las facilidades que complementan y sustentan los atractivos, se incluyen aquí a todas las instalaciones y equipamiento referidos al alojamiento, la gastronomía, el entretenimiento y la recreación, y todos los servicios complementarios para el turista. La atraktividad como elemento estructurante de la actividad turística es una “construcción social”, aseguran Almirón et al. (2006). Va más allá de la mera existencia de atributos en el territorio, sino que la misma se forma a partir de la combinación de estos últimos con ciertas cuestiones ajenas al espacio soporte de los atractivos.

El turismo como fenómeno socio-económico está en constante cambio afirma Cammarata (2006), atravesado por la fuerte competitividad de los mercados y las exigencias de la demanda. En este contexto de complejidad resulta indispensable caracterizar la intensidad y sofisticación de transformaciones que atraviesa el territorio a fin de responder a la dinámica turística. Implica cambios en la configuración espacial y reconvierte el espacio inicial generando espacios productivos especializados.

CONCLUSIONES

La acepción actual del concepto de espacio ha logrado superar la consideración del mismo como mero soporte o portador de los recursos territoriales para adquirir un papel activo en los procesos socio-económicos, tales como el turismo. Las modali-

dades de apropiación del territorio, derivadas de la actividad, generan cambios en los patrones no sólo de usos, sino de tenencia de la tierra. Como destaca Urry (1996), la toma de vacaciones y los viajes son fenómenos sociales más significativos de lo que la mayoría de los observadores consideran.

En este sentido, los componentes del espacio se transforman en elementos claves para que este proceso social pueda llevarse a cabo. Desde la perspectiva y enfoque de la Geografía del Turismo, los términos abordados en el presente trabajo requieren un tratamiento y vinculación particular para comprender la complejidad que implica analizar la estrecha relación que caracteriza al binomio turismo/territorio. Con todas las singularidades propias del sector, el turismo es una actividad humana que puede y debe interpretarse desde el punto de vista geográfico como constructora de las representaciones que se plasman en el territorio.

El acercamiento teórico a los conceptos de recursos territoriales y atractivos turísticos permitió profundizar y comprender las

diferencias que los términos implican, pero también la vinculación que los caracteriza a partir de la actividad turística. Abordada como uno de los procesos socio-espaciales que mayor interés despierta en los estudios del territorio, a partir del análisis de la apropiación, valorización y reconversión de los elementos espaciales, se realizó una aproximación y reflexión sobre los vínculos y actitudes de la sociedad con respecto a los recursos o representaciones territoriales. Sumado a ello, este acercamiento teórico permite comprender el rol fundamental que juega la sociedad como determinante de un atractivo turístico.

En este sentido se destaca, por un lado, que la valoración intrínseca de los recursos no siempre coincide con la valoración recreativa ya que, en esta última, como hemos visto, influyen componentes subjetivos y factores externos no inherentes a los elementos del ecosistema y hechos del hombre. Es resultado de una activación social y está acompañado por adecuaciones materiales que faciliten el acceso a ellos.

BIBLIOGRAFÍA

- ALMIRÓN, A.; BERTONCELLO, R. Y TRONCOSO, C. (2006). Turismo, patrimonio y territorio. Una discusión de sus relaciones a partir de casos de Argentina. *Estudios y perspectivas en turismo*, 15 (2), 101-124.
- AGNEW, J. (1987). *Una alternativa teórica acerca del lugar y la política*. Place and Politics, Allen Unwin, Winchester –Traducción interna de la cátedra de Introducción a la Geografía- Departamento de Geografía/ UBA.
- AVILA BERCIAL, R. Y BARRADO TIMÓN, D. (2005). Nuevas tendencias en el desarrollo de los destinos turísticos: marcos conceptuales y operativos para su planificación y gestión. *Cuadernos de turismo*, 15, 27-43.
- BARRADO TIMÓN, D. (2011). Recursos territoriales y procesos geográficos: el ejemplo de los recursos turísticos. *Estudios Geográficos*, LXXII (270), 35-58.
- BERTONCELLO, R. (2002). Turismo y territorio. Otras prácticas, otras miradas. *Aportes y transferencias*, 6 (2), 29-50.
- BERTONCELLO, R. (2006). Turismo, territorio y sociedad. El mapa turístico de la Argentina. En A. I. Geraiges de Lemos; M. Arroyo; M. L. Silveira (Eds.), *América Latina: cidade, campo e turismo* (pp. 317-336). Buenos Aires: CLACSO-USP.
- BRITTON, S. (1991). Tourism, capital and place: towards a critical geography of tourism. *Environmental and planning, D Society and space*, 9, 451-478.
- CAMMARATA, E. B. (2006). El turismo como práctica social y su papel en la apropiación y consolidación del territorio. En A. I. Geraiges de Lemos; M. Arroyo; M. L. Silveira (Eds.), *América Latina: cidade,*

- campo e turismo* (pp. 351-366). Buenos Aires: CLACSO-USP.
- CALLIZO SONEIRO, J. (1991). *Aproximación a la geografía del turismo*. Capítulo. 3 España: Síntesis. 215 p.
- COHEN, E. (2005). Principales tendencias en el turismo contemporáneo. *Política y sociedad*, 42 (1), 11-24.
- HIERNAUX-NICOLAS, D. (2002) ¿Cómo definir el turismo? Un repaso disciplinario. *Aportes y transferencias*, 6 (2), 11-27.
- LOZATO GIOTART, J. P. (1990). Geografía del turismo. Capítulo 3. España: Masson S.A.
- MOSCOSO, F. V. (2013). El papel de los actores territoriales en la definición y configuración de modelos de desarrollo turístico. *VI Simposio de investigación y acción en turismo. XII Jornadas Nacional de investigación en turismo. "El turismo y los nuevos paradigmas educativos"*. CONDET. Ushuaia.
- NAVARRO, D. (2015). Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración. *Cuadernos de Turismo*, (32), 335-357.
- OTERO, A. (2000). Planificación y Manejo de Atractivos Turísticos Culturales. *VI Seminario Internacional de Arquitectura Paisajista. "Patrimonio Paisajista: Turismo y Re-creación"*. La Plata.
- URRY, J. (1996). La mirada del turista. Capítulo 1. Lima: Universidad de San Martín de Porres. *Serie turismo y sociedad*, 204 p.
- VARISCO, C.; CASTELLUCCI, D.; GONZÁLEZ, M. G.; MUÑOZ, M. J.; PADILLA, N.; CAMPLIETTE, L. Y BENSENY, G. (2014). El relevamiento turístico: de CICATUR a la planificación participativa. *VI Congreso latinoamericano de investigación turística*, Universidad Nacional del Comahue. Neuquén.
- VERA REBOLLO, F. (2006). Turismo y territorio. Realidades y retos para una nueva etapa, desde la sostenibilidad como referencia. Disponible en: http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/12457/4/LibroVerde_FERNANDO_VERA_2504.pdf.
- VEREDA, M. (2007). Análisis de la relación de Ushuaia con el turismo antártico desde su rol de puerta de entrada marítima. Una aproximación desde los indicadores socio-económicos para la temporada 2005/2006. *Actas VIII Jornadas Nacionales y II Simposio Internacional de Investigación - Acción en Turismo*, Universidad Nacional de Misiones, Posadas. 1-17.