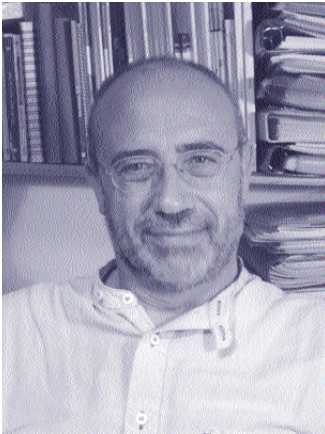


Recerca, TURISME I PATRIMONI



Les coses canvien a tota velocitat. La societat del coneixement s'imposa. El turisme assoleix noves dimensions, poc a veure amb el passat. Això és molt més que turisme. Milions i milions de persones es desplacen i interaccionen en les més diverses escales espacials i geogràfiques, i amb els més diversos objectius: esbarjo, vivències, des-

cans, aventura i cultura. Tots els mòbils generen activitat. Arreu, la poderosa indústria del turisme muta i tracta de perseguir el canvi.

Catalunya, ningú ho dubta, és una potència mundial en turisme. Durant decennis sol i sorra han pogut atreure milions de visitants i, en certa manera, el peatge ha estat dur. Àmplies àrees del nostre paisatge han quedat trinxades a causa dels abusos i la manca de planificació. Hom podria pensar que aquesta important indústria es va poder aixecar gràcies a estudis, projectes de recerca i innovació que van marcar el rumb de creixement. No ha estat així.

Encara avui les escoles de turisme estan lluny de la centralitat que haurien d'haver assolit en el sistema universitari català. Fóra lògic que la societat catalana donés prioritat i mimés la formació dels agents que han d'intervenir en una de les principals indústries del país, però això no passa. Tenim, per tant, una disfunció evident. A ningú se li escapa que els estudis de turisme, en un país econòmicament definit pel turisme, haurien de tenir un protagonisme diàfan. I el mateix respecte a la recerca. Hom podria pensar que a Catalunya es generen, de manera continuada, sabers i innovació respecte al turisme i, que els teòrics, investigadors i tècnics catalans són hegemònics en el sector i contribueixen a l'expansió mundial de les nostres empreses. Però res d'això passa. No hem estat capaços encara de generar ni recerca, ni innovació significatives per transformar el sector. Estem, per tant, en una situació perillosa.

Investigar per un turisme de futur

Si entenem el desenvolupament del turisme en un marc arcaïtzant de societat industrial decimonònica estem perduts. Restarem exposats a la "deslocalització" industrial i no

podrem competir amb segons quines ofertes de segons quins països. Cal situar el turisme en un context de societat del coneixement del segle XXI, buscar valors afegits que garanteixin sostenibilitat i desenvolupament del sector, i això passa per la recerca i la innovació. Cal que tant el sector públic com el privat siguin conscients que ha arribat l'hora d'investigar i innovar per construir un turisme de futur. Altres ho fan, i si perdem la carrera posarem en via morta una de les nostres principals activitats econòmiques. Tanmateix, tot i que sembli contradictori, les opcions de futur poden ser molt bones. Si posem imaginació i coneixement podrem aprofitar els nostres punts forts per animar el sector. Està clar que sol i platja seran importants, però caldrà guanyar en qualitat. El turisme de lleure i descans, i fins i tot lúdic, tindrà importància. Ara, però, el gran repte passa per aprofitar les nostres potencialitats culturals.

La cultura és un dels motors de la societat del coneixement. En el món d'avui milions de persones es traslladen en l'espai i busquen succedanis versemblants del viatge en el temps. El contacte i la interacció amb les més diverses societats i cultures del present i del passat i en els més diversos paisatges estan a l'abast de les persones. Gaudir en directe d'un paisatge o d'un entorn natural, visitar l'exposició d'un artista famós; viure un mercat exòtic o descobrir els enigmes d'espais i artefactes històrics; tipifiquen el nou turisme. Gairebé podem tocar la quimera humana del viatge en el temps i l'espai... El turisme cultural de qualitat serà, sens dubte, un dels motors econòmics del segle XXI.

En aquest nou escenari, Catalunya té unes potencialitats extraordinàries i cal estar preparats per desvetllar-les. El país compta amb un patrimoni natural i cultural extraordinari. Cal que aquest patrimoni es valori i es posi al servei de la formació i gaudiment de la ciutadania; però també és important que es consideri com un actiu econòmic que ha d'interaccionar amb les indústries culturals emergents i amb el turisme cultural.

Si volem ser competitius en aquests nous escenaris caldrà recerca i innovació. El turisme cultural a l'entorn del patrimoni configura un espectacular espai interdisciplinari en què hem de poder mancomunar els esforços d'investigadors de les més diverses àrees: turisme, gestió cultural, museografia, antropologia, realitat virtual i altres. Invertir en recerca en turisme cultural a l'entorn del patrimoni esdevé una oportunitat i una necessitat. La reordenació de la nostra indústria turística ha perdut molts trens al llarg de la seva història, aquest no el podem perdre. Res ha d'impedir l'èxit. ■

Francesc Xavier Hernández Cardona
 Director General de Recerca
 Generalitat de Catalunya