

## El turisme cultural al SITC: UN ESPAI PER A UNA REFLEXIÓ estratègica

*El turisme cultural com a fenomen organitzat, amb programes específics i actors especialitzats, comença a desenvolupar-se a casa nostra en els darrers anys com a conseqüència de l'evolució del propi mercat turístic. A mesura que el model tradicional de desenvolupament turístic comença a saturar-se, la pròpia indústria cerca alternatives que donin resposta a una demanda cada cop més exigent, segmentada i canviant*

A aquesta necessitat intrínseca d'expansió i diversificació del sector turístic cal afegir la creixent demanda procedent de les classes mitjanes urbanes, amb un alt nivell d'estudis, interessades en conèixer i experimentar quelcom especial, diferent de l'oferta turística massiva, amb contingut simbòlic, espiritual o històric. En aquest context, l'oferta cultural, en les seves múltiples expressions i realitats, esdevé un excel·lent destí per donar resposta a aquesta necessitat d'alternatives, noves experiències i diversificació.

L'oferta de serveis associats al turisme cultural pot anar de la visita a museus, monuments, edificis patrimonials, centres històrics, excavacions arqueològiques o parcs naturals -elements que conformarien el turisme patrimonial-, a la participació en totes aquelles manifestacions de la cultura tradicional (festes patronals, encontres folklòrics), les fires d'art, artesanía, discs o llibres, els festivals de cinema, teatre, dansa o òpera, o l'àmplia programació estable d'exposicions i representacions escèniques. Una extensa realitat d'ofertes independents que necessiten repensar-se des de l'òptica del turisme cultural. Per un cantó, poden ser utilitzats com a reclam principal o complementari per convèncer al turista de la conveniència de triar una ciutat o regió on passar uns dies de vacances, en especial quan aquest s'insereix en el sistema de reconeixement cultural del ciutadà occidental cultivat.

Tanmateix, cal tenir en compte que la missió de molts d'aquests serveis, sovint subvencionats per l'administració pública, no és només ser reclam d'un major dinamisme econòmic local sinó que se centra, fonamentalment, en la sensibilització i enriquiment cultural dels propis ciutadans. Així, si bé moltes institucions culturals veuen, en els ingressos procedents del turisme, una font de recursos que els permet cobrir els seus migrats pressupostos, cal no oblidar que

a través del mateix poden, així mateix, assolir millor la seva missió de difusió cultural.

Ara bé, cal ser més exigent amb els serveis que s'ofereixen, millorant l'atenció al públic propi i aliè, i millorar, notablement, les polítiques de promoció i comercialització dels productes dirigits als diferents tipus de públic. Cal que agents turístics i culturals comencin a parlar i a compartir les seves estratègies de desenvolupament. És en aquest sentit, la Jornada Tècnica que, per encàrrec del SITC, organitzem conjuntament l'Escola Universitària d'Hoteleria i Turisme CETT i els Cursos de postgrau en Gestió Cultural de la Universitat de Barcelona, pot ser un espai ideal per reflexionar conjuntament sobre la promoció de les rutes en el desenvolupament local, la relació entre cultura popular i turisme, la inserció dels museus i les exposicions en els circuits turístics, així com el paper dels agents turístics en el desenvolupament del turisme cultural a Catalunya. A continuació ens endinsarem en cadascuna de les quatre conferències sota la mirada dels seus ponents. ■



Lluís Bonet  
Director del Diploma de postgrau en turisme cultural de la Universitat de Barcelona