

El turisme cultural

UNA ACTIVITAT DE FUTUR

Durant els dos últims decennis, el turisme s'ha consolidat com una de les principals indústries a nivell mundial, superant sectors emblemàtics com el de l'automòbil o el del petroli. Sens dubte, és una de les activitats amb millors expectatives de creixement, segons totes les previsions d'organismes internacionals de l'àmbit econòmic i turístic.

El turisme és, i seguirà sent, una activitat econòmica d'especial importància, sobre tot per la seva contribució a la generació de riquesa i de llocs de treball, tant als països rics del primer món, com de manera molt significativa als països i zones en vies de desenvolupament.

A més a més, l'activitat turística contribueix de manera decisiva a mobilitzar els poders públics a invertir en infraestructures i en serveis públics en general. Trobariem exemples, a quasi tots els països, de regions i ciutats que s'han modernitzat i han augmentat el seu nivell de vida gràcies al desenvolupament turístic.

A casa nostra, a Catalunya, sense haver d'anar més lluny, el turisme és percebut amb especial interès pel conjunt de la societat, i ningú dubta de la seva gran importància com una de les activitats econòmiques més dinàmiques del país.

I dins d'aquest esperançador futur pel sector turístic, quin paper pot jugar el "turisme cultural"?

Personalment, crec sense por de ser titllat de guru de cap de setmana, que el triangle format pel turisme, la cultura i l'oci combinats adequadament es convertiran en una de les principals activitats econòmiques del nostre futur immediat. Hi ha suficients elements significatius en el nostre món (al menys en l'anomenat primer món), com pot ser la reducció de la jornada laboral i per tant una major disponibilitat de temps lliure, o l'increment i la millora del nivell de vida, així com la universalització de les comunicacions i de la informació, que ens permeten veure amb força optimisme el desenvolupament d'aquesta activitat econòmica anomenada "turisme cultural".

El turisme cultural ha sigut considerat tradicionalment des d'una triple vessant: com la superació del turisme més centrat en el consum i l'evasió, com a forma d'unir els pobles i com a motor de desenvolupament econòmic per a ciutats i pobles sense una oferta més clàssica de lleure i entreteniment. A Catalunya, per exemple, el turisme cultural és per-



cebut com una alternativa clara al turisme de masses més identificat amb el producte de "sol i platja". En un entorn canviant, on sens dubte s'espera una forta competència d'altres destinacions tradicionals de la Mediterrània, és bàsic crear productes diferenciadors i atractius que tinguin un valor evident al mercat.

I és en aquest punt, on el turisme cultural pot jugar un paper essencial, a efectes d'aconseguir aquesta singularitat envers la nostra competència més propera geogràficament.

Els turistes culturals

Les característiques dels turistes de productes culturals, acostumen a ser força diferents del turistes més tradicionals. Solen moure's de manera individual, acostumen a tenir un major poder adquisitiu i també són més exigents. Habitualment no és un "turista accidental", sinó que és algú que decideix i programa les seves vacances curosament, i en molts casos, els aspectes econòmics poden ser secundaris, no així la relació qualitat/preu. És un viatger especialment sensible amb la qualitat, amb l'exactitud de la informació rebuda i amb el paisatge i el seu entorn. Hi ha una frase que podria definir perfectament aquest tipus de turista i és la utilitzada per un touoperador nord-americà que deia als seus clients "sigueu intel·ligents, fins i tot per anar de vacances".

Per tant, totes aquestes característiques tan perfectament identificables en una gran majoria dels turistes consumidors

de productes culturals o si preferiu d'usuaris de turisme cultural, han de ser tingudes en compte a l'hora de definir els nostres productes turístics. En un món cada cop més globalitzat i amb una forta competència, és clau, com a pas previ per crear la nostra oferta diferenciada i singular, conèixer els gustos i necessitats dels clients als quals desitgem adreçar-nos.

De totes maneres, no voldria que les meves paraules s'interpretessin com una identificació exclusiva del turisme cultural amb una minoria elitista de la societat, sinó més aviat englobar en aquest tipus de turisme totes aquelles persones, sigui quina sigui la seva procedència, formació o nivell adquisitiu, que viatgen principalment per motivacions culturals; és a dir, amb un afany i una inquietud de conèixer noves cultures, assaborir les creacions de l'home, no només les obres d'art, els museus i els monuments, sinó anar més enllà i incloure en aquest coneixement el patrimoni paisatgístic, transformat també per l'home durant milers d'anys.

I és en aquest punt, la preservació del patrimoni, on hauriem d'aturar-nos per remarcar alguns aspectes.

El patrimoni i les seves facetes

És evident per tot el que hem dit fins ara, que hi ha una profunda relació entre el turisme, la cultura i el patrimoni. El patrimoni a l'igual que altres aspectes del nostre món ha sofert una gran evolució en aquests últims anys, superant el concepte tancat d'identificar-lo només amb els museus i monuments, per obrir-se a altres facetes menys conegudes com els costums i el paisatge.



El patrimoni, identificable com el resultat del nostre present i del nostre passat, juga un paper clau a l'hora de conformar la identitat pròpia dels nostres pobles i ciutats, donant-los una caràcter diferenciador adequat als objectius de singularitat i autenticitat buscats per la demanda.

En una situació de forta competència turística en l'àmbit mediterrani, és bàsic trobar uns productes diferenciadors i atractius pel mercat

Perquè això sigui possible, és fonamental tenir cura no només dels monuments més significatius, sinó dedicar també especial atenció a la imatge que s'ofereix als visitants a través de facetes com la neteja, la seguretat, una bona senyalització, una acurada il·luminació, així com una bona conservació dels parcs i jardins. Un altre element, que no es pot oblidar per atreure al visitant, són les activitats culturals complementàries, com el teatre, la música i els esdeveniments esportius.

Els nostres pobles i ciutats són en si mateixos, realitats úniques, constituint en aquest sentit ecosistemes ambientals irrepetibles. La cultura i el patrimoni s'han d'explotar amb autenticitat, reforçant les diferències per valorar-les i difondre-les oferint la més òptima qualitat.

Un aspecte fonamental pel desenvolupament del turisme cultural, és el fet de crear paquets i productes turístics ben concebuts i dissenyats, on la nostra història i les nostres tradicions tinguin un paper bàsic, deixant de banda els tòpics i estereotips que habitualment hem utilitzat i que, en molts casos, han deteriorat i desprestigiat la nostra imatge com a país. Crec que en aquest punt sobren els exemples d'un mal ús del nostre patrimoni com a eina de captació de turistes.

Voldria acabar reflexionant sobre un tema d'especial importància, com és el fet de fer compatibles els objectius de la política turística amb els de la política cultural, l'explotació dels recursos culturals i la seva conservació. A més a més, un ús adequat, fins i tot m'atreuria a dir un ús intel·ligent del turisme cultural, podria suposar la captació d'ingressos per la protecció del patrimoni, aconseguint en un escenari quasi idíl·lic, que el turisme ajudés significativament al finançament de la cultura.

No podem oblidar que l'aportació econòmica junt amb la conscienciació, són els dos elements més importants per la conservació dels béns culturals.

Es tracta, en definitiva, d'aconseguir un equilibri entre el patrimoni i el turisme, evitant la saturació turística i establint limitacions d'ús, a efectes de no hipotecar el patrimoni cultural heretat, que posaria en perill la sostenibilitat futura de tota l'activitat turística. □

Eugeni Osàcar Marzal