

Congreso sobre el turismo cultural

En Salamanca, histórica ciudad universitaria que compartió la capitalidad cultural europea con Brujas, se ha celebrado los días 5 y 6 de noviembre el *I Congreso Internacional del Turismo Cultural*, bajo los auspicios del Fondo Europeo de Desarrollo Regional, el Ministerio de Economía y la Secretaría de Estado de Comercio y Turismo de España, junto al Ayuntamiento de Salamanca.

El turismo cultural

¿Cuál es el objetivo de un congreso sobre «turismo cultural», en una capital cultural de una Europa que, entrando en el siglo XXI, está transformando sus instituciones políticas y culturales de cara a la integración total del continente? Con la finalidad de situar a España como destino cultural dentro de los mercados turísticos internacionales, el Gobierno español aprobó en julio de 2001 el Plan de Impulso al Turismo Cultural e Idiomático, dentro del cual se ubica la celebración de este *I Congreso Internacional* (www.turismo-cultural.org).

En palabras pronunciadas en el acto inaugural del Congreso por el Ministro de Economía, Rodrigo de Rato: «pretendemos con este I Congreso sensibilizar al sector turístico y cultural español sobre la importancia de trabajar en el desarrollo y promoción turística, llevando a cabo una serie de actividades imprescindibles: la estructuración de los recursos culturales como oferta turística y la sensibilización de todos cuantos están implicados en estos dos campos tan afines: la cultura y el turismo».

Las problemáticas del turismo cultural

Las distintas mesas del Congreso reflejaron con precisión los temas relevantes del turismo cultural en España, que van desde la necesidad del desarrollo regional hasta la creación de «nuevos productos turístico-culturales». Las problemáticas planteadas se centraron fundamentalmente en torno a la relación entre la práctica del turismo y los recursos culturales disponibles. También se habló de la necesidad de cooperación entre las administraciones públicas, las instituciones y las empresas para llevar adelante los distintos planes de desarrollo y promoción. Otras mesas plantearon la necesidad de desarrollar nuevas estrategias de turismo más centradas en el factor cultural, tales como las rutas e itinerarios culturales o la enseñanza del idioma castellano, y no tanto en el turismo clásico como el gastronómico o los destinos sol y playa.

También hubo mesas dedicadas a análisis más contextuales, como las actuales tendencias en el desarrollo de la demanda cultural europea o las nuevas técnicas de gestión y *marketing* que se están imponiendo en el campo del turismo cultural. Se dedicó, además, una sesión completa a la experiencia de la capitalidad cultural europea de Salamanca, cuyo balance prematuro está arrojando más críticas que elogios.

Lo cierto es que la mayor parte de las ponencias e intervenciones estuvieron impregnadas del conocido discurso proveniente del *marketing*, donde todo es producto, perfil del público objetivo y rentabilidad; y en el que las expectativas, misterios y experiencias que podría proporcionar el desplazarse a otros lugares quedan empaquetadas en un «producto turístico-cultural».

Los planes de dinamización del turismo cultural

Una de las sesiones más concurridas y a la que se prestó especial atención fue la dedicada a los «Planes de Excelencia y Dinamización del Desarrollo del Turismo Cultural», dado el nivel de implicación directa de distintos organismos públicos con el sector privado. En este sentido, la Secretaría de Turismo de España viene impulsando, desde 1996, diversos planes cuyo objetivo es el desarrollo del turismo cultural en destinos turísticos esparcidos por el territorio español. Rosario Lucas, Subdirectora General de Calidad e Innovación Turística, explicó a *TELOS* que estos planes son «instrumentos de cooperación entre la administración central, las administraciones autonómicas y las locales, para la mejora de la calidad de los destinos turísticos, buscando renovar aquellos que ya están maduros y han perdido la iniciativa o apoyando destinos turísticos emergentes». Por su parte, el Concejal Delegado de Turismo y Promoción de Empleo de Salamanca, David Prieto, aclaró que estos planes «deberían ser contemplados como una inversión y no como un gasto, ya que mejoran la calidad y la accesibilidad de los destinos turísticos, de los cuales Salamanca es ya un ejemplo de éxito».

El proyecto *Ecomuseo de los Pirineos* es otra de las iniciativas enmarcadas en estos planes, cuyo objetivo es «recuperar la historia y el patrimonio de los municipios del Pirineo aragonés», en palabras de Luis Estaún, Director de Turismo de la comunidad aragonesa. El proyecto contempla la descentralización de Aragón en 36 comarcas como un «elemento clave del desarrollo turístico», lo que facilitaría la «creación de distintos productos turísticos

unificados en una sola oferta».

Desde la perspectiva de la participación privada en los planes de desarrollo del turismo cultural, Martí Sabriá, Gerente de la Asociación de empresarios Costa Brava Center Hotels, comentó las distintas iniciativas llevadas a cabo en Cataluña en relación con la [desestacionalización] de los destinos turísticos y la articulación de redes de pequeños hoteles familiares, como dos estrategias fundamentales para alcanzar la máxima rentabilidad turística de la región.

Las características generales de estos planes son el protagonismo municipal, la cofinanciación de las administraciones y la fuerte participación empresarial. Sin embargo, durante la celebración del Congreso, han surgido dudas acerca del éxito de estos planes, planteadas por representantes de algunos ayuntamientos implicados en los mismos. Las dudas se centraron en la escasa inversión en recursos materiales y humanos por parte de la administración central, la duración de los planes y su incierta continuidad, dada la ausencia de una política global.

El camino de la lengua castellana

En el contexto de un Congreso con fuerte presencia de operadores turísticos y agencias de viajes, se pudo rescatar otro tipo de proyectos «más culturales y menos turísticos», tales como *El camino de la lengua castellana*, organizado por la Fundación Camino de la Lengua (www.caminodelalengua.com) y patrocinado por el Ministerio de Cultura español. La coordinadora general de este proyecto, Laura Malo, consultada por *TELOS*, definió esta iniciativa como «un camino que impulsa actividades culturales y turísticas a través del trazado de un nuevo itinerario cultural Europeo».

En una primera etapa, este proyecto, que ya cuenta con la [declaración de itinerario] de la Dirección de Educación y Cultura de la Comisión Europea, toma como hilo conductor la historia de la lengua castellana para unir distintas ciudades españolas (Silos, Valladolid, Salamanca, etc.) en un único recorrido turístico. En una segunda etapa, el proyecto intentará conectar estas ciudades con otras (Tetuán, Estambul, Salónica, Sofía...) que forman parte de la historia de la lengua castellana por la diáspora de las comunidades sefardíes expulsadas de España y la diseminación de nuestra lengua a lo largo de toda la región mediterránea.

Algunos interrogantes

Durante la celebración del Congreso se ha procurado conciliar la industria del turismo con el campo cultural bajo diversas fórmulas pero en torno a una misma lógica: vender paquetes turísticos con algún contenido de tipo cultural. Las dudas que surgen tienen relación con el concepto de cultura subyacente en estas políticas de desarrollo del turismo cultural, por un lado, y hacia quiénes están dirigidas, por otro.

En la *Carta Internacional de Turismo Cultural*, promulgada en el *Seminario Internacional de Turismo Contemporáneo y Humanismo* (Bruselas, 8 y 9 de noviembre de 1976, www.icomos.org/docs/tourism-es.html), se definió por primera vez el turismo cultural como «aquella forma de turismo que tiene por objeto, entre otros fines, el conocimiento de monumentos y sitios histórico-artísticos. Ejerce un efecto realmente positivo sobre éstos en tanto y en cuanto contribuye [para satisfacer sus propios fines] a su mantenimiento y protección. Esta forma de turismo justifica, de hecho, los esfuerzos que tal mantenimiento y protección exigen de la comunidad humana, debido a los beneficios socio-culturales y económicos que comporta para toda la población implicada».

Desde aquellos tiempos las cosas han cambiado mucho, pero también hoy las políticas turísticas y culturales siguen siendo fundamentalmente políticas sociales, aunque ahora se articulen dentro de un contexto europeo en el que los distintos Estados nacionales se van debilitando y sólo cumplen el papel de cofinanciadores de empresas privadas, donde los recursos públicos se recortan cada vez más y el patrimonio histórico-cultural comunitario se privatiza.

La pregunta necesaria es acerca del tipo de políticas que se intentarán impulsar: aquellas basadas en un mercado turístico que convierte a los ciudadanos en meros consumidores, o aquellas otras basadas en la capacidad de acceso al patrimonio cultural y natural como un recurso público común y compartido por todos.

Juan Calvi