



La Formación e Investigación en Turismo Cultural en España¹

Dr. Lluís Bonet i Agustí

*Director de Cursos de Postgrado en Gestión Cultural.
Universidad de Barcelona*

¹ Comunicación cedida por el autor al Portal Iberoamericano de Gestión Cultural para su publicación en línea en la sección Análisis Sectoriales: Estudio Compartido sobre "Turismo y Cultura", junio 2003.



1. PRESENTACIÓN

La presente ponencia descansa en la idea de que para consolidar el desarrollo del turismo cultural en España es fundamental invertir en la formación de sus distintos profesionales (de la cultura y del turismo), y en la investigación sobre las características y tendencias de los agentes y del mercado turístico-cultural.

En este sentido, la ponencia se inicia con un sintético análisis panorámico sobre las características del turismo cultural en España, en contraposición a otros segmentos del mercado turístico y otras regiones europeas, para a partir de aquí evaluar el desarrollo de la formación de sus profesionales. En este sentido se constata la absoluta necesidad de fomentar el conocimiento mutuo y el diálogo entre los actores del mundo del turismo con los que provienen del amplio mundo de la cultura. El desconocimiento y los mutuos recelos, fruto de una mala interpretación de los intereses respectivos, están en la base del precario desarrollo del turismo cultural en nuestro país.

Por otro lado, una de las consecuencias del bajo desarrollo académico de la formación turística general es la escasa investigación aplicada sobre el mismo, y en particular, sobre el ámbito del turismo cultural. En estas circunstancias es difícil la puesta en marcha de estrategias sostenibles de desarrollo del sector. La ponencia finaliza con algunas reflexiones y recomendaciones a los actores turísticos y culturales, y en particular, a las administraciones públicas responsables.

2. FORMACIÓN E INVESTIGACIÓN, PREMISAS PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO CULTURAL

Nadie duda del interés potencial de la oferta de turismo cultural de España, pero la falta de profesionales especializados y de investigación específica en este ámbito deja en manos de la buena voluntad y de la improvisación el desarrollo del sector. Además, el sector cultural ve en el turismo cultural más una fuente inesperada de ingresos que un público al que ofrecer contenidos específicos. Por otro lado, el sector turístico ve en las actividades culturales un complemento a su oferta de sol y playa, o una solución ante la crisis que se avecina. Sin embargo, el turismo cultural es algo más que la visita a museos y monumentos, la asistencia a espectáculos, o la participación a manifestaciones tradicionales.

Por esta razón es necesario diseñar y hacer viable nuevos productos en este ámbito, fortalecer empresas solventes, ofertar complementos turísticos de calidad a un precio razonable. Este es un reto que sin profesionales formados e investigación aplicada no es posible.

En España, el turismo cultural se desarrolla como consecuencia fundamentalmente de dos factores clave:

- a) La necesidad de diversificación del mercado turístico
- b) La creciente demanda de las clases medias urbanas, con un alto nivel de estudios, interesadas en conocer y experimentar algo especial, distinto de la oferta turística masiva, con contenido cultural simbólico, espiritual o histórico.

El turismo se ha convertido en una de las actividades económicas más importantes del cambio de siglo (aporta el 10% del PIB mundial), y es un indiscutible factor de desarrollo e intercambio humano. España recibió 49,5 millones de turistas en el 2001, según datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT), lo que le convierte en el segundo destino turístico mundial. De todas formas, el turismo se concentra funcionalmente (sol y playa), y territorialmente (en el litoral mediterráneo

y la Islas Canarias). Sin embargo, los recursos potenciales van mucho más allá de esta doble especialización sectorial y territorial.

La excesiva dependencia del turismo de sol y playa, y la crisis evidenciada a partir del 11 de septiembre de 2001, aconsejan la potenciación de destinos alternativos. Entre ellos sobresalen el turismo rural y el ecoturismo (con sus rutas, parques y áreas naturales, albergues rurales, etc.), y el turismo cultural. En el contexto particular de nuestro país, el turismo cultural propiamente dicho supone en estos momentos únicamente un 8% del total. De todas formas, se consolida como un producto con mercado propio, no solo como el principal atractivo del turismo urbano, sino como un elemento básico de la oferta de los diferentes destinos turísticos. Ahora bien, es necesario entenderlo en un sentido amplio, pues además de las visitas patrimoniales, incluye las rutas especializadas, la asistencia a eventos o la gastronomía, por ejemplo.

La creciente demanda de las clases medias urbanas en conocer y experimentar elementos con contenido cultural simbólico, espiritual o histórico distintos de la oferta turística masiva, está en la base del crecimiento del turismo cultural. De todas formas, esta demanda está asociada a valores simbólicos aprendidos en la escuela, que priman lo patrimonial o los referentes ligados a la historia y a la alta cultura europea. Así, pues, la imagen de España como oferta cultural en Francia, Alemania y el Reino Unido (nuestros principales mercados emisores) es buena, pero es menor a la tienen Italia, Grecia o Francia. Los dos primeros países no solo son vistos como las cunas de la civilización occidental, sino que han sido percibidas como lugares de encuentro con el arte y la luz del mediterráneo por muchísimas generaciones de artistas e intelectuales germánicos, bálticos y anglosajones. Por su lado, Francia no solo cuenta con la París, sino que se asocia el campo francés a la calidad de vida, la gastronomía y a la riqueza de catedrales y monumentos.

En este contexto, España cuenta con la visión romántica de la meridionalidad y la cultura andalusí, pero buena parte del patrimonio tangible e intangible de la

península ibérica no está entre los principales referentes de la alta cultura europea. Por ejemplo, hasta hace relativamente pocos años, Barcelona era vista más como una ciudad industrial, de visita poco apetecible, que como una urbe con más de 2.000 años de patrimonio y un distrito de estilo *art nouveau* único en Europa.

Para modificar el imaginario cultural de nuestros visitantes potenciales, es necesario traducir los recursos culturales existentes en producto y oferta turístico-cultural de calidad. En este sentido, es necesaria una buena coordinación entre el sector público y el privado, y entre el ámbito cultural y el turístico, para conseguir que el turismo pueda abrir horizontes a la cultura en lugar de ponerla en peligro. Por su parte, las organizaciones culturales pueden encontrar en el turismo no sólo una fuente de ingresos sino un nuevo espacio de difusión y enriquecimiento de la experiencia cultural.

3. LA OFERTA FORMATIVA EN TURISMO CULTURAL

Un análisis sobre la formación del conjunto de profesionales del turismo cultural no puede desligarse de la situación general de la formación de los profesionales turísticos en España, así como de la emergencia de formación específica en el ámbito de la gestión de instituciones y servicios culturales.

Por lo que se refiere a la formación turística, aunque en los años sesenta nuestro país fuera pionero en la creación de programas de formación en turismo, vinculados especialmente a centros privados, hasta hace únicamente cinco años no se reconocen oficialmente las diplomaturas universitarias en la materia. De todas formas, el proceso de adscripción de muchas escuelas privada a las universidades no siempre garantiza una formación de calidad, y mucho menos, la emergencia de equipos consolidados y proyectos de investigación serios sobre el sector. Por otro lado, no existe aun una Licenciatura en Turismo reconocida oficialmente, y mucho menos programas de doctorado específicos, hecho que dificulta el desarrollo académico del sector.

Ante esta situación surgen dos tipos de estrategias. Algunas universidades, como Girona, Alicante o Barcelona han creado títulos propios de Graduado Superior en Turismo (o Turismo y Deportes). Otras, como la Universidad Antonio de Lebrija, permiten acceder a una especialización en Dirección de empresas turísticas cursando de forma simultánea la Licenciatura en administración y dirección de empresas y la Diplomatura en Turismo; o bien en Lenguas aplicadas a las actividades turísticas, que combina la Licenciatura en filología inglesa y la Diplomatura en turismo.

Finalmente, proliferan todo tipo de cursos de postgrado o de especialización ofertados tanto desde las Escuelas Universitarias de Turismo como desde facultades con profesorado interesado en el tema: Geografía, Ciencias Económicas o Derecho, básicamente. A estos cursos pueden acceder tanto los diplomados en turismo como diplomados o licenciados procedentes de otras disciplinas académicas interesados en el tema.

Por lo que respecta a la formación de los gestores y administradores culturales, a finales de la década de los ochenta, se inicia en España la formación de postgrado en la materia. La Universidad de Barcelona será de pionera en el tema con la puesta en marcha del primer Master en gestión cultural, al que le seguirán la Universidad Complutense de Madrid o la de Valencia. Por otro lado, la Universidad de Deusto pone en marcha un programa de formación en el ámbito del ocio con especializaciones en turismo y en gestión cultural.

En lo que concierne específicamente al turismo cultural, no será hasta el año 2001 que se pone en marcha una oferta específicamente dirigida a la formación de los responsables de proyectos de turismo cultural. De nuevo, la Universidad de Barcelona, será pionera en este ámbito con el lanzamiento del Diploma de Postgrado en Turismo Cultural, curso que asentado en la metodología de la gestión de proyectos se ofrece asimismo en formato semi-presencial. Esta iniciativa pionera en el marco de la Unión Europea nace con el objetivo de dar respuesta a una necesidad de formación y de disponer espacios donde reflexionar y adquirir

instrumentos para llevar a cabo proyectos de turismo cultural. Necesidad compartida tanto por los profesionales del sector turístico como para los gestores culturales y del patrimonio. La Universidad de Barcelona presenta este curso como respuesta al reto de conseguir una formación de calidad, propiciar la formación y reciclaje de los profesionales en activo y, de forma paulatina, formar nuevas generaciones de profesionales. Este proyecto, surgido de la iniciativa y experiencia docente de los cursos de postgrado en gestión cultural, se ve reforzado con la participación de destacados especialistas del ámbito turístico y cultural, con la voluntad de propiciar un espacio colectivo y abierto de elaboración y reflexión. Junto a esta iniciativa consolidada, durante el curso académico 2002-2003, otras instituciones españolas ofrecen por primera vez cursos de formación a distancia en este campo.

El programa de la Universidad de Barcelona se estructura en tres partes: Marcos conceptuales, Estrategias de turismo cultural, y Gestión de proyectos de turismo cultural.

Marcos conceptuales (7 créditos)

Agentes, políticas y mercado cultural (2,5 créditos)

Agentes, políticas y mercado turístico (2,5 créditos)

Turismo y desarrollo cultural (2 créditos)

Estrategias de turismo cultural (5 créditos)

Políticas y estrategias internacionales de turismo cultural (1,5 crédito)

Estrategias y gestión de proyectos de turismo cultural (3,5 créditos)

Gestión de proyectos (8 créditos)

Planificación y gestión estratégica (2 créditos)

Gestión de recursos (1,5 créditos)

Metodología de diseño de proyectos de turismo cultural (1 crédito)

Prácticas o diseño de un proyecto de turismo cultural (3,5 créditos)

4. LA INVESTIGACIÓN EN TURISMO CULTURAL

En España, existe muy poca tradición de investigación aplicada al ámbito del turismo cultural. Esta ha estado hasta la fecha casi exclusivamente ligada a trabajos de consultoría realizados por encargo directo de las distintas administraciones públicas con intereses o responsabilidad en el tema. De todas formas, no existe ninguna consultora estrictamente especializada en la materia, y los diagnósticos presentados sobre la situación del sector, algunos de ellos de gran calidad (por ejemplo para TurEspaña o Turisme de Barcelona), compaginan la doble especialización personal (en cultura y turismo) de los expertos responsables.

Por otro lado, la mayor parte de trabajos o investigaciones aplicadas realizadas, son fundamentalmente estudios de público o planes de viabilidad encargados por grandes museos o sitios patrimoniales. Estudios que más allá de su aporte específico en relación al caso analizado, no permiten generalizar hipótesis o hacer avanzar el conocimiento científico en la materia. De todas formas, cabe destacar el trabajo emprendido por algunas administraciones territoriales, a medio camino entre la reflexión y la elaboración de estrategias, en pro del desarrollo del turismo cultural, como pueden ser el Camino de Santiago, el Club Cultura (animado por la Generalitat de Cataluña), las Ciudades Patrimonio de la Humanidad, etc.

Fuera del ámbito de la consultoría, algunos profesores universitarios, de disciplinas varias, se han especializado en investigaciones turísticas, aunque solo unos pocos se han interesado en la realidad del turismo cultural. La mayoría de ellos están hoy entre nosotros aquí en Salamanca en este Primer Congreso Internacional de Turismo Cultural.

Por su parte, los programas de doctorado en turismo, tal como se ha comentado, son aun muy escasos en España, y tratan marginalmente la realidad del turismo cultural. Entre ellos se puede citar:

- Programa de Doctorado en Planificación Territorial y Desarrollo Regional, Departamento de Geografía y Red Medamérica de la Universitat de Barcelona.

- Programa de Doctorado en Territorio y sociedad del Departamento de Geografía Humana de la Universidad Complutense de Madrid.
- Programa de Doctorado en Turismo y Sostenibilidad de la Universidad de Las Palmas.
- Programa de Doctorado en Derecho privado y derecho público y de derecho del turismo de la Universitat de les Illes Balears.
- Programa de Doctorado en Turismo de la Universidad Antonio de Nebrija, conjuntamente con la Organización Mundial del Turismo

En algunos de estos programas se están elaborando tesis sobre turismo cultural.

Finalmente, cabe citar las investigaciones desarrolladas por la red europea de educación en ocio y turismo, *European Association for Tourism and Leisure Education* (ATLAS), pues gracias a ella se dispone de trabajos comparados sobre la realidad del turismo cultural y su demanda en el Viejo Continente. La incorporación de investigadores y centros universitarios españoles en dicha red ha permitido incorporar casos españoles en las encuestas realizadas.

5. CONCLUSIONES

A lo largo de la ponencia se ha destacado el papel que debe jugar la formación de los profesionales para el desarrollo del turismo cultural en España. Por la propia naturaleza del sector, la formación debe caracterizarse por un enfoque abierto e interdisciplinar. En este sentido, se constata la absoluta necesidad de fomentar el conocimiento mutuo y el diálogo entre los actores del mundo del turismo con los que provienen del amplio y variado mundo de la cultura. El desconocimiento y los mutuos recelos, fruto de una mala interpretación de los intereses respectivos, están en la base del precario desarrollo del turismo cultural en nuestro país.

Por otro lado, difícilmente puede avanzarse en el desarrollo sostenible del sector del turismo cultural en España si no mejora la calidad y el número de investigadores y proyectos de investigación en la materia. Los actores públicos y

privados necesitan de un mejor conocimiento de las dinámicas del sector para planificar sus estrategias y consolidar un mercado potencialmente en expansión.

De todas formas, ante el diagnóstico de debilidad realizado sobre la situación de la formación y la investigación en turismo cultural en nuestro país, sería conveniente emprender acciones con el fin de:

a) Sensibilizar a los agentes públicos y privados sobre la necesidad de formación y profesionalización específica en turismo cultural.

b) Fortalecer las redes de cooperación interuniversitarias y la investigación transversal e interdisciplinar en este campo

c) Consolidar la internacionalización de los programas formativos con programas de becas específicos (como las de Turespaña, las becas MAE, del Ministerio de Educación, Cultura y Deportes).

La propia existencia de este Primer Congreso Internacional sobre Turismo Cultural organizado por TurEspaña es un buena muestra del empeño de las administraciones públicas en el fomento del sector, y una esperanza para el desarrollo de programas de calidad de formación e investigación en turismo cultural.