

Turisme cultural: situació actual i perspectives de futur

Publicat per [Interacció](#) [1] el 28/10/2013 - 11:06 | Última modificació: 12/08/2015 - 13:12



Us presentem dos llibres que analitzen el fenomen del turisme cultural des de diverses perspectives: els seus protagonistes i actors, les polítiques i estratègies per posar en valor els seus recursos o l'estructura i organització dels seus mercats. Les dues publicacions destaquen la necessitat d'aprofundir en el concepte de turisme cultural, el seu significat i definició operativa per millorar la seva gestió atès el gran protagonisme que ha adquirit el turisme cultural en els mercats internacionals. El turista és cada vegada més exigent i actiu, les administracions públiques i els propietaris privats han apostat per la recuperació i posada en valor del patrimoni cultural i s'ha creat una teixit industrial al voltant de la creació de productes específics en l'àmbit cultural que expliquen l'emergència d'aquesta tipologia turística a escala mundial.

El primer llibre, «[Turismo cultural](#) [2]», escrit per Manuel de la Calle i María Velasco, i coordinat per Juan Ignacio Pulido Fernández, es presenta en format de manual elaborat per acadèmics i experts en planificació i gestió del turisme cultural. Es divideix en nou capítols. El primer aborda qüestions conceptuals i de definició del terme, així com la relació entre els sectors turístic i cultural. El segon capítol, analitza la demanda de turisme cultural, es descriuen les principals característiques i tipologies dels turistes, es destaca la necessitat de segmentar la demanda i treballar amb grups d'interès específics i finalment, s'anticipa les principals tendències de la demanda de turisme cultural. Els capítols tres i quatre recullen els conceptes bàsics relacionats amb els recursos, infraestructures i esdeveniments culturals susceptibles de ser posats en valor turístic. S'hi centra l'atenció en els diversos tipus de recursos patrimonials que solen ser explotats com a productes turístics i s'hi proposen algunes eines per a la seva gestió. El cinquè estudia els actors que operen en l'ecosistema turístic cultural, així com les seves relacions, sinèrgies i divergències que, a la vegada, condicionen la capacitat d'aquesta indústria i el seu potencial accés als mercats. El sisè fa referència al producte turístic, a les claus del seu procés productiu, les característiques i categories d'aquests productes i a les accions i estratègies de comunicació i distribució. El setè investiga el paper que hi juga la cultura en la conformació de les destinacions turístiques i n'identifica quatre tipus bàsics: les ciutats històriques, les grans aglomeracions urbanes, les àrees rurals i els fronts litorals. El vuitè delimita i estudia l'organització i tipologies dels mercats turístics culturals i s'hi analitzen els canvis més importants que afecten a la seva operativa. Finalment, l'últim capítol fa referència a una nova gestió del turisme cultural basada en la integració i interdependència dels actors. S'hi fa referència a les estratègies que es poden implementar per fer front als reptes i conflictes que afecten a les destinacions turístiques culturals, a les polítiques públiques i a les xarxes d'actors.

El segon llibre, «[Turismo cultural y gestión de museos](#) [3]», dirigit per Javier de Esteban Curiel i coordinat per Victoria Eugenia Sánchez García, Arta Antonovica, neix del VII seminari de tardor "Turismo cultural y gestión de museos" organitzat per la Fundació Ciencias Sociales y Mundo Mediterráneo, la Universitat Rey Juan Carlos i l'Ajuntament de Benissa (Comunitat Valenciana) el 4 i 5 de novembre de 2011. Professors universitaris, gestors culturals i tècnics experts s'hi van reunir per reflexionar sobre les noves tendències en turisme cultural en general, i en els museus en particular.

El llibre adverteix que a l'estat espanyol i especialment a la Comunitat Valenciana el model tradicional de sol i platja s'ha substituït o combinat per un turisme més cultural on els visitants (nacionals i estrangers) volen gaudir



de les ofertes culturals que ofereix el país: castells, actes religiosos, gastronomia, concerts, museus, etc. En aquest context, el turisme cultural s'associa molt als museus, i atreu a turistes independents, ben formats, amb un alt poder adquisitiu i, a priori, genera importants impactes positius per a les ciutats i els seus negocis locals. Per això, segons els autors, la seva planificació ha de realitzar-se d'una manera molt acurada i amb una visió estratègica per satisfer millor a un turista cultural més exigent que busca experiències noves i diverses.

El llibre es divideix en dos grans apartats: un primer d'introducció al turisme cultural i la gestió de museus i un segon destinat a l'estudi de casos concrets. Al llarg dels diversos capítols s'ofereixen consells, idees i metodologies per a la gestió de productes i destinacions culturals. Els autors consideren que la gestió d'aquestes noves experiències culturals amb visitants locals, nacionals i internacionals, es pot considerar la base d'estudi d'un nou turisme cultural amb entitat pròpia que es manifesta en tot tipus d'atraccions culturals (museus, teatres, sales de concerts, galeries, etc) i que obre noves línies d'investigacions universitàries i acadèmiques.

Podeu consultar aquests llibres al [Centre d'Informació i Documentació](#) [4]

[Inicia sessió](#) [5] o [registra't](#) [6] per enviar comentaris

Etiquetes: polítiques públiques

Etiquetes: consum

Etiquetes: producte cultural

- [7]

URL d'origen: <https://interaccio.diba.cat/CIDOC/blogs/2013/10/22/turisme-cultural-situacio-actual-i-perspectives-de-futur>

Enllaços:

[1] <https://interaccio.diba.cat/members/interaccio>

[2] <http://cerle.vtlseurope.com:8098/lib/item?id=chamo:10909&theme=CERC>

[3] <http://cerle.vtlseurope.com:8098/lib/item?id=chamo:10908&theme=CERC>

[4] <http://cerles.diba.cat>

[5] <https://interaccio.diba.cat/>

[6] <https://interaccio.diba.cat/form/alta-comunitat>

[7] <https://interaccio.diba.cat/node/4377>