

“Una propuesta para desarrollar turismo rural en el municipio de Sombrerete: las rutas agro-culturales”

Nancy Diaz-Ramos¹ and Cristian Cordero-Gomez¹

¹Instituto Tecnológico Superior Zacatecas Occidente

February 24, 2019

Abstract

Abstract content goes here

Antecedentes

El turismo cultural constituye una forma de turismo que obedece a necesidades y motivos propios de los consumidores por lo que su de limitación es altamente subjetiva. Lo que es turismo cultural para unos (por ejemplo asistir a un concierto de rock) es turismo de ocio para otros. El reflejo académico de esta realidad es que no existe consenso en la literatura sobre los límites del concepto. McKercher y Du Cros(2002) subrayan que existen tantas definiciones como tipos de turistas, y atribuyen la ausencia de consenso a la juventud del sector y a la diversidad de productos existentes. Tanto el turismo como la cultura son conceptos cuyas definiciones dependen de la perspectiva de estudio o del tema de investigación. El turismo cultural, como reunión de ambos conceptos refleja esta complejidad (Richards, 2006b). En consecuencia, se encuentran en la literatura muy numerosas y dispares definiciones del concepto de turismo cultural . El interés por comprender qué es el turismo cultural y por analizar las nuevas formas de turismo cultural es por tanto todavía un reto intelectual y académico. Históricamente, sin embargo, se podría entender que todo turismo era turismo cultural. En Europa, el turismo cultural es una de las más antiguas y profundamente arraigadas formas de turismo aunque se trataba en aquel entonces de viajes largos con mucha interacción con la población local (de Cluzeau, 2000). Como es sabido, el ocio como motivo de viaje no se desarrolla hasta el siglo XX, siendo predominante del turismo cultural en Europa por la tradición y la riqueza de su patrimonio (Richards, 2006b). Pero la conexión entre turismo cultural y patrimonio histórico no es una relación necesaria y suficiente. Efectivamente a la luz de la literatura más reciente, una primera idea sobre qué es y qué no es turismo cultural es la no unívoca identificación entre turismo cultural y patrimonio (Park, 2010; Stylianou-Lambert, 2010; Spencer, 2010). Al igual que la cultura, el turismo cultural se refiere tanto al conocimiento como a la manera de vivir, a las prácticas. El turismo cultural se basa en elementos tangibles como los museos o el patrimonio, e intangibles como el estilo de vida, por lo que, como para cualquier otro tipo de turismo, se trata de una experiencia. Vidal (2002) habla de un “gozo itinerante”, un gozo intelectual y personal ya que el turista cultural incrementa su ego a medida que aprende y experimenta la cultura a descubrir. Richards (2001) señala que el cambio de sentido de cultura antiguamente entendido como conocimiento, a manera de vivir ha producido una ampliación del campo del turismo cultural. Si el turismo cultural se dirigía a un público cultivado y se refería a la “alta cultura”, es decir a las bellas artes principalmente, hoy en día, el turismo cultural es omnipresente y omnipotente. Richards (2001; 2006b) atribuye este cambio a una “culturización” de la sociedad, un incremento del nivel de educación conduciendo a un mayor consumo de productos culturales. (Mallor et al., 2013)

Información relevante

En la actualidad, el turismo cultural se ha convertido en un reto para muchos destinos por su atractivo y poder diferenciador. Su atractivo económico radica en varios aspectos: primero, a diferencia de otras formas de turismo y a pesar de que estudios recientes matizan esta dimensión del turismo cultural (Cuccia y Rizzo, 2011), existe un consenso alrededor de la idea que el turismo cultural no está tan sometido a la temporalidad o la moda, lo que constituye su principal fuerza (de Cluzeau, 2000; Fernández, Cervantes, Muñiz y Rodríguez, 2006). Además, el turismo cultural permite a las zonas del interior un desarrollo plural que les permite simultáneamente mantener su patrimonio y dinamizar la economía local (de Cluzeau, 2000; Fernández, Cervantes, Muñiz y Rodríguez, 2006; Shouten, 2006). Por último, debido a la multiplicación de los centros de interés, el turismo cultural es un mercado prospero que ofrece muchas posibilidades de desarrollo (de Cluzeau, 2000; Greffe, 2002) lo que da un carácter novedoso a la actividad turística (Donaire, 2002). Por tanto, los destinos, a través del desarrollo de actividades de turismo cultural pretenden mantener y conservar su patrimonio cultural, desarrollar nuevos recursos culturales y crear una imagen cultural (Richards y Munsters, 2010). Además de su atractivo económico, el turismo cultural es un área de estudio clásica en la investigación turística (Hugues, 1996; McKercher y Du Cros, 2002), pero que también es continuamente revisitado con propuestas conceptuales novedosas que tratan de explorar la diversidad de formas posibles de turismo cultural, poniendo en evidencia una dificultad existente para su delimitación (Choi, Ritchie, Papandrea y Bennett, 2010; Kolar y Zabkar, 2010) Además de este interés conceptual, metodológicamente no existe un consenso sobre la metodología de medición del turismo cultural (Richards y Munsters, 2010) lo que lo convierte en un tema de interés para investigadores debido a la posibilidad de introducir combinaciones de metodologías novedosas, tanto cuantitativas (Choi et al., 2010) como cualitativas (Park, 2010; Spencer, 2010; Hunter, 2010). (Musitu and García, 2004)

Características de como se medirá la cultura

Otro aspecto a estudiar en el marco del turismo cultural son las tipologías existentes, sin embargo, así como no existe una definición clara del turismo cultural tampoco ha existido, a lo largo de los últimos años, una relación de tipos ampliamente aceptada por lo que la taxonomía del turista cultural es un tema continuamente revisitado. En la tabla 1 se recoge una revisión no exhaustiva de las dimensiones reconocidas por la doctrina como de turismo cultural, realizada con el objetivo de demostrar la diversidad de las manifestaciones del turismo cultural, así como valorar las más habitualmente reconocidas. Así destacamos la importancia de los eventos y festivales, generalmente más asociados a ocios populares, y utilizados por los destinos, cada vez en mayor medida, para atraer a los consumidores. La promoción de los eventos y festivales en este sentido esta “cada vez más dirigida a objetivos sociales que económicos” (Mallor et al., 2013)

Operacionalización

Una forma de medir la cultura es:

- *Festivales
- *Clases de idiomas
- *Exposiciones de arte
- *Entretenimiento

*Festivales de folclore

*Abstracciones basadas en el patrimonio

*Museos

*Monumentos

*Desfiles históricos

*Parques

*Gastronomía

(Mallor et al., 2013)

References

Elodie Mallor, Martina González-Gallarza Granizo, and Teresa Fayos Gardó. ¿ Qué es y cómo se mide el Turismo Cultural? Un estudio longitudinal con series temporales para el caso Español. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 11(2), 2013.

Gonzalo Musitu and José Fernando García. Consecuencias de la socialización familiar en la cultura española. *Psicothema*, 16(2), 2004.