

Citar este artículo como: Valverde Roda, J.M. (2018). Una aproximación al concepto de turismo cultural. *Revista Utesiana de la Facultad Ciencias Económicas y Sociales*, 3(3), 46-54.

UNA APROXIMACIÓN AL CONCEPTO DE TURISMO CULTURAL

José Miguel Valverde Roda⁶
Universidad de Córdoba

RESUMEN: La actividad turística se conforma como una de las principales actividades socioeconómicas a nivel mundial, lo que sitúa al sector turístico como uno de los sectores con un mayor crecimiento desde un punto de vista social y económico. El turismo cultural se configura como una de las tipologías con mayor recorrido y más asentadas dentro del panorama turístico gracias, en parte, a las diversas categorías que dentro de ella encontramos.

Palabras clave: Turismo, cultura, turismo cultural, patrimonio.

ABSTRACT: Tourism is one of the main socio-economic activities worldwide, which places the tourism sector as one of the sectors with the greatest growth from a social and economic point of view. Cultural tourism is one of the most popular and well-established types of tourism thanks, in part, to the various categories within it.

Key words: Tourism, culture, cultural tourism, heritage.

⁶ Investigador del Departamento de Estadística, Econometría, Investigación Operativa, Organización de Empresas y Economía Aplicada de la Universidad de Córdoba. Autor para correspondencia: jvalverde@uco.es.

INTRODUCCIÓN

El turismo es uno de los sectores económicos que ha experimentado una mayor velocidad de crecimiento a nivel mundial en las últimas décadas (Brida *et al.*, 2011). La influencia del sector turístico está aumentando tanto en países desarrollados como en aquellos de desarrollo intermedio, donde la oferta de destinos económicos con una alta variedad de servicios y la posibilidad de realizar actividades turísticas en territorios vírgenes, están haciendo que el turismo se convierta en el principal impulsor de su economía (Ioannides y Debbage, 1998).

Dicha actividad económica ayuda a la creación de nuevas oportunidades que permiten la adaptación socioeconómica y cultural de las distintas regiones, con el objetivo de satisfacer la demanda e incrementar el nivel de atractivo frente a los turistas (Orgaz-Agüera y Moral, 2016). Para ello es indispensable, a raíz de lo mencionado por los autores anteriores, la colaboración entre los diferentes integrantes que constituyen la economía local, debido a que un aumento del número de conexiones entre los mismos va a desembocar en un crecimiento exponencial de la zona. Estas relaciones han de producirse tanto entre las comunidades y las instituciones públicas como privadas. En este sentido, el turismo toma un rol determinante dentro del desarrollo sostenible y normalizado, facilitando y ofreciendo ventajas al desarrollo de su actividad a todos los colaboradores turísticos.

De esta forma, y con la intención de salvaguardar los recursos, además de impulsar el desarrollo socioeconómico de las poblaciones locales en los destinos, es de especial importancia la promoción y comercialización, de forma sostenible, de los recursos culturales, naturales y patrimoniales los cuales poseen gran valor y riqueza (Castellanos-Verdugo y Orgaz-Agüera, 2013).

Al profundizar de forma más específica, teniendo en cuenta un enfoque local, la influencia del turismo se deja notar en tanto que provoca una mejora en la economía mediante la creación de puestos de trabajo, el aumento de ayudas gubernamentales para impulsar el sector, así como una mejor distribución de la renta. Todo esto da como resultado la mejora de las instalaciones, medios de transporte y otras infraestructuras necesarias para el desarrollo óptimo de este sector, lo que beneficia tanto a los turistas, que cada vez demandan más y mejores servicios, como a la población local, quienes se benefician de todo ello generando una mayor movilidad social (Gursoy y Rutherford, 2004; Dyer *et al.*, 2007; Gu y Ryan, 2008).

Siguiendo con esta línea de investigación, y para Jafari (2005), el desarrollo del sector turístico en un área geográfica provoca la aparición de una serie de beneficios económicos y socioculturales como empleos, educación, generación de divisas, posibilita la reducción de barreras lingüísticas, políticas

o religiosas, creación de infraestructuras o impulso de la cultura, además de fomentar el compromiso con el medioambiente.

Las nuevas tendencias del turismo, donde se está priorizando el aumento del número de viajes turísticos que se realizan al año, reduciendo la duración media de la estancia de estos, están demandando la oferta de nuevos productos turísticos (Orgaz-Agüera y Moral, 2016), los cuales han de permitir, además de visitar los clásicos destinos turísticos, el poder disfrutar de nuevas experiencias en contacto con la cultura y naturaleza local. Esto provoca una evolución hacia una nueva segmentación de los propios viajeros, como puede ser el caso del turismo temático, representado por el enoturismo, el oleoturismo o el turismo gastronómico, entre otros (López-Guzmán *et al.*, 2013). Por tanto, el turismo cultural se está convirtiendo en un recurso demandado por los nuevos turistas, siendo uno de los segmentos turísticos sujetos a una mayor tasa de crecimiento anual (Borg *et al.*, 1996).

El propósito de este trabajo es presentar un análisis sobre la situación actual de los estudios científicos existentes referentes al turismo cultural. De esta manera, y según López-Guzmán *et al.* (2013), se da respuesta a la necesidad que existe en los diferentes campos científicos de realizar una revisión periódica de la literatura existente y, por este motivo, son diversas las investigaciones en turismo que realizan revisiones de la literatura para conocer la situación sobre un tema turístico determinado (Chon, 1990; Weber, 2001; Harrill, 2004; Keating y Kriz, 2008; López-Guzmán *et al.*, 2013).

De esta forma, tras la introducción que se acaba de realizar, se presenta en un segundo apartado la revisión de la literatura en torno al turismo cultural, para continuar en un tercer epígrafe con las conclusiones y, en un último apartado, las referencias bibliográficas empleadas en este artículo.

TURISMO, CULTURA Y TURISMO CULTURAL

Antes de entrar en la conceptualización de lo que es la cultura, y consecuentemente, el turismo cultural, hemos de definir un concepto sin el cual sería prácticamente imposible llevar a cabo las conceptualizaciones mencionadas anteriormente. Es el caso del concepto de turismo, el cual ha ido evolucionando con el paso del tiempo. Así, haciendo un estudio diacrónico del concepto, Hunziker y Krapf, (1942: 21) definen el turismo como “conjunto de las relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio, cuando dichos desplazamientos y permanencias no estén motivados por una actividad lucrativa”. Posteriormente, Mathieson y Wall (1986:1) lo definen como “el movimiento de gente a destinos fuera de su lugar habitual de trabajo y residencia, las actividades realizadas durante su estancia en estos destinos y los servicios creados para atender sus necesidades”.

Aunque la definición que llega a la actualidad es la dada por la Organización Mundial del Turismo (OMT, en adelante) a raíz de la Conferencia sobre viajes y estadística llevada a cabo en Canadá en 1995, donde se definió el turismo como “el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocio y otros motivos, y no por motivos lucrativo” (OMT, 1995:2).

Desde su aparición del turismo como concepto se ha nutrido de una extensa literatura caracterizada tanto por estudios de diferentes áreas de conocimiento como por los puntos de vista de sus autores, existiendo definiciones sobre el turismo desde un prisma económico (Norval, 1936), sociológico (Maccannel, 1947) o histórico-social (Pimlott (1947).

De la definición brindada desde la OMT se pueden desprender unos elementos intrínsecos de la actividad turística (Orgaz-Agüera, 2014). En este sentido, el turismo se conforma como una mezcla de relaciones y fenómenos donde destaca un elemento dinamizador, como es el viaje, y otro elemento más fijo, la estancia. También debe de tenerse en cuenta temporalidad del desplazamiento, así como las actividades llevadas a cabo en el destino y que, por supuesto, la visita no se deba a fines de trabajo remunerado.

Entrando un poco más en el concepto de turismo cultural, resulta indispensable hablar previamente del concepto cultura, existiendo diferentes categorías en torno a él. Así, Tomlinson (1991) identifica tres categorías sobre el uso actual del término cultura: la primera de las categorías hace referencia a la cultura como un proceso de desarrollo de índole intelectual, espiritual y/o estético; la segunda de las categorías hace referencia a la cultura como una “forma de vida”; mientras que la tercera de las categorías la entiende como el conjunto de obras y prácticas de la actividad artística e intelectual.

Así, con el paso del tiempo, la acepción de cultura ha ido progresando hacia las dos últimas categorías expuestas líneas atrás, entendiendo por lo tanto la cultura como un proceso y como un producto.

La primera de las categorías muestra un enfoque socio-antropológico, el cual define la cultura como el valor intrínseco a través del cual la vida de una persona queda englobada en el marco de un determinado grupo social o comunidad (Clark, 1990). Por otro lado, el segundo de los enfoques define la cultura como el producto creado a partir de las acciones, tanto individuales como grupales, realizadas por artistas y otras grandes celebridades a lo largo de la historia (Richards, 1996). En este sentido, el turismo se conforma como parte importante de la creación de las manifestaciones culturales derivadas del consumo turístico (Cohen, 1988), por lo que podríamos asignar al turismo el rol de parte indispensable de la creación de la cultura como un producto.

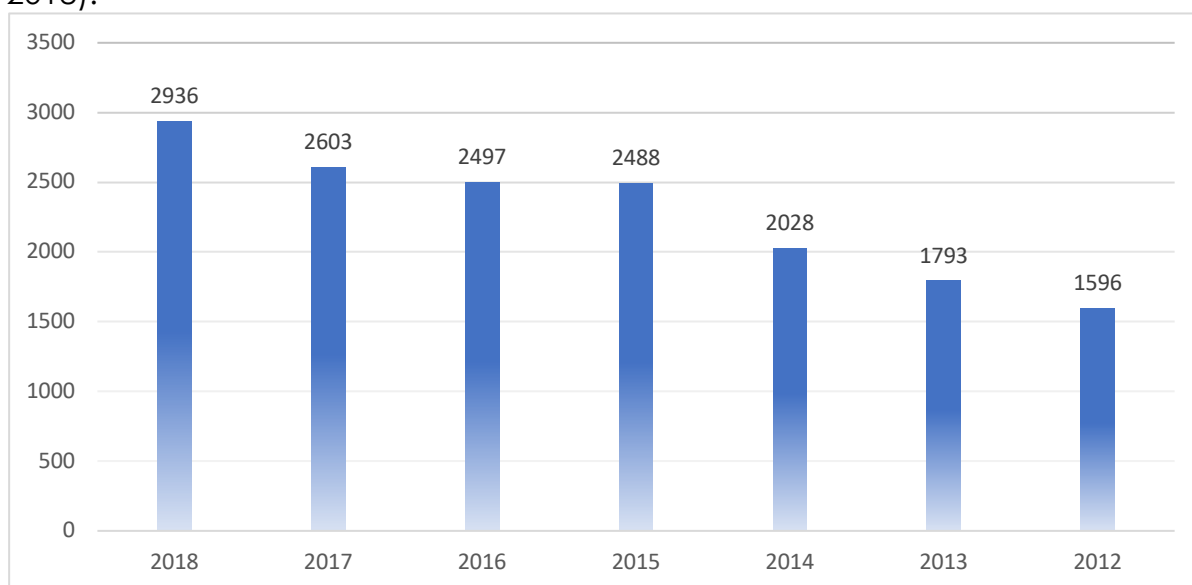
Así, una vez definidos turismo y cultura, estamos en disposición de ofrecer una conceptualización más certera de lo que es el turismo cultural. En este sentido, diversos son los conceptos dados sobre esta tipología turística.

De esta manera, McIntosh y Goeldner (1986) definen el turismo cultural como al conjunto de aspectos inherentes a los viajes, donde los viajeros son partícipes y aprenden sobre el patrimonio y la cultura, así como la forma de vida. Por otro lado, Wold (1984) define el turismo cultural como una tipología la cual adapta la experiencia turística desde una situación de inicio hacia una situación final sin tener un enfoque claro sobre la cultura específica.

Finalmente, Richards (1996) establece una definición de turismo cultural desde dos perspectivas: la primera de ellas, una definición conceptual la cual define el turismo cultural como la migración de personas hacia atractivos de índole cultural lejos de su residencia habitual con la intención de satisfacer sus necesidades culturales y de conocimiento; por otro lado, también se aborda una definición desde un punto de vista técnico, definiendo el turismo cultural como los flujos de personas hacia atracciones culturales (artísticas, artes, teatro, gastronomía, etc.) fuera del lugar habitual de residencia del turista.

De la última definición dada sobre turismo cultural se desprende que esta tipología no solo abarca el patrimonio material, sino que también pueden insertarse dentro de esta tipología actividades turísticas relacionadas con la religión, la gastronomía, los festivales y el patrimonio. Además, se observa un creciente interés en abordar las tipologías relacionadas con aspectos culturales, tal y como se observa en las dos siguientes gráficas.

Gráfica 1. Publicaciones sobre turismo cultural (*ScienceDirect*: Período 2012-2018).

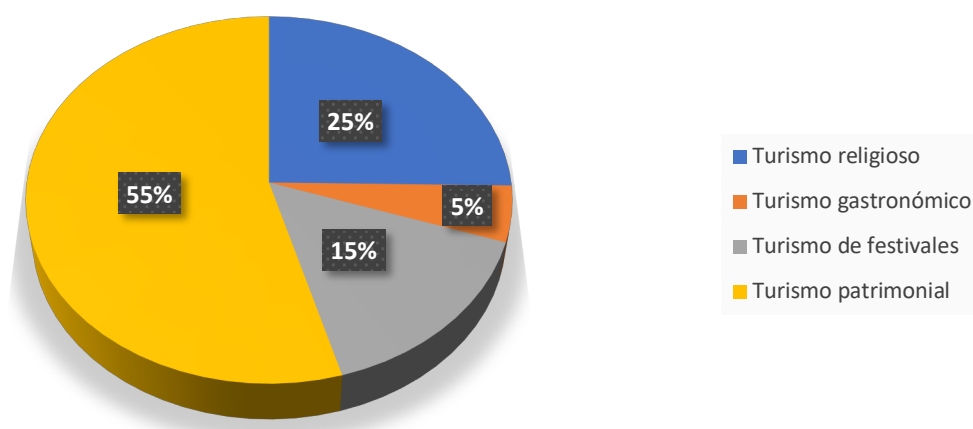


Fuente: Elaboración propia según *ScienceDirect*.

A raíz de la gráfica anterior puede observarse un incremento más que considerable de los artículos publicados sobre turismo cultural en la base de datos mencionada anteriormente. Cabe destacar el incremento de publicaciones desde 2012 hasta 2017, produciéndose un incremento del 63% en este período de tiempo, superándose las estimaciones para el año 2018 y previéndose una cantidad superior a las 3.000 publicaciones referidas a esta temática.

Por otro lado, en la segunda de las gráficas se observa en porcentaje las publicaciones de cada categoría atendiendo al total de publicaciones en el período de referencia anterior (2012-2018).

Gráfica 2. Aportación relativa de las categorías al turismo cultural (Período 2012-2018).



Fuente: Elaboración propia según *ScienceDirect*.

Se observa pues como la categoría con más peso en relación con las publicaciones son aquellas referidas al turismo patrimonial, con el 55% de los artículos, seguidos del turismo religioso (25%), turismo de festivales (15%) y, finalmente, el turismo gastronómico (5%).

CONCLUSIONES

El turismo se conforma como una de las actividades económicas principales, lo que le confiere una importancia a nivel mundial, situándolo en muchos países, sobre todo, en aquellos en vías de desarrollo, como su principal fuente de desarrollo socioeconómico.

El turismo se encuentra en un continuo dinamismo, lo que hace que las necesidades y motivaciones de los turistas estén en un cambio constante, yendo siempre en búsqueda de la satisfacción de sus necesidades, por lo que surgen así nuevas tipologías que dan respuesta a los turistas.

El turismo cultural es una tipología de largo recorrido y multidisciplinar, la cual puede abarcar diversas categorías de tipologías turísticas en ella. Así, podemos incluir en ella actividades relacionadas con la religión, la gastronomía o, como no, el patrimonio.

Conceptualmente hablando, la definición de turismo cultural tiene diferentes enfoques dependiendo del enfoque desde el cual se mire. Lo que queda claro es que, es una tipología que ha ido cambiando con el tiempo, adaptándose a los nuevos cambios que se producen hoy en día y abarcando más categorías tal y como se mencionó anteriormente.

En este sentido, y como futuras líneas de investigación, sería interesante llevar a cabo un análisis similar centrado en las otras categorías mencionadas, ya sea centrado en la gastronomía, los festivales o el patrimonio.

BIBLIOGRAFIA

Borg, J., Costa, P. y Gotti, G. (1996). Tourism in European heritage cities. *Annals of Tourism Research*, 23, 306-201.

Brida, J., Monterubbianesi, P.D. y Zapata-Aguirre, S. (2011). Impactos del turismo sobre los principales destinos turísticos de Colombia. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 9(2), 291-303.

Castellanos Verdugo, M., y Orgaz Agüera, F. (2013). Potencialidades ecoturísticas de la República Dominicana. *TURyDES. Revista Científica en Turismo y Desarrollo Local*, 6(14), 1-10.

Chon, K. S. (1990). The role of destination image in tourism: A review and discussion. *Tourism Review*, 45(2), 2-9.

Clark, J. (1990). Pessimism Versus Populism: The Problematic Politics of Popular Culture. En: Butsch, R. (ed.) *For Fun and Profit: The Transformation of Leisure into Consumption*. Temple University Press, Philadelphia, pp. 28-44.

Cohen, E. (1988). Authenticity and commoditization in tourism. *Annals of Tourism Research*, 15, 467-486.

Dyer, P., Gursoy, D., Sharma, B. y Carter, J. (2007). Structural modeling of resident perceptions of tourism and associated development on the Sunshine Coast, Australia. *Tourism Management*, 28, 409-422.

Gu, H. y Ryan, C. (2008). Place attachment, identity and community impacts of tourism – The case of Beijing Hutong. *Tourism Management*, 29, 637-647.

Gursoy, D. y Rutherford, D. G. (2004). Host attitudes toward tourism: An improved structural model. *Annals of Tourism Research*, 31, 495-516.

Harrill, R. (2004). Residents' attitudes toward tourism development: A literature review with implications for tourism planning. *Journal of Planning Literature*, 18(3), 251-266.

Hunziker, W. y Krapf, K. (1942). *Allgemeine Fremdenverkehrslehre. Geschichtliches über die gastgewerblichen Beherbergungsstätten*, Zürich: s.i.
Ioannides, D. y Debbage, K.G., (1998). *The Economic Geography of the Tourist Industry*. Londres: Routledge.

Jafari, J. (2005). El turismo como disciplina científica. *Política y Sociedad*, 42(1), 39-56.

Keating, B. y Kriz, A. (2008). Outbound tourism from China: Literature review and research agenda. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 15(1), 32-41.

López-Guzmán, T., Rodríguez García, J. y Vieira Rodríguez, A. (2013). Revisión de la literatura científica sobre enoturismo en España. *Cuadernos de turismo*, 32, 171-188.

MacCannell, D. (1947). *The Tourist: a New Theory of the Leisure Class*. London: Macmillan.

MacIntosh, R.W. y Goeldner, R. (1986). *Tourism: Principals, Practices, Philosophies*. New York: Wiley and Sons.

Mathieson, A. y Wall, G. (1986). *Turismo: Repercusiones económicas, físicas y sociales*. México: Trillas.

Norval, A.J., (1936). *The Tourist Industry*. London: Sir Isaac Pitman & Sons, Ltd.,.

OMT (1995). *Concepts, definitions and classifications of tourism statistics*. Madrid: Organización Mundial del Turismo (OMT).

Orgaz Agüera, F. (2014). *Análisis del ecoturismo en República Dominicana: Desarrollo Sostenible. El caso del Monumento Natural Saltos de la Damajagua*. Sevilla: Universidad de Sevilla. Tesis Doctoral.

Orgaz Agüera, F., y Moral Cuadra, S. (2016). El turismo como motor potencial para el desarrollo económico de zonas fronterizas en vías de desarrollo. Un estudio de caso. *El periplo sustentable*, 31.

Pimlott, J.A.R., (1947). *The Englishman's Holiday. A Social History*. Hassocks: The Harvester PressLtd.

Richards, G. (1996). *Cultural Tourism in Europe*. Wallingford: CABI.

Tomlinson, J. (1991). *Cultural imperialism: a Critical introduction*. London: Pinter.

Weber, K. (2001). Outdoor adventure tourism: A review of research approaches. *Annals of Tourism Research*, 28(2), 360-377.

Wold, R.E. (1984). Ethnic tourism, the state and cultural change in Southeast Asia. *Annals of Tourism Research* 11, 186-197.

Recibido: 09/10/2018

Reenviado: 14/10/2018

Aceptado: 15/10/2018

Sometido a evaluación de pares anónimo