



Nace el turista artista

Los viajeros participan en actividades artísticas en destino, interactuando con la cultura local

Por **Pilar Fuerte**

El turismo cultural da un paso más hacia la interacción y se convierte en turismo creativo, un segmento de nueva generación que, en palabras de Caroline Couret, responsable de Creative Tourism Network, "se caracteriza por la participación de los visitantes en actividades artísticas que les permiten descubrir la cultura local gracias a la experimentación, el aprendizaje o la representación". Orquestas y coros universitarios que ofrecen conciertos en las ciudades que visitan; aficionados al baile que recorren el mundo para participar en talleres; o familias que siguen cursos de cerámica o de cocina en su lugar de estancia para entablar contacto con sus habitantes, son sólo algunos de sus más variados perfiles. Pero todos con un elemento común: el interés por conocer y compartir las tradiciones culturales de un territorio viviéndolas en primera persona. El resultado es un turismo de calidad que permite diversificar la oferta, ofrecer oportunidades de negocio a los equipamientos y atraer proyectos creativos. Esta nueva demanda representa un peso económico creciente, además de contribuir al crecimiento personal gracias al en-



cuanto con otras culturas, e influir positivamente en la autoestima de las poblaciones receptoras, la transmisión del patrimonio inmaterial, el dinamismo del sector artístico y la imagen del destino. Esta nueva modalidad turística se está desarrollando en Barcelona, a donde de enero a noviembre de 2010 han llegado 14.000 personas exclusivamente para realizar alguna de estas actividades, con una estancia media de tres días, como destaca

Con un peso económico creciente, permite diversificar la oferta

Couret. En este sentido, añade, "los turistas creativos que nos han visitado en 2011 se han diversificado, de la misma manera que se diversifican las actividades que les ofrecemos: desde músicos jubilados de San Francisco que desean tocar en un club de jazz, hasta el coro de la Universidad de Princeton, que alquiló el Palau de la Música Catalana para ofrecer un concierto con temas de tradición local". Y es que la oferta musical, según explica la también representante de Barcelona Turismo Creativo, "es una de las más solicitadas", aunque el público es cada vez más generalista, por lo que "crece el éxito de las actividades para neófitos, como clases de iniciación al baile, cocina, cerámica, talleres de can-

to, etc; y de una duración compatible con una estancia de cinco días". Paradójicamente el único punto en común de todos ellos es que quieren sentirse únicos, ser activos e independientes, además de exigir autenticidad en los contenidos. Por ello, "es imprescindible una estrecha colaboración con el sector artístico y cultural del destino para ser creativos y adaptar la oferta a sus necesidades". Estadounidenses y escandinavos son los clientes más asiduos. ■

Una red Internacional

Barcelona, pionera en el diseño y comercialización de esta nueva oferta turística desde 2006, también ha impulsado la creación de la Red Internacional para la Promoción del Turismo Creativo (Creative Tourism Network), con el fin de "proponer destinos con potencial y propuestas para atraer a estos visitantes, independientemente de su perfil, importancia demográfica o proyección turística previa", según afirma su responsable, Caroline Couret. París y Roma, además de la Ciudad Condal, ya pertenecen a ella, a la que este mes se sumarán nuevos miembros en España, Reino Unido y Portugal para desarrollar los flujos turísticos entre ellos.