



KULTURA ETA TURISMOA



Kulturaren
Euskal Behatokia
Observatorio Vasco
de la Cultura



EUSKO JAURLARITZA
GOBIERNO VASCO

KULTURA ETA HIZKUNTZA
POLITIKA SAILA

DEPARTAMENTO DE CULTURA
Y POLÍTICA LINGÜÍSTICA



KULTURA ETA TURISMOA

Aurkezpena 3

Testuingurua:
TURISMOA EUSKADIN 4

1. EAEK LEHIAN DUEN LEKUA 4
2. EUSKAL TURISMO-EREDUA 6
3. KULTURA ESTRATEGIA TURISTIKOETAN 12

TURISMO KULTURALA ETA SORMENEZKOA 15

4. TURISMO KULTURALAREN ALDEKO NAZIOARTEKO APUSTUA 16
5. JOERAK ESKARIAN ETA ESKAINTZAN 19
 - 5.1 Joerak eskarian 19
 - 5.2 Joerak eskaintzan 21

ERRONKAK ETA ESTRATEGIAK 24

6. ERRONKAK 24
 - 6.1 Masifikazioaren kontrola 24
 - 6.2 Inpaktu ekonomikoaren eta inpaktu sozialaren arteko desoreka 25
 - 6.3 Urtarotartasuna konpentsatzea 26
 - 6.4 Ondare garaikidearen balioa azpimarratzea 26
 - 6.5 Kontakizun baten eraikuntza 26
7. EREMU ESTRATEGIKOAK 27
8. JASANGARRITASUNAREN GARRANTZIA 29

LABURPEN MODUAN 32

BIBLIOGRAFIA 34

ERANSKINAK 36



Aurkezpena

Kulturaren Euskal Behatokiak, lehenengo aldiz, kulturaren eta turismoaren arteko harremanaren analisiari eskaini dio azterketa bat. Behatokiaren azterketa kualitatiboen artean kokatuta dago eta estatistiketako datuen bidezko begirada enpirikoa eta turismo kulturalaren kontzeptuari buruzko gogoeta konbinatzen ditu, baita turismoaren eta kulturaren arteko norabide biko harremanaren inguruan dauden estrategiei eta erronkei buruzko gogoeta ere.

Turismoaren Mundu Erakundeak (TMEk) honela definitzen du turismo kulturala: bisitariaren motibazio nagusia helmuga turistiko bateko produktu eta erakargarri kultural ukigarriak eta ukiezinak ikasi, deskubritu, esperimendu eta kontsumitzea den turismo-jarduera mota.

Badira urteak turismo kulturala gorantz doan turismo-mota gisa sortu zela eta, ondorioz, TMEk bi helburu orokor ezarri ditu eremuan: batetik, arduratsua, integratzailea eta jasangarria izatea, toki-komunitateen garapen sozioekonomikoari laguntzea eta haien ongizatea hobetzea; eta, bestetik, helmugaren nortasun kulturala aberasten eta kontserbatzen laguntzea, bisitarien eta harrera-komunitatearen arteko truke transkulturalak bultzatzea eta kultura-ondarea sustatzea eta babestea. Ildo horretan, turismo kulturalaren defentsa bai lurralde baten turismo-eskaintza handitu eta indartzearekin bai turismo-ustiapeneko eredu jasangarriagoak defendatzearekin lotu da.

Azterketaren azken xedea ez da kultura bisitari gehiago harrapatzeko erakargarri turistiko gisa erabiltzea, baizik eta kulturak ere turismoari onura ateratzeko baterako estrategiak proposatzea. Helburua da datozeneko proiektu kulturalak eta sormenezkoak, sarritan ohiko zirkuituetatik kanpo daudenak, ezagutzea eta zer garen kontatzen duten eta sormen-ehunean eragin onuragarria daukaten esperientzia jatorrak bizitzea. Ildo horretan, garrantzitsua da galdera hauetaz gogoeta egitea: nola ikusten dugun geure burua, zerk definitzen gaituen eta zer helarazi nahi diegun gure nortasunari buruz bisitatzerako datozkigunei. Herrialde gisa azaltzen gaituen kontakizun bat eraiki behar da, eta esparru sinboliko hori estrategia eta produktu turistiko zehatzetara eraman. Nabarmendu nahi dugu garrantzitsua dela fenomeno horrek herri gisa geure buruaz daukagun irudia atzera elikatzen duelako, turistek helarazten diguten irudiaren bitartez.

Txostenean, bi alderdiren arteko dialektikari buruz gogoeta egingo da: batetik, zer garen eta zer izan nahi dugun eta, bestetik, nola ikusten gaituzten eta zer bihurtzen gaituzten. Turismoaren eta kulturaren arteko loturan, begirada kanpotarrak toki-nortasunean daukan eragina funtsezko elementua da eta aurretiaz hausnartzea eta bisitatzen gaituztenei helarazi nahi diegun kontakizuna eraikitzea eskatzen du.

Horretarako, lehen atalean EAEko turismoa testuinguruan jartzen da, lehian duen lekua, euskal turismo-ereduaren ezaugarri nagusiak eta Euskadiko turismo-estrategietan kultura dagoen egoera aztertzen dira.

Bigarren eduki-blokean, turismo kultural eta sormenezkoaren gakoak aztertzen dira, haren definizioa zehaztuz, turismoa nazioarteko eskalan indartzeko eta garatzeko mugari nagusiak berrikusiz eta eskaintza eta eskari turistikoaren egungo joerak aztertuz.

Hirugarren blokean, turismo-sektoreak egun dauzkan estrategiak eta erronkak aztertuko dira, baita kultura-eremuarekin duen lotura ere, hobetu daitezkeen elementua delakoan. Gainturismoa, haren inpaktuen desoreka, urtarokotasuna, jasangarritasuna eta beste kontu asko ezinbestekoak dira turismo-sektorean eta kultura-sektoreak ekarritako potentzialtasunei esker hobetu daitezke. Proposamen moduan, hirugarren blokean gai hauei buruzko gogoeta bat sartu da: zer kontatu nahi diegun geure buruaz bisitatzen gaituztenei, gure kulturaren eta gure nortasunaren zer alderdik identifikatzen gaituzten eta zer asmo dugun Euskadi bisitatzen duten turistek bidaiaren ondoren daramaten imajinarioa eraikitzeari dagokionez.



Testuingurua:

TURISMOA EUSKADIN

Lehenik eta behin, turismoaren eta kulturaren arteko harremanak arakatzen dituen azterketa hau testuinguruan sartzeko, Euskadiko turismoaren egoera aztertu da.

Turismoa Espainiako jarduera ekonomikoko sektore nagusietako bat da. Autonomia-erkidego bakoitzean duen pisu erlatiboa desberdina da, baina, hala ere, estatu osoan, turismoak BPGd-ren % 12,2 dakar¹ eta ekonomiako enplegu guztiaren % 12,1 sortzen du.

Pandemiak sektorean izan duen inpaktu nabarmena gorabehera, EAEk jada gainditu du bere turista-errekor historikoa, 2022an 4 milioi bisitari baino gehiago izan baitzituen; alegia, 2019ko turista-kopuruari % 10 gehitu zitzaion.

Pandemiaren ondorengo suspertze turistikoa garrantzitsua da hazkunde ekonomikorako, baina ezin da kosta ahala kosta sustatu: masifikazio turistiko potentzialaren ondoriozko kanpo-efektu negatiboek buruz hausnartu behar da. Agertoki horretan, kulturaren eta turismo kulturalaren zeregina turismo-jarduera jasangarriaren foku bihurtzeko daiteke.

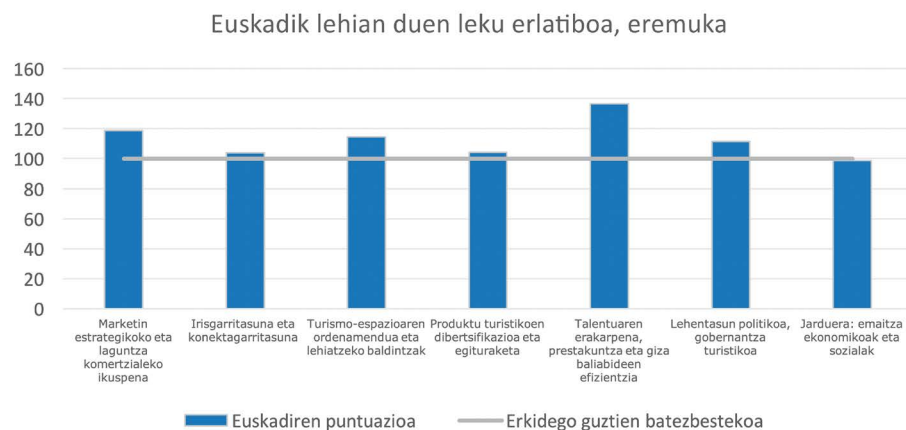
Euskadiko turismoaren egungo egoerara hurbiltzeko, lehenik eta behin, beste erkidego batzuekin erkatuta lehiari duen lekua labur aztertu da eta egungo turismo-ereduaren ezaugarri nagusiak berrikusi dira. Bigarrenik, nagusi den turismo-ereduaren ezaugarri nagusiak aztertu dira.

1. EAEK LEHIAN DUEN LEKUA

Euskadiko turismoaren egoera gainerako autonomia-erkidegoekin erkatuta testuinguruan sartzeko Monitur tresnako datuak hartu dira erreferentziatzat. Tresna hori Excelturrek bultzatu du, erkidego bakoitzaren turismo-eskaintzak lehiari duen lekua baloratzeko. Lau edizioen ondoren, Moniturren azken bertsio eskuragarria 2018koa da eta 82 adierazleren bidez erkidego bakoitzaren posizionamendu konparatiboa ebaluatzea ahalbidetzen du, 7 euskarri bereizitan: marketin estrategikoko eta laguntza komertzialeko ikuspena; irisgarritasuna eta garraiobideen bitarteko konektagarritasuna; turismo-espazioaren ordenamendua eta lehiarako baldintzak; produktu turistikoen dibertsifikazioa eta egituraketa; talentuaren erakarpina, prestakuntza eta giza baliabideen efizientzia; lehenetsun politikoa eta gobernantza turistikoa; eta jarduera (emaitza ekonomikoak eta sozialak). Konparazio horren amaierako helburua da eskualdeetako turismo-politikak bideratu ahal izatea.

1. 2022ko datuak, Bikaintasun Turistikorako Aliantzaren (Exceltur) Perspectivas turísticas txostenean argitaratuak.

1. grafikoa: Euskadik lehia duen leku erlatiboa, eremuka



Iturria: Monitor, 2018²

Hain zuzen ere, EAE da ranking globaleko lehen erkidegoa, turismoaren garapen jasangarriari eragiten dioten ia eremu guztietan batezbestekoaren gainean dago eta. Ikuspegi estrategikoarekin eta marketin-planaren sendotasunarekin, ingurumen-konpromisoarekin, espazio publikoen erakargarriarekin, hondartzen eta beste elementu natural batzuen balioa nabarmentzearekin, giza kapitalaren zuzkidurarekin, etengabeko prestakuntzarekin eta berrikuntzarako pizgarriekin lotutako adierazleetan gailentzen da bereziki.

Turismo kulturalari dagokionez, lehiakortasuna produktu turistikoaren eskaintzaren dibertsifikazioa ebaluatzeko euskarrian biltzen da. Turismo kulturalarekin lotutako analisiak oinarri hartzen dituen datuak, nagusiki, gizadiaren ondare gisa edo kultura-intereseko ondasun gisa aitortutako ondare-elementuekin lotuta daude, baita museoetarako bisitei buruzko datuekin ere.

Beste erkidego batzuekin erkatuta, EAEk ondare-ondasun gutxiago dauzka aitortuta. Horrela, Unescok gizadiaren ondaretzat jotako ondasunei dagokienez, estatu osoan aitortutako 49 ondasunetatik bat dauka EAEk, Bizkaiko Zubia. 2006an izendatu zuten eta 2015eko Donejakue bideen zati da, alegia, hasierako bidetik hedatutako ibilbideen zati.

Kultura-intereseko ondasunei begira, EAEk 374 ondasun dauzka eta, hala, estatu osoan 14. tokian dago; Andaluzia, ordea, 8.233 ondasunekin gailentzen da.

Museoetako bisitarien kopuruari dagokionez, EAE zortzigarren lekuan dago, 2.996.516 bisitarirekin. Madril eta Katalunia rankingaren buruan doaz, 13 milioi eta 11 milioi bisitarirekin, hurrenez hurren, gainerako erkidegoetatik oso urrun.

Oro har, hauek dira EAEn **lehiarako abantailak**: marketineko ikuspena, irisgarritasuna eta konektagarritasuna, turismo-espazioaren ordenamendua, talentuaren erakarpene, prestakuntza eta giza baliabideen efizientzia, lehetasun politikoa eta berrikuntza eta kudeaketa turistikoa eta ostatu-plazako diru-sarrerak. Produktu turistikoaren dibertsifikazioari eta egiturari dagokienez, EAE ondo posizionatuta dago horniduradun hondartzen balioa nabarmentzean, azoka eta kongresuetara bertaraten diren atzeritarren inpaktu ekonomikoan, parke naturalen balioa nabarmentzean, bide berdeen garapenean, turismo gastronomikoan, turismo enologikoan eta *shopping*erako turismoan.

Lehiarako desabantailak direla-eta, ordea, honako hauek azpimarra daitezke: helmuga turistikoetako jende-pilaketa, hondartzen ingurumen-kudeaketa, segurtasun-maila, aurrekontu-ahalegina, turistaren gogobetetasuna eta biztanleko diru-sarrerak. Produktu turistikoaren dibertsifikazioari eta egiturari dagokienez, analisiak desabantailatzat jotzen ditu kalitate ziurtatuko hondartzak, turismo nautikoa eta, batez ere, kultura-intereseko ondasunak (14. tokia).

2. Adierazle bakoitzeko emaitzak indize batean aurkezten dira eta indizearen 100 balioak autonomia-erkidego guztien batezbestekoa adierazten du.

2. EUSKAL TURISMO-EREDUA

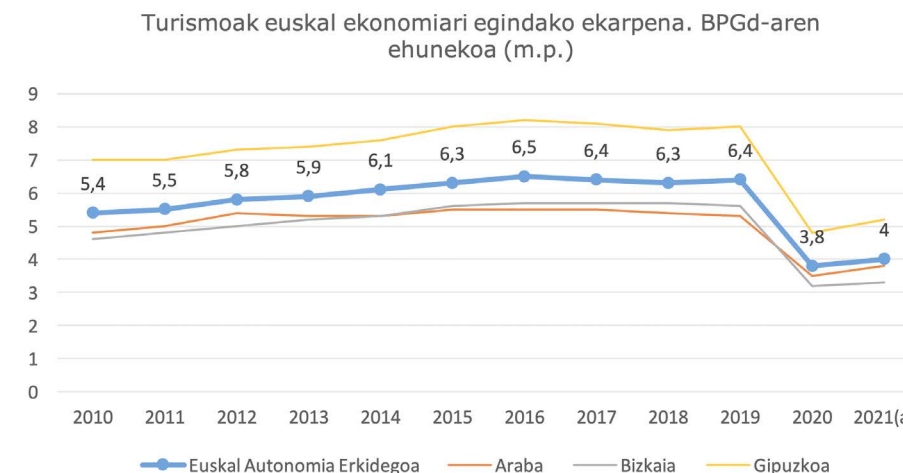
Jarraian, euskal turismo-eredua definitzen duten ezaugarriak azpimarratzen dira:

1	Turismoa jarduera ekonomikoaren funtsezko sektore gisa
2	Turisten jatorria eta profila
3	Aurpegi askotako eskaintzak erakarritako turista-moten dibertsitatea
4	Turisten jarduera Euskadin
5	Hirien zentraltasuna
6	Gastronomia funtsezko faktore bereizgarri gisa
7	Esperientziaren balorazioa

1. Turismoa jarduera ekonomikoaren funtsezko sektore gisa

Turismoa jarduera ekonomikoko funtsezko sektore bat da Euskadin. 2. grafikoan ikus daitekeenez, pandemia heldu arte, turismoak Euskadiren BPGd-ari egiten zion ekarpena pixkanaka handitzen joan zen, 2019an izan zuen % 6,4raino. COVID-19aren helduerak turismo-jarduera geldiarazi zuen arren, 2022an bisitariei eta biztanleko gastuari dagokienez izandako berreskurapenak itxaropen berriak ekarri ditu.

2. grafikoa: turismoak euskal ekonomiari egindako ekarpena (BPGd-aren ehunekoa). 2010-2021eko denbora-bilakaera

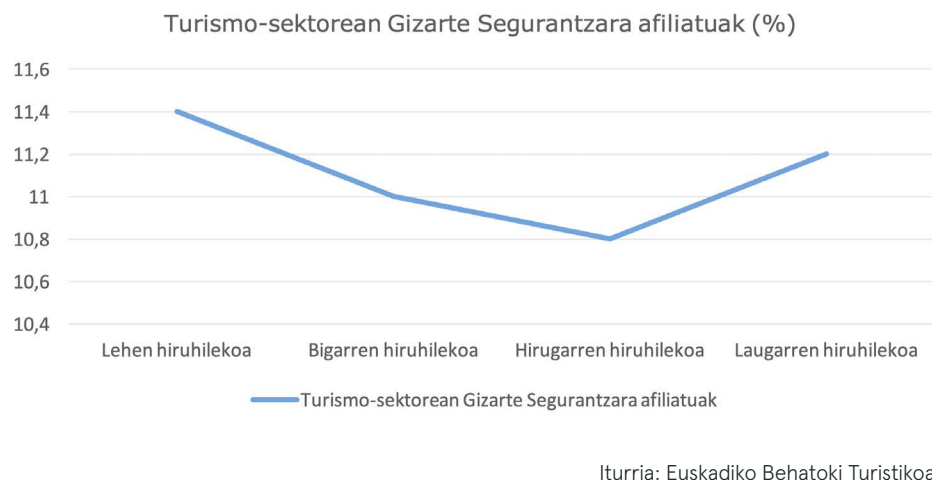


Iturria: Euskadiko Behatoki Turistikoa

Gaur egun, turista bakoitzak, batez beste, 603,18 €-ko inbertsioa egiten du Euskadirako bere bidaiaetatik. Kontuan izanik Euskadiko batez besteko egonaldiak 4,4 egun irauten zuela 2022ko udan, horrek esan nahi du pertsona bakoitzak egunean 137 € gastatzen dituela. Gainera, nabarmentzekoa da **gastronomiako, kulturako eta aisialdiko jarduerak** sortzen dutela gastu handiena.

Enpleguari dagokionez, Euskadin Gizarte Segurantzarako afiliazioen % 11, gutxi gorabehera, turismo-sektorearekin lotuta daude.

3. grafikoa: EAEko turismo-sektoreko Gizarte Segurantzarako afiliazioak, afiliatuen guztizko kopuruari dagokionez



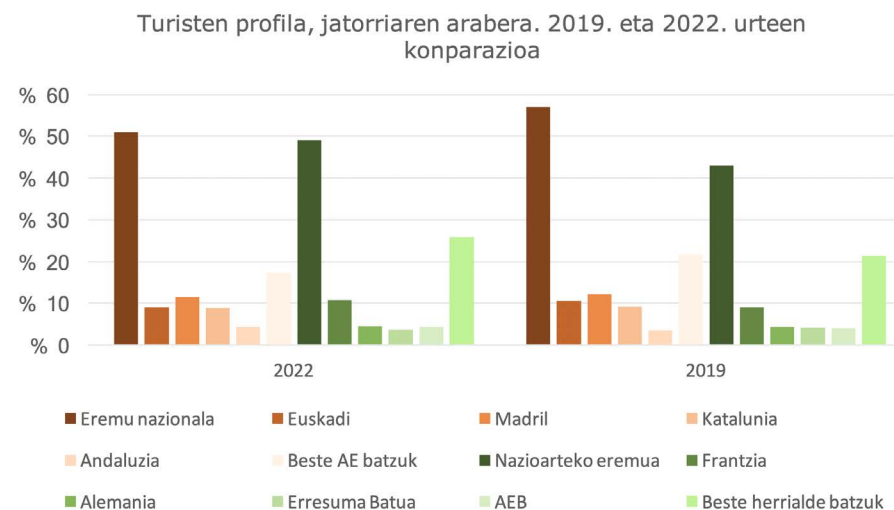
2. Turisten jatorria eta profila

Estatistika turistikoek bidaiatzeko funtsezko bi arrazoi bereizten dituzte: aisia eta lana. Espero izatekoa denez, aisiagatik bidaiatzen duten turisten ehunekoa lanagatik bidaiatzen dutenena baino askoz altuagoa da. Ildo horretan, aisiarekin lotutako motibazioek, zeinek barne hartzen baitituzte josteta, ahaideei eta lagunei egindako bisitak, erosketetarako turismoa, erlijio-turismoa eta abar, 2022ko udan Euskadi bisitatu zuten turisten % 89 biltzen dituzte eta lanarekin lotutako motibazioek, aldiz, gutxi gorabehera % 6 hartzen dituzte, Euskadiko Behatoki Turistikoaren datuen arabera.

Euskadi aisiagatik bisitatu zuten turistak zehazkiago aztertuta, 4. grafikoak Euskadi 2022an eta 2019an bisitatu zutenen jatorriaren konparazio bat erakusten du. Bertan, ikus daiteke pandemiaren ondorioz turismo-jarduera guztiz geldiarazteak ez dituela nabarmen aldatu Euskadiranzko turismo-

fluxuak. 2022an, turismo nazionalak Euskadiko bisitarien % 51 ekarri zituen eta horien artean Madriletik, Kataluniatik eta Euskaditik bertatik etorritakoak nagusitu ziren (% 12, % 8,8 eta % 9, hurrenez hurren). Bestalde, nazioarteko turistek Euskadirako bisiten % 49 egin zituzten, eta Frantziatik etorriak gailendu ziren batez ere (% 10,7).

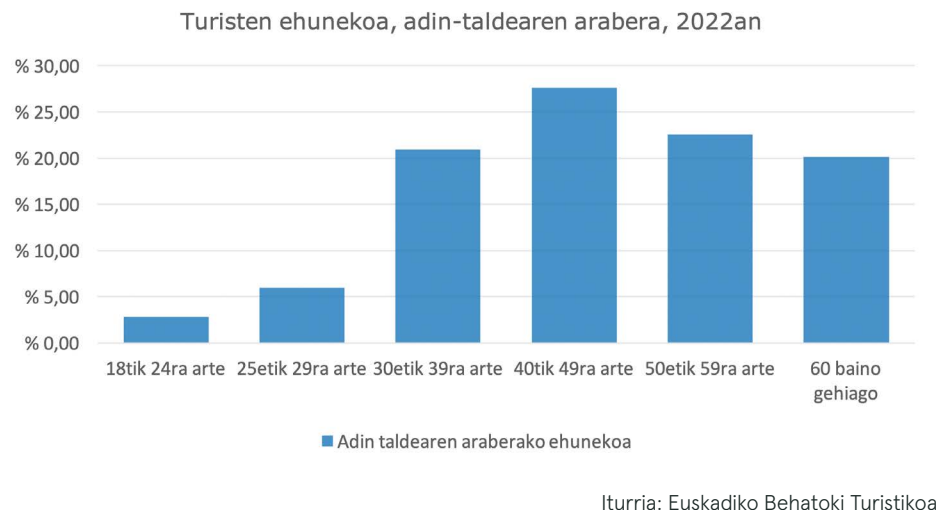
4. grafikoa: Euskadi bisitatzen duten turisten profila, jatorriaren arabera. 2019. eta 2022.



Jatorria ez ezik turisten adina ere bada aztertzeko osagai interesgarri bat, sarritan haien portaera ulertzeko erabakigarria da eta.

Euskadiko turisten batez besteko adina 47 urte dira eta, 5. grafikoan ikus daitekeen moduan, senior-turismoa da nagusi. Euskadi bisitatzen duten turisten ia % 9k 30 urte baino gutxiago dauzkate, eta % 42k baino gehiagok, ordea, 50 urte baino gehiago dauzkate.

5. grafikoa: 2022ko udan Euskadi aisiagatik bisitatu zuten turisten adina



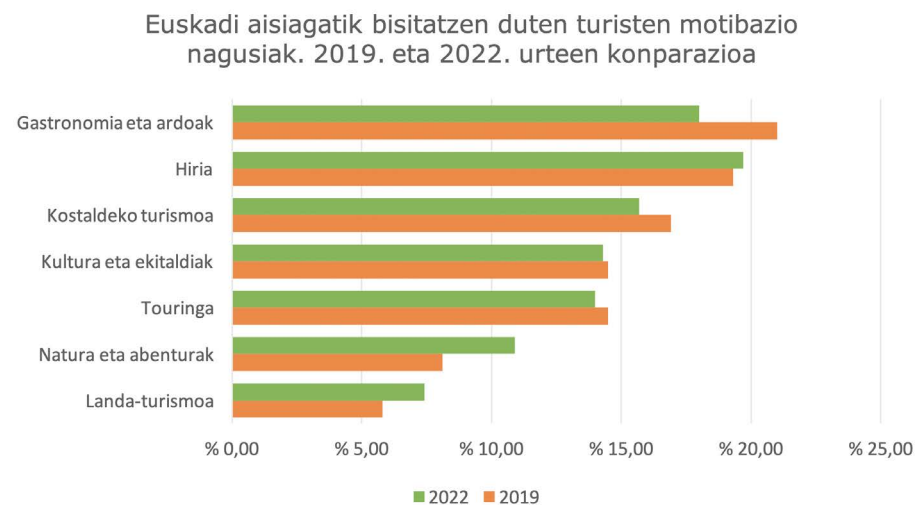
Adinaz gain, turistek egiten duten jarduera-motari eragiten dion beste ezaugarri bat da norekin egiten duten bidaia. Euskadiko Behatoki Turistikoa datuek erakusten dute Euskadi bisitatu zuten gehienak bikotekidearekin datozela (% 51,2); hurrengoak gazteekin edo haurrekin datozen heldu-taldeak dira, hau da, familia-profila (% 24,1) eta, gero, helduen taldeak (% 15,9) eta bakarrik doazen pertsonak (% 8,8).

3. Aurpegi askotako eskaintzak erakarrirako turista-moten dibertsitatea

Euskadi aisia-turismorako helmuga gisa aukeratzeko arrazoen artean, hiria oro har bisitatzeko asmoa, gastronomia, kostaldeko turismoa eta turismo kulturala gailentzen dira.

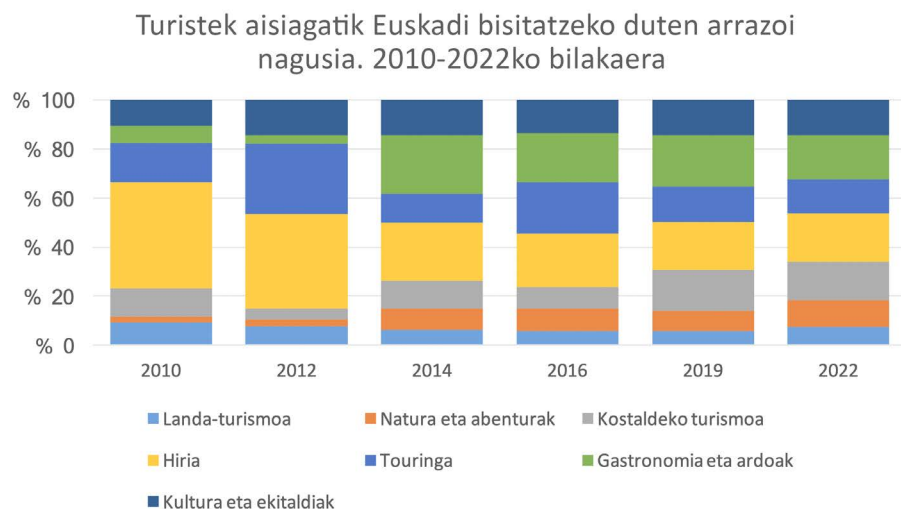
6. grafikoak pandemiaren aurreko eta ondorengo motibazioen bilakaera konparatzea ahalbidetzen du eta 7. grafikoak, aldiz, denbora-ikuspegi zabalago bat ematen du.

6. grafikoa: Euskadi aisiagatik bisitatu zuten turisten motibazio nagusiak. 2019. eta 2022. urteen konparazioa



Urteak joan ahala, turistek Euskadi aukeratzeko dituzten motibazio nagusiak aldatu egin dira eta, hiriko turismoa beti nagusietako bat izan den arren, 2014tik aurrera haren garrantzia murrizten eta beste motibazioekin hein handiagoan parekatzen hasi zen. Arrazoi nagusietako bakoitzaren bilakaera konparatuta, nabarmentzekoa da gastronomia eta ardoak turismoa erakartzeko higiarazle gisa izan duten bilakaera.

7. grafikoa: turistek aisiagatik Euskadi bisitatzeko duten arrazoi nagusia. 2010-2022ko bilakaera



Iturria: Euskadiko Behatoki Turistikoa

Euskadiko turismo-eredua definitzen duten ezaugarri nagusietako bat dauden turismo-moten dibertsitatea da, antzeko tamaina eta askotariko interesak dituzten pertsonen taldeetan banatuta baitaude. Hiriko turismoak, landa-turismoak, turismo gastronomikoak, turismo kulturalak, ibilbide-turismoak, natura-turismoak eta abarrek herrialdeko beste zona turistikoko batzuetatik urruntzen dute Euskadi, zeinetan motibazioak eguzkiarekin eta hondartzarekin oso lotuta dauden.

Gainera, beste bereizgarri bat da eskaintza gurutzatuarentzat harkorra den turismoa dela, motibazio nagusia edozein izanik ere; hau da, motibazio nagusiez gain, beste jarduera batzuk egiten dituzte eta horietaz interesatzen dira.

Euskadiko Behatoki Turistikoaren datuek erakusten dutenez, turistek gehien egiten dituzten jardueren artean monumentuak eta ondarea bisitatzeko, herri

xarmagarriak bisitatzeko eta museo-ekintza handiari heltzea gailentzen dira; jarduera horiek turistek jardueren errepikariaren % 40 inguru sortzen dute. Gainera, beste jardueren osagarri batzuekin lotuta egoten dira, adibidez, jardueren gastronomikoekin, kontzertuekin, parkeak bisitatzekoekin, herri-jaietan parte hartzearekin, leku erlijiosoak bisitatzekoekin, upeltegietan, mendi-ibiliekin eta abarrek.

Laburbilduz, Euskadiko turismo-eredua motibazio gurutzatuak asetzeko gai den askotariko eskaintza aberats batekin identifikatzea lortzen ari da.

Turismo kulturalari dagokionez, adiera hertsian, 7. grafikoa zehazkiago ikus daiteke haren bilakaera. 2010 eta 2014 bitartean Euskadi ekitaldi kulturalak erakarririk bisitatzeko zuten turistek kopurua nabarmen handitu zen arren, 2014tik aurrera turista-ehuneko hori gelditu egin zen, gutxi gorabehera % 14tan.

Garrantzitsua da azpimarratzea kontuan hartzen diren jardueren motak aldatu egiten direla turismo kulturalaz dugun kontzeptualizazioaren arabera. Horri dagokionez, Estatistikako Institutu Nazionalak (EINEK) emandako kontzeptualizazioaren arabera, helmuga turistikoko jakin batek eskaintzen dituen alderdi kulturalak (museoak, ondare historikoa edo artistikoa eta abar) ezagutzeko helburu nagusiarekin egindako bidaiak jotzen dira turismo kulturaltzat. Hala ere, turismo kulturala motibazio kulturalengatik egiten dena da eta, horien artean, ondare historikoa eta artistikoa ezagutzeaz gain, beste jardueren batzuk ere egon daitezke, adibidez, arte eszenikoetako ikuskizunetara joatea, museoak bisitatzeko, tokiko kulturarekin harremanetan jartzea, ohiko gastronomia dastatzea, etab.

Hori dela eta, nahiz eta Euskadiko Behatoki Turistikoaren datuek erakutsi turistek % 14,3k helmuga hau hautatzeko motibazio kulturalak zeuzkatela, turista kulturalen bolumena handiagoa izan daiteke behatokiarenak baino kontzeptualizazio zabalagoak kontuan hartuz gero. Desberdintasun nagusietako bat izan daiteke gastronomia motibazio kultural gisa barne hartzen den ala ez.

8. grafikoa: Euskadira motibazio kulturalengatik bidaiatzen duten turistak. 2010–2022ko bilakaera

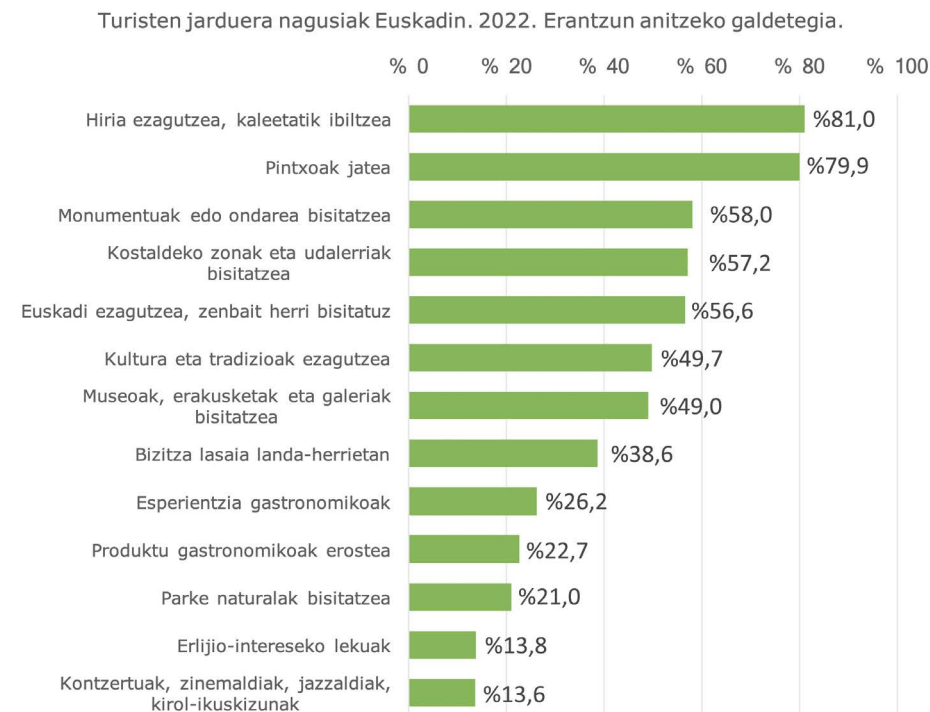


Iturria: Euskadiko Behatoki Turistikoa

4. Turisten jarduerak Euskadin

Azter dezagun haien jarduera behin Euskadin daudenean. Ibilaldiek eta ingurunearen ezagutzak, gastronomiarekin lotutako guztiak eta ondarearekin, museoekin eta tradizioekin lotutako bisitek osatzen dute menu ohikoena bisitatzeko gaituztenen artean. Beraz, argi dago kultura faktore garrantzitsua dela bisita turistikoetan.

9. grafikoa: turisten jarduera nagusiak Euskadin 2022an.



Iturria: Basquetour. Ibiltur, 2022ko uda.

Erantzunak motaka taldekatu ondoren xehakapena egiten bada, honako hauek eragiten dituzte bisita nagusiak: herrietan zeharreko ibilaldiak (% 26,1), hirigune historikoetarako bisitak (% 20,4), hondartzak (% 13,6), ondarea (% 10,4), museoak (% 10,3) eta hiri-parkeak (% 7). Azpimarratzekoa da ondarearekin lotutako lekuetan Gasteizko Katedral Berria, Bilboko Plaza Barria, Gasteizko Andre Maria Zuriaren plaza eta Donostiako Artzain Onaren katedrala gailentzen direla. Museoen artean, Bilboko Guggenheim, bertako Arte Ederren Museoa eta, urrunago, Artium eta San Telmo nagusitzen dira.



5. Hirien zentraltasuna

Euskadiko turismoak motibazio-aniztasun hori bereizgarri eduki arren, hiriak erakargarri garrantzitsuenetako bat dira. Bilbo eta Donostia dira turista gehien jasotzen dituzten bi hiriak: bisitari guztien % 25 eta % 21, hurrenez hurren. Haien hirigune historikoak elementu bisitatuenekoak dira. Eta, espero daitekeen moduan, Donostian hondartzak dira bisiten elementu nagusiak.

Hiriek erakarpen turistikoko ardatz gisa duten zentraltasuna lotuta dago dagoen bektore anitzeko eskaintza asetzeko aukerarekin. Hiri-helmugek protagonismoa irabazi dute, oso askotariko jardueren katalogo bat eskaintzen dutelako eta beste helmuga interesgarri batzuetara (adibidez, kostaldeko herrietara) mugitzeko aukera ematen dutelako.

Azken urteetan turisten motibazioak dibertsifikatzen ari direla ikusten den arren, Euskadin bi izar-elementu gailentzen dira eskari turistikoiari dagokionez: batetik, ingurune atseginak eta pintoreskoak dauzkaten hiriak eta herriak ezagutzea eta, bestetik, gastronomia, zeina euskal turismo-ereduak bereizgarri duen elementuetakoa bihurtu den.

6. Gastronomia funtsezko faktore bereizgarri gisa

Euskal gastronomia turistek Euskadi aisia-helmuga gisa aukeratzeko duten motibazio nagusietako beste bat da. Pintxoak eta euskal gastronomia oro har beste helmuga turistikoa bereizten duten elementuak dira eta, gainera, turismoa bera sortzen dute.

Euskadi aisiarekin lotutako motibazioekin bisitatzen duten turisten % 18k bere eskaintza gastronomikoagatik aukeratzen dute, baina gastronomia motibazio osagarria ere bada helmuga beste arrazoi batzuegatik hautatzen dutenentzat. Euskadi aisiagatik bisitatzen duen jendeak gehien egiten dituen jarduerak gastronomiarekin lotutakoak dira.

Ildo horretan, % 82k euskal gastronomiaz gozatzen dutela adierazten dute, % 38 euskal kultura gastronomikoan interesatuta daude eta % 21 etnoturismo-jarduerak egin nahi dituzte. Gainera, egile-sukaldaritza eta zigilu gastronomikoa duten jatetxeak ere badira gastronomiarekin lotutako motibazioak eta turistak Euskadi bisitatzera eragiten dute, baina proportzio txikiagoan (% 6 eta % 5, hurrenez hurren).

Gastronomiarekin lotutako helmugari eta turista-profilari dagokienez, Donostia da hautatutako helmuga nagusia (motibazio gastronomikoak dauzkaten turisten % 18) eta turista seniorrek daukate motibazio gastronomikoak proportzio handiengan.

7. Esperientziaren balorazioa

Euskadi bisitatzen dituztenen % 97k balorazio positiboa ematen diote helmuga turistikoa gisa, baita helmugaren kalitateari (% 95) eta jasotako tratuari (% 94) dagokienez ere, ezagutzen dituzten beste helmuga batzuekin erkatuta.

Ingurune naturala eta paisaia, eskaintza eta kalitate gastronomikoa eta enologikoa, berdeguneak eta hondartzak dira alderdi erakargarrienak Euskadi bisitatzen duten turistentzat, baita euskal izaerarekin lotutako ezaugarriak ere. Leku baxuenetan, berriz, honako hauek daude: ondarea eta haren kontserbazioa, ingurumena, euskal kulturaren nortasuna, bakantasuna eta dibertsitatea eta bizi-kalitatea.

Alderdi negatiboak dagokienez, Euskadi bisitatzen dutenen % 52k ez dute nabarmendu gustatu ez zaien edo falta zaiela sentitu duten alderdirik. Balorazio txarrean jaso duten alderdien artean honako hauek daude: jende asko (% 8), gauzen prezioa (% 8) eta klima (% 5).

3. KULTURA ESTRATEGIA TURISTIKOETAN

Euskadi aisiarako helmuga turistikoa gisa aukeratzekoan motibazio kulturalak argiak eta oso garrantzitsuak diren arren, estrategia turistikoez ez dute berariazko arretarik jartzen alderdi horretan. Testuinguruaren errealitatea eta egungo klima-larrialdia direla-eta, jasangarritasuna funtsezko elementua da gaur egun turismoa planifikatzeko eta garatzeko estrategia guztietan. Hala ere, kulturak eta turismo kulturalaren sustapenak bai turismo-eredu etiko eta jasangarri baterantz aurrera egiteko bitarteko gisa bai sortutako berezko onurengatik egon beharko lukete plan estrategikoetan.

Basquetour Turismoaren Euskal Agentziak, 2013an, Turismo Kulturalaren Plana egin zuen, [→ Lehiakortasunaren eta Turismoaren 2010-2013rako Euskal Planaren](#) esparruan egindako gogoeta estrategiko bat, alegia. Plan horretan, kultura turismoa bultzatzeko palankatzen jo zen eta zonako erakargarri turistikoa nagusietako bat zela aitortu zen. Egindako diagnostikoaren ondoren, aurkitu zen hiri-turismoa eta ekitaldi-turismoa zirela turismo kulturala bultzatzeko arakatu beharreko merkatu nagusiak.

Turismo Kulturalaren Planean, 150 ekintza zehaztu ziren, bost lan-arlotan banatuta: kudeaketa eta koordinazioa, eskaintza kulturalerako sarbidea, turismo kulturalerako esperientzien diseinuaren sustapena, komertzializaziorako eta fidelizaziorako laguntza eta sustapena eta komunikazioa. Helburua zen turismo kulturalerako proposamenetarako irisgarritasuna sustatzearekin, produktuak dibertsifikatzearekin, Euskadik turismo kulturalerako helmuga gisa duen posizionamendua hobetzearekin eta turismo kulturalari dagokion eskaintzaren komertzializazioa hobetzearekin lotutako erronkei erantzutea.

Hurrengo urteetan, turismo-sektorearen plangintza estrategikoan aurrera egin arren, turismo kulturala ez zen bereziki landu eremu estrategiko gisa. Lehenago aipatu den moduan, jasangarritasuna edozein estrategia turistikoren arretagune nagusia da.

Jasangarritasuna, osorik hartuta, bereizita baina elkarrekin erlazionatuta dauden hiru ikuspegitatik ulertzen da: ekonomikoa, ingurumenekoa eta soziokulturala. Fokua ingurumen-jasangarritasunean jarri ohi den arren, turismo-sektorearen garapen estrategikoaren xedea da Euskadin ekonomiaren, ingurumenaren, gizartearen eta kulturaren aldetik jasangarria den turismo-eredu bat garatzea.

Euskadi osorako [→ Euskal Turismoaren 2017-2020rako Plan Estrategikoa](#) zehaztu zen eta horixe izan zen turismoaren arloko jarduketarako gida COVID-19aren pandemiak geldiarazi zuen arte. Helburu global gisa, turismo-hazkunde sendoa lortzea zehaztu zen, enplegu gehiago eta hoberekin, eta jarduketak 7 lan-ildo nagusiren inguruan antolatu ziren: turismo-eskaintza bikaina; erakarpena eta fidelizazioa; tokiko komunitatea; jasangarritasuna; lehiakortasuna; lurraldea eta turismoa; eta gobernantza. Hona hemen bai plan hori bai turismo-sektorearen 2030erako garapena zuzentzen dituen ikuspegia: «modu jasangarrian haztea, Europan erreferentziatzen jotzen den helmuga bikain eta espezializatu gisa finkatzeko». Kulturaren zeregina ez da berariaz islatzen ildo estrategikoetako ezeinetan, baina, hainbat arazoirengatik, funtsezkoa da helburuak betetzeko.

- Lehenik eta behin, kulturak eskaintza turistikoa aberasten du, bakantasuna ekarriz, eta eskaintza turistikoa pertsonalizatzeko potentziala dauka, esperientzia esanguratsu eta paregabeen alde eginez.
- Bigarrenik, kulturak turismoaren eta tokiko komunitatearen arteko harremana hobetzen laguntzeko potentziala du, elkarrekiko atzerakadak oinarritutako harremanak bultzatuz.
- Hirugarrenik, kulturaren eta jasangarritasunaren artean dagoen loturaren ondorioz, turismoaren garapena lagungarria da turismo-eredua ekonomiaren, ingurumenaren, gizartearen eta kulturaren aldetik jasangarria den eredu bihurtzeko eraldaketa lortzeko.
- Laugarrenik, turismo-sektorearen lehiakortasuna hobetzen du, urtaroaren menpe ez dagoen eskaintza dibertsifikatua sortzen lagunduz. Azkenik, turismoa lurraldean hobeto banatzen laguntzen du.



EAE guztirako estrategiez gain, estrategia lokalago batzuk ere garatu dira, adibidez, → **Bilbao Bizkaia Turismo Estrategia 2030**. Estrategia horretan jasotako jarduketan lehenasuna da turismo-kate guztiaren ongizatea, gogobetetasuna eta esperientzia turistiko atsegina bermatzea. Horretarako, ingurumen-jasangarritasunaren, jasangarritasun ekonomikoaren eta jasangarritasun sozialaren printzipioak aplikatuko dira, helmuga turistiko orekatu bat sustatzeko, enplegu-sorketa, kultura-trukea, bisitarien gogobetetasuna eta helmugaren zorientasuna konpentsatuz.

Aztertutako aurreko estrategietan bezala, kultura-eremua ez da berariazko ekintza-eremu estrategikotzat jotzen, baina kultura Bilbon bultzatu beharreko lehenasunezko produktuetakotzat bat den aldetik gailentzen da. Gizadiaren ondarea, gastronomia, euskal nortasuna eta arkitektura, abangoardia eta diseinua ere badira lehenasunezkoak nabarmentzen diren produktuak eta horiek ere oso lotuta daude kulturaren eremuarekin..

Kulturak erakargarri turistiko gisa daukan balioa Bilbao Bizkaia Turismo Estrategia 2030 dokumentuan aitortuta dago bultzatu beharreko eremu gisa, proposatutako helburuak eta ildo estrategikoak betetzeko daukan gaitasunagatik.

Basquetour Turismoaren Euskal Agentziari dagokionez, haren jarduera → **2022ko ekintza-planean** jasota geratu da. 2022an abian jartzeko diseinatutako jarduketak 8 bloketan antolatuta daude: gobernantza; lankidetzat publiko-privatua eta lurralde-garapena; helmuga lehiakorra, etikoa eta adimenduna; konektibitatea eta mugikortasun turistikoa; Euskadiko Behatoki Turistikoa; marketina; komunikazioa; eta zerbitzu korporatiboak.

Bloke horien artean, **kulturak zeregin nabarmena dauka turismo-eredu etikoa eta adimenduna erakitzeko**. Turismo-eredu horretarantz aurrera egiteko helburua dela eta, ekintza nagusietako bat Euskadiko Turismoaren Kode Etikoa ezartzea da. Ekintza hori oso lotuta dago egindako plan estrategikoekin eta eremu guztietan jasangarritasunaren alde egiteko beharrezkin eta, azpimarratutako puntuen artean, tokiko tradizioa eta kultura sustatzea eta ondarea babestea daude.

Lehenago aipatu den moduan, kultura Turismoaren Kode Etikoa ezartzearen funtsezko elementua da eta turismo-eremuan kultura sustatzea ezinbestekoa izango da eredu jasangarri bat lortzeko.

Kultura presente dagoen beste ekintza aurreikusi bat da eskaintza lehenasunezko produktu turistikoetan oinarrituta berrantolatzea. Sustatu beharreko produktuen artean, gastronomiak oso zeregin garrantzitsua dauka, bisitariak erakartzeko duen gaitasunagatik. Gainera, ibilbideak sortzeak, Euskadi negozio-turismoarako bikaintasunezko helmuga gisa sustatzeak, euskal kostaldea eta horko kultura-eragileak bultzatzeak eta turismo industrialari pizteak turismo kulturalari bulkada emateko aukera eta beharra ere badakartza.

Estrategietan ez ezik, kulturak kanpainetan eta marketin-planetan ere badauka zeregin garrantzitsua, turistentzako eta bisitariarentzako erakargarri gisa. Kanpaina turistikoen bidez, helmuga turistikoari buruzko kontakizun zehatz bat hedatzen da, erakartzeko eta garatzeko estrategikotzat hartzen diren elementuen balioa azpimarratzen duena.

Horri dagokionez, Euskadiko azken **kanpaina turistikoetako** batzuen konparazio laburra eginez, Jaurlaritzak eta eremu publikoak azken urteetan sustatu eta transmititu nahi izan duten narratiba ikusiko dugu.

- Kanpaina berriena Euskadiko → «**ez izan turista bat, izan zaitetz bat gehiago**» turismo-kanpaina da. Haren helburua da turistak urte osoa etortzera animatzea, lurraldearen **egiazkotasuna, bakantasuna, kultura eta gastronomia** sustatuz. Kanpaina horren bitartez, agerian jartzen dira eskaintza turistikoaren dibertsifikazioa eta Euskadik eskaintzen dituen erakargarrien aniztasuna, paisaien dibertsitatearekin, gastronomiarekin, hizkuntzarekin, ardoarekin eta tokiko kulturarekin lotutako kontakizun bat taxutzen da, batez besteko egonaldiaren iraupena luzatzeko, fluxu turistikoak lurraldean zehar mugiarazteko eta urtarokotasunaren murrizketa sustatzeko. Kulturak lurraldea bereizteko elementu gisa protagonismoa hartzen duen esperientzia lokalak eta paregabeak bilatzen dituzten bisitariari zuzentzen zaie kanpaina.



- → **Bizit Euskadi** 2022, bestalde, COVIDak oraindik markatutako testuinguru batean Aste Santurako abiarazitako kanpaina bat da. Kontakizun emozional batez osatutako kanpaina bat da, Euskadik **esperientzia paregabeak** bizitzeko duen erakargarria transmititzeko helburua duena. Bertan, natura, gastronomia eta jardueren dibertsitatea jartzen dira agerian eta jendearen **izaeraren**, kulturaren eta tradizioaren garrantzia nabarmentzen da.
- 2021ean, → «**zure momentua, lekua da**» turismo-kanpainak Euskadi **helmuga seguru** gisa erreibindikatu zuen eta eskaintza jasangarria eta askotarikoa zeukala azpimarratu zuen. Kanpaina hori ez zegoen hain lotuta elementu kulturalekin; aitzitik, oraindik bazirauen pandemiaren koiunturak zuzenean eragiten zion narratiba batek oso markatuta zegoen, baina naturaren dibertsitateak eta gastronomiak garrantzi handia zeukaten.
- → **Euskadi, bisitatu behar** 2020an bultzatu zen kanpaina da eta euskal eskaintza turistikoaren bi euskarri handiri zuzendutako kontakizun bat indartzen du: plan eta esperientzia paregabeen eskaintza eta erkidegoan ibilbideak egiteko aukera. Kanpaina produktu turistiko zehatzak bultzatzearen alde egiten duen turismo lokalari eta nazionalari zuzenduta zegoen bereziki.
- 2018ko → «**ongi etorri**» turismo-kanpainak turismoari buruzko mezu negatiboak aprobetxatu eta alderantzikatu zituen, Euskadi denek, bai turistek bai bertakoek, leku duten helmuga abegitsua dela nabarmenduz. Kanpaina horren kontakizunaren ardatza da Euskadi turismoari ongietorria ematen dion **helmuga ireki eta abegitsu** gisa erakustea.

Atal honen hasieran identifikatu den moduan, kulturaren eta turismo kulturalaren sustapena ez da berez eremu nabarmendua turismo-sektorearen bulkada zuzentzen duten estrategietan eta plangintza-dokumentuetan. Hori gorabehera, eztabaidaezina da kulturak zeregin garrantzitsua daukala onetsitako helburuak, jarduketak eta konpromisoak betetzeko.

Kulturak turismoaren arloko helburu estrategikoak betetzeko eta erakartzeko elementu gisa daukan funtsezko zeregin hori argi eta garbi ikusten da kanpaina turistikoetan; izan ere, gero eta ahalegin handiagoa egiten dute beren kontakizunean lurraldearen bakantasunarekin eta kultura-dibertsitatearekin lotutako balioak transmititzeko.

TURISMO KULTURALA ETA SORMENEZKOA

Turismoaren eta kulturaren arteko harremana konplexua eta zabala da eta kontuan izan beharreko alderdi asko hartzen ditu barne. Horri dagokionez, garrantzitsua da turismo kulturala eta bertan barne hartzen diren jarduerak kontzeptualizatzea, txosten hau zuzenduko duten definizioa eta irizpideak bateratzeko.

ICOMOSen Turismo Kulturalaren Gutunak (1976) honela definitu zuen turismo kulturala: bai ohituren, tradizioen eta ingurune fisikoaren bidez bai balio arkitektonikoa, historikoa edo arkeologikoa nahiz garrantzi kulturala duten lekuetarako bisiten bitartez bisitariari bizimodu desberdinak ezagutzea ahalbidetzen dien jarduera. Tradizioan, turismo kulturala motibazio kulturalak eragindako pertsonen mugimendu gisa definitu da, baina egon daitezkeen motibazioen dibertsitatea dela-eta gehiago mugatu behar da kontzeptualizazio hori.

2017an, Turismoaren Mundu Erakundeak **turismo kulturalaren** definizioa eguneratu zuen. Haren arabera, «bisitariaren motibazio nagusia helmuga bateko erakargarri kultural ukigarriak eta ukiezinak ikasi, deskubritu, esperimendu eta kontsumitzea den turismo-jarduera mota» da turismo kulturala. Gainera, TMEk onartutako definizioak zehazten du bisitarien motibazioa inspiratzen duten erakargarri edo produktu kulturalak «gizarte baten bereizgarriak diren ezaugarri material, intelektual, espiritual eta emozional» batzuekin erlazionatuta daudela eta «arteekin eta arkitekturarekin, ondare historiko eta kulturalarekin, sukaldaritza-ondarearekin, literaturarekin, musikarekin, sormenaren industriekin, bizimoduekin, sinesmen-sistemekin eta tradizioekin» lotuta daudela.

Definizio kontzeptualez haraindi, garrantzitsua da turismo kulturalaren kontzeptua zehaztea haren hedadura eta inpaktua neurtu ahal izateko. Ildo horretan, Euskadiko Behatoki Turistikoak jarduera hauek jasotzen ditu turismo kultural gisa: museoak, erakusketak eta galeriak bisitatzea; monumentuak edo ondarea bisitatzea; kultura eta tradizioak ezagutzea; eta erlijio-intereseko lekuetara edo erromes-lekuetara joatea. Gastronomiarekin lotutako jarduerak eta hiri-bisitak aparte katalogatzen dira.

Turismo kulturalaren kontzeptu hedatuenari **sormenezko turismoa** ere gehitu zitzaien. Greg Richards eta Crispin Raymond (2000) izan ziren sormenezko turismoa definitzen lehenak, honela, hain zuzen ere: «egonaldiaren lekuak bereizgarri dituen ikastaroetan edo esperientzietan aktiboki parte hartuz bidaiariei beren sormen-potentziala garatzeko aukera ematen dien» turismoa. Esperientzia paregabeen bilaketan ardaztuagoa dagoen turismoa da, zeinean turistak aktiboki parte hartzen baitu helmugarekin erlazionatutako sormen-esperientzietan.

Unescoren arabera, sormenezko turismoan artisautzarekin, zinemarekin, dantzarekin, diseinuarekin, argazkilaritzarekin, hizkuntzekin, literaturarekin, gastronomiarekin, margolaritzarekin, antzerkiarekin eta abarrekin lotutako esperientzia turistikoak sortzen dira. Halaber, bi mota bereizten dira: sormena oinarritzat duen turismoa eta sormena berez jardueratzat duena.

Sormena jardueratzat duen turismoa turismo-mota berri samarra da. Bertan, turistak praktika eta elkarrekintza bilatzen ditu eta bere sormen potentziala garatu nahi du, bisitetan, ikastaroetan edo esperientzietan aktiboki parte hartuz.

Hurrengo orrialdeetan ikusiko denez, turismoa eta kultura elkar oso modu positiboetan atzera elika dezaketen bi sektore dira. Gaingiroki, kultura erakargarri turistiko eztabaidaezina da, eta turismoa, berriz, kultura-trukerako arlo nagusietako bat. Turismo kulturala eta sormenezkoa gehien aukeratzen diren turismo-modalitateetako bat da eta, beraz, arreta berezia jarri behar da bai sortutako sinergietan bai estrategia, joera eta erronketan.

4. TURISMO KULTURALAREN ALDEKO NAZIOARTEKO APUSTUA

Bai turismo-sektoreak eta kultura-sektoreak toki-mailan eta mundu-mailan daukaten garrantzi estrategikoa bai mundu-mailan gizarte gisa aurre egin behar diegun erronkak eta aukerak direla-eta, nazioartean turismo kulturala bultzatzeko apustu aktiboa egiten ari da.

Turismo-sektoreak azken hamarkadetan izan duen goraldia ukaezina da eta kanpo-efektuak, bai positiboak bai negatiboak, gero eta nabariagoak dira. Agerian jarri da turismo kulturala hazkunde ekonomikoa eta garapen jasangarria bultzatzeko eremua dela eta hori nazioarte-mailan bultzatutako gailurretan, konferentzietan eta gutunetan islatuta geratu da. Ildo horretan, ICOMOSek, UNESCOk eta TMEk, besteak beste, turismo kulturala garatzearen alde egin dute.

ICOMOS gobernuz kanpoko nazioarteko erakunde bat da, mundu-mailan monumentuen eta lekuen kontserbazioan diharduena. 1976an Turismo Kulturalaren Lehen Gutuna egin zuen, zeina 1999an eguneratu baitzen.

ICOMOSek turismo kulturalari buruz bultzatutako gutun nagusiak 1976koa, 1999koa eta 2022koa dira.

→ Turismo Kulturalaren 1976ko gutuna

Nagusiki monumentuak eta interes historiko eta artistikoko guneak biltzen zituen ondare-kontzeptua zuen oinarri.

Turismo kulturala bazihoan gorantz garai hartan eta, ondorioz, jarduera turistikoaren gero eta garapen handiagoak munduko ondarean eduki zitzakeen ondorioez (bai positiboaz bai negatiboaz) kontzientziazteko egin zen gutuna.

Testu horretan, eremu kulturala eta eremu turistikoa konektatzeko beharra eta turismo jasangarriak ondarea babesteko duen potentziala azpimarratu ziren. Egindako diagnostikoaren amaieran, adierazi zen turismoa jasangarria bada ondarea babesteko eta haren balorazioa sustatzeko funtsezko higiarazlea izan daitekeela, baita arteak garatzeko eta toki-komunitateen harrotasun-sentimendua areagotzeko ere.

→ Turismo Kulturalaren 1999ko Gutuna

Natura-ondarearen eta kultura-ondarearen kontzeptualizazioa zabaltzen du eta turismo kulturalan jartzen du fokua, kontserbatzeko eta garatzeko aukera gisa. Bisitarien esperientziei kalitatea dakarkien, ondare-baliabideak babesten dituen eta tokiko jendearen bizikaltitatea hobetzen duen turismo jasangarriarekin lotzen du turismo kulturala.

Gutun horrek justifikatzen du turismoa gaur egun kultura-trukerako bitarteko garrantzitsuenetako bat dela eta gero eta gehiago jotzen dela naturaren eta kulturaren kontserbazioa ahalbidetzen duen indar positibotzat. Aurreko gutunean turismoak izan ditzakeen kanpo-efektu negatiboak gehiago azpimarratzen ziren arren, eguneraketa honetan aberastasuna sortzeko eta ondarearen kontserbaziorako aprobetxatzeko aukeratzat hartzen da. Turismoa tokiko, eskualdeko eta nazioko ekonomia askorentzako funtsezko faktorea izateaz gain, garapen eta hazkunde ekonomikoaren faktorea ere bada eta natura-ondarea eta kultura-ondarea babestea ahalbidetzen du.

→ Kulturaren eta Ondarearen arloko Turismoari buruzko 2022ko Nazioarteko Gutuna

Turismoak mundu-mailan izandako hazkunde handiak eta duela gutxi pandemiaren ondorioz turismo globalak izandako etenaldiak turismo kulturalari buruzko 1999ko gutuna berrikusi beharra ekarri zuten. Testu horretan, kultura-ondarearekin lotutako lekuen erabilera turistikoa areagotzen ari dela aitortzen da eta ondarearen degradazioa oso kezagarria dela adierazten da. Halaber, turismoarekin lotutako kontu sozialak, etikoak, kulturalak, ingurumenekoak eta ekonomikoak jorratzen dira.

Gutun horren alderdi garrantzitsuenetako bat turismo kulturalaren kudeaketa arduratsua eta dibertsifikatua da, «ondarea babesten, komunitateak ahaldunduz, erresilientzia sustatzen eta gizarte-ongizatea bermatzen» laguntzen duena. Izan ere, gutunaren diagnostikoan azaltzen da turismoaren hazkundearen eta eboluzioaren alderdi batzuek dauden baliabideen erabilera jasanezin batzuk ekarri dituztela, baita kultura-ondareari eta natura-ondareari dagokienez ere.

Gutuna behin baino gehiagotan eguneratu behar izan den arren, bai ondare eta turismo kulturalaren kontzeptuaren eboluzioagatik bai turismo-sektoreak eta haren ondoriozko erronkek egindako aurrerapen handiagatik, ICOMOSek onetsitako gutun guztietan ideia bera agertzen da, alegia, turismo arduratsu eta jasangarriak badaukala potentziala kultura-ondareari buruzko kontzientziazioa sortzeko eta kultura-dibertsitatearekiko errespetua sustatzeko.

Turismoarekin eta kulturarekin berariaz lotutako akordioen artean, **UNESCOk eta Turismoaren Mundu Erakundeak antolatutako konferentziak eta gailurak** ere nabarmentzekoak dira.

<p>UNESCOren eta TMEren → Turismoari eta Kulturari buruzko Lehen Konferentzia³</p>	<p>2015ean izan zen, Kanbodian, eta agerian jarri zuen turismoa eta kultura lotzeko ereduak arakatzeko interesa. Turismo kulturalak hazkunde ekonomiko inklusiboari, garapen sozialari eta kulturaren kontserbazioari eta sustapenari ekarpena egin diezaiekeela oinarri hartuta, turismoak eta kulturak aurre egin behar dieten erronka eta aukera nagusiei buruz eztabaidatu zuten turismo-sektorearekin lotutako adituek, liderrek eta nazioarteko ordezkariak.</p> <p>2015ean egindako lehen konferentziaren ondoren, beste topaketa batzuk antolatu ziren hurrengo urteetan, turismo kulturalaren sustapenari buruzko eztabaidari berriz heltzeko.</p>
<p>→ Turismoari eta Kulturari buruzko Bigarren Konferentzia⁴, 2017koa</p>	<p>Sektoreko liderrak eta ordezkariak bildu zituen eta Garapen Jasangarriko 2030 Agendaren esparruan turismoaren eta kulturaren arteko aliantzak finkatzeko moduak arakatu zituen.</p>

<p>→ Turismoari eta Kulturari buruzko Hirugarren Mundu Konferentzia⁵, 2018koa</p>	<p>Turismo kulturalak ondare bizia babesteko, sormena bultzatzeko eta turismoaren ondoriozko onura sozioekonomikoak hedatzeko duen gaitasuna hartu zuen oinarri eta ondorioztatu zuen turismo-eragileen eta tokiko komunitateen artean lotura sendoak sortu behar direla turismoaren garapena, jasangarritasuna eta ondarearen kontserbazioa bermatzen dituen oreka bat bilatzeko.</p>
<p>→ Turismoari eta Kulturari buruzko Laugarren Mundu Konferentzia, 2019koa</p>	<p>Kyoton egin zen, aurreko konferentzietan emandako gomendioak bultzatu eta erantzuteko eta turismoaren eta kulturaren arteko lankidetzak areagotze aldera lan egiten jarraitzeko, kultura-ondare erkidearen babesa bermatzearren.</p>

UNESCOk eta TMEk turismoari eta kulturari buruz bultzatutako lau konferentzia horietan, gomendatu da kultura-eragileen eta turismo-eragileen artean aliantza estuak sortzea, turismoak eta kulturak garapen jasangarriarekin eta GJHen betetzearekin lotutako estrategia nazionaletan egiten duten ekarpena sustatzea eta turismoa kultura babesteko eta hiri jasangarriagoak garatzen laguntzeko tresna gisa bultzatzea. Konferentzia horietan sortutako ezagutzak erakusten du **kulturaren eta turismoaren arteko lotura funtsezkoa eta estrategikoki indartsua dela tokiko, eskualdeko, nazioko eta munduko garapen jasangarriari, tokiko erkidegoak errespetatzen dituenari, kultura bultzatzen duenari eta munduko ondarea errespetatzen duenari, ekarpena egiteko.**

3. Turismoari eta Kulturari buruzko Lehen Konferentziaren Adierazpena (2015). → **Turismoari eta Kulturari buruzko Siem Reapeko Adierazpena: Lankidetzaren Eredua Berri bat Eraikitzen**

4. Turismoari eta Kulturari buruzko Bigarren Konferentziaren Adierazpena (2017). → **Turismoari eta Kulturari buruzko Maskateko Adierazpena: Garapen Jasangarria Sustatzea**

5. Turismoari eta Kulturari buruzko Hirugarren Konferentziaren Adierazpena (2018). → **Turismoari eta Kulturari buruzko Istanbulko Adierazpena: gutziora onerako**



Turismo kultural jasangarriaren sustapena Europar Batasunaren esparruan ere garatu da. → **Kulturaren Arloko 2015–2018rako Lan Planak** jada jasotzen zuen ekintza gisa turismo kultural jasangarriari buruzko adituen talde bat sortzea. Gainera, Horizon 2020 programaren esparruan, turismo kulturalarekin lotutako proiektuak finantzatu ziren, hala nola → **SmartCulTour**, zeinak kultura-ondasunak dauzkaten eskualdeetan garapena babesten baitu turismo kulturalaren bidez, eta → **SPOT** programa, zeinak turismo kulturalari heltzeko eta zona behartsuetan sustatzeko ikuspegiak garatzeko helburua baitu.

Turismo kulturala eta harekin lotutako onurak garatzeko berariaz diharduten ekimen horietaz gain, turismoarekin edo kulturarekin lotutako beste ekimen batzuk, zeinetan bi sektoreok batera jarduteko potentziala daukaten, orobat dira azpimarratzekoak.

Turismo kulturalaren bulkadarako adierazgarrienak diren nazioarteko testuetako batzuei egindako berrikuspenetik abiatuta ikus daitekeen moduan, jasangarritasuna zeharkako elementua da proposaturiko gomendio eta estrategia gehien-gehienetan. Egungo larrialdi globaleko egoera eta garapen jasangarriko estrategiak eta ekintzak bultzatu beharra direla eta, turismoaren eta kulturaren ezaugarriak eta garapen jasangarriari laguntzeko daukaten potentziala ere arakutzen ari dira eremu askotatik.

Ildo horretan, jarraian **turismo jasangarria bultzatzeko esperientzia** batzuk biltzen dira, zeinetan kulturaren zeregina ezin baita oharkabean gertatu, baita kultura-eremutik garapen jasangarriari laguntzen dioten estrategietako batzuk ere, zeinetan turismoak orobat zeregin garrantzitsu bat daukan.

Turismo Jasangarriaren Mundu Gailurrak, zeina Gasteizen izan baitzen 2015ean, → **+20 Turismo Jasangarriaren Mundu Gutunari** eman zion leku. Bertan, Turismo Jasangarriaren Lehen Mundu Gutuna, 1995ekoa, birformulatu zen. Dokumentu hori turismo-sektorea jasangarritasunerantz bideratzeko aukera gisa sortu zen, 2030 Agendan onartutako garapen jasangarriko 17 helburuak txertatuz. Gutunean, turismoa kultura-ondarea, arteak eta

sormenaren industriak garatzeko higiarazlea dela aitortzen da eta turismo kulturala bereziki turismo jasangarriaren katalizatzailetzat jotzen da. Berariazko gutunez eta konbentzioez haraindi, turismoak funtsezko garrantzi estrategikoa du garapen global jasangarriko. Ildo horretan, GJHen 8.9⁶ eta 12.b⁷ helmugek turismo jasangarriaren sustapena jorratzen dute, zehazki, efektuak zaintzeko politikak eta tresnak sortzea eta lanpostuak sortzen dituen eta tokiko kultura eta produktuak sustatzen dituen turismo jasangarri bat bultzatzea. 11.4 helmuga ez dago hain zuzenean lotuta baina bada oso garrantzitsua; hain zuzen ere, munduko kultura-ondarea eta natura-ondarea babestu eta zaintzarekin lotuta dago, eta turismo kulturalak oso zeregin nabarmena eduki dezake horretan.

Turismoak garapen eta hazkunde jasangarriaren elementu gisa duen garrantzi estrategikoa hain handia da non Nazio Batuek 2017. urtea → **Garapenerako Turismo Jasangarriaren Nazioarteko Urtea** izendatu zuten, «turismo-sektoreak mundu hobe bat eraikitzeko egiten duen ekarpena ospatu eta sustatzeko» (TME, 2017).

Kulturak garapen jasangarria sustatzeko duen konpromisoa ere argia da eta, kultura-sektorearekin lotutako GJH zehatzik garatu ez den arren, badaude kulturak garapen jasangarri globalerako duen zeregin nabarmen eta funtsezkoa defendatzen duten ekimenak. Ildo horretan, → **Kulturaren 21 Agendak** «hiriek eta toki-gobernuek garapen kulturalerako eduki behar duten konpromisoaren oinarriak ezartzearen» alde egiten du, eta turismoa garrantzitsua da eremu horretan.

Turismoa eta, zehazki, turismoak kultura-ondarea sustatu eta hedatzeko duen zeregin nabarmena Kulturaren 21 Agendaren fokuetako bat da; izan ere, agenda horretan kulturak eta bisitaturiko herri eta lurraldeak errespetatzen dituen turismo baten garapena sustatzen da.

Azkenik, Nazio Batuek Garapen Jasangarriko Sormenezko Ekonomiaren Nazioarteko Urtea izendatu zuten 2021. urtea, eta turismo kultural eta sormenezkoak zeregin nabarmena dauka eremu horretan.

6. → 8. GJH helburua

7. → 12. GJH helburua



Gaur egun, sormenezko ekonomia munduan azkarren hazten ari diren sektoreetako bat da eta haren hazkundera ekarpena egiteko potentzialik handiena duten eremuetako bat da turismoa.

Apartatu honetan ikusi den moduan, turismo kulturala eta sormenezkoa sustatzeko apustu argia egiten ari da nazioartean, bai aberastasuna eta lanpostuak sortzeko duen gaitasunagatik bai jasangarria den eta toki-komunitateak errespetatzen dituen turismo-eredu bat garatzea lortzeko duen potentzialagatik. Ildo horretan, bai turismo kulturala indartzeko berariazko estrategiek bai garapen jasangarriarekin lotutako estrategia turistikoek edo kulturalak balio dute turismoaren, kulturaren, sormenaren eta garapen ekonomiko jasangarriaren artean dagoen atzeraelkadura erakusteko.

5. JOERAK ESKARIAN ETA ESKAINTZAN

Turismoa funtsezko jarduera ekonomiko gisa finkatu da azken urteetan eta gero eta hazkunde-aurreikuspen handiagoak dauzka. Egungo testuinguruan, globalizazioa, bisitarien hobespenen aldaketak, bakantasunaren bilaketa, jasangarritasunaren beharra eta abar turismo-sektorearen eboluzio garrantzitsu bat eragiten ari dira, bai turisten eskakizun berrietara bai garapen-eskakizun berrietara egokitu behar baitu sektoreak.

Jarraian sakonago azalduko dugunez, turismoaren eta kulturaren arteko harremanak bi sektoreak indartzen ditu, bai eskariaren ikuspuntutik (bisitarien zein herritarren aldetik) bai eskaintzaren ikuspuntutik (negozio-aukera).

5.1 Joerak eskarian

Turismo-sektorean ikusten ari diren eboluzioa eta aldaketak zerbitzuen eta esperientzien eskarian izandako aldaketekin erlazionatuta daude. Gaur egun, turistek **esperientzia osoak, paregabeak eta gero eta jasangarriagoak**, bidaiak pertsonalizatuak eta neurrirakoak egitea ahalbidetzen dietenak, eskatzen dituzte. Testuinguru berri horretan, kultura-eremuak ekarpen handia egin dezake eskari turistiko berriak betetzeko, behar horiei erantzuten dieten esperientziak eskaintzea ahalbidetzen duelako.

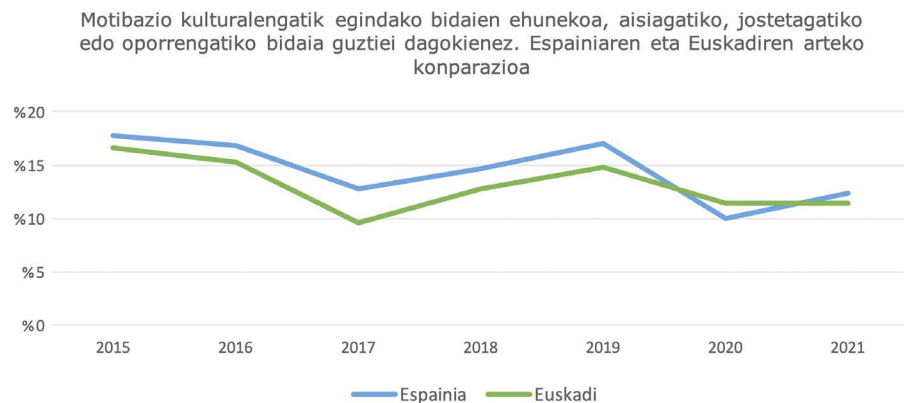
Pandemia eta teknologia berrien eboluzioa dira eskari turistikoaren aldaketak gehien bizkortu dituzten testuinguru-faktoreetako bi. Lehenik eta behin, Internetek egun ematen dituen aukerei esker, bidaiatu nahi duen jendeak gero eta informazio irisgarriagoa dauka eta, ondorioz, bere bidaiak modu independentean antolatzeke ahaldunduago dago. Teknologia berrien aurrerapenaren ondorioz sortutako autonomiak nahi diren esperientziak neurri handiagoan pertsonalizatzea eta doitzea ahalbidetzen du eta, horrenbestez, eskatutako eskaintza turistikoaren dibertsitatea areagotzeko bidea ematen du.

Errealitate hori ikusita, badira urteak bitartekariak eta enpresa turistikoak sektorearen eboluziora egokitu direla, Interneten duten presentzia handituz eta sortzen ari diren zerbitzu eta eskari berrietara egokituz.

Bigarrenik, duela gutxiko COVIDaren pandemiak turismo-sektorea mundu osoan geldiaraztea eta industria guztia birplanteatzea ekarri zuen. Jardueraren geldialdiak mundu-mailan sektorearen erronka berriei eta egokitzeko beharrei buruz batera hausnartzeko aldi bati eman zion hasiera.

Pandemiaren aurreko urteetan, turismo kulturalak hazkunde txikia izan zuen, 2019an estatu guztian aisiagatik bidaiatzen zuten turisten % 17ren motibazio nagusia bihurtu arte.

10. grafikoa: motibazio kulturalengatik egindako bidaien ehunekoa, aisiagatiko bidaia guztiei dagokienez. Espainiaren eta Euskadiren arteko konparazioa. Guztizkoaren ehunekoa.



Fuente: INE

Turismo kulturalaren finkapenak adierazten du turistek gaur egun egiten dituzten eskari berriak betetzeko gai dela. Hona hemen egungo eskari turistikoaren joera nagusietako batzuk:

Esperientzia paregabeen bilaketa

Gaur egun, eskari turistikoaren gero eta ezaugarri nabarmenetako bat da bisitariek esperientzia paregabeak bilatzen dituztela. Konstantea da esperientzia bereziak, pertsonalatuak, norberaren interesekin konektatuta daudenak eta ikastea, sortzea, ezagutzea eta abar ahalbidetzen dutenak, bizitzeko aprobetxatzea bidaia. Ildo horretan, turismoak (batez ere aisiari dagozkion motibazioekin lotutakoak) hazkunde pertsonalerako eta ikaskuntza indibidualerako balio du eta ohituta ez dauden esperientziak bizitzeko aukera ematen die bisitariei.

Turismo kulturala eta sormenezkoa oso lotuta dago pertsonalizazioa bilatzearekin eta esperientzia paregabeak bizitzearekin. Turistek toki-kulturarekin konprometitu eta horretan parte hartu nahi dute, gastronomiaz, tradizioez eta abarrez gozatuz; beraz, tokiko esperientziak bakantasunarekin lotutako turismo-joera berriak bihurtzen ari dira.

Ingurunearekiko konexioa

Esperientzia paregabeen eta pertsonalizatuaren bilaketa komunitate baten ingurunea, kultura, tradizioak, pertsonak eta abar ezagutzeko eta bisitatutako ingurunearekin konektatzeko nahiarekin ere lotuta dago. Hori dela eta, gaur egun ikusten ari diren joeretako bat da foku turistiko handiez bestelako helmugak eta produktu paregabeak, bisitariei lekuotako egiazkotasunarekin konektatzea ahalbidetzen dietenak, bilatzea.

Jendetza-turismotik urruntzea

Aurreko bi puntuekin oso lotuta, jendetza-turismotik urruntzeak bidaiariak helmugekin sakonago konektatzeko duten nahiari erantzuten dio.

Egun ikus daitezkeen joeretako bat da turista-masa handiei zuzendutako esperientzien eskaria tokiko esperientzia autentikoagoetarantz eboluzionatzen ari dela. Ildo horretan, *slow travel* edo bidaia motel deritzonak, hain zuzen ere, presarik gabe bidaiatzea du helburu eta lehenetsun handiagoa ematen dio bizitako esperientziez gozatzeari helmugari berari baino. Horregatik, jendetzari ihes egiten dio eta naturalena, hurbilena eta

Hiri-turismoa eta landa-turismoa

Helmuga turistikoaren artean bi joera bereizi daude. Lehenik eta behin, landa-turismoaren gorkaldia gailentzen da, batez ere eskaintzen dituen erosotasunengatik. Zuzeneko garraioak, hotel-azpiegitura, sukaldaritzako eta aisialdiko askotariko eskaintza eta abar direla-eta, turista gehienek hiriak aukeratzen dituzte. Gainera, hiri-helmugak bai negozio-turismorako bai aisia-turismorako aukeratzen dituzte, nagusiki askotariko eskaintza daukatelako.

Hiri-turismoari kontrajarrita, landa-turismoa ohiko hiri-turismoaren ordezkotzat alternatiba gisa agertzen ari da. Landa-ingurunez gozatzea, komunitate txikiak ezagutzea eta deskonektatzea dira landa-turismoa sustatzen duten alderdietako batzuk.

Malgutasuna

Bidaietan malgutasuna nahi izatea eskari turistikoan COVIDaren pandemiaren zuzeneko eraginik handiena izan duen joeretako bat da. Turismoa pandemiaren ondoriozko geldialdiaren ondoren suspertzen ari den arren, turistek gero eta maizago nahi izaten dute bidaiak dirua bueltan jasotzeko edo data aldatzeko aukerarekin antolatu. Joera horrek sektoreko enpresak egokitzea eskatzen du, esperientzia moldagarriak eta malguak eskaini behar dituzte eta.

Pandemiaren ondoren, Fitur 2023 azokan ikusi zen moduan, bidaiariak berriz fidatzen ari dira epe luzeko eta oporraldietako bidaiekin, batez ere Europako helmugetan eta belaunaldi gazteen artean. Hala ere, konfiantza horrek ez du eragozten ezustekorik sortuz gero bidaiak bertan behera uzteko aukera eskatzea.

Jasangarritasuna

Jasangarritasuna munduko ekonomia eraldatu behar duen funtsezko elementua da eta sektore guztiei eragiten die, baita turismo-sektoreari ere. Bai eskaintzaren bai eskariaren aldetik, turismoaren eremua azkar egokitzen ari da gobernuek eta nazioarteko erakundeak jasangarritasunari dagokionez ezartzen ari diren betekizunetara.

Turistek ez ezik toki-komunitateek ere eskatzen dute turismo jasangarria bultzatzea; izan ere, toki-komunitateek ikus dezakete jarduera turistikoa beren hurbileko ondarea eta ingurunea babesteko tresna dela.

Bisitarien aldetik, jende asko turismo hurbilagoa eta jasangarriagoa aukeratzen ari da turismo masifikatuaren ordeko alternatiba gisa. Turismo motelagoa, kulturala eta leku autentikoenetako gastronomia eta ohiturak ezagutzeko aukera ematen duena da turismo jasangarriaren eskariaren oinarria.

Oro har, turistek esperientzia osoak, paregabeak, pertsonalizatuak eta gero eta jasangarriagoak, helmugako komunitatea eta lekua ezagutzeko eta horren zati izateko bidea ematen dietenak, eskatzen dituzte gaur egun. Bai kultura-sektoreak bai sormenaren industriek potentzial handia daukate eskari

berrioi erantzuna emateko; izan ere, esperientzia turistikoari balioa emanstea ahalbidetzen dute, tokiko komunitatea nahasiz eta haren kultura eta tradizioak ezagutzeko bidea emanez, baita aktiboki parte hartuz ere.

Zerbitzu turistikoaren eskariaren aldaketa dela-eta, turismo-sektorearen erronka nagusietako bat da bezeroen behar zehaztutara doitutako produktuak eskaini ahal izatea. Horregatik, jarraian turismo-sektoreak gaur egun eskaintzari dagokionez aurre egin behar dien erronka eta joera nagusiak aztertzen dira.

5.2 Joerak eskaintzan

Eskaintza turistikoa eskariaren eskakizunak eta sektorearen beharrak oinarri hartuta antolatzen da eta azkar egokitzen ari da turismo-industriari eragiten dioten aldaketetara. Ildo horretan, joeren artean nagusi diren elementuetako bat da kultura-sektorearekin lotutako produktu turistiko berriak sortzen ari direla.

Turismo kulturalarekin lotutako esperientzien eskariaren ondorioz, helmuga askotan **ibilbide kulturalak**, bisitariari kultura-ondarea sakonki ezagutzeko ahalbidetzen dietenak, antolatu dira. Zenbait mailatatik ibilbide kulturalen sorketa sustatu da, turistak erakartzeko eta ondare erkidea babesteko tresna gisa. Ildo horretan, Europako Kontseiluak **→ibilbide kulturalen programa** bat dauka. Espainiatik pasatzen diren ibilbide kulturalen sortan⁸, honako hauek nabarmentzen dira: Donejakue bidea, Pirinioetako burdinaren ibilbidea, Europako hilerrien ibilbidea, historiaurreko labar-artearen bideak, Napoleon Helmuga ibilbidea eta Europako industria-ondarearen ibilbidea. Denak pasatzen dira Euskaditik.

Ibilbideok interes bereziko lekuetara daramatzate eta oso askotariko gaiak hartzen dituzte barne, adibidez, arkitektura eta paisaia, eragin erlijiosoak, gastronomia, kultura-ondare immateriala eta artearen, musikaren eta literaturaren arloko figura nagusiak. Eusko Jaurlaritzak ere sustatzen ditu ibilbide kulturalak **→Euskal Herrian**, oso gai askotarikoak.

8. → **Esteka** honetan kontsulta daitezke.

Ibilbide kultural horietaz gain, sortu berri den sormenezko turismoak sormen-jarduera bat egiteko planifikatutako bidaien aukerak sortzea eragin du. **Urban Sketchers** komunitatea, hain zuzen ere, tokian bertan zuzeneko behaketaren bidez marrazten duten marrazkilarien komunitate globala da eta kideak munduko 394 hiritan daude. Komunitate horrek aukera ematen du bai mundua artistek (profesionalek eta ez-profesionalek) egindako bozetoen bidez ezagutzeko bai taldeak egiten duen jardueraren esparruan marrazteko helburuarekin bidaiatzeko. Modu komertzializatuagoan, **painting holidays** edo marrazketa-oporrak direlakoek oso askotariko tokietan margotzeko diseinaturiko bidaiak planifikatzea eta kontratatzea ahalbidetzen dute.

Eskaintza turistiko tradizionalaz bestelako aukerak dira. Sormena, artea, ondarea, turismoa eta kulturartekotasuna konbinatzen dituzte eta gero eta interes handiagoa pizten ari dira.

Margolaritzak bezala, musikarekin, literaturarekin, dantzarekin, arte eszenikoekin eta abarrekin lotutako jarduerak ere eskaintza turistiko berriak sortzen dituzte, bai hezigarriak bai aisialdikoak.

Eskaintzan gertatu diren eta sektoreko eskari berriei erantzuten dieten eraldaketetako beste bat da interes-nitxo zehatz batean beren zerbitzuak eskaintzeko bat egin duten eragileen eta helmugen erakundeak eta sareak sortu direla. Horixe gertatzen da hiri sortzaileen, hotel gastronomikoen, hotel historikoen eta abarren sareekin.

UNESCOren **Hiri Sortzaileen Sarea** 2004an sortu zen sormena garapen-faktoretzat zeukaten hirien arteko lankidetzak sustatzeko. Honako hauek dira barne hartutako sormen-eremuetako batzuk: arte digitalak, artisautza eta herri-arteak, zinema, diseinua (Bilbon, adibidez), gastronomia, literatura eta musika.

Hiriotan, sormena garapen ekonomikorako funtsezko ardatz estrategikoa da eta turismoarekin ere lotuta dago. Hiri Sortzaileen Sarearen zati diren hiriek ekintza-ildo estrategikotzat daukate sormenezko turismoa, baina, gainera, motibazio kulturalak eta sormenezkoak dauzkaten turistentzako erakargarriak dira berez.

Hotel gastronomikoen eta hotel historikoen sareek ondare-espazioetan edo eskaintza gastronomiko zehatz bat daukaten espazioetan ostatu hartu nahi duten turisten profilari zuzendutako berariazko eskaintza bat elkarrekin hedatzea ahalbidetzen dute.

Eskari berrien ondorioz sortutako produktu turistiko berriez gain, eskaintza turistikoaren eremua iraultzen ari den beste elementu bat teknologia berrien garapena da. Ildo horretan, adimen artifizialak badauzka aplikazioak turismo-sektorean, bai bidaiak planifikatu, pertsonalizatu eta erosterakoan, bai bisita turistiko edo monumentala egitean, adibidez, bisita gidatuak edo ostatuak pertsonalizatzean. Errealitate areagotuak esperientzia turistiko mota berri bat sortzeko bidea ematen du eta jada erabiltzen ari da, esate baterako, museoetan eta bisita turistikoetan. Eta badira urteak aurpegiak ezagutzeko teknologiak mugetan oso presente daudela, hain zuzen ere, bidaiariak kontrolatzeko.

Turismo-sektorea garapen jasangarri globalarekin lotutako irizpideen bidez eraldatzeko premia dela-eta, eskaintza turistiko deszentralizatu eta urtarokotasunik gabea, jendetza-turismoak ezartzen dituen erronkei erantzutea ahalbidetzen duena, sustatzen ari da. Jada azaldu den moduan, kultura funtsezko eremua da eta bai turismo-sektorearen bai kultura-sektorearen garapenari ekarpena egiten dioten baterako estrategiak proposatzen lagundu dezake. Ildo horretan, erakargarria ez ezik, helmugaren funtsezko ardatz bereizgarria ere bada kultura eta turismo-sektorearen jasangarritasunerako oso garrantzitsuak diren helburuak betetzen laguntzen du: deszentralizazioa, diferentziazioa, bakantasuna eta urtarokotasunaren murrizketa.

Deszentralizazioa

Ondareak, kulturak eta sormenak, erakargarri turistikoen iturri gisa, deszentralizatze bidea ematen dute, lurralde guztian banatuta daudenez helmuga turistikoen arteko oreka handiagoa ahalbidetzen dutelako.



Diferentziazioa

Tokiko kultura da helmuga turistikoari nortasuna eta izaera ematen dizkion eta beste leku guztietatik bereizten duena. Hizkuntzak, gastronomiak, tradizioek, arkitekturak, ondareak, bertako biztanleen izaerak eta abarrek osatzen dute. Kultura helmuga turistikoen elementu bereizgarri nagusietako bat da eta, ondorioz, bisitariak erakartzeko balio du. Horrela, zer transmititu nahi den erabakitzeak eta horretan sakontzeak estrategia turistikoen zati izan beharko du.

Bakantasuna

Bakantasuna da helmuga baten nortasunari dagokionez diferentziazioa eta bitxitasuna osatzen dituzten eta helmuga berezia, erakargarria eta paregabea egiten duten elementuetako bat. Ildo horretan, euskal kulturaren bakantasuna da lurraldearen multzoari nortasuna ematen diona, herri bakoitza zehazki bereizten duena.

Urtarokotasunaren murrizketa

Erakargarri kulturalak, materialak zein immaterialak, ez daude lotuta urte-sasoi jakin bati; hortaz, eskaintza turistikoaren urtarokotasuna murrizten laguntzen dute. Aldi jakinetako bisitari-metaketa handia da turismo-sektoreak gaur egun aurre egin behar dien erronketako bat eta horretarako, adibidez, motibazio kulturalak eta sormenezkoak susta daitezke.

ERRONKAK ETA ESTRATEGIAK

Turismo sektoreak ekonomia, gizartea eta kultura garatzeko sortutako aukerez gain, badaude aurre egin behar dien erronka garrantzitsuak. Testuinguruan jarrita, pandemiaren helduerak mugikortasuna mugatzea ekarri zuen eta, ondorioz, turismo-sektorea nazioartean geldiarazi zuen. Koiuntura horrek munduko ekonomia batzuk sektorearen menpe daudela eta birplanteatzeko eta aldatzeko beharrei buruz gogoeta egiteko aukera ekarri zuen.

Turismo-sektorea gaur egun aurre egiten ari zaien erronkak gainditzeko estrategiak ezarri behar dira eta, horietan, kulturak oso zeregin garrantzitsua edukiko du ekonomiaren, gizartearen, kulturaren eta ingurumenaren aldetik jasangarria eta begirunetsua den garapen bat lortzeko.

6. ERRONKAK

Illo horretan, Kultur eta Sormen Hirien Behatokiak mundu-mailan turismo-sektore jasangarri bat lortzeari dagokionez erronkak ekar ditzaketen bost eremu identifikatu zituen: masifikazioa, inpaktu ekonomiko eta sozial desorekatuak, urtarokotasun turistikoa eta jasangarritasuna. Behatokiak adierazitako erronkak arakatzeaz gain, aurreko orrialdeetan hasitako gogoetatik sortutako beste erronka batzuei ere helduko zaie, zeinak ondarearen balioa nabarmentzearekin eta lurraldearen nortasuna transmititzen laguntzen duten narratibak sortzeko behararekin lotuta baitaude.

Jasangarritasuna, turismo-sektorearen egungo garapenerako zeharkako eta garrantzi bereziko eremu estrategiko eta erronka

6.1 Masifikazioaren kontrola

Masifikazioa erronka bat da eta hiriguneetara edo naturaguneetara turista gehiegi heltzen direla esan nahi du. Gune horiek, azkenean, ase egiten dira, pertsonen helduera masiboa kudeatzen zaila delako, azpiegitura eta zerbitzu publikoak tentsioan jartzen dituelako, espazioen morfologia aldatzen duelako eta egoiliarrekiko harremana gordintzen duelako.

Gehiegizko turismoak hiriko biztanleen eguneroko bizitzari eragiten dio eta egoiliarren bizi-kalitateari kalte egiten dio. Trafikoa, zerbitzu publikoetako jendepilaketa, erdialdeko eta hirigune historikoetako masibotasuna, turistek zuzendutako ostatuen eta merkatuen ugartzea... Horrek guztiak turisten eta egoiliarren arteko harremana eta hirien bizigarritasuna zailtzen ditu eta kanpo-efektu negatibo ugari sortzen ditu.

Gaur egun, hiri askoren erronka nagusietako bat da. Adibidez, Pragak, Amsterdamek, Berlinek, Lisboak, Florentziak, Parisek eta Veneziak aurre egin behar diote eta, testuinguru hurbilagoan, baita Bartzelonak ere, zeinak 2017an horren aurka egiteko eta turismo jasangarri baterantz aurrera egiteko estrategia bat bultzatu baitzuen⁹.

9. Barcelona Tourism for 2020: A collective strategy for sustainable tourism. Hemen eskuragarri: [→ esteka](#)

Euskadin masifikazio turistikoaren zenbait adibide daude, bai hirietan (hala nola Bilbon eta Donostian), bai paisaia naturaletan (adibidez, Gaztelugatxeko San Joanen). Horri dagokionez, Bilboko Alde Zaharra jada pairatzen ari da masifikazioaren ondorio batzuk, esate baterako, etxebizitza turistikoaren ugaritzea eta merkataritza-ehunaren aldaketa. Donostiak, zeinaren erakargarri handia hondartza baita, ibilgaitz egiten da udan eta horrek biztanleen eguneroko bizitza zailtzen du. Gaztelugatxeko San Joanen, berriz, nazioarteko sail arrakastatsu batean agertzeagatik ospetsu bihurtu ondoren, sarbidea kontrolatzeko neurriak hartu behar izan dira bisitarien etengabeko fluxua dela-eta.

Masifikazio turistikoak egoiliarren bizi-kalitateari eta hiriaren bizitasunari, izaerari eta kulturari kalte egiten die. Arazo horretarako erantzunak askotarikoak dira, baina, besteak beste, honako hauek gailentzen dira: turismo-ostatuak kudeatzea, dibertsitatea babestea, bisitarien fluxuak kontrolatu eta kudeatzea, eskaintza turistikoa deszentralizatzea, hirian hain ezagunak ez diren erakargarriak sustatzea, dibertsifikatzea eta urtarokotasunaren aurka borrokatzea. Oro har, hiriok ezarritako estrategien helburua da inguruneko oreka sozial eta ekonomikoa bermatzea, baita zerbitzuen funtzionamendu egokia ere, bai turistentzat bat egoiliarrentzat. Gainera, baterako irudi turistiko bat, elementu enblematikoenetatik urrundua, sustatzen duten narratiba berriak sortzeko xedea daukate.

6.2 Inpaktu ekonomikoaren eta inpaktu sozialaren arteko desoreka

Turismoari dagokionez agerian jarri den tentsio handi bat bi alderdi hauen arteko gatazka da: batetik, globalizazioaren eta mugikortasunaren hobekuntzaren ondoriozko gero eta aukera turistiko ugariagoak eta, bestetik, turismoa tokiko testuinguruan babestu eta integrazteko behar gero eta nabariagoa.

Turismoaren onurak eta kanpo-efektu negatiboak argiak dira eta egungo erronketako bat da jarduera turistikoak sortutako inpaktu ekonomikoaren eta inpaktu sozialaren arteko oreka bat lortzea.

Onurek bisitarien helduerak eragindako presioaren eragozpenak gainditzen dituztela bermatzeko, zenbait ekintza egin daitezke.

Lehenik eta behin, garrantzitsua da jarduera turistikoak sortutako inpaktu ekonomikoa ezagutarazten duten datu eguneratuak edukitzea, egoera testuinguru egokian jarri ahal izateko.

Inpaktu ekonomikoaren eta inpaktu sozialaren arteko oreka lortzeko, politika eta ekintza turistikoek egoiliarrek kontuan izan behar dituzte eta bermatu behar dute bisitariarentzako azpiegiturek, hornidurek eta garraioek ez dutela bertakoentzako espazio publikorik kentzen. Halaber, bai bisitariarentzat bai egoiliarrentzat erakargarriak diren eskaintzak diseinatu behar dira.

Ildo horretan, inpaktu ekonomikoak eta sozialak oreka ditzakeen beste politika turistiko mota bat da turistak nagusi diren espazioetako lokalez gozatzeko aukera ematea. Horri dagokionez, dagoen kultura-ondarea ezagutaraztea, egoiliarrei tokiko kultura-ondareko espazioetarako sarbidea erraztea eta egoiliarrek hiriko narratiban inplikatzeko ere izan daitezke kontuan hartu beharreko ildoak.

Oreka sozialerako orobat ezinbestekoa da tokiko komunitatea politiken eta ekonomia turistikoaren kudeaketarekin lotutako kontuetan inplikatzeko, hartutako neurriak beraienak direlako sentipena sortzeko. Erabakiak hartzeko herritarrak barne hartzen dituzten prozesuak irekitzeko eta bisitarien presentziaren ondorioz sor daitezkeen gatazkak kudeatzeko egokiak diren komunikazio-sistemak edukitzeak ere balio dezake inpaktu soziala eta ekonomikoa orekatzeko.

Azkenik, turismo-sektorea okupazio-ehuneko handia sortzen duen sektore ekonomiko bat da. Oreka ekonomikoa eta soziala bermatzea balio-kateko sektore guztietan bidezko lan-baldintzak bermatzearekin lotuta dago.

6.3 Urtarokotasuna konpentsatzea

Urtarokotasunak eskari turistikoa urte-sasoi jakinetan metatzearekin du zerikusia eta bisitari gehiegi etortzea eragiten du. Eskaintza turistikoko joerak arakatzeko apartatua jada aipatu da, baina garrantzitsua da urtarokotasuna ere azpimarratzea turismo-sektore jasangarri baterantz aurrera egiteko aurre egin behar zaion erronka gisa.

Oro har, urtarokotasun turistikoak hein txikiagoan eragiten die hiri-helmugei, urte osoan oso askotariko eskaintza kudea dezaketelako. Errealitate hori gorabehera, estrategia turistikoek kontuan hartu beharreko erronka bat da eta turismo kulturalak ekarpen handia egin dezake horretan.

Urtarokotasunak hainbat motatako ondorioak dauzka: ekonomikoak, sektoreko diru-sarrerak urte-sasoia arabera aldatzen direlako; lanekoak, enpleguen behin-behinekotasunari eta sektorearen prekarizazioari laguntzen dielako; ingurumenekoak, urtarokotasunarekin lotutako gainustiapenak ingurune fisikoa narriatzen duelako; eta sozialak eta kulturalak, gizarte hartzailean desoreka handiak sortzen dituelako.

Eskaintza turistikoaren dibertsifikazioa urtarokotasunaren aurka borrokatzeko funtsezko ekintzetako bat da. Ildo horretan, urte osoan sasotik kanpoko programa kulturalak eta ekitaldiak edukitzea, ekitaldiak eta eskaintza turistikoak behe-denboraldian ere planifikatzea, tokiko gastronomia, kultura eta ondarea edozein unetan gozatzeko moduko elementu gisa sustatzea eta behe-denboraldian pizgarriak (deskontuak, tarifa murriztuak, onurak, etab.) eskaintzea dira turismo irregularreko fluxu horiek dakarten erronka hobetzeko egiten ari diren ekintzak.

6.4 Ondare garaikidearen balioa azpimarratzea

Moniturren konparazioarekin (2018) zehaztu den moduan, Euskadi ondare-elementu gutxien aitortuta dauzkan autonomia-erkidegoetako bat da. Datu horrek ez du esan nahi eskualdea ondare-elementutan aberatsa ez dela, baizik eta besteekin konparatuta mota horretako baliabide gutxiago dauzkala.

Kultura-ondare garaikidearen gaineko debatea, nahiz eta askotan aitortu gabe egon, oso presente dago gaur egun. Ondare-balioaren kontzeptuak

denborarekin eboluzionatu du eta ondarea materialtasunarekin eta antzinasunarekin bakarrik lotzen duten irizpideak gero eta maizago jartzen dira zalantzan. Adierazpen kultural garaikideak baloratzeko eta babesteko beharra ondare-kontzeptuaren berrikuspenari bide ematen ari zaio; berrikuspen hori inklusiboagoa da eta ondare immateriala, industria-ondarea, arkitektura-ondare berria, paisaia-ondarea eta abar hartzen ditu barne.

Euskadiko ondare-erakargarriak, ondare garaikidearekin erlazionatuagoak dauden arren, oso ugariak dira. Ondare garaikidearen balioa azpimarratzea erronka da, baina bai turismoa erakartzeko bai oraindik formalki aintzatesteke dagoen ondarea babesteko estrategia bat ere izan daiteke.

Ondare garaikidearen balioa azpimarratzea erronka kulturala da eta turismoak, jarduteko gaitasun handia daukan sektore bat denez, horretan lagundu dezake. Bakantasuna, diferentziazioa, tokiko kultura-dibertsitatearen transmisioa eta produktu turistiko berriak (ibilbideak, ibilbide kulturalak, bisitak...) eskaintzeko aukera bai turismoaren eremuak bai kulturaren eremuak arakatu behar dituzten aukerak dira.

6.5 Kontakizun baten eraikuntza

Komunitate batek helmuga turistiko gisa duen nortasuna transmititzeko ezarritako narratiba garrantzi bereziko elementu bat da, anfitrioi-komunitatea definitzen baitu. Geure burua nola ikusten dugun eta bisitatzen gaituztenei zer transmititu nahi diegun azaltzen duen narratiba bat lantzea funtsezkoa da turismo jasangarri baten garapena sustatzen duen kontakizun bat lortzeko.

Horri dagokionez, erronka da geure burua herrialde gisa eta komunitate gisa definitzeko lagungarria den kontakizun indartsu bat eraikitzea, estrategia eta produktu turistiko zehatzenak blaitzen dituen eta horietan barne hartzen dena.

Narratiba horrek bisitariari helarazten zaion eta guk geuk komunitate gisa daukagun irudia atzera elikatzen duen esparru sinboliko bat eraikitzea ahalbidetu behar du. Herrialde gisa azaltzen gaituen esparru bat, estrategia eta produktu turistiko zehatzetara eramateko modukoa, eraiki behar da. Kontakizunaren garrantzia berriaz nabarmentzen da, nortasun propioa eta kultura-dibertsitatea atzera elikatzeko eta babesteko duen gaitasunagatik, bisitariak Euskadi bisitatzeko helarazten duten irudiaren bidez.



Turismoak toki-nortasunari eskaintzen dion begirada esanguratsua da, komunitate gisa gure imajinarioa zehazten laguntzen duelako. Turistei Euskadiren kultura eta nortasun propioa identifikatzen dituzten alderdiak helaraztea ahalbidetu behar du kontakizunak, bisitaren ondoren turistek alderdion berri eman eta esportatuko dituztelako.

Marketin-ekintzak eta, bereziki, kanpaina turistikoak kontakizuna helarazteko tresna interesgarriak dira. Lehen ikusi den moduan, Euskadiko azken kanpaina turistikoek dibertsitatearekin, naturaren gozamenarekin, gastronomiarekin, tradizioarekin, abegikortasunarekin eta hurbiltasunarekin lotutako balioak azpimarratzen dituzte.

Euskadiko aberastasun eta dibertsitate kulturala funtsezko elementua izan daiteke kanpainak zabalduko narratiban. Tradizioaren eta garaikidetasunaren arteko eta landaren eta hiriaren arteko kontrastea, dibertsitate handia metatuta daukan herrialde txikia izateak dakarren aukera, kultura eta nortasun propioaren bakantasuna... narratiba berriei oinarria emateko ildoak izan daitezke.

7. EREMU ESTRATEGIKOAK

Lehen aipatutako erronkak minimizatzeke, sortutako beharrei erantzuna eman diezaieketen estrategiak ezarri behar dira eta kultura hori lortzeko tresna estrategikoa izan daiteke.

Kultura, argi eta garbi, eremu estrategikoa bihurtu da turismo-sektorea garatzeko eta, zehazkiago, sektorearen garapen eta hazkunde jasangarria sustatzeko. Bi sektoreen elkarrekotasuna eta elkar indartzeko ahalmena ezin dira bakarrik kultura bisitariak erakartzeko gai den elementu gisa erabiltzearekin lotu; aitzitik, bi sektoreok indartzen dituzten baterako estrategiak proposatzearekin lotu behar dira.

2016an, Turismoaren Mundu Erakundeak bi helburu ezarri zituen turismo kulturalari dagokionez (Tresserras, 2021). Lehenik eta behin, arduratsua, integratzailea eta jasangarria izatea eta toki-komunitateen garapen sozioekonomikoari laguntzea; eta, bigarrenik, helmugaren nortasun kulturala

aberasten eta kontserbatzen laguntzea, truke transkulturalak bultzatzea eta kultura-ondarearen babesa sustatzea. Helburu horiek betetzeko, badaude turismo kulturala sustatzea xede duten estrategiak diseinatzerakoan kontuan har daitezkeen zenbait elementu.

Lehenik eta behin, estrategia turistikoetan **kulturaren eta sormenaren sektore guztia barne hartzeak**, batetik, turismoaren eremuko eskari berriei erantzutea eta, bestetik, sektore guztiaren potentzialtasuna aprobetxatzea ahalbidetzen du. Tradizioan, turismo kulturala ondare-eremuarekin erlazionatu da nagusiki. Hala ere, aspaldi frogatu da sormenaren industriek ere badaukatela turistak erakartzeko potentziala.

Turismo kulturalako estrategiak kulturaren eta sormenaren industrietarantz zabaltzeak bidea ematen du sektorean sortutako behar eta eskari berriei erantzuteko, helmugaren erakarpena eta diferentziazioa sustatu eta sendotzeko, zonako eskaintza turistikoa handitzeko, kultura-sektorearen eta turismo-sektorearen arteko sinergiak indartzeko, ekonomia dinamizatzeke, toki-komunitatearekiko bizikidetzak errazteke, kultura-dibertsitatearekiko errespetua sustatzeko, etab. Sormenaren sektorea zona batean turismoa planifikatzeko eta indartzeko estrategietan barne hartzearen ondoriozko onura zehatzez gain, sektorearen eraldaketei erantzun egokiak emateko beharrezkoa izango da gero eta zeharkakoagoak diren estrategietarantz aurrera egitea.

Kulturaren eta sormenaren sektore guztia estrategia turistikoetan barne hartzea lagungarria da urtarokotasunarekin eta masifikazioarekin lotutako erronkak kudeatzeko, dagoen eskaintza izugarri dibertsifikatzen duelako.

Bigarrenik, turismo kulturala sustatzea xede duten estrategiek **monolaborearen aurka joan** behar dute, dagoen eskaintza begi-bistako erakargarri kulturalak haraindi indartuz. Horrelako estrategiak ezartzea ezinbestekoa da masifikazio turistikoaren aurka egiteko eta dagoen ondarea jendetza-turismoak dakarren degradaziotik babesteko. Gainera, zonako beste erakargarri batzuk zabaltzea eta eskaintza turistikoa dibertsifikatzea ahalbidetzen du. Ondare garaikidea indartzea dibertsifikazioari laguntzeko eremu estrategikoetako bat izan daiteke.

Hirugarrenik, turismo kulturaleko estrategiek **dibertsitate kulturealean ardazu** behar dute eta dibertsitate hori onartu, errespetatu eta babestu behar dute.

Turismoa bultzatzeko estrategiak jasangarriak izateko, tartean dauden populazioen bizi-kalitatea hobetzeko eta lekuaren berezko balioak kontserbatzeko xedea eduki behar dute eta kultura-dibertsitatea aberastasun gisa errespetatu behar dute. Jarduera turistikoak efektu kulturala dakar, bai bisitariarentzat bai turismoa hartzen duten komunitateentzat; izan ere, kulturen arteko konexioaren ondoriozko trukeak efektuak dauzka bizitzen dutenentzat.

Komunitate batean dauden nortasuna, balioak, ohiturak eta tradizioak erakargarri turistikoaren iturri argia dira eta turismo kulturaleko estrategiek kultura-truke hori baliatu eta babestu behar dute, toki-ingurunearen ezagutza begirunetsuaren alde eginez.

Lurralde bateko kultura-dibertsitatearen errespetua oso lotuta dago kanpora transmititzen den kontakizunarekin. Lurralde bat eta komunitate bat zerk definitzen dituzten transmititzea ahalbidetzen duten eta nortasun erkidearen ezaugarri nagusiak agerian jartzen dituzten kontakizunak sortzea bai dagoen kultura-dibertsitatea hedatzeko bai onartu, babestu eta barruan zein kanpoan bultzatzeko lehen urratsetako bat da.

Laugarrenik, **ezarritako estrategiek toki-komunitatearen arteko harreman onak ahalbidetu behar dituzte**.

Turismo-sektoreak azken urteetan izan duen hedapen handia eta ondoriozko kanpo-efektu negatiboak direla-eta, turismoaren aurkako iritzi publiko bat sortu da, munduko leku askotan dagoen masifikazioarekin lotuta. Turismoak toki-komunitateen eguneroko bizitzari eragiten dioten zuzeneko eta zeharkako efektuak dauzka (etxebizitzaren prezioa garestitzea, merkataritza-

ehuna aldatzea, zarata areagotzea, espazio publikoak asetzea...) eta efektuok turisten eta bisitarien arteko harreman txarrak sor ditzakete.

Gaur egun, «turista» aldi baterako bisitaritzat jotzen duen pertzepzioa aldatzeko ahalegina egiten duten narratiba berriak sortzen ari dira, hiri bateko azpiegituz, zerbitzuez eta horniduz ere gozaten duen «aldi baterako herritartzat» jotzen hasteko. Globalizazioak eta mundu-interkonexioak ikusmolde horiek, zeinetan turistek eta egoiliarrek elkarrekin gero eta harmonia handiagoan bizi behar duten, onartzea errazten dute.

Turistak hiriko aldi baterako herritartzat jotzen dituzten eta egoiliarren eta bidaiarien arteko bizikidetzat errazten duten politikak eta estrategiak onartzea garrantzitsua da turismoari buruzko iritzi publiko positiboa, hirian baterako garapena ahalbidetzen duena, sustatzeko. Gainera, toki-komunitatea estrategia turistikoaren ezarketan barne hartzeak sortutako inpaktu sozialak hobetu ditzake. Turismo-sektorearekin lotutako helmuga zehatzez

Garapen turistikorako eremu estrategikoak

Kulturaren eta sormenaren sektore guztia barne hartzea

Dibertsifikazio turistikoa bultzatzea

Kultura-dibertsitatea sustatzea

Toki-komunitatearen eta bisitarien arteko harreman onak sortzea

Nolanahi ere, eremu horiek etorkizunerako garapen-ildo posible gisa jasotzen dira, estrategia kultural eta turistikoak begirada erkidean oinarrituta bat etorrazteko helburuarekin.

8. JASANGARRITASUNAREN GARRANTZIA

Jasangarritasuna da aurreko apartatuan aurkeztutako gai guztiak lotzen dituen haria. Politika publikoetarako esparru orokorra, erronka erkidea eta aztertutako gainerako kontuak markatzen dituen funtsezko elementu estrategikoa da.

Gaur egun, turismo-sektorearen erronka nagusia **jasangarritasuna** da, bere alderdi guztietan, eta, zehazki, 2030 Agendan onartutako garapen jasangarrirako helburuak betetzera bideratzea. Jasangarritasuna, erronka global gisa, zeharkakoa da eta beste erronka zehatzago batzuk ukitzen eta antolatzen ditu. Hain zuzen ere, turismoak sektore ekonomiko gisa baliabide natural, sozial eta kulturalak mozkin ekonomikoak lortzeko erabili behar dituen modua jasangarritasunarekin lotutako betekizunek baldintzatzen dute gaur egun. Sektorearen garapenaren paradigma-aldaketa horren ondorioz, turismo-eragileek gero eta gehiago hartzen dituzte kontuan bisitarien eta tokiko biztanleen gaineko inpaktu negatiboak minimizatzeko beharra eta ingurunea eta ingurumena jarduera turistikoaren bidez babesteko beharra.

Jasangarritasuna, argi eta garbi, turismo-sektoreak daukan erronka nagusietako bat da eta, ondorioz, bidezkoa da geure buruari galdetzea zer jotzen den turismo jasangarrizat.

TMEren arabera, honako hau da **turismo jasangarria**: egungo eta etorkizuneko ondorio ekonomikoak, sozialak eta ingurumenekoak kontuan hartzen dituen, bisitarien, industriaren, ingurunearen eta anfitrioi-komunitateen beharrak betetzeko¹⁰.

TMEk azaltzen duen moduan, turismo-sektorearen jasangarritasuna bermatzeko, garapen turistikoaren ingurumen-alderdiaren, alderdi ekonomikoaren eta alderdi soziokulturalaren arteko oreka lortu behar da. Horrek, nagusiki, zera esan nahi du:

- Ingurumen-baliabideak ondo erabiltzea, sektorea garatzeko funtsezko elementua baitira.
- Anfitrioi-komunitateen egiazkotasun soziokulturala errespetatzea, ondare materiala eta immateriala babesten lagunduz eta kultura arteko tolerantzia eta dibertsitatearekiko errespetua sustatuz.
- Jarduera ekonomikoek dakartzaten onura sozioekonomikoak eragile guztien artean ondo banatzen direla bermatzea, bai turismo-sektorean zuzenean parte hartzen dutenen artean, bai toki-komunitatean oro har.

Txostenean zehar azaldu den moduan, ingurumena jarduera turistikoaren bitartez babestea eta hobetzea, mozkin ekonomikoak bidezkotasunez banatzea eta ondorio soziokulturalak minimizatzea funtsezko alderdiak dira epe luzean jasangarria den sektore bat lortzeko. Erronka horren garrantzia hain handia da non Turismoaren Mundu Erakundea, Nazio Batuak eta Turismo Jasangarriaren Mundu Kontseilua jada lan egiten ari baitira ildo horretan, sektore guztia eraldatzeko ahaleginean.

Garapen jasangarrirako helburuen eta 2030 Agendaren onespina izan da, orain arte, jasangarritasun globalarekin lotutako ekimen handinahiena, eta turismoa berariaz barne hartzen da onetsitako 17 GJHetako batzuen helmugetan, zehazki, 8., 12. eta 14. helburuetan.

8.9 helmugak honako hau lortu nahi du: «lanpostuak sortzen dituen eta tokiko kultura eta produktuak sustatzen dituen turismo jasangarri bat bultzatzea xede duten politikak prestatzea eta praktikan jartzea».

12.b helmuga honekin lotuta dago: «garapen jasangarriaren gaineko efektuak zaintzeko tresnak prestatu eta aplikatzea, lanpostuak sortzen dituen eta tokiko kultura eta produktuak sustatzen dituen turismo jasangarri bat lortzeko».

Hona hemen **14.7 helmugaren** xedea: «garapen-bidean dauden uharte-estatu txikiek eta oso aurreratuta ez dauden herrialdeek itsas baliabideen erabilera jasangarritik ateratzen dituzten mozkin ekonomikoak handitzea, batez ere arrantzaren, akuikulturaren eta turismoaren kudeaketa jasangarriaren bitartez».

10. Turismoaren Mundu Erakundea. Definizioa hemen dago eskuragarri: [→esteka](#)



Turismo-Turismo-sektorearekin lotutako helmuga zehatzez haraindi, TMEk nabarmentzen duen moduan¹¹, turismo-sektoreak garapen-helburu guztiei ekarpena egiteko gaitasuna dauka, eranskinetan zabaldu daitekeen moduan.

Turismo-sektorearen garapen jasangarria lortze aldera, nazio zein nazioarteko mailako estrategia zehatzak prestatzen ari dira. 2014an, Eusko Jaurlaritza Turismoaren Mundu Erakundeari atxiki zitzaion eta, ondorioz, Turismorako Mundu Kode Etikoa ezartzeko konpromisoa hartu zuen. 2019an, **→ Euskadiko Turismoaren Kode Etikoa** garatzen hasi zen. Horretarako, Jaurlaritzak eta sektore osoak ekintza eta konpromiso zehatzak ezarri zituzten turismo-eredu etiko, arduratsu eta jasangarri baterantz aurrera egiteko.

Erantzukizunarekiko eta jasagarritasunarekiko konpromisoak bai turismo-sektorea osatzen duten erakundeak eta pertsonak bai herritarrak eta bisitariak hartzen ditu barne. Helburu erkidea betetzeko, Euskadiko Turismoaren Kode Etikoak euskal turismo-eragile guztiek aplikatu behar dituzten zenbait printzipio ezartzen ditu.

Kodea egiteko, **→ 2030 Agendan**, **→ TMEren Turismorako Mundu Kode Etikoa** eta **→ ST+20 Turismo Jasangarriaren Mundu Gutunean** ezarritako printzipioak hartu ziren oinarri.

Euskadiko Turismoaren Kode Etikoak jasagarritasuna Euskadiko turismo-sektorean ezartzeko gida ematen duten oinarritzko zortzi printzipio jasotzen ditu:

Turistak ulertzen eta errespetatzen lagundu	Berdintasuna, gizarteratzea eta aniztasunarekiko tolerantzia	Jasangarritasuna	Bertako tradizioaren eta kulturaren sustapena
Gizateriaren kultur ondarea zaindu	Bikaintasuna eta profesionaltasuna	Pertsonen eskubideak errespetatu	Tratu egokia eman sektoreko langile eta enpresariei

Gainera, turistei eta herritarrei banan-banan zuzentzen zaie, turista arduratsuaren gida bat eginez, Euskadira bidaia esperientzia aberasgarria eta jasangarria izan dadin. Gidak hamar aholku praktiko ematen ditu:

Zure eskubideak ezagutu	Sustatu tokiko garapena	Langileei egoki tratatzea sustatu	Errespetatu aniztasuna	Gozatu tokiko kulturaz
Lagundu ondarea kontserbatzen	Lagundu ingurumena zaintzen	Aukeratu produktu eta zerbitzu jasangarriak	Erabili garraio jasangarria	Izan zaitetz turista arduratsua

Azkenik, garrantzitsua da nabarmentzea turismo kulturalako estrategiek jasagarritasuna aintzat hartu behar dutela garapenerako funtsezko elementutzat. Edozein estrategia kultural edo turistikok jasangarria izan behar du eta ingurunea errespetatzen duen hazkunde ekonomiko bat sustatu behar du.

Turismo kulturalak sektorearen jasagarritasuna sustatzen lagundu dezake, ondare material eta naturalaren hedapena eta kontserbazioa erraztuz, toki-komunitateen ohiturak, tradizioak eta bizimoduak ezagutaraziz, ingurunea errespetatzen dituzten jarduerak eta bisitak sustatuz, jasagarritasunarekin lotutako balioak transmititzen lagunduz, urtaroarekiko menpekotasuna murrizteko eta turismoa desmasifikatzeko estrategiak ezartzen lagunduz, bisitarien eta egoiliarren arteko loturak hobetuz, etab.

→ Kultur eta Sormen Hirien Behatokiak, hirien arteko trukea eta ikaskuntza sustatzeko diseinaturiko tresna denez, toki-agintaritzak turismo kulturalaren kudeaketan jasagarritasunerantz bideratzeko gomendioak ematen ditu. Ekonomiaren, egoiliarren bizi-kalitatearen eta ingurumen-presioaren murrizketaren arteko oreka lortzeko biltzen diren ekintzen artean, lau elementu gailentzen dira:

11. Turismoaren Mundu Erakundetik ateratako informazioa. Hemen eskuragarri: **→ esteka**



- Lehenik, turismo-jasangarritasuna sustatzeko nazioarteko baterako ahaleginaren alde egiteko beharra, bai herrialde bateko gobernu-maila guztiekiko harremana eta baterako plangintza erraztuz, bai nazioarteko gomendioei, hala nola turismo-sektoreari aplikaturiko GJHei, jarraituz.
- Bigarrenik, esparru instituzionalak eta zeharkako politikak, turismo-sektorearen garapen jasangarriari zenbait eremutatik lehentasuna ematen diotenak, onartzea.
- Hirugarrenik, azpiegitura turistikoak kudeatzea, hiriko ekosistema turistikoa osorik hartuta jasangarria izan dadin.
- Azkenik, sozietate zibila tokiko turismo-politika egiteko inplikatzeko, turismo-politikak egitean eta zehaztean haren partaidetza erraztuz.

Lehen aipatutako eremu estrategikoei turismo kulturala jasangarritasunean oinarrituta indartu eta garatzeko bidea eman behar dute.

Turismoa eta kultura lotzen dituzten estrategien helburuak izan behar du komunitate gisa definitzen gaituen eta bai bisitariengan bai, batez ere, komunitate hartzailean inpaktu positiboa daukan kontakizun bat sortzen eta ekintza turistikoetan hedatzen laguntzea.

LABURPEN MODUAN

Laburpen moduan eta txosten hau amaitzeko, jarraian kulturaren eta turismoaren arteko loturaren gaineko begirada zabaltzen lagundu dezaketen elementu batzuk azpimarratzen dira. EAE bisitatzeko motibazioa ematen duten eta turistek lurraldean egindako jarduerak biltzen dituzten erakargarri ezagunez haraindi, hots, Guggenheim Museoaz, gastronomiaz eta naturaz haraindi, lau gogoeta-ardatz proposatzen dira, kulturaren eta turismoaren arteko harremana finkatzeko ideiekin.

Nortasuna. Kultura propio bat daukagu, zeinaren adierazgarri nagusia euskara baita, turistek beren bidaiari ezinbestean aurkituko duten milaka urteko eta jatorri ezezaguneko hizkuntza bat, hain zuzen ere. Tradizioa errespetatzen duen eta legatu musikal eta folkloriko nabarmena daukan herria gara, ahozko tradizio garrantzitsuarekin, bertsolaritzak, zona honen bereizgarriak, erakusten duen moduan. Herri-kirolak, arraunketa eta euskal pilota berariaz euskalduna den horren hiru estandarteak dira, kirolera eramanda. Tradizio horiek guztiak aggiornamiento prozesu natural batean daude, zeinak XXI. mendean kokatzen baititu, haien egiazkotasunari eutsiz.

Izaeradun herria gara. Inkesta turistikoetan jasota dagoen moduan, «izaera euskalduna» da zona bisitatzen duten turistentzako alderdi erakargarrietako bat. Izaera noble, neurritsu, dotore, ekintzaile, barnerakoi eta beregain horrek bereizten gaitu. Estetika propio batean (kolore urdina, harria, zura eta burdina material gisa) eta sinbolo propio batzuetan (euskal tipografia, lauburu...) islatzen da. Nabigatzaileen, eskultoreen eta jostunen lurra gara eta munduan ospetsuak diren eta izaera euskaldun hori pertsonifikatzen duten ikonoak daukagu, hala nola Elkano, Oteiza, Txillida, Balenciaga eta Rabanne.

Atributu eta sinbolo horiei esker, euskal nortasuna ezaguterraza, bereizgarria eta nolabait exotikoa da kanpoko begiradarentzat.

Aktibo kulturalak. Lehenik eta behin, Euskadik lurralde txiki batean turismoa garatzeko oso askotariko aktibo kulturalak dauzka. Horri esker, erraza da proposamen konbinatuak garatzea. Hiria eta landa, itsasoa eta mendia, tradizioa eta modernotasuna elkarrekin bizi direnez eta elkar osatzen dutenez, ez dago zertan hautatu bitak planeatzean. Eskumenean dagoelako ideia egia da herrialde honetan.

Nortasun desberdineko hiru hiri daukagu: Bilboren indar ekonomikoa eta aire britainiarra; Donostiaren fintasuna eta eragin frantsesa; Gasteizen Erdi Aroko legatua, legatu judua eta tradizio jasangarria. Kostaldeko Donejakue bideko paisaia kulturala, Arabako Errioxako ardoarena, Bilboko itsasadarreko iragan industrial (Bizkaiko zubiarekin), arkitektura garaikidearen kalitatea, euskal artearen indarra, Arantzazu, eraldaketa (Guggenheim Museoarekin, prozesuaren sinbolo gisa), kultura gastronomikoa... Horri guztiari esker, Euskadi askotariko helmuga turistikoa da, aberatsa eta zenbait bidaiari-profiletara moldatzeko gai.

Lehiarako abantaila. Turismoaren kudeaketarekin lotuta dauden, Moniturren biltzen diren eta txosten honen lehen kapituluaz azaldu diren elementuez gain, badaude bisitatzen gaituztenek balorazio positiboa ematen dieten beste elementu batzuk. Honako hauek nabarmentzen dira: zerbitzuen kalitatea, irisgarritasuna, bizi-maila, bizitasuna, eskaintza kulturala, hirien tamaina, etab. Hirietara heltzea erraza da. Euskal geografiak abantaila konparatibo horri laguntzen dio, sarbide errazeko lurralde txikian oso askotariko eskaintza bat edukitzea ahalbidetzen baitio bisitariari. Herrialde ezaguterraza, ibilgarria eta gozagarria gara. Euskadi bisitatzeko erraza, eroso eta atsegina da.



Jasangarritasuna. Azkenik, une honetan nahitaezkoa da jasangarritasuna, etika eta kultura ardatz gisa lotzen dituen zeharkako begirada bat txertatzea herrialdeko edozein estrategiatan. Kulturak turismo-sektorean jasangarritasuna sustatzeko gaitasuna dauka eta betekizun hori funtsezkoa da gaur egun garapen turistikoa bultzatzeko. Txostenean zehar garatu den moduan, kultura-eremuak zuzenean laguntzen du turismo-sektoreak gaur egun aurre egin behar dien erronketako batzuei erantzuten. Masifikazioa saihesteko eskaintza enklabe berrietara dibertsifikatzea, lurralde guztian ondarearen balioa azpimarratzea, kultura-dibertsitatea errespetatu eta zaintzea, sortutako inpaktu ekonomikoen eta sozialen arteko oreka lortzea, tokiko kulturaren garrantzia nabarmentzea eta abar sektorearen garapen jasangarriantz aurrera egitea ahalbidetzen duten elementuak dira.



BIBLIOGRAFIA

- Industria, Merkataritza eta Turismo Ministerioa (d. g.). *Estadísticas e informes*. Hemen eskuragarri:
→ <https://turismo.gob.es/es-es/paginas/estadisticas-informes.aspx>
- Turismoko Estatu Idazkaritza, Industria, Merkataritza eta Turismo Ministerioa (d. g.). *Turespaña*. Hemen eskuragarri:
→ <https://www.tourspain.es/es>
- Eusko Jaurlaritzako Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Saila (d. g.). *Basquetour*. Hemen eskuragarri:
→ <https://basquetour.eus/hasiera.htm>
- Richards, G. (2011). «Creativity and tourism: the state of the art», *Annals of tourism research*. Hemen eskuragarri:
→ <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0160738311001204>
- Richards, G. eta Raymond, C. (2000). «Creative tourism». *ATLAS news*, 23(8), 16-20. Hemen eskuragarri:
→ https://www.academia.edu/1785786/Creative_Tourism_Richards_and_Raymond_2000
- ICOMOS (1999). *International cultural tourism charter*. Hemen eskuragarri:
→ <https://www.icomos.org/en/179-articles-en-francais/ressources/charters-and-standards/162-international-cultural-tourism-charter>
- Tresserras (2021). *El turismo cultural y creativo hoy*. En UNESCO. Hemen eskuragarri:
→ https://www.unesco.org/es/articles/el-turismo-cultural-y-creativo-hoy?TSPD_101_R0=080713870fab2000eb0c523562e1eba9a730844cc264d8ee7001a93057a9282c4783754e3f352a240894010e6814300025ba67d46ca1e710c843968a503c461b31cd7e58893e3ae74f645f6965f766f0973b9275e68372b9713ed070c19e84b1
- Turismoaren Mundu Erakundea (2018). *Tourism and Culture Synergies*. Hemen eskuragarri:
→ <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284418978>
- Institut Català de Recerca en Patrimoni Cultural (2009). *Anàlisi de les definicions de turisme cultural i de les formes de recompte dels turistes culturals*. Hemen eskuragarri:
→ https://interaccio.diba.cat/sites/interaccio.diba.cat/files/turisme_cultural_1.pdf



Turismoaren Mundu Erakundea (d. g.). *Tourism and Culture*. Hemen eskuragarri:
→ <https://www.unwto.org/tourism-and-culture>

Tresserras, Bishop, Pareja-Eastway eta Coma Quintana (2021). «Turismo cultural sostenible». *Revista CCK*, 11. zenbakia. Hemen eskuragarri:
→ <http://kreantaeditorial.org/wp-content/uploads/2021/01/CCK-Revista.-Numero-11-enero-marzo-2021.-Fundacion-Kreanta..pdf>

Turismoaren Mundu Erakundea (d. g.). *El turismo en la Agenda 2030*. Hemen eskuragarri:
→ <https://www.unwto.org/es/turismo-agenda-2030>

Turismoaren Mundu Erakundea (d. g.). *Desarrollo sostenible*. Hemen eskuragarri:
→ <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>

Exceltur (2018). *Monitor de competitividad turística relativa de las comunidades autónomas españolas*. Hemen eskuragarri:
→ https://www.exceltur.org/wp-content/uploads/2019/04/Monitur-2018_Informe-completo-marzo2019.pdf

Kataluniako Generalitatearen Turismoko Agentzia Katalana (2019). *Dossier del año del turismo cultural 2018-2019*. Hemen eskuragarri:
→ https://act.gencat.cat/wp-content/uploads/2019/02/Dossier_ATC_2019_ESP.pdf

Alberti, V., Panella, F., Montalto, V. eta Saisana, M. (2021). *Sustainable tourism in cultural cities. A self-evaluation toolkit for local authorities to support sustainable tourism in European cities and regions*. European Commission. Hemen eskuragarri:
→ <https://composite-indicators.jrc.ec.europa.eu/cultural-creative-cities-monitor/docs-and-data>

ERANSKINAK

1. taula: turistek aisiagatik Euskadi bisitatzeko duten arrazoi nagusia. 2010-2022ko bilakaera

Turistek aisiagatik Euskadi bisitatzeko duten arrazoi nagusia. 2010-2022ko bilakaera						
	2010	2012	2014	2016	2019	2021
Landa-turismoa	% 8,80	% 7,60	% 6,30	% 5,60	% 5,80	% 7,40
Natura eta abenturak	% 2,20	% 2,50	% 9,10	% 9,30	% 8,10	% 10,90
Kostaldeko turismoa	% 10,80	% 4,30	% 11,70	% 8,70	% 16,90	% 15,70
Hiria	% 41	% 37,70	% 24,40	% 21,90	% 19,30	% 19,70
Touringa	% 15	% 27,90	% 12,10	% 20,90	% 14,50	% 14
Gastronomia eta ardoak	% 6,60	% 3,50	% 24,40	% 20,20	% 21	% 18
Kultura eta ekitaldiak	% 10	% 14	% 15	% 13,50	% 14,50	% 14,30

Iturria: Euskadiko Behatoki Turistikoa

2. taula: turismoak euskal ekonomiari egindako ekarpena. BPGd-aren ehunekoa. Lurralde historikoen konparazioa.

Turismoak euskal ekonomiari egindako ekarpena. BPGd-aren ehunekoa (m.p.)												
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Euskal Autonomia Erkidegoa	5,4	5,5	5,8	5,9	6,1	6,3	6,5	6,4	6,3	6,4	3,8	4
Araba	4,8	5	5,4	5,3	5,3	5,5	5,5	5,5	5,4	5,3	3,5	3,8
Bizkaia	4,6	4,8	5	5,2	5,3	5,6	5,7	5,7	5,7	5,6	3,2	3,3
Gipuzkoa	7	7	7,3	7,4	7,6	8	8,2	8,1	7,9	8	4,8	5,2

Iturria: Eustat

3. taula: Espainiako egoiliarrek kulturarekin lotutako arrazoiengatik egindako bidaiak. Espainiaren eta Euskadiren arteko konparazioa.

Espainiako egoiliarrek nagusiki kulturarekin lotutako arrazoiengatik egindako bidaiak, jatorriko autonomia-erkidegoaren arabera. (Milakotan)		
	Espainia, guztira	Euskadi
2015	14.109,5	876,3
2016	14.419,4	910,3
2017	12.531,7	617,6
2018	14.689,6	829,3
2019	16.983,9	957,5
2020	4.751,9	350,4
2021	8.575,3	489,3

%-tan, aisiagatik, jostetarik edo oporreetatik egindako bidaien guztizkoari dagokionez

2015	17,8	16,6
2016	16,8	15,3
2017	12,8	9,6
2018	14,7	12,8
2019	17,0	14,8
2020	10,0	11,4
2021	12,4	11,4

Iturria: EIN



4. taula: turismoak garapen jasangarrirako helburuei egindako ekarpena

1. GJHa Pobrezia desagerraraztea	Eskualde guztien hazkunde ekonomikoari eta garapenari laguntzen die, enpleguaren sorketa sustatuz eta pobrezia murrizten lagunduz.	10. GJHa Desparekotasunak murriztea	Komunitateak aurrera egiteko eta desparekotasunak murrizteko tresna da tokiko biztanleak nahasten badira.
2. GJHa Goserik ez	Nekazaritza-produktibitatea areagotzeko gaitasuna dauka, tokiko produktuen salmenta bultzatuz.	11. GJHa Hiri eta komunitate jasangarriak	Hiri-azpiegiturak eta irisgarritasuna hobetzeko, gainbehera doazen arloen berroneratzea sustatzeko eta ondare kulturala eta naturala babesteko gaitasuna dauka.
3. GJHa Osasuna eta ongizatea	Jarduera turistikoaren ondoriozko zergek sorturiko aberastasuna toki-komunitatearen onerako diren arretan eta osasun-zerbitzuetan inberti daiteke.	12. GJHa Ekoizpen eta kontsumo arduratsuak	12.b helmuga honekin lotuta dago: «garapen jasangarriaren gaineko efektuak zaintzeko tresnak prestatu eta aplikatzea, lanpostuak sortzen dituen eta tokiko kultura eta produktuak sustatzen dituen turismo jasangarri bat lortzeko».
4. GJHa Kalitatezko hezkuntza	Ondo trebatutako profesionalen beharrak kalitate oneko hezkuntzan eta lanbide-heziketan inbertitzea sustatzen du.	13. GJHa Klimaren aldeko ekintza	Klima-aldaketarako erantzun globalaren protagonista izatean interesatuta dago, klima-aldaketak ekarritako ondorioak mehatxu argiak direlako helmugan erakargarrietatik bizi den sektore honetarako.
5. GJHa Genero- berdintasuna	Turismoa emakume enplegatu eta ekintzaileen ehunekorik handiena daukaten eremuetako bat da eta horrek diru-sarrerak sortzeko aukerak berdintzen laguntzen du.	14. GJHa Itsaspeko bizitza	Turismoarekin lotutako berariazko helmugetako bat, hain zuzen ere, 14.7 helmuga da eta hauxe da haren xedea: «garapen-bidean dauden uharte-estatu txikiek eta oso aurreratuta ez dauden herrialdeek itsas baliabideen erabilera jasangarritik ateratzen dituzten mozkin ekonomikoak handitzea, batez ere arrantzaren, akuikulturaren eta turismoaren kudeaketa jasangarriaren bitartez».
6. GJHa Ur garbia eta saneamendua	Mundu-ekonomian daukan pisuarekin, hondakin-urak kudeatzeko eta kutsadura kontrolatzeko neurriak bultzatzea ezinbestekoa da baliabide hori babesteko.	15. GJHa ehorreko ekosistemetako bizitza	Natura-ondarea turismoarentzako funtsezko baliabidea da eta hain zuzen horregatik oso zeregin garrantzitsua dauka haren kontserbazioan.
7. GJHa Energia irisgarria eta ez-kutsagarria	Sektorean energia-iturri jasangarrien alde egindako inbertsioak nabarmen lagunduko du isuriak eta klima-aldaketa arintzen.	16. GJHa Bakea, justizia eta instituzio sendoak	Oso askotariko testuinguru kulturaletako pertsonen arteko topaketetatik bizi da, tolerantzia eta kultura arteko ulermena sustatuz, dibertsitatearen onarpena hobetuz eta gizarte baketsuagoen oinarriak finkatuz.
8. GJHa Lan duina eta hazkunde ekonomikoa	8.9 helmugak honako hau lortu nahi du: «lanpostuak sortzen dituen eta tokiko kultura eta produktuak sustatzen dituen turismo jasangarri bat bultzatzea xede duten politikak prestatzea eta praktikan jartzea».	17. GJHa Helburuak lortzeko aliantzak	Turismo-sektorearen izaera interseksionalak errazten du helburuak lortzeko aliantzak sortzea.
9. GJHa Industria, berrikuntza eta azpiegitura	Sektore gisa, gobernu nazionalak beren azpiegiturak eta industriak berriitu eta modernizatzea animatzeko gaitasuna dauka, horiek jasangarriagoak, efizienteagoak eta garbiagoak egin ditzaten.		

