

REFLEXIONES EN TORNO AL TURISMO DIDÁCTICO

Mercedes Millán Escriche¹

Resumen

En las últimas décadas se ha configurado una oferta turística muy diversificada que se corresponde con las distintas expectativas de la demanda. Por ello, pueden encontrarse productos turísticos, bajo acepciones heterogéneas, que vienen a matizar aquellos aspectos que singularizan determinadas motivaciones de los consumidores. Ejemplos significativos son los relacionados con el Patrimonio Natural y Cultural que, actualmente, se han abierto ampliamente a dicha diversificación a partir del conocido “turismo de nicho” gestionado como alternativa especializada frente a otros productos más generalistas, con el fin de llegar a nuevos mercados y consumidores.

En este contexto es en el que se adscribe el Turismo Didáctico, cuyo objetivo principal es atender a las necesidades y expectativas que tienen los turistas desde la perspectiva del aprendizaje mediante la práctica turística. El propósito de esta aportación es reflexionar sobre ello, tanto desde su aproximación conceptual, como de las necesidades que plantea el producto para su óptimo desarrollo. Con ese fin, se ha seguido, entre otros, un método deductivo que parte de situaciones generales para alcanzar las particularidades de una realidad concreta.

Los resultados ponen de manifiesto la dificultad para establecer un criterio uniforme sobre qué exige este producto turístico, por su estrecha relación con otros más consolidados como es el caso del Turismo Cultural, llegando a concluir que la gestión del Turismo Didáctico debe interesarse en la relación de los actores implicados con el proceso de enseñanza-aprendizaje que se consigue con esta práctica turística.

Palabras Clave: Turismo Didáctico, patrimonio, recursos turísticos, enseñanza-aprendizaje, oferta turística

¹ Departamento de Didáctica de las Ciencias Matemáticas y Sociales, Facultad de Educación. Universidad de Murcia. E-mail: memillan@um.es

REFLECTIONS AROUND DIDACTIC TOURISM

Abstract

In the last decades a very diversified tourist offer has been configured that corresponds to the different expectations of the demand. For this reason, tourist products can be found, under heterogeneous meanings, that come to qualify those aspects that distinguish certain motivations of consumers. Significant examples are those related to the Natural and Cultural Heritage that, currently, have been widely opened to such diversification from the well-known “niche tourism” managed as a specialized alternative to other more generalist products, in order to reach new markets and consumers.

In this context it is in which the Didactic Tourism is ascribed, whose main objective is to meet the needs and expectations that tourists have from the perspective of learning through tourism practice. The purpose of this contribution is to reflect on it, both from its conceptual approach, and the needs of the product for its optimal development. This has followed, among others, a deductive method based on general situations to achieve the particularities of a specific reality.

The results show the difficulty in establishing a uniform criterion on what this tourist product demands due to its close relationship with other more consolidated ones, such as Cultural Tourism, concluding that the management of Didactic Tourism should be interested in the relationship of actors involved with the teaching-learning process that is achieved with this tourist practice.

Keywords: Didactic Tourism, heritage, tourism resources, teaching-learning, tourism offer

1. INTRODUCCIÓN

La mayor frecuencia en los viajes, así como la facilidad que proporcionan las infraestructuras y los medios de transporte para acceder a muchos y muy diferentes destinos, supone un gran reto para los actores facilitadores de los servicios turísticos y también para los gestores de cada destino turístico. De todo ello ha derivado en la multiplicación de ofertas que se van desarrollando en los distintos espacios turísticos, a partir de las exigencias de la demanda y, claro está, las aptitudes que presentan los territorios y la aplicación de las estrategias de marketing apropiadas.

Es precisamente esa situación la que permite diversificar ofertas hasta llegar, incluso, al llamado “turismo de nicho”, destinado a atender las especificidades reclamadas por grupos reducidos de consumidores. Como señala Romita (2011), se trata de una demanda de experiencias turísticas particulares, concebidas y desarrolladas a propósito con el objetivo de ofrecer productos que atienden a pequeños grupos e, incluso, a turistas individuales.

Con relación al Turismo Didáctico, la actual diversificación, ya aludida, puede constituir la necesidad de que su desarrollo, como producto turístico, se sustente en la búsqueda de aprendizaje por parte de la demanda turística que espera conseguir una experiencia satisfactoria desde esa perspectiva. Por esa razón, la premisa fundamental es caracterizar a la demanda de este producto que, más allá de lo que pudiera pensarse, no tiene que sustentarse esencialmente en alumnos de distintos niveles educativos, sino que el público objetivo puede encontrarse en cualquier grupo de edad y de nivel educativo alcanzado. Es decir, puede afirmarse que todos somos potenciales consumidores de este producto turístico, no obstante, el primer paso es aceptar que, para saber qué se oferta bajo ese nombre, es preciso llegar a definir en qué consiste el Turismo Didáctico, algo que actualmente no está totalmente logrado y por ello constituye el problema de investigación de esta aportación, aunque conviene adelantar que la cuestión no se resolverá completamente si no se incluye la información oportuna sobre los recursos humanos que asumen la función de informar/enseñar aquello que se pretende aprender y, entre otros, los Guías de Turismo son actores fundamentales.

2. OBJETIVOS Y MÉTODO

El objetivo de esta aportación es reflexionar sobre las características que debe reunir el Turismo Didáctico. Ello obliga a diferenciarlo de otros productos turísticos que, a priori, pueden apoyarse en condiciones preliminares similares e incluso idénticas, al menos en lo que a los recursos patrimoniales utilizados se refiere, pero en los que no concurren otros aspectos que fundamentan la existencia del Turismo Didáctico.

Con relación a la metodología, como se avanza en el propio título, la reflexión es la

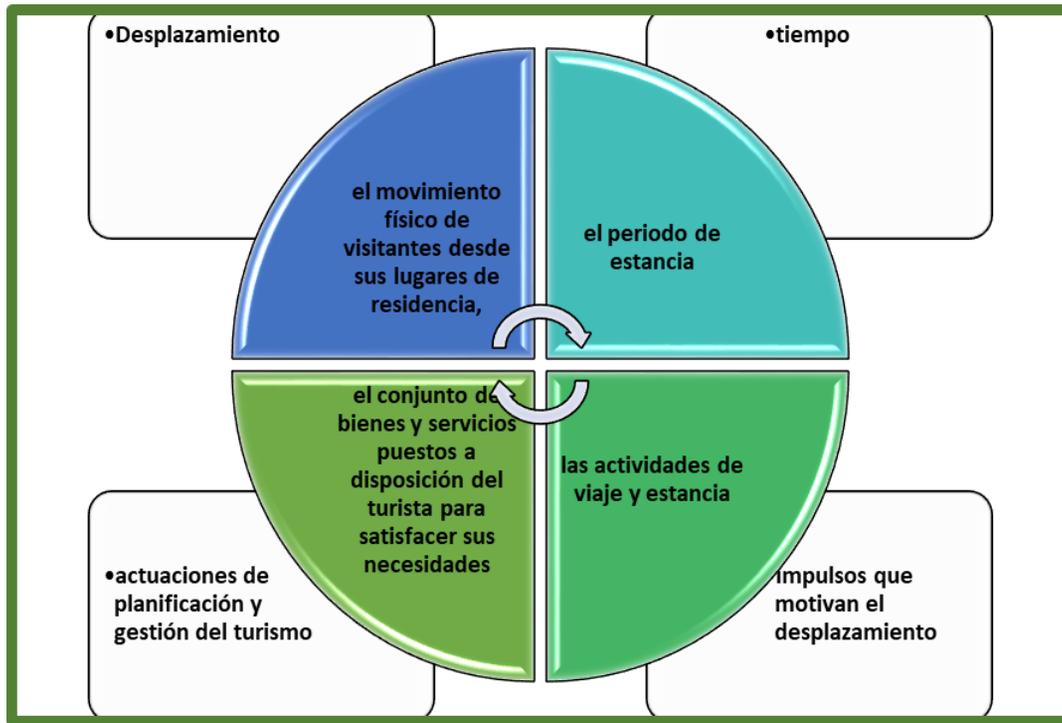
esencia de este trabajo, algo que resulta imprescindible en cualquier investigación, pero que cobra especial relevancia en trabajos de esta naturaleza porque es el procedimiento que, junto a la observación y la descripción, permitirá llegar a las explicaciones pertinentes. Asimismo, se ha estimado oportuna la utilización del método deductivo de investigación, considerado como aquél que parte de situaciones generales, en este caso del turismo, para alcanzar las particularidades de una realidad concreta como la que se pretende para el Turismo Didáctico. Por lo tanto, con el fin de alcanzar el principal objetivo propuesto, los métodos utilizados han llevado a realizar una revisión de fuentes bibliográficas y también de aquellas procedentes de organismos que, a diferentes niveles, marcan pautas sobre la actividad turística. Por eso mismo puede también considerarse que se ha aplicado una metodología de carácter cualitativo mediante la estrategia denominada “no interactiva analítica documental” (Cohen y Manion, 2002; McMillan y Schumacher, 2005).

3. MARCO TEÓRICO

La realidad con la que se encuentra el investigador, al abordar un estudio sobre Turismo Didáctico, es la indigencia de referencias bibliográficas sobre el mismo, mientras que van siendo más frecuentes las que analizan productos como el Turismo Científico y el Turismo Educativo, así como otros más específicos como el Geoturismo, que se encuentra bastante desarrollado, o el Arqueoturismo, cuyo impulso se realiza con la creación de una Red y cuenta con el apoyo de la Universidad de Barcelona, el Ministerio de Cultura, la Generalitat de Catalunya y la colaboración de ICOMOS-España (Juan, 2004). A ello también pueden contribuir, de cara al futuro, trabajos basados en la Arqueología experimental como recurso didáctico y conocida como Arquered, como acuña Quijano (2018) haciendo alusión a un recurso didáctico especializado que se vale de la experimentación, con la intención de que el estudiantado construya su propio conocimiento y dinamice el proceso de enseñanza-aprendizaje respecto al patrimonio.

De estas inquietudes se desprende la intención que sustenta esta aportación y por ello se estima apropiado emprender esta tarea desde lo más básico que es definirlo, saber de qué se habla al considerar como opción el Turismo Didáctico. A priori, ya se advierte que está integrado por dos palabras, la primera es turismo cuyo significado acerca a movimiento entre espacios, el de residencia de los turistas y el de destino. Además, resulta indispensable la motivación para ese desplazamiento y que, junto a los medios y vías de acceso al destino, exista un conjunto de bienes y servicios puestos a disposición del turista para satisfacer sus expectativas de ocio y turismo. Bajo esta óptica, la Organización Mundial del Turismo (1998 p. 49) define el servicio turístico como el “conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo”, ya sean gestionados por operadores turísticos o no.

Figura 1. Elementos propios de la actividad turística.



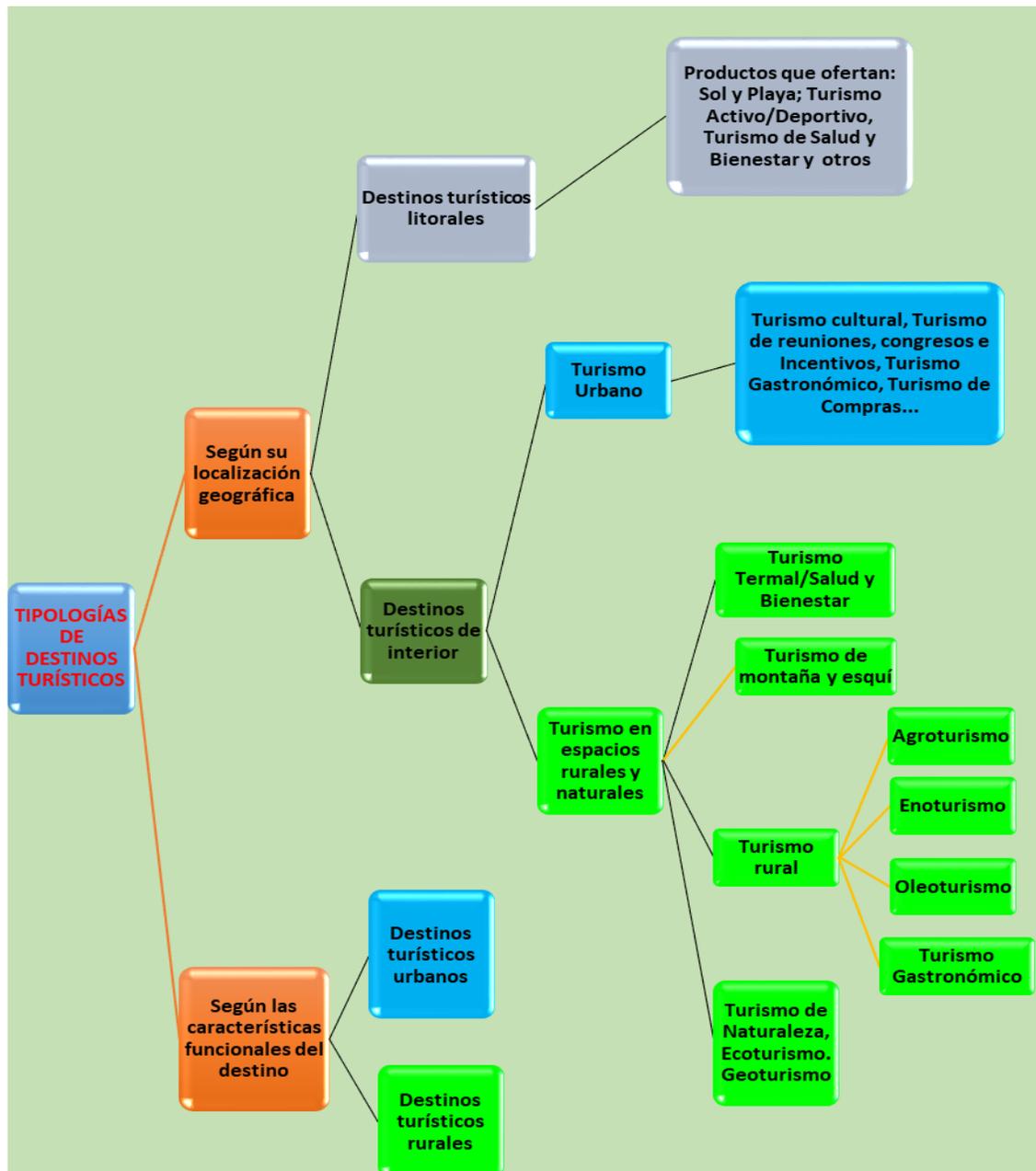
Fuente: Elaboración propia.

Como refiere la Organización Mundial del Turismo, esta actividad es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual y se realiza por motivos personales o de negocios/profesionales. Pero conviene recordar que la Comisión de Estadística de las Naciones Unidas aprobó en 1993 el Informe de la Organización Mundial del Turismo de Recomendaciones sobre Estadísticas del Turismo y consideró que turismo eran aquellas actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos. De todo ello se infiere que, junto a ese desplazamiento, existen otras características a resaltar: las actividades a realizar y que el periodo de tiempo consecutivo de esa estancia sea inferior a un año.

Por otro lado, con relación a las personas implicadas en esa práctica turística, es necesario aclarar que no todos los visitantes de un destino pueden considerarse turistas y, por ello, también es preciso diferenciarlos según sus necesidades, puesto que un visitante/excursionista no precisa estructura alojativa para pernoctar en el destino y, de igual modo ocurre con otros servicios imprescindibles para los visitantes/turistas. Es decir,

la oferta turística de un destino debe contemplar todas las posibilidades y adaptarse para satisfacerlas.

Figura 2. Tipologías de destinos turísticos



Fuente: Elaboración propia.

Cuando se habla de oferta turística, es preciso saber que, como señalan Cooper,

Fletcher, Gilbert y Wanhill (1997),

Representa una amalgama de atractivos e instalaciones de apoyo que presentan varios elementos comunes, como, por ejemplo, que los destinos son evaluaciones culturales; son perecederos ya que el turismo se consume donde se produce; los destinos representan un uso múltiple del turismo con otras aplicaciones, y para que tenga éxito, los componentes de la amalgama necesitan tener calidad equivalente. Es importante para el destino ofrecer una experiencia y un producto de calidad, y en esta medida, es esencial la planificación y administración cuidadosas que aseguren una industria basada en principios sustentables (p.96).

A ello contribuye, en gran medida, la capacidad de gestión de los actores responsables del destino (Valls, 2006) y de ahí se deriva que puedan encontrarse ofertas heterogéneas y destinos que también tienen una clara diferencia en cuanto a sus propias características, como se apunta en la figura 2, pero es importante considerar, según Valls (1996), que,

En su decisión de compra, los consumidores se muestran fieles a un destino no sólo como consecuencia de un producto determinado -aunque este sea especializado- sino también por la ordenación del conjunto de ellos, que es la que les permitirá vivir una experiencia (p. 225).

Una vez determinados los conceptos básicos, relacionados con lo que puede considerarse turismo y otras acepciones que giran en torno al mismo, para llegar a definir completamente el Turismo Didáctico, es necesario abordar la cuestión siguiente ¿Qué es la Didáctica? y, por ende, ¿Qué podemos considerar Didáctico? En este sentido, sin pretender realizar un exhaustivo recorrido acerca del significado del término Didáctica, queremos aproximarnos al mismo porque entendemos que ahí subyace la verdadera intención de esta aportación, al procurar alcanzar un resultado sobre Turismo Didáctico.

Según el Diccionario de la Lengua Española, Didáctica, en sus distintas acepciones, es aquello perteneciente o relativo a la enseñanza; lo propio y adecuado para enseñar o instruir (método); y el arte de enseñar. Mallart (2001), señala que etimológicamente, el término Didáctica procede del griego: didaktiké, didaskein, didaskalia, didaktikos, didasko, ... y que todos estos términos tienen en común su relación con el verbo enseñar, instruir, exponer con claridad. En esta reflexión no puede obviarse una clave tan importante y preguntarse ¿Quién ejerce esta función en el Turismo Didáctico?

Una cuestión esencial, para llevar el conocimiento a un público objetivo, es averiguar la posición especial que ocupa el sujeto cognoscente frente al objeto que se quiere conocer. En Didáctica, esta característica es de especial trascendencia, porque, como argumenta Prats (2002 p. 85), el sujeto es, al mismo tiempo, un elemento integrante y activo del objeto

que pretende conocer (aunque esa integración se pueda producir muy indirectamente). Pues bien, en Turismo no resulta menos importante tener presente una adecuada caracterización del sujeto porque ayudará a ver cuál es el mejor método para enseñarle e instruirlo. Además, su conocimiento, permitirá utilizar las herramientas más apropiadas en función de sus aptitudes y de su actitud ante el recurso turístico. Aquí es importante recordar que Turismo y Educación coinciden, según Tamayo y Peñaloza (2005):

En ser fenómenos humanos, sociales y culturales, por lo que tienen mucho en común y coincidencia en las cuestiones como el ocio, tiempo libre, animación sociocultural, entre otras; por lo que se abre un campo interdisciplinario de gran contenido que genera implicaciones recíprocas entre el turismo y la educación. Los trabajos sobre educación turística señalan que es vista como elemento formador del individuo, generando actitudes y valores orientados a situaciones de aceptación, respeto y convivencia social (p. 89).

3.1. La interrelación del Turismo Didáctico con otros productos.

Establecer una clara diferencia entre algunos productos turísticos actuales, entraña no poca dificultad, así, con relación al Turismo Educativo, cabe señalar que, trabajos como el de Castillo, Rodríguez, Pérez y López-Guzmán (2018) y el de Chang y Šerić (2019), centran el foco de interés para el producto en los viajes realizados por estudiantes que se desplazan a otras regiones, o a otros países, para completar sus estudios y, a la vez, sienten la motivación de tomar un contacto con otra cultura.

Debido a que empieza a estudiarse con mayor detalle, señalan Chang y Šerić (2019) que es momento de impulsar esta forma de Turismo Educativo, mediante la incorporación de diferentes servicios de apoyo al alumnado internacional. En ello colaboran las asociaciones de estudiantes que contribuyen a identificar este nicho de mercado turístico y se pretende que la experiencia de este tipo de visitantes sea muy satisfactoria. Este mismo interés lo encontramos también en Irudayam, (2016) y ya se reconocía en la Estrategia para la Internacionalización de las Universidades Españolas de 2014, donde se advertía, según Pérez-Encinas y Ammigan (2016), que España apenas recibe el 2,5% de estudiantes internacionales a nivel mundial.

Es cierto que, para muchos autores, toda práctica turística lleva implícita la motivación cultural y que dicha práctica puede aceptarse como la relación con una identidad cultural distinta a la del entorno habitual. En este contexto, Portuguese (2004) y Pereira (2009) consideran que toda forma de turismo es cultural y así se ha configurado en numerosos destinos a lo largo de muchas décadas. No obstante, hay que recordar que la obsolescencia por cambios de mentalidad, falta de competitividad, aparición de otros mitos turísticos, fue provocando una inadecuación de muchos de los recursos de nuestro patrimonio y, como

apunta Millán (2001), para un amplio sector de la demanda todo contacto con el patrimonio cultural se reducía a la clásica visita a una iglesia, un castillo o un museo y casi siempre aprovechando que era un lugar de paso.

Sin embargo, en esta intención de acotar las diferencias entre la generalidad de productos con tan amplia implicación de recursos como el Turismo Cultural, resulta obligado indagar en fuentes que revelen aquello que lo delimite conceptualmente. En este caso, dada la vinculación que se pretende en el Turismo Didáctico con la motivación de aprender, en primer lugar, nos apoyamos en la aportación de Middleton (1998 p. 42), quien señala que, desde el punto de vista de la demanda, las motivaciones culturales son aquellas “cuyas influencias internas y psicológicas afectan a la capacidad de elección de un individuo”. Para McIntosh y Goeldner (1986), las motivaciones hacia el Turismo Cultural han existido desde los siglos XVII Y XVIII, con aquellos aventureros que se desplazaban en viajes organizados y que estaban ávidos por encontrar nuevas experiencias y conocimientos de tipo cultural, pero la WTO-OMT (1985b) reconoce que estos viajes cambiaron en su forma en el siglo XX e indica que la cultura y el turismo se han democratizado y ya no se limitan exclusivamente a la elite social.

Actualmente se puede aceptar que el Turismo Cultural es el viaje turístico originado por querer conocer, disfrutar y comprender el conjunto de rasgos y elementos distintivos de una sociedad o grupo social. En este sentido, como viaje supone un desplazamiento que conlleva el gasto de renta y cuyo objetivo principal está en conseguir satisfacciones y servicios que se ofrecen a través de una actividad productiva, generada mediante una inversión previa, dentro del cual englobamos al Turismo Cultural. Como producto turístico, debe cumplir las siguientes condiciones:

- Que el turista, o los visitantes en general, posean el deseo de cultivarse, de entender y conocer rasgos identitarios, obras, construcciones y formaciones del destino que van a visitar.
- Que se utilice un recurso patrimonial cultural.
- Que se produzca la intervención de un intermediario, persona, documento o material audiovisual.

Cabe señalar, por último, que buscando dilucidar qué se corresponde con unos y otros tipos de turismo, la propia Organización Mundial del Turismo (2019) ha facilitado recientemente dichos conceptos y, con relación al Turismo Educativo, avanza aspectos que pudieran relacionarse mejor con el Turismo Didáctico que aquí se analiza:

El turismo educativo cubre aquellos tipos de turismo que tienen como motivación primordial la participación y experiencia del turista en actividades de aprendizaje, mejora personal, crecimiento intelectual y adquisición de habilidades. El turismo

educativo representa un amplio espectro de productos y servicios relacionados con los estudios académicos, las vacaciones para potenciar habilidades, los viajes escolares, el entrenamiento deportivo, los cursos de desarrollo de carrera profesional y los cursos de idiomas, entre otros (p. 53).

4. RESULTADOS

De las reflexiones realizadas se colige que, para hablar propiamente de Turismo Didáctico, y diferenciarlo de otros productos turísticos, la motivación principal del turista sea, a través de una experiencia de viaje, recibir enseñanzas o instrucción mediante métodos y estrategias propias de quien está preparado para enseñar. Por ello, una vez aclarado el concepto, la principal ocupación a la que se enfrenta este análisis reflexivo es la pregunta realizada anteriormente ¿Quién enseña en el Turismo Didáctico? O, mejor todavía, esta otra ¿Los recursos humanos dedicados a cumplir con la misión de un óptimo resultado en el proceso de enseñanza/aprendizaje son los idóneos?

Sin duda, en el contexto que nos ocupa, el Turismo Didáctico debe gestionarse desde la perspectiva anterior, por su capacidad para enseñar, instruir, exponer con claridad. Como es lógico, para conseguirlo tiene que recurrirse al concurso de especialistas en las diferentes materias y para los distintos niveles de enseñanza que precisa una demanda turística heterogénea. Porque, según expone De la Torre (1993), la Didáctica es una disciplina reflexivo-aplicativa que se ocupa de los procesos de formación y desarrollo personal en contextos intencionadamente organizados, entre los que podemos incluir, a nuestro juicio, aquellos convenientemente planificados y gestionados por los actores intervinientes en la actividad turística, quienes deberán considerar ¿Qué enseñar? y ¿A quién enseñar?

No se puede olvidar que el público objetivo de este producto turístico no se ciñe exclusivamente a edades comprendidas en las distintas etapas educativas, ni a sectores de la demanda más o menos especializados o generalistas, el abanico de turistas es de gran amplitud.

Resulta conocido que, en las diferentes Comunidades Autónomas españolas, se realizan actividades que pueden ser válidas para alcanzar un objetivo didáctico al dar a conocer distintos recursos territoriales. Sin embargo, hay dos cuestiones sobre las que cabe llamar la atención, la primera, que dichas actividades suelen tener un público objetivo limitado, en concreto se dirigen fundamentalmente a la comunidad educativa de Primaria y Secundaria y, la segunda, que raramente se configuran desde el interés de constituir un auténtico producto turístico (Millán, 2011) y, por esa misma razón, no puede hablarse con rigor de Turismo Didáctico. Además, cabe advertir que las actividades suelen tener una duración que no precisa realizar al menos una pernoctación en el destino y, por lo tanto, se considera una excursión o, en el ámbito educativo, se conoce como salida de campo o salida didáctica.

Solamente es turista el visitante que pernocta (UNWTO, 2013).

Como en cualquier producto turístico, es oportuno que la diferencia en la oferta elegida venga determinada, entre otros aspectos, por la tipología de los recursos patrimoniales (más o menos frágiles), por el lugar en el que se desarrolle la práctica turística (con limitaciones o facilidades de accesibilidad) y por las características particulares de los visitantes/turistas que deberán segmentarse de forma adecuada a sus necesidades y expectativas.

Todo lo anterior, conduce a que, como se ha avanzado anteriormente, para asumir la función de enseñar buena parte de los recursos turísticos presentes en las ofertas de Turismo Didáctico, se destaque, en esta aportación, la idoneidad de la figura de los Guías de Turismo, cuyo germen ya podemos encontrarlo en 1909 con la Reglamentación de los Guías Intérpretes de Turismo, realizada por la Comisión Nacional de Turismo. Asimismo, no puede dejar de mencionarse la fecha de 1964 cuando, mediante Orden 31 de enero de 1964 se publica el Reglamento para el ejercicio de actividades turísticas-informativas privadas. Dicho Reglamento, del Ministerio de Información y Turismo, llama la atención porque aparecen tres figuras que, sin duda, reflejan la evolución del sistema educativo español y la exigencia de distinta titulación según categoría de Guía:

- Guías de turismo: El nombramiento de guía de turismo faculta a su poseedor para el acompañamiento de turistas y viajeros en sus visitas a las localidades incluidas en la demarcación que en el mismo se exprese, con el fin de informarles, en idioma español, sobre los aspectos más sobresalientes del patrimonio turístico de los lugares que visiten. (Requisito: Bachiller elemental)
- Guía Intérpretes: El nombramiento de Guía-Intérprete de Turismo faculta por el acompañamiento a turistas extranjeros en las visitas que realicen a las localidades incluidas en la demarcación expresada en el mismo, con el fin de informarles, en los idiomas cuyo conocimiento haya acreditado poseer, sobre los aspectos más sobresalientes del patrimonio de los lugares visitados. (Requisito: Bachiller Superior)
- Guías Correos: El nombramiento de Correo de Turismo faculta a quien lo posea para la prestación de los servicios de orientación, información, en los idiomas que haya acreditado poseer y asistencia a los turistas y viajeros, cualquiera que sea su nacionalidad, acompañándolos en sus desplazamientos sobre todo el territorio español. (Requisito: Titulación Universitaria).

Ya en la actualidad, y a modo de ejemplo, la Ley 12/2013, de 20 de diciembre, de Turismo de la Región de Murcia, en su Artículo 2. Ejercicio, determina que la actividad de guía de turismo en la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia solamente podrá ser ejercida por quienes estén en posesión de la habilitación correspondiente y que la misma,

según el Artículo 6, se obtiene:

a) Por la posesión de una licenciatura, diplomatura o grado universitario en Turismo o en Historia –en cualesquiera de sus modalidades-, ...

b) Por superar las pruebas de habilitación que convoque el Instituto de Turismo de la Región de Murcia.

Es importante conocer el temario que sirve como preparación a las pruebas de habilitación, puesto que la misma Ley 12/2013, en su Artículo 38, dice:

La actividad profesional de guía de turismo en la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia consiste en la prestación, de manera habitual y retribuida, de servicios de información en materia cultural, artística, histórica y geográfica a los turistas en sus visitas a museos, monumentos, conjuntos históricos y demás bienes de interés turístico.

De lo que se desprende la necesidad de tener una formación suficiente para obtener la habilitación y es que, sin duda, quien pretenda enseñar tiene que informarse bien antes, por lo que la verdadera y sólida formación de un guía o informador se encuentra en la Cartografía, los buenos manuales de Geografía, Historia e Historia del Arte y los diccionarios terminológicos que ayuden a forjarse un vocabulario apropiado, así como el complemento diario con revistas y periódicos. No hay que olvidar que quien pretende informar o enseñar algo debe hablar bien y poseer cierto dominio de las palabras para encontrar aquella más apropiada al turista para el que se está trabajando.

Hoy, por tanto, es necesario cumplir unos requisitos para enseñar el patrimonio, los recursos territoriales turísticos y lo idóneo es que esta función sea ejercida por profesionales competentes, salvo en los casos que contempla el Artículo 5. Excepciones, de la Ley 12/2013, en los que se entiende que la enseñanza/información será facilitada por los siguientes recursos humanos:

a) Los funcionarios u otro personal al servicio de las distintas Administraciones Públicas cuando, con motivo de visitas institucionales, acompañen a los visitantes en lugares de interés turístico, sin percibir remuneración alguna por este concepto.

b) Los profesionales de la enseñanza, cuando de manera ocasional y en el ejercicio de labores docentes, acompañen a alumnos en lugares de interés turístico.

c) Los empleados de monumentos que faciliten información sobre ellos sin percibir retribución por este concepto y sin que ofrezcan sus servicios mediante anuncio o publicidad, salvo convenios o acuerdos con las instituciones titulares de dichos monumentos.

5. CONCLUSIONES

Del análisis realizado, se infiere que no encontramos tantos puntos de coincidencia entre el Turismo Educativo, presentado en determinadas ofertas, y el Turismo Didáctico, como entre este último y el Turismo Cultural, del que, tras el examen de las fuentes consultadas, se pueden extraer premisas idénticas para ambos productos. Cabe recordar este requisito del Turismo Cultural bien entendido: que el turista, o los visitantes en general, posean el deseo de cultivarse, de entender y conocer rasgos identitarios, obras, construcciones y formaciones del destino que van a visitar. No obstante, si la referencia que tomamos es la última definición de Turismo Educativo, facilitada por la OMT (2019), es preciso destacar que también recoge algo sustancial para el interés de este trabajo, cuando dice que en Turismo Educativo la *motivación primordial es la participación y experiencia del turista en actividades de aprendizaje, mejora personal, crecimiento intelectual y adquisición de habilidades*.

Por lo tanto, la reflexión final es si puede llegar a afirmarse que el Turismo Didáctico es parte del Turismo Cultural o del Turismo Educativo que enuncia la OMT ¿Existe alguna diferencia sustancial? En este sentido, la principal conclusión alcanzada es que, con el desarrollo de este producto turístico, los beneficios esperados se diseminan hacia distintos actores involucrados en el éxito de la actividad turística. En primer lugar los visitantes/turistas, que ávidos de ampliar sus conocimientos experimentan una gran satisfacción al cumplir las expectativas que motivan su desplazamiento; naturalmente se benefician también quienes son los prestadores de los servicios, y aquí encontramos numerosos actores; asimismo, la población receptora que, en muchas ocasiones, reencuentra sus recursos patrimoniales, observa cómo se ponen en valor para colocarlos a disposición de la oferta turística y, de esta forma, se potencia una conciencia colectiva a favor de la salvaguarda del patrimonio.

No hay que olvidar que, el turismo bien gestionado, contribuye a crear una conciencia social y que con ello se genera a su vez sentimientos de identidad y de pertenencia a un lugar, fomentando una sociedad pluricultural en la que sus habitantes y turistas conviven con respeto, ayudándose entre ellos para gestionar sus recursos turísticos de una manera sostenible.

Es cierto que, como el Turismo Didáctico, existen otros productos turísticos responsables con el medio que, sin renunciar a los beneficios económicos, dan lugar a relaciones provechosas entre autóctonos y foráneos y con ello se fomenta la interculturalidad y la empatía con los usos y costumbres de otras culturas.

Hoy se apuesta por la innovación continua, pero poner nuevos apelativos a los productos turísticos no debe considerarse la solución para hacer más atractivos los ya existentes, innovar es algo más complejo y también más provechoso. Tal y como dice la

OMT (2019),

La innovación turística es la introducción de un componente nuevo o perfeccionado que aporte ventajas materiales e inmateriales a los agentes del turismo y a la comunidad local, que mejore el valor de la experiencia turística y las competencias clave del sector turístico y que potencie, por lo tanto, la competitividad turística y/o la sostenibilidad (p. 25).

Innovar, respecto a otros productos como el Turismo Cultural o el Turismo Educativo y crear el Turismo Didáctico propiamente dicho exige, por tanto, renovar determinados destinos turísticos, su tecnología, procesos, organizaciones y modelos de negocio, destrezas, arquitectura, servicios, herramientas y/o prácticas de gestión, marketing, comunicación, funcionamiento, aseguramiento de la calidad y fijación de precios, como se recoge también de la OMT (2019). Pero hay que añadir que debe culminarse con rigor el proceso de enseñanza-aprendizaje, tanto desde la parte de la demanda, como la de los recursos humanos, si queremos hablar de Turismo Didáctico.

6. REFERENCIAS

- Cohen, L. y Manion, L. (2002). *Métodos de investigación educativa*. Madrid: La Muralla.
- Castillo M. I., Rodríguez, M. I., Pérez, L. y López-Guzmán, T. (2018). Motivations of educational tourists in non-English-speaking countries: the role of languages. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, Vol. 35, (4) 437-448. <https://doi.org/10.1080/10548408.2017.1358238>
- Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D. y Wanhill, S. (1997). *Turismo, principios y práctica*. México: Diana.
- Chang, M. y Šerić, M. (2019). Los servicios de apoyo a los estudiantes internacionales como promotor del turismo educativo: un estudio cross-cultural en la ciudad de Valencia. *Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas* (19), 103-123.
- De La Torre, M. (1993). *Didáctica*. Editorial Génesis. Argentina.
- Irudayam, I. (2016). *International student satisfaction, with support services*. Tesis Doctoral. Johnson & Wales University. Recuperada de <http://scholarsarchive.jwu.edu/dissertations/AAI10102637/>
- Juan, J. (2004). El arqueoturismo o turismo arqueológico: un paso más para la valorización del patrimonio arqueológico. *Boletín GC: Gestión Cultural N° 9: Turismo Arqueológico*, Recuperado el 27 de agosto de 2019 de: Portal Iberoamericano de Gestión Cultural. www.gestioncultural.org
- Mallart, J. (2001). Didáctica: concepto objeto y finalidad. *Didáctica General para Psicopedagogos, Cap. I Didáctica: concepto, objetivo y finalidad*. UNED, Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- McIntosh, R. W. y Goeldner, C. R. (1986). *Tourism: Principles, Practices and Philosophies*. New York. Wiley Ed.
- McMillan, J. y Schumacher, S. (2005). *Investigación educativa: una introducción conceptual*. Madrid: Pearson Addison Wesley.
- Middleton, V., (1998). Marketing implications for attractions. En *Tourism Management*, vol.10, (3).
- Millán, M. (2001). Viejos recursos para nuevos turismos: el caso de la Región de Murcia. *Cuadernos de Turismo* (8) 109-128.
- Millán, M. (2011). La función didáctica del Geoturismo. Propuestas para la Región de Murcia. *Gran Tour, Revista de Investigaciones Turísticas* (4) 62-93.
- Organización Mundial del Turismo (OMT) (1998). *Introducción al turismo*, Madrid, OMT.
- Organización Mundial del Turismo (OMT/UNWTO), (2013). *Notas metodológicas de la base de datos de estadísticas de Turismo*. Madrid, UNWTO. Recuperado el 10 de agosto de 2019 de <http://www2.unwto.org/sites/all/files/docpdf/2013methonotessp.pdf>
- Organización Mundial del Turismo (s. f.). *Entender el turismo: Glosario Básico*.

- <https://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico> Recuperado el 21 de agosto de 2019
- Organización Mundial del Turismo (OMT/UNWTO), (2013). *Notas metodológicas de la base de datos de estadísticas de Turismo*. Madrid, UNWTO.
- Organización Mundial del Turismo (2019). *Definiciones de turismo de la OMT*, OMT, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284420858>.
- Pereiro, X. (2009). Turismo cultural: uma visão antropológica. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. España: Colección Pasos Edita. 2.
- Pérez-Encinas, A., y Ammigan, R. (2016). Support services at Spanish and U.S. institutions: a driver for international student satisfaction. *Journal of International Students*, 6 (4), 984-998. Recuperado de <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1125790.pdf>
- Portuguez, A. P. (2004). Turismo, planejamento socioespacial e patrimônio histórico cultural. In: Portuguez, A. P. (Org.). *Turismo, memória e patrimônio cultural*. Roca, São Paulo.
- Prats, J. (2002). Hacia una definición de la investigación en Didáctica de las Ciencias Sociales. *Enseñanza de las Ciencias Sociales: Revista de Investigación*, (1) 81-89. Recuperado el 21 de agosto de 2019 de: <http://www.raco.cat/index.php/EnsenanzaCS/article/view/126132/183031>
- Quijano, I. E. (2019). Arqueología experimental y competencias pedagógicas investigativas. Una propuesta desde la educación patrimonial en el Perú. E. A. E. Editorial Académica Española.
- Romita, T. (2011). Del turismo al turismo de nicho. Algunas consideraciones sobre las perspectivas del turismo en la sociedad postmoderna. *Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas* (3) 101-111.
- Tamayo, A. L. y Peñaloza, L. (2005). Investigación en turismo y educación en la Universidad Autónoma del Estado de México. *Teoría y praxis* (1) 87-95
- Valls, J. F. (1996). *Las claves del mercado turístico. Como competir en el nuevo entorno*. Bilbao: Deusto Turismo.
- Valls, J. F. (2006). *Gestão integral de destinos turísticos sustentáveis*. FGV Editora.