

MANUEL DE LA CALLE VAQUERO Y MARÍA GARCÍA HERNÁNDEZ

Departamento de Geografía Humana. Universidad Complutense de Madrid

Ciudades históricas: patrimonio cultural y recurso turístico

RESUMEN

En un contexto de globalización y reestructuración económica, el patrimonio cultural deja de contemplarse exclusivamente como legado y soporte de la identidad colectiva de una comunidad, y se transforma en un recurso fundamental de desarrollo. La valorización del patrimonio urbano mediante su aprovechamiento como recurso turístico ofrece nuevas oportunidades para la recuperación física y socioeconómica de estas ciudades.

RÉSUMÉ

Les villes historiques: patrimoine culturel et ressource touristique.- Dans le cadre général de la globalisation et de la restructuration économique, le patrimoine culturel n'est plus considéré comme le simple heritage et support de l'identité collective d'une communauté, mais il devient aussi un ressource fondamentale du développement. La mise en valeur de ce patrimoine urbain à travers son exploitation comme ressource touristique offre de nouvelles opportunités pour la récupération physique et socioéconomique de ces villes.

ABSTRACT

Historical cities: cultural heritage and tourist resource.- In the general context of globalization and economical changes, the cultural heritage is no more considered as a mere legacy and support of the collective identity, but also a fundamental resource for development. The revaluation of this urban heritage as a tourist resource offers new opportunities for the physical and socioeconomical regeneration of these cities.

Palabras clave / Mots clé / Key words

Ciudades históricas, patrimonio cultural, recurso turístico, recuperación urbana.

Villes historiques, patrimoine culturel, ressource touristique, régénération urbaine.

Historical cities, cultural heritage, tourist resource, urban regeneration.

I INTRODUCCIÓN

EN UN contexto de creciente consumo cultural, patrimonio y turismo son dos realidades estrechamente vinculadas en las ciudades históricas; lugares de afluencia de visitantes, masiva en algunos casos, donde el patrimonio se configura como el atractivo turístico principal. Los cascos históricos son los espacios de la cultura por excelencia, espacios donde se concentran los edificios de mayor monumentalidad y simbolismo, se plasman espacialmente las distintas culturas y formaciones sociales, se aglutinan diferentes funciones y se desarro-

llan muchos de los aspectos claves de la vida social de la ciudad. En conjunto, forman el patrimonio urbano, el principal recurso de este tipo de ciudades.

En buena medida, estas ciudades fundamentan su oferta turística en el componente ocio-cultura considerado en sentido amplio (museos y monumentos, universidades y centros de enseñanza de idiomas, lugares de peregrinación, etc). Sin embargo, no resulta asimilable al turismo cultural en sentido estricto, pues espacialmente se ciñe a las ciudades históricas y deja de lado aspectos tan importantes de esta modalidad turística como las rutas temáticas o los denominados parajes histó-

ricos. Es más, en función de las dimensiones y complejidad de cada aglomeración urbana, estas ciudades incorporan a su oferta turística palacios de congresos, complejos de ocio, grandes centros comerciales, etc instalaciones ligadas a formas de turismo «profesional» (negocios y reuniones) de filiación metropolitana y más reciente aparición.

La emergencia de esta forma de turismo cultural de masas supone una oportunidad para la conservación del patrimonio y la recuperación física y económica de buena parte de las ciudades históricas españolas. Impulsado por el turismo, el patrimonio trasciende su dimensión cultural como legado histórico y acervo colectivo, y se transforma en recurso productivo. Aunque la incorporación de la dimensión turístico-cultural en los procesos de recuperación urbana dista mucho de ser generalizada, existen múltiples experiencias de interés impulsadas desde diferentes ámbitos de actuación (cultural, turístico, urbanístico, etc). No obstante, la valorización del patrimonio urbano y la adecuación de la ciudad histórica como recursos turísticos presentan grandes dificultades. Reflejo de estas dificultades es la focalización de la lectura turística sobre determinados hitos de cada destino urbano, que contrasta intensamente con una infrautilización generalizada de su patrimonio.

Sin embargo, la transformación de las ciudades históricas en mero «producto turístico», aún cuando esta función sea muy importante en la economía de la ciudad, implica asumir graves riesgos. La «museificación» de ciertos sectores del espacio urbano, que afecta a ciudades como Salzburgo, supone la pérdida de la vitalidad inherente a la ciudad histórica, una de las creaciones más brillantes de la cultura occidental (CULOT, 1988).

II

EL PATRIMONIO CULTURAL: DE LEGADO A RECURSO

La ciudad histórica, depositaria de un rico patrimonio (urbanístico, arquitectónico, social, documental, etc) constituye una ilustración excepcional de la noción de «ecosistema cultural», ya que es a la vez un bien colectivo, un conjunto localizado de elementos variados en situación interdependiente y un campo de fuerzas de actores múltiples (habitantes, grupos locales, administraciones públicas, etc) con estrategias diversificadas con respecto a ese «bien colectivo patrimonial». La ciudad, como patrimonio, presenta dos dimensiones: una cultural en tanto que legado histórico, base de la identidad y

el acervo colectivo de una comunidad, y otra económica, en relación con una visión emergente del patrimonio y la cultura, considerada en sentido amplio, como motores de desarrollo.

I. EL PATRIMONIO CULTURAL COMO LEGADO

En su dimensión cultural, el patrimonio urbano, en la medida que es un bien atesorado por una sociedad determinada, se materializa tanto en realidades tangibles (museos, palacios, catedrales, fuentes, cuadros, tesoros...) fácilmente inventariables y susceptibles de explotación económica, como en aspectos intangibles (ambientes, estilos de vida, tradiciones, paisajes...), más difíciles de parametrizar, que sirven fundamentalmente de soporte a la simbología cultural de la ciudad y refuerzan su imagen turística.

Los primeros, el conjunto de realidades tangibles, constituyen el patrimonio histórico-artístico en su sentido más clásico, concepto recogido en el artículo 1.2 de la *Ley 16/1985, de 25 de junio, del Patrimonio Histórico Español*.

En función de su contenido

«integran el patrimonio histórico español los inmuebles y objetos muebles de interés artístico, histórico, paleontológico, arqueológico, etnográfico, científico o técnico. También forman parte del mismo el patrimonio documental y bibliográfico, los yacimientos y zonas arqueológicas así como los sitios naturales, jardines y parques que tengan valor artístico, histórico o antropológico».

Esta visión restringe el patrimonio a su dimensión material, aquello que más claramente puede ser objeto de protección y regulación, y entronca con planteamientos de gran raigambre entre los gestores de los bienes culturales, para quienes patrimonio es en muchos casos y ha sido, sobre todo, la simple manifestación material de la cultura que varía a lo largo del tiempo y que, por tanto, es medible históricamente. Es decir, patrimonio es igual al legado o la herencia material que un grupo recibe, identifica como propio, trasmite a las generaciones venideras y cuya protección se regula en nombre del bien común. Es, en suma, patrimonio histórico.

Sin embargo, la riqueza cultural de las ciudades históricas viene determinada tanto por lo tangible (los grandes monumentos, el tejido residencial, los espacios públicos, etc) como por lo intangible (los ritmos diarios de la ciudad, los estilos de vida de sus habitantes, las manifestaciones lúdicas y festivas, etc). Bienes y valores se integran en una visión ampliada del patrimonio

que, desde esta perspectiva, se convierte en patrimonio cultural. Este concepto incluye, no sólo el patrimonio histórico, sino otras manifestaciones como la lengua, la literatura, la artesanía, la gastronomía, la religión, etc. En este sentido patrimonio es, pues, cultura; entendiendo por cultura un recurso estratégico capaz de generar riqueza y que engloba tanto la herencia cultural y el conocimiento acumulado de una sociedad como el conjunto de productos artísticos de consumo que genera y su capacidad creadora (su estilo de vida, sus costumbres, sus fiestas...). En consecuencia la cultura, en sus diferentes manifestaciones, constituye el recurso turístico por excelencia de las ciudades históricas; espacios que de esta forma se revelan más atractivos y ofrecen más oportunidades de animación permanente o eventual que los monumentos aislados.

Gracias a este planteamiento omnicompreensivo, los bienes patrimoniales de la ciudad posibilitan su consumo cultural global basado en el hecho de que el patrimonio, independientemente de su naturaleza material o inmaterial, como toda entidad que ingresa en el círculo del intercambio social, lo hace por poseer un valor, aunque éste no sea utilitario en el sentido estricto del término (puede ser simplemente simbólico-significativo). Circular por la realidad social en los marcos estructurales de la cultura occidental significa ingresar en los circuitos del mercado y por lo tanto del consumo.

En este sentido, el consumo cultural engloba objetos, nombres y conceptos que no sólo hacen referencia a la forma particular de identidad de cada ciudad, sino que también reúnen un valor económico (se explotan turísticamente, por ejemplo), desde el cual y por el cual transitan en el mercado y en la simbología cultural. El valor máximo del patrimonio como mercancía reside en su capacidad de representación simbólica, porque más allá de las realidades tangibles que lo integran (productos artísticos de consumo que se «ven» de forma individualizada), destacan los valores intangibles que representa (aspectos abstractos que se «aprecian» de forma general). La conjunción de lo que se «ve» y lo que se «aprecia» es lo que posibilita una comprensión global del patrimonio.

2. HACIA UNA NUEVA VISIÓN DEL PATRIMONIO: LA CULTURA COMO FACTOR DE DESARROLLO

Durante la última década, condicionada por el nuevo escenario de la globalización y la reestructuración económica, se asiste a la emergencia del concepto de «bien

cultural», que incorpora una dimensión socioeconómica al patrimonio. El propio concepto de bien, recogido en la *Ley 16/1985 del Patrimonio Histórico Español* (bienes de interés cultural), lleva implícita una idea de provecho y, por ende, se puede considerar que los bienes culturales, producto del esfuerzo del hombre, son susceptibles de proporcionar beneficios económicos. El patrimonio deja de contemplarse exclusivamente como un legado de interés histórico-artístico, soporte de la identidad colectiva de una comunidad, y se transforma en un recurso fundamental de desarrollo.

En un contexto de globalización, la búsqueda de ventajas que permitan a cada ámbito territorial competir en una economía cada vez más interconectada, exige un mejor aprovechamiento de los recursos endógenos (naturales, humanos, financieros y culturales). En este sentido, la cultura local se convierte en un factor de desarrollo de carácter multidimensional. En el marco de un fuerte proceso de reestructuración del sistema productivo, la capacidad de cada sociedad para generar y procesar nueva información se convierte en la principal fuente de productividad (CASTELLS, 1995). Esta capacidad para generar y procesar información es función de las condiciones de vida generales de cada sociedad concreta, no sólo en términos de educación, sino también en términos de un entorno cultural que constantemente produce y estimula el desarrollo intelectual. Los procesos de innovación, claves en la nueva economía informacional, se encuentran estrechamente ligados a situaciones de fuerte creatividad social.

De otra parte, la globalización tiende a imponer cierta uniformidad cultural a escala planetaria, en buena medida ligada a la denominada «cultura de masas». Desde una perspectiva local, la cultura inspira estrategias de resistencia en relación con las influencias exógenas, proporciona autoestima, condición necesaria para cualquier proceso de desarrollo y constituye un mecanismo de selección frente a las influencias externas (VERHELST, 1994). En un sentido más general, preservar la identidad cultural permite mantener el rumbo y el control local de los procesos de desarrollo en situaciones de cambio acelerado.

Sea en función de su capacidad defensiva o como marco de los procesos de innovación, la cultura cumple un papel fundamental en la recuperación de lo que se ha venido denominando *sentido del lugar*. La lógica de la reestructuración económica actual se basa en soslayar los mecanismos históricamente establecidos de control social, económico y político dependientes de las instituciones sociales de base territorial, en la emergencia de

un «espacio de los flujos» que se alza frente al «espacio de los lugares», ámbito de la vida cotidiana, espacio cada vez más local y más apegado a la identidad propia (CASTELLS, 1995). El lugar aparece como sede de la resistencia de la sociedad civil, un vínculo de identidad territorial que permite reconstruir el sentido del lugar al margen, que no fuera, de la globalidad.

Entender la cultura como un recurso estratégico supone integrar una componente cultural en los proyectos de desarrollo. Este componente adopta una multiplicidad de formas, aunque en la totalidad de los casos implica una puesta en valor de los recursos potenciales existentes. Dentro de este marco de acción se inscriben las actuaciones encaminadas a valorizar los recursos humanos mediante la formación ocupacional a diferentes niveles. De forma más específica, existen múltiples actuaciones tendentes a la recuperación de conocimientos y habilidades tradicionales de carácter artesano, la creación de una infraestructura cultural permanente, y la animación sociocultural, considerada en sentido amplio (promoción de fiestas populares, romerías y ferias, apoyo al asociacionismo, etc). Es más, en buena medida la aplicación de un proceso de dinamización cultural tendente a la recuperación de la autoestima de las identidades locales constituye una condición necesaria, que no suficiente, para garantizar el éxito de iniciativas de desarrollo de base local.

En este contexto, la revalorización estética, simbólica y turística del patrimonio edificado puede servir para cohesionar la sociedad local y reforzar sus señas de identidad (TROITINO, 1995). La experiencia de las Escuelas Taller y Casas de Oficios constituye un ejemplo excelente de relación entre formación ocupacional y rehabilitación del patrimonio arquitectónico. De forma paralela, buena parte de los esfuerzos de los grupos de acción local involucrados en las iniciativas Leader I y II se han centrado en la recuperación del patrimonio rural mediante la creación de itinerarios culturales, «centros de interpretación del patrimonio» o ecomuseos. A nivel europeo, cultura y patrimonio son objeto específico de una acción comunitaria, el *Programa Raphael* (1996-2000), que destaca la alta capacidad de creación de empleo cualificado y de investigación aplicada de las actuaciones de valorización del patrimonio, cada vez más integradas en las políticas de desarrollo local y, de forma más concreta, en las operaciones dirigidas a la revitalización de los centros urbanos o a la promoción del medio rural.

El reto estriba en valorar el pasado sin caer en su mitificación, en utilizar el patrimonio como recurso sus-

ceptible de colaborar en un proceso de desarrollo sostenible, en asegurar su transmisión a las generaciones futuras aunque convertido en herramienta de desarrollo en el presente. En buena medida, alcanzar estos objetivos implica una transformación en las pautas de actuación de las administraciones públicas en la gestión del patrimonio, en superar planteamientos exclusivamente proteccionistas y conservacionistas incorporando criterios de valorización funcional del patrimonio. El paso de la conservación pasiva a la conservación activa requiere avanzar en el campo de la valorización del patrimonio, de conectar adecuadamente con las necesidades de las comunidades que albergan ese patrimonio. Esta nueva visión reclama nuevos modelos de organización y obliga a incorporar innovaciones en las estructuras de tutela y gestión.

En suma, la recuperación del patrimonio exige considerar una amplia gama de funciones diferentes, cuando no opuestas, a los usos iniciales de cada edificio. En buena medida, la rehabilitación física sin recuperación funcional resulta difícilmente sostenible. La recuperación de monumentos históricos o edificios singulares para la ubicación de grandes equipamientos culturales constituye una de las vías de aplicación más extendida. Sin embargo, las actuaciones de recuperación del patrimonio como recurso susceptible de aprovechamiento turístico conforma uno de los ámbitos de actuación que mayores posibilidades ofrece para las ciudades históricas.

III PATRIMONIO, TURISMO CULTURAL Y RECUPERACIÓN URBANA

El patrimonio, además de legado cultural, puede convertirse en motor de desarrollo y sustento de las actividades económicas relacionadas con el turismo. Desde esta perspectiva, las potencialidades de las ciudades históricas están estrechamente ligadas con los recursos patrimoniales que poseen. Como hemos señalado anteriormente, el aprovechamiento turístico constituye una de las principales vías de puesta en valor del patrimonio cultural en las ciudades históricas. El turismo hace efectivas las enormes potencialidades que atesora el rico patrimonio urbano de nuestros centros y cascos históricos. En este sentido, el crecimiento de la motivación cultural en los desplazamientos turísticos ha introducido una transformación bastante notable en el panorama de la recuperación del patrimonio histórico-artístico y

en la recuperación física y funcional de las ciudades históricas.

1. LAS POTENCIALIDADES TURÍSTICAS DE LAS CIUDADES HISTÓRICAS

España, con nueve ciudades incluidas en la Lista del Patrimonio Cultural de la Humanidad y cerca de 1.200 núcleos con valor de conjunto histórico (LÓPEZ JAÉN, 1990), alberga un patrimonio urbano de gran riqueza. En buena medida, esta riqueza deriva de la concurrencia de una serie de factores que contribuyen a resaltar los valores de conjunto: singularidad natural como consecuencia de las características de los emplazamientos; tramas urbanas de base medieval que confieren una especial personalidad al callejero; un elevado número de edificios monumentales correspondientes a diversas épocas y que conservan la huella de estilos superpuestos en la historia de cada ciudad; y una yuxtaposición de espacios residenciales con características diferentes, que contribuyen a conformar las imágenes culturales de la ciudad.

La gama de estos recursos culturales susceptibles de ser utilizados como recurso turístico es muy amplia: edificios monumentales, museos y otros grandes contenedores culturales, patrimonio urbanístico, fiestas y eventos lúdicos, y una oferta cultural más o menos diversificada. Aunque cualquier intento de establecer una tipología implica una simplificación, resulta de utilidad a efectos de analizar las posibilidades de adecuación como recurso turístico.

La sucesión de diversas culturas urbanas que han ido modelando y reorganizando el emplazamiento y las tramas preexistentes ha determinado que las ciudades históricas conserven, en mayor o menor medida, las huellas de los asentamientos prerromanos, de la época romana, de las diferentes etapas de la urbe medieval, del Renacimiento, del Barroco y también de las transformaciones de los siglos XIX y XX. El patrimonio arquitectónico monumental se nutre de edificaciones de la totalidad de estas etapas, edificios monumentales depositarios de una serie de valores histórico-artísticos de imposible reposición y, en ocasiones, declarados Bienes de Interés Cultural (BIC).

Los grandes edificios monumentales son los hitos más fácilmente identificables, caso de la Catedral de Toledo, la Universidad de Salamanca, la Mezquita de Córdoba o la Alhambra de Granada. En buena medida, constituyen los puntos de referencia de la visita turística

y son grandes «contenedores» cuyo valor artístico reside fundamentalmente en su magnificencia y calidad arquitectónica. De entre ellos los más destacados son importantes símbolos que pueden llegar a encarnar la imagen de la ciudad y oscurecer el resto del patrimonio urbano. Tradicionalmente han centrado las operaciones de conservación, rehabilitación, promoción y adecuación como espacios de uso turístico.

En buena medida, los grandes edificios monumentales se rigen como magnos espacios museísticos. La *Ley 16/1985 del Patrimonio Histórico Español* define los museos como instituciones de carácter permanente

«que adquieren, conservan, investigan, comunican y exhiben para fines de estudio, educación y contemplación, conjuntos y colecciones de valor histórico, artístico, científico o de cualquier otra naturaleza cultural».

A veces ubicados en edificios con valor propio, en función de su contenido se vinculan de forma más directa con la oferta cultural de la ciudad. Los museos ostentan diferente titularidad y su gestión pueda estar adscrita a la administración central, autonómica, local (Cabildos Insulares, Diputaciones Provinciales y Ayuntamientos), la Iglesia o a otras organizaciones de régimen privado (fundaciones, etc).

Los museos de titularidad estatal, que conforman la red más importante a nivel nacional, están sometidos al régimen que establece la *Ley 16/1985 del Patrimonio Histórico Español* para los Bienes de Interés Cultural, aunque este régimen también se puede extender a otros museos y pueden admitir en depósito bienes de propiedad privada o de otras administraciones públicas. En conjunto, forman el Sistema Español de Museos, cuya gestión está adscrita al Ministerio de Cultura (Museo de Arte Romano de Mérida, Museo Sefardí de Toledo), otros ministerios (Defensa: Alcázar de Segovia, etc) y diferentes organismos oficiales (Patrimonio Nacional: Real Monasterio de las Huelgas en Burgos; universidades: Casa Museo Unamuno de Salamanca, etc). No obstante, su gestión puede estar transferida a las Comunidades Autónomas (Museo Arqueológico y Etnológico de Córdoba, Museo Numantino de Soria, Museo Arqueológico de Tarragona) o estar adheridos al Sistema Español de Museos mediante convenio (Fundación Pablo Ruiz Picasso de Málaga, Museo Nacional de Arte de Cataluña, etc).

Los valores y recursos culturales de las ciudades históricas desbordan ampliamente el significado, por muy importante que sea, de los grandes edificios monumentales y museos. La valorización de la ciudad y su utiliza-

ción como recursos turístico da entrada a diferentes aspectos paisajísticos de la trama urbana, del emplazamiento y de los alrededores, en suma, del patrimonio urbanístico considerado en sentido amplio. En una visión no restrictiva del patrimonio adquieren, pues, protagonismo aspectos tales como la imbricación entre topografía y formas construidas, la diferenciación histórica en barrios y parroquias, los espacios de uso público y los restos arqueológicos. A otra escala, los pavimentos de calles y plazas, la vegetación, ciertos elementos constructivos o simplemente decorativos, el mobiliario urbano tradicional, etc, configuran en conjunto la personalidad especial de las ciudades históricas.

Exceptuando la arquitectura monumental, la práctica totalidad del patrimonio construido corresponde a diversas expresiones de la edificación residencial. Aunque algunas de estas construcciones tienen la categoría de Bienes de Interés Cultural, en la mayor parte de los casos se trata de manifestaciones de la cultura urbanística y arquitectónica popular, forjada a lo largo de generaciones. De importancia a nivel local, en los Catálogos de Planeamiento aparecen considerados como edificios o elementos que conservan valores tradicionales de las tipologías locales o que en sí mismos constituyen claros referentes de la arquitectura y cultura de diferentes períodos históricos. Son piezas que, sin poseer la dimensión y magnificencia de los monumentos, poseen un gran valor patrimonial, individual o formando conjuntos.

La oferta turístico cultural no se agota con el patrimonio arquitectónico y urbanístico o los museos; las ciudades históricas ofrecen una amplia gama de posibilidades en relación con fiestas, eventos religiosos, exposiciones temporales, ciclos de conferencias, representaciones teatrales, programaciones culturales de diferente índole, etc.

La mayor afluencia de visitantes se registra en ocasión de los grandes eventos religiosos (el Corpus Christi de Toledo, la Semana Santa de Zamora, Valladolid o Sevilla) y las fiestas patronales (San Fermín en Pamplona, San José en Valencia —Las Fallas—). Aunque la tradición religiosa está fuertemente enraizada en la vida de las ciudades históricas, estos acontecimientos desbordan ampliamente la dimensión religiosa. La ciudad se convierte en protagonista pues a los eventos religiosos se incorporan las calles, las gentes y, en suma, la vida que late en la ciudad. El visitante no deja de ser uno más.

El patrimonio cultural susceptible de ser utilizado como recurso turístico se completa con la oferta cultural

de las ciudades históricas, que se apoya sobre la infraestructura que forman teatros, auditorios, salas de exposiciones, archivos, bibliotecas, centros culturales, palacios de congresos, fundaciones, etc. Dentro de este abanico de recursos, cabe incluir las grandes exposiciones temáticas, caso de «*Reyes y Mecenas*» (Toledo), «*Castillo Interior: Santa Teresa y el siglo XVI*» (Ávila) y las sucesivas ediciones de las «*Edades del Hombre*» (Valladolid, Salamanca, Burgo de Osma, etc).

El patrimonio monumental, la imbricación entre formas naturales y espacio construido, las especiales características de la trama urbana, las formas de arquitectura popular, los museos y otros grandes contenedores culturales, los magnos acontecimientos religiosos y los eventos culturales, los ritmos de la ciudad y los estilos de vida de sus habitantes, colaboran en la formación de la identidad propia de los cascos históricos de las ciudades españolas, su «*genius loci*». En este sentido, el principal valor de las ciudades históricas no son los elementos considerados de forma aislada, sino el carácter único de cada ciudad histórica materializado en un *sentido del lugar*, único e irrepetible, que no resulta de la mera agregación de elementos culturales de uso turístico.

Sin embargo, la imagen externa de la ciudad no se apoya sobre toda esta realidad compleja que se acaba de describir; no recoge todas las dimensiones de su entramado cultural, sino que generalmente se sustenta sobre uno o unos pocos elementos fuertes del patrimonio, que sirven para definir o encarnar, desde el punto de vista de su promoción simbólica, cada estilo urbano. La imagen se basa sólo en una identidad simple y comprensible inmediatamente por un público amplio y se encarna en logotipos, mensajes, etc.

En concreto, es función de la imagen de una ciudad (expresión breve y concisa de sus valores culturales-patrimoniales) atraer y seducir en un primer momento al visitante (turista, inversor o congresista) para sugerirle una segunda estancia más larga y duradera creando en él la necesidad de volver a visitar la ciudad. Pero la imagen actúa también a otro nivel, pues no sólo se trata de «vender la ciudad» al turista o al inversor, sino también de motivar al ciudadano para que asuma como suyos los valores culturales de los que ya es partícipe y colabore de forma más o menos activa en la gestión del patrimonio porque en conjunto no se pretende vender cultura, sino valorizar recursos tanto de cara a la sociedad local como al exterior.

En suma, la cultura en sus distintas manifestaciones constituye el recurso turístico por excelencia de las ciu-

dades históricas; espacios donde la imbricación de elementos arquitectónicos, urbanísticos, culturales y funcionales ofrece la oportunidad de enriquecer la visita e incrementar su duración. De esta forma, además, las ciudades se revelan más atractivas y ofrecen más oportunidades de animación permanente o eventual que los monumentos aislados ya que su patrimonio está ligado a una realidad cultural mucho más rica.

2. EL TURISMO CULTURAL COMO FACTOR DE VALORIZACIÓN DEL PATRIMONIO

El turismo constituye un fenómeno social de múltiples motivaciones (ORTUÑO, 1995), con un contenido recreativo, de descanso y ruptura de los ritmos diarios, cultural o de salud. Dentro de los desplazamientos turísticos, las motivaciones culturales forman parte del segmento de los viajes relacionados con la búsqueda de nuevas experiencias, en los que el principal objetivo consiste en encontrar nuevas sensaciones en relación con la naturaleza o la cultura (ADERHOLD, 1997). Este tipo de motivaciones están más estrechamente ligadas a aspectos intelectuales o psicológicos que a la obtención de cierto confort físico.

Aunque existe un turismo cultural específico, el componente cultural está presente en una parte creciente de los desplazamientos turísticos. En buena medida, esta motivación estuvo en la base misma del fenómeno turístico. El viajero del siglo XIX, elitista y culto, viajaba para *descubrir* cultura, y en el devenir de su periplo «tropezaba» con las ciudades «del arte». Sin embargo, la posterior aparición y desarrollo del turismo de masas, estrechamente ligado a un turismo de evasión, de «sol y playa», minimizó el papel de algunas de estas ciudades como destinos turísticos.

En la actualidad asistimos a una etapa de fuerte crecimiento en los desplazamientos turísticos y todas las estimaciones apuntan a un mantenimiento en los próximos años de fuertes tendencias alcistas, con incrementos interanuales acumulativos en las llegadas de turistas del 3,95% hasta el año 2010 a nivel mundial (FIGUEROLA, 1997). De forma paralela, se están produciendo importantes cambios en las preferencias y motivaciones de los turistas, con una tendencia general hacia una segmentación creciente de la demanda y hacia la individualización del producto, en buena parte ligadas a cambios en las pautas de consumo. El turismo de litoral, que todavía supone en España el 75% de la demanda, presenta síntomas de estancamiento, en cierta medida debido a la ma-

sificación y deterioro ambiental de bastantes de los destinos turísticos más tradicionales. En cambio, determinadas formas de turismo (urbano, de cruceros, de incentivos y conferencias, de aventura, etc) se proyectan como actividades de fuerte expansión.

Dentro de estos sectores emergentes, el turismo cultural presenta un lugar privilegiado y una oportunidad para las ciudades históricas españolas. En este sentido, el turismo de circuitos y ciudad representaba el 18% del mercado vacacional europeo hacia España en 1990, mientras que la media europea se situaba en un 38% (MINISTERIO DE COMERCIO Y TURISMO, 1994). Todas las previsiones señalan que este sector de la demanda turística será uno de los segmentos más expansivos durante los próximos años. Crece el segmento del turismo cultural, pero también aumentan las motivaciones culturales en todo tipo de desplazamientos turísticos, de tal forma que en la actualidad apenas existen formas de turismo que no incorporen elementos de consumo cultural. En un contexto de cambio acelerado varían las formas de consumo y, en consecuencia, se diversifica el contenido de los productos turísticos. No obstante, a diferencia del viajero del siglo XIX, el interés del turista contemporáneo se centra en museos, exposiciones, itinerarios culturales, etc, productos diseñados por una serie de instituciones que tienen entre sus objetivos la difusión de la cultura en sus diferentes manifestaciones. En cuanto tal, estos productos presentan dos dimensiones fuertemente interrelacionadas: son grandes elementos de divulgación cultural y, de forma paralela, constituyen recursos de fuerte atractivo turístico.

En líneas generales, las visitas a ciudades históricas son una de las alternativas más atractivas para los desplazamientos turísticos futuros. En un reciente estudio realizado por la Oficina de Turismo de Dinamarca en quince países europeos (ADERHOLD, 1997) se señala que entre el 30 y el 50% de la población europea que tiene vacaciones tiene planeado visitar lugares históricos durante los tres próximos años, ya sea formando parte de sus vacaciones anuales o en desplazamientos cortos, durante los tres próximos años. Es más, entre un 40% y un 60% de los entrevistados, dependiendo de cada país, indicaron que la visita a ciudades históricas era una motivación «importante» o «muy importante» en la planificación de sus vacaciones. Paralelamente, entre un 25% y un 50% respondieron que la experiencia cultural era un aspecto «importante» o «muy importante» en sus vacaciones. Las implicaciones para el sector turístico y la conservación del patrimonio en general son incuestionables.

Los factores que determinan el renacimiento del segmento del mercado turístico relacionado con la cultura, segmento que está «de moda», son múltiples y complejos. En buena medida, existe una creciente demanda de cultura ligada a la generalización de la educación y el aumento del tiempo de ocio. El consumo de cultura, tradicionalmente asociado a ciertas élites, se amplía a grandes capas de la clase media (hábitos de lectura, adquisición de antigüedades y obras de arte, reconocimiento de la arquitectura popular, etc). Dentro de este renacimiento de la cultura como objeto de consumo, el componente cultural en los desplazamientos turísticos adquiere amplio protagonismo.

De forma paralela, los procesos de globalización tienden a provocar cierta uniformidad cultural y, en consecuencia, una pérdida de las identidades locales. Como reacción, emerge un movimiento crítico en favor de las culturas locales y los valores asociados a la conservación del patrimonio. En una época de cambios constantes, aumenta el valor de lo auténtico (CORZO, 1997). El patrimonio cultural de las ciudades históricas, donde concurren edificios, tradiciones y formas de vida que conforman el *sentido del lugar* propio de cada ciudad histórica, contrasta con la artificialidad y uniformismo de la era de la realidad virtual. De esta forma, la autenticidad y la singularidad se convierten en recursos turísticos y las actuaciones de conservación en inversión en infraestructura turística.

Las variaciones en la estructura motivacional de los turistas, que posibilitan el resurgimiento del turismo cultural, se producen en un contexto de cambio social con fuertes implicaciones en el mercado turístico y las propias ciudades históricas. Existe una tendencia general hacia el fraccionamiento de las vacaciones, reflejo de las nuevas formas de movilidad y ocio relacionadas con la flexibilización del tiempo de trabajo y posibilitadas por las mejoras de los sistemas de transportes. Emergen nuevas pautas de movilidad que introducen temporalidades específicas y prácticas de poliespacialidad (CAZES, 1996): se visitan más lugares, pero se reduce la estancia media en cada uno de esos lugares, y la estancia en muchas ocasiones se limita a una visita fugaz en tránsito hacia otro destino. Buena parte de este crecimiento de los desplazamientos cortos es asumido por diferentes destinos urbanos, desde grandes aglomeraciones metropolitanas hasta ciudades medias de rico patrimonio cultural. En buena medida, el turismo de ciudad constituye una práctica vinculada al excursionismo, funcionalmente diferente al turismo residencial de largas vacaciones estivales característico del ámbito li-

toral. En suma, un turismo de corta duración que tiende a polarizarse en las ciudades y que convierte al patrimonio cultural y la imaginaria urbana en objeto de consumo.

En España apenas se ha iniciado la investigación de este segmento del mercado turístico, el turismo cultural ligado a la visita de ciudades históricas. Los estudios realizados en el casco histórico de Toledo señalan que el 60% de los visitantes realiza el viaje sin la mediación de agencia de viajes (TURESPAÑA, 1996). El perfil del visitante corresponde a una persona menor de 40 años, que llega a lo largo de todo el año, en especial los fines de semana, viaja en vehículo privado y en su mayor parte permanece un día en la ciudad, dedicándose a pasear y visitar museos y monumentos. Los grupos de agencia y los grupos libres (asociaciones de vecinos, parroquias, etc) conforman tipologías complementarias.

En el caso de las Ciudades Patrimonio de la Humanidad situadas en Castilla y León, el 67% de los visitantes realizan el viaje sin mediación de las agencias de viajes, con un perfil que corresponde a un individuo de clase media, menor de 50 años, que se desplaza acompañado y en vehículo privado (TOMILLO, 1997). Las excursiones de medio día y un día completo suponen el 70% del total de los desplazamientos mientras que los circuitos superiores a dos días y medio únicamente ascienden al 28%. La coincidencia en los resultados generales de estas y otras investigaciones permite sostener el crecimiento a nivel nacional de esta modalidad de turismo, caracterizada por desplazamientos organizados por el propio visitante y, en menor medida, integrados en circuitos urbanos ofrecidos por las agencias de viaje, de corta duración y menor estacionalidad que los desplazamientos turísticos de tipo tradicional.

Como resultado de este conjunto de procesos, monumentos y museos se transforman en los grandes focos de atracción de un turismo cultural de masas. Durante 1995, la Abadía de Montserrat recibió 2,5 millones de visitas, la Basílica del Pilar 2 millones, la Alhambra y el Generalife 1,7 millones y la Catedral de Sevilla cerca de 800.000. De forma paralela, exposiciones y actividades similares se convierten en grandes eventos sociales que transforman la vida de las ciudades donde se desarrollan. La primera exposición de «Las Edades del Hombre», celebrada en Valladolid entre octubre de 1988 y abril de 1989, concitó la atención de más de un millón de visitantes. En Ávila, «Castillo Interior. Teresa de Jesús y el siglo XVI» recibió entre septiembre de 1995 y mayo de 1996 cerca de 300.000 visitantes.

En suma, el rebrote de un turismo urbano de base cultural tiende a convertir las ciudades históricas en destinos turísticos de primer orden. Los estudios del C1SET (BORG, 1995) señalan que Venecia es visitada anualmente por 8,5 millones de turistas y excursionistas, 5 Salzburgo, 4,5 Florencia, 2,7 Brujas y 1,5 Oxford. En España, los análisis realizados por el Departamento de Geografía Humana de la UCM indican una afluencia anual de 1,5 millones de visitantes en Toledo, 600.000 en Salamanca y entre 300.000 y 400.000 en Ávila. No obstante, estas cifras se encuentran sometidas a un alto grado de indeterminación, ya que cuantificar la afluencia de turistas y excursionistas a una ciudad constituye uno de los grandes problemas de investigación en materia de turismo urbano (CAZES, 1996). En todo caso, ciudades como Sevilla, Córdoba y Granada, en función del volumen de visitantes que reciben, tienden a configurarse como destinos turísticos de tanta relevancia como las áreas litorales andaluzas, tradicionalmente ligadas al turismo de sol y playa.

3. TURISMO CULTURAL Y RECUPERACIÓN URBANA: ALGUNAS INICIATIVAS RELEVANTES

La valorización y nueva lectura del patrimonio cultural urbano, más allá del patrimonio arquitectónico, ofrece nuevas oportunidades para la recuperación y el desarrollo de muchas pequeñas y medianas ciudades históricas. El turismo cultural de masas constituye, sin duda, uno de los grandes desafíos económicos y sociales que las ciudades históricas tendrán que afrontar en los próximos años. En buena medida, la crisis de los sectores tradicionales (agricultura, minería, industria, etc), resultado de los procesos de globalización y reestructuración económica subyacentes, ha reorientado los esfuerzos de multitud de gobiernos locales hacia el turismo y el patrimonio cultural. En este sentido, la puesta en valor del patrimonio en relación con el turismo constituye una necesidad, tanto como una oportunidad, para impulsar procesos de desarrollo de base local.

En Europa, las ciudades medias británicas han sido pioneras en la integración del turismo en los procesos de regeneración física y económica de los ámbitos urbanos. La recesión de comienzos de los años ochenta afecta especialmente a las ciudades de base industrial. En un contexto de alto desempleo y creciente competencia entre los núcleos urbanos para atraer inversiones, las actividades relacionadas con la cultura, el ocio y el turismo son percibidas como una importante fuente de benefi-

cios, tanto en términos de puestos de trabajo como en relación con la imagen de la ciudad (LAW, 1996). Dentro de los programas de recuperación de las áreas centrales y los espacios industriales obsoletos, ciudades como Manchester, Glasgow, Birmingham, Leeds y Sheffield desarrollan grandes equipamientos (palacios de congresos, museos, teatros, salas de conciertos e instalaciones deportivas), impulsan grandes eventos culturales y deportivos e incluso incentivan la vida nocturna (pubs, discotecas, etc). En orden a conseguir un mayor número de visitantes, la ciudad industrial se transforma en un espacio de consumo cultural.

En España, la incorporación de la dimensión turístico-cultural en los procesos de recuperación urbana dista mucho de ser generalizada. En líneas generales, las enormes potencialidades que albergan las ciudades históricas apenas se encuentran aprovechadas. Aunque existen múltiples experiencias, con diferente grado de éxito, en el seno de los gobiernos locales continúa primando un enfoque asistencial en relación con las administraciones de rango superior, diputaciones, comunidades autónomas, administración central y últimamente también la Unión Europea. No obstante, desde diferentes ámbitos de actuación (cultural, turístico, urbanístico, etc) se asiste a un replanteamiento del binomio cultura-desarrollo, patrimonio-turismo. En buena medida, los esfuerzos más destacados provienen de la iniciativa local, caso de ciudades como Baeza, Santiago de Compostela, Tarragona y Gerona, aunque se cuenta con asistencia financiera de múltiples administraciones.

En cierto sentido, la creación de la red nacional de paradores de turismo constituye una experiencia pionera en la recuperación del patrimonio cultural en relación con el turismo. Esta iniciativa ha servido para recuperar elementos singulares del patrimonio arquitectónico de algunas ciudades históricas (Almagro, Ciudad Rodrigo, Cuenca, Trujillo, Úbeda, Zamora, etc) y en determinados casos, como Alarcón, Sigüenza, Almagro o Jarandilla de la Vera, han tenido un importante protagonismo en la dinamización de la economía local (TROITIÑO, 1995). Aunque se haya cuestionado su legitimidad, aún en la actualidad mantienen una importante función en la recualificación de la oferta turística. En este sentido, los *Ciclos de Conciertos en Paradores Nacionales*, con participación del Ministerio de Cultura y la obra cultural de Argentaria e Ibercaja, ha constituido una experiencia pionera en el sector de la hostelería (TURESPAÑA, 1996).

Durante los últimos años, en un contexto expansivo a nivel internacional, también algunas cadenas hoteleras (Meliá, Mayoral, ITT-Sheraton) adoptan esta vía de ac-

ción y proceden a ubicar algunas de sus instalaciones hoteleras en edificios de interés histórico-artístico (Hostería del Paular, etc). En estos casos, la singularidad del edificio actúa como factor de atracción de una clientela de alto poder adquisitivo y mejora, en términos globales, la imagen de la cadena. Sin embargo, la recuperación de elementos del patrimonio arquitectónico monumental para usos hoteleros no se limita a las grandes compañías, sino que existen múltiples ejemplos de iniciativas locales que optan por ubicaciones en edificios de valor patrimonial. El inconveniente que suponen las dificultades de adecuación arquitectónica se suple con las ventajas que suponen una localización central y la propia imagen del establecimiento hotelero.

Dentro del ámbito de la administración, el papel secular de los gestores culturales ha consistido en la tutela de los bienes culturales, concepto que integra la gestión, protección, conservación, restauración, investigación y difusión de dichos bienes. El aprovechamiento turístico del patrimonio no estaba dentro de sus cometidos y, es más, tradicionalmente ha existido cierto conflicto entre gestores de los ámbitos cultural y económico. En la actualidad, en un contexto de recesión y replanteamiento del papel de las administraciones públicas, de reducción, en suma, de los recursos para la conservación, la administración cultural comienza a reconsiderar su papel y la función social del patrimonio. De forma general, se tiende a percibir la cultura como un factor de desarrollo. De forma específica, se promueve la generación de ingresos desde los propios museos y monumentos mediante la comercialización de productos, la creación de tiendas, librerías y cafeterías, la potenciación del papel de las asociaciones de amigos de los museos, etc. El patrimonio deja de percibirse como una fuente de gastos y se plantea su aprovechamiento como recurso productivo.

La Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía lidera estos planteamientos. El *Plan General de Bienes Culturales de Andalucía 1996-2000* (CONSEJERÍA DE CULTURA, 1997) tiene como objetivo general

«promover el desarrollo sostenible y la mejora de la calidad de vida de los andaluces..., garantizando el uso y disfrute de nuestros recursos del patrimonio histórico».

Los bienes culturales son un recurso estratégico para el desarrollo de Andalucía y suponen un valor añadido a las demás actividades de la Comunidad, lo que mejora la capacidad competitiva regional. No obstante, los esfuerzos concretos siguen centrados en las tradicionales funciones de tutela del patrimonio ya que las iniciativas

en favor del desarrollo únicamente suponen el 2,88% de las inversiones previstas. Estas iniciativas se articulan en el *Programa de Cooperación para el Desarrollo Regional*, que comprende tres líneas de actuación: Patrimonio de Especial Interés Turístico (inventario, promoción y mejora de bienes promocionables desde el punto de vista turístico); Patrimonio Cultural en Parques Naturales (inventario, intervención y optimización de la difusión en los centros de visitantes de los Parques); y Cooperación con el Programa de Escuelas Taller y Otras Iniciativas de Desarrollo Local.

En el seno de actuaciones desarrolladas por la administración turística del Estado, el *Plan Marco de Competitividad del Turismo Español 1992-1995* (Plan FUTURES) ofrecía diferentes posibilidades de actuación en relación con la creación de nuevos productos turísticos, la promoción, marketing y comercialización, modernización e innovación tecnológica, y coordinación y cooperación institucional. De forma específica, el Plan incorporaba tres objetivos en materia de turismo y patrimonio relacionados con fines medioambientales:

1. Conservación del entorno natural y urbano, compatibilizándolos con la actividad turística... Una planificación correcta de la actividad turística es, sin duda, un factor clave en la conservación y mejora del entorno.

2. Recuperación y desarrollo de tradiciones y raíces culturales vinculadas a la actividad turística, logrando encomiables objetivos de política cultural y el afianzamiento de recursos básicos para el desarrollo de nuevos productos.

3. Revalorización del patrimonio susceptible de uso turístico, de carácter histórico, monumental o tradicional a través de la rehabilitación para uso turístico de edificios singulares preservando la arquitectura autóctona.

A pesar de objetivos tan ambiciosos, los resultados concretos son, en líneas generales, bastante pobres. En efecto, de los 1.760 proyectos finalizados o en curso de ejecución a finales de 1995, únicamente 33 estaban específicamente relacionados con las ciudades históricas y ninguna de estas ciudades fue objeto de un Plan de Excelencia Turística (TURESPAÑA, 1996). Dentro de las actuaciones programadas, presentaban especial relevancia los convenios multinstitucionales impulsados por el Instituto de Turismo de España, caso del *Plan de Desarrollo Turístico Cultural de la Ciudad de Málaga* y los acuerdos alcanzados entre este Instituto y el Consejo Insular de Menorca, ambos firmados en el año 1995. El primero surge de la colaboración entre el Instituto de Turismo, la Consejería de Industria, Comercio y Turis-

mo de la Junta de Andalucía, el Ayuntamiento de Málaga y los empresarios del centro histórico, de relevante función comercial. Las actuaciones inciden prioritariamente en el casco (Catedral y entorno, palacio episcopal, Museo de Bellas Artes, casa natal de Pablo Picasso, teatro romano y alcazaba) y tienen como finalidad hacer merecer a Málaga la consideración turística y cultural que su larga tradición reclama. Los acuerdos alcanzados entre el Instituto de Turismo de España y el Consejo Insular de Menorca tienen por objeto cooperar en el desarrollo del turismo cultural en la Isla mediante la realización y coordinación de actuaciones tendentes a la puesta en valor del patrimonio histórico-artístico y natural, y su integración como producto turístico. Entre las actuaciones programadas destacan la adquisición y restauración de la Torre de Fornells, la consolidación de estructuras y acondicionamiento del poblado talayótico de Trepucó y la elaboración de un Plan Estratégico del turismo cultural.

Desde el ámbito de la administración urbanística, la adecuación de la ciudad a la actividad turística se inscribe en el marco de las actuaciones de recuperación integral de los cascos históricos. El *Programa de Intervención en Ciudades Históricas* del antiguo Ministerio de Obras Públicas, Transporte y Medio Ambiente (MOPTMA) constituía una iniciativa de amplio alcance cuyos objetivos de intervención se centraban en aumentar la calidad de vida de residentes y visitantes, evitar la degradación de las ciudades y recuperar patrimonio edificado, y facilitar el desarrollo del turismo, un «turismo tranquilo» que contribuyera al crecimiento de un sector hotelero de mayor calidad y a la supervivencia de la artesanía tradicional. Se plantea como opción óptima la integración en una estrategia global de todas las acciones a realizar en cada ciudad, articuladas en un plan global. Las actuaciones se realizarían de forma concertada por el MOPTMA, Comunidad Autónoma y Ayuntamiento. Los campos de intervención son el medio ambiente urbano, transporte y movilidad, infraestructuras básicas, equipamientos y rehabilitación de contenedores, vivienda y turismo. En líneas generales, el Programa, que contemplaba acciones iniciales en Cáceres, Granada, Salamanca y Toledo, ha tenido hasta ahora una operatividad bastante limitada.

Sin embargo, en líneas generales las iniciativas de mayor relieve en materia de recuperación del patrimonio cultural, turismo y desarrollo urbano proceden del ámbito local, ámbito desde el cual se perciben de forma más cercana y omnicomprensiva los problemas a los que se enfrenta la ciudad histórica (deterioro del patri-

monio edificado, desempleo y marginación social, congestión derivada del tráfico, contaminación, ausencia de equipamientos; en suma deterioro físico y social de buena parte de los cascos históricos españoles). En este sentido, un número reducido de ciudades, caso de Tarragona, Baeza, Santiago de Compostela y Gerona, han realizado un importante esfuerzo en integrar las actividades relacionadas con el turismo en el proceso de recuperación física y funcional de los centros históricos. Los resultados, dispares, presentan bastantes problemas de evaluación.

En los últimos años, Tarragona ha realizado un importante esfuerzo en la recuperación y puesta en valor de su patrimonio arqueológico y en la rehabilitación y mejora ambiental del casco antiguo de la ciudad (TURSPAÑA, 1996). Estas iniciativas han mejorado la imagen de la ciudad y reforzado su papel como destino cultural. El organismo encargado de la promoción del turismo y del impulso de nuevas iniciativas es el Patronato Municipal de Turismo, órgano autónomo creado en 1983 que cuenta con representantes del Ayuntamiento, agencias de viaje, sector del alojamiento, universidad y turismo cultural. Entre las iniciativas más interesantes cabe destacar el impulso de mesas profesionales, congresos y reuniones, integración de Tarragona en la Federación de Turismo Cultural, reforzamiento de las iniciativas culturales (festivales del Campo de Marte, etc) y el proyecto de Plan Estratégico de Turismo Cultural.

En Salamanca, el consorcio *Salamanca Emprende* constituyó una iniciativa de desarrollo donde el patrimonio, la cultura y el turismo tienen un papel muy destacado. El Consorcio que promovía la iniciativa estaba formado por los agentes más dinámicos de la ciudad, la Diputación, el Ayuntamiento, la Cámara de Comercio, Caja de Salamanca y Soria, las universidades salmantinas, sindicatos y asociaciones empresariales. En un contexto de concertación, esfuerzo organizativo y de apertura a la opinión pública, centraba sus esfuerzos en materia de turismo en actuaciones como la potenciación de Salamanca como centro de aprendizaje del español para extranjeros, la ampliación de la oferta cultural (casco histórico como parque temático de la historia y la literatura española) y la creación de servicios especializados para visitantes.

En el ámbito andaluz cabe destacar el *Programa de Ordenación Turística de la Ciudad de Baeza*, presentado en un contexto de reconsideración del patrimonio cultural como recurso social y productivo, de recuperación del patrimonio para los residentes y para los visitantes. El Programa, presentado dentro del Plan FUTU-

RES, comprende tres grandes proyectos: señalización urbana y patrimonial, ordenación paisajística de la cornisa meridional de la ciudad a efectos de su valorización turística y creación de un centro de recepción de visitantes.

En Cuenca, en el marco de las actuaciones de recuperación urbanística de la Ciudad Alta, el Ayuntamiento presentó a la Unión Europea un *Proyecto Integral de Mejora Urbanística dirigida al Turismo*, aprobado en 1994 con un importe de 3.200 millones (2.240 de fondos FEDER). Este Proyecto integra una serie de medidas encaminadas a una mejor adecuación de la ciudad histórica al turismo, así como a eliminar los impactos que éste produce en el medio urbano. A efectos de una mejora de la atracción turística, se contempla la creación de aparcamientos subterráneos para residentes y visitantes, la creación de un centro de acogida y de información al turista, la mejora ambiental de plazas, calles y espacios públicos y el tratamiento urbanístico de los bordes urbanos y otras áreas de valor paisajístico. Divergencias de criterio con el proyecto original, obra del equipo de gobierno anterior, y una reducida capacidad municipal de gestión, han favorecido la práctica paralización de las actuaciones previstas.

No obstante, a pesar de la existencia de múltiples iniciativas sectoriales, únicamente un número muy reducido de ciudades han realizado un esfuerzo considerable en la formulación de una estrategia turístico-cultural coherente, plenamente integrada en el marco de la política económica y urbanística, y compartida por el conjunto de la sociedad. La propia naturaleza del turismo como fenómeno transversal que afecta a la totalidad de la realidad urbana, determina que en su «gestión», considerada en sentido amplio, se encuentren implicados buena parte de los órganos de gestión del territorio (urbanismo, cultura, promoción económica, obras, medio ambiente, tráfico, etc). En este sentido, las labores de coordinación interadministrativa a nivel horizontal constituyen uno de los aspectos claves en materia de patrimonio, turismo y desarrollo urbano.

Dentro de este marco se inscriben las actuaciones llevadas a cabo en la ciudad de Gerona, cuyo reforzamiento como polo de turismo cultural es el resultado de un esfuerzo continuado y sistemático en el marco de una estrategia urbana en la cual el turismo tiene un papel fundamental. El *Pla de Ciutat* (AJUNTAMENT DE GIRONA, 1995), fruto de la concertación entre diferentes agentes sociales, subordina las políticas urbanas de carácter sectorial a un proyecto de ciudad claramente definido. En este marco, el turismo se incluye dentro de dos grandes

líneas de actuación: de una parte, modernizar la economía de la ciudad al servicio de su entorno territorial mediante la consolidación de la ciudad como capital catalana de servicios al turismo y como centro europeo del turismo urbano; y de otra, hacer de la educación y la cultura base del progreso de la ciudad, mediante la conservación y mejora de la gestión del patrimonio, y la optimización de la gestión cultural para adecuarla a las necesidades de la ciudad.

De forma paralela, el Área de Promoción de la Ciudad y Fomento de la Actividad Económica desarrolla una intensa actividad y participa en múltiples iniciativas culturales, urbanísticas y económicas con incidencia sobre el turismo (Museo de Historia de la Ciudad, Plan Especial del Centro Histórico, etc). En el campo de la promoción, sus esfuerzos se orientan a alcanzar un número de visitantes, en segmentos suficientemente rentables, condicionado por la propia capacidad de la ciudad para prestar una atención adecuada y que no supongan un deterioro de la calidad de vida del casco histórico (TURESPAÑA, 1996).

IV

EL USO TURÍSTICO DEL PATRIMONIO: PROBLEMAS Y LIMITACIONES

En la actualidad, buena parte de las ciudades históricas españolas, al ser depositarias de un rico patrimonio cultural, se encuentran estrechamente asociadas al turismo. Aunque se percibe un avance en la valorización del patrimonio cultural como recurso turístico, existen serias dificultades de adecuación de la ciudad histórica a la función turístico-cultural. En líneas generales el espacio interior de las ciudades se encuentra sometido a la tensión producida por dos fenómenos opuestos aunque íntimamente relacionados: de una parte, la concentración de la práctica totalidad de los visitantes sobre un número muy reducido de contenedores culturales y espacios públicos provoca problemas de sobrecarga; de otra, existe una infrautilización generalizada del patrimonio urbano que deriva de una serie de limitaciones al aprovechamiento turístico de dicho patrimonio (incompatibilidad funcional, etc).

1. UNA LECTURA TURÍSTICA DE LAS CIUDADES HISTÓRICAS EXCESIVAMENTE FOCALIZADA

En la mayor parte de las ciudades históricas se produce una sobrefrecuentación de visitantes en determina-

dos espacios urbanos. Museos y otros grandes contenedores culturales (catedrales, palacios, monasterios, etc), en buena medida ubicados en edificios monumentales de carácter histórico-artístico, focalizan la atención de los visitantes dentro de la ciudad. En muchas ocasiones la presencia de ciertos «hitos» culturales relevantes oculta el valor del conjunto, el ambiente especial de los cascos históricos de las ciudades europeas. Esta lectura resulta simplificadora; turistas y excursionistas se llevan una idea bastante parcial e incompleta de la ciudad.

La concentración de visitantes en determinados edificios monumentales, caso de la Alhambra en Granada o la Catedral de Toledo, crea problemas de sobrecarga turística en los edificios y sus inmediaciones. Un número excesivo de visitantes en un espacio reducido, o la simple sensación de congestión, que no tiene que responder a circunstancias objetivas sino a determinadas percepciones, deterioran la propia experiencia turística, factor clave en la difusión informal de las ciudades como destino vacacional. La organización del uso público se convierte en objetivo prioritario y puede llegar a desplazar otras funciones (de culto en las catedrales, de investigación en los museos, etc).

Aunque los grandes edificios monumentales constituyen los elementos clave de la oferta turístico-cultural de las ciudades históricas, las condiciones que reúnen a efectos de la gestión de visitantes y, en general, del uso público, distan mucho de ser perfectas. Los grandes conjuntos monumentales de las ciudades históricas españolas, en buen número de ocasiones gestionados como museos, presentan graves deficiencias que derivan tanto de la inadecuación de los edificios al uso público como de la ausencia de criterios museográficos y museológicos modernos. Así es frecuente encontrar barreras arquitectónicas, horarios «peculiares» y restrictivos, deficientes señalizaciones, poca atención profesionalizada, ausencia de venta de publicaciones (si se exceptúan los folletos y guías turísticas más o menos estandarizados) y saturación de visitantes en espacios no acondicionados para las visitas masivas. A esto hay que añadir un tratamiento de los fondos de corte coleccionista donde prima la exposición de objetos sobre la comunicación de ideas y la interpretación cultural del territorio y sus valores históricos.

La ausencia de una gestión de flujos a nivel de la ciudad favorece la concentración de visitantes en determinados espacios. El sistema de atención al visitante, elemento clave en la gestión turística urbana, no orienta los flujos sino que refuerza la sensación de saturación derivada de la concentración «espontánea» de excursio-

nistas y turistas en determinados contenedores culturales y espacios públicos de la ciudad. La información que se suministra al visitante desde la propia ciudad no refleja, en líneas generales, la riqueza del propio patrimonio cultural urbano. El diseño de folletos y planos es deficiente y su contenido parcial. El conocimiento de la ciudad del personal que atiende las Oficinas de Turismo es bastante limitado. Es más, toda la información (verbal, gráfica, escrita) se centra en los principales elementos de atracción de la ciudad, circunstancia que agrava los problemas de sobrecarga turística.

En suma, existe una lectura turística de las ciudades históricas españolas demasiado focalizada en determinados elementos del patrimonio monumental y museístico que no refleja el enorme potencial que esconde el conjunto del patrimonio urbano. Esta focalización resulta enormemente simplificadora y, en buen número de ocasiones, deteriora la propia experiencia turística. Las acciones a desarrollar abarcan un amplio campo de posibilidades, desde la readecuación de los grandes conjuntos monumentales hasta la creación de rutas temáticas y museos de la ciudad. Estas iniciativas ya se aplican, con diferente grado de éxito, en algunas de las ciudades históricas españolas. No obstante, es necesario avanzar en la integración de todos los componentes de la oferta cultural urbana en el seno de un planteamiento global, que vincule a las diferentes administraciones públicas y agentes sociales que operan en la ciudad.

En líneas generales, es necesario proceder a una readecuación de los grandes edificios monumentales basada en análisis específicos de su capacidad de acogida y su función dentro de la oferta cultural de cada ciudad histórica. Las prioridades estriban en las mejoras en la atención al visitante, en el tratamiento de las colecciones y en la gestión de los flujos, mejoras que no ha de implicar una monofuncionalidad turística sino un mejor acondicionamiento como espacios de uso público de carácter turístico-cultural.

De forma paralela, la huella urbanística, arquitectónica y cultural de diversas civilizaciones y momentos históricos característica de buena parte de las ciudades históricas españolas permite potenciar una serie de rutas temáticas como instrumento para un mejor conocimiento de su realidad urbana. Estas rutas pueden articularse, como mínimo, desde dos perspectivas: histórica, siguiendo el proceso evolutivo de cada ciudad (el Toledo musulmán, la Salamanca renacentista, etc), y temática, de acuerdo con una serie de elementos urbanos o sucesos característicos de cada ciudad (Ávila y Santa Teresa, Salamanca y la Universidad, etc). En esta línea se

inscriben las iniciativas diseñadas por el grupo *S.O.S. Brujas*, que ofrece una ruta alternativa por el centro de Brujas (BORG, 1995), y la asociación de vecinos *La Cornisa* de Toledo, con un recorrido nocturno por la ciudad (TURESPAÑA, 1996).

En última instancia, la creación de museos de la ciudad puede constituir un instrumento eficaz para un acercamiento sistemático de los visitantes a las ciudades españolas a lo largo de su devenir histórico. En este sentido, la atención no se ha de centrar en los grandes contenedores culturales en cuanto tales (grandes monumentos, museos, etc) sino en aspectos como el proceso de construcción de la ciudad o las relaciones entre medio ambiente natural y construido. Configurados como centros de recepción de los visitantes que acceden a la ciudad, su finalidad prioritaria ha de estar en la divulgación de la riqueza y diversidad del patrimonio urbano de cada ciudad. De forma secundaria, son susceptibles de acoger las funciones de promoción y ordenación de la oferta turístico-cultural así como de servir de embrión a futuros centros de estudios urbanos.

2. INFRAUTILIZACIÓN DE LAS POTENCIALIDADES DE LAS CIUDADES HISTÓRICAS. LAS LIMITACIONES AL USO TURÍSTICO

Aunque las ciudades históricas y el patrimonio urbano que albergan potencialmente constituyen recursos turísticos de primer orden, existen grandes dificultades para su puesta en valor. En el caso del patrimonio arquitectónico, estas limitaciones derivan unas veces de la dificultad de armonizar usos diferentes, otras de visiones enfrentadas sobre el significado del patrimonio. En última instancia subyace el factor de la propiedad, que en buena medida determina las estrategias de los agentes respecto al uso del patrimonio.

Las limitaciones al aprovechamiento turístico derivan en primer término de la dificultad de armonizar la función turística con otros usos. La utilización del patrimonio monumental para fines religiosos limita las posibilidades de uso turístico-cultural, considerado en sentido amplio. La recuperación de grandes edificios para usos administrativos, asistenciales o educativos, una de las vías de valorización del patrimonio que ha cobrado especial relevancia como consecuencia de la implantación del Estado de las Autonomías, genera una situación similar. En buena medida, el uso principal limita considerablemente la funcionalidad turística del patrimonio monumental, que no se encuentra acondicionado para la

visita y cuyo uso turístico resulta excepcional en el curso de sus funciones habituales. La visita se hace prácticamente imposible en conventos de clausura, poseedores de un patrimonio de valor incalculable y pocas veces habilitados, aunque sea en parte, como recurso turístico-cultural. De forma paralela, la práctica totalidad del patrimonio residencial no monumental no se puede visitar y, como tal, en buena medida carece de funcionalidad turística. Sin embargo, el interior, y no la fachada, ha concentrado una gran parte de los esfuerzos de las culturas arquitectónicas de tradición hispano-musulmana, propias del sur peninsular.

En consecuencia, la inadecuación funcional determina que una gran parte del patrimonio arquitectónico de las ciudades históricas españolas se limite a conformar la escena urbana, factor clave de la imagen y atractivo de la ciudad. Su uso turístico queda limitado a la contemplación de fachadas y elementos externos, contemplación dificultada por una señalización que, en líneas generales, es bastante deficiente (ausencia de mantenimiento y reposición del mobiliario urbano, colocación inadecuada, etc).

Las dificultades para compatibilizar funciones se agravan cuando los agentes involucrados mantienen visiones escasamente proclives a un aprovechamiento turístico-cultural del patrimonio. Es el caso de la Iglesia, que detenta una gran parte del patrimonio (mueble e inmueble) de las ciudades históricas, generado y acumulado a lo largo de los siglos. Históricamente, la iglesia católica ha tenido capacidad económica y social para «crear y desarrollar» un mecenazgo importante, pero sobre todo ha sido muy proclive a representar plásticamente los misterios religiosos que proclama. Desde la perspectiva de los responsables eclesiásticos, la función primordial de todo su patrimonio es fundamentalmente religiosa (catequética, ritual, pastoral...). Aunque existe el convencimiento de que la afluencia de visitantes supone una oportunidad para la conservación de buena parte del patrimonio, prevalece la opinión de que el turismo entraña una banalización de las manifestaciones artísticas contenidas en el patrimonio religioso y por tanto una minusvalorización del mensaje inherente a las formas (Cuenca, 1997: Delegado diocesano de Patrimonio). El rechazo que determinados sectores sociales muestran hacia el patrimonio cultural de titularidad eclesial y lo que representa, refuerza esta opinión. En la perspectiva de la Iglesia, este rechazo, fundamentado en la consideración del patrimonio como signo externo de riqueza y ostentación, conlleva que colectivamente no se asuma la responsabilidad social de su conserva-

ción en tanto que bien común aunque detentado por instituciones religiosas.

En la actualidad buena parte de las iglesias y ermitas apenas se utilizan para el culto y un número importante de conventos se encuentra cerrado o en franca infrautilización. A nivel espacial la función religiosa continúa siendo uno de los usos más importantes de las ciudades históricas y las operaciones de rehabilitación, en sus múltiples manifestaciones, han favorecido la conservación de este patrimonio. Sin embargo, los meros costes de mantenimiento resultan prohibitivos para los recursos disponibles por la Iglesia. Diócesis y obispados, parroquias, cabildos catedralicios o conventos y monasterios tienen extremas limitaciones económicas y la falta de uso y actuaciones de conservación favorece el deterioro de los edificios y sus inmediaciones. El patrimonio es, pues, una riqueza y una carga dadas las dificultades que existen para su conservación.

Como se ha señalado anteriormente, la conservación del patrimonio pasa por garantizar su continuidad funcional. Dentro de ciertos límites, los responsables eclesiásticos no son ajenos a estos planteamientos y también son conscientes de que el turismo cultural puede alcanzar un importante papel en la valorización de su patrimonio. Las diócesis de Castilla y León, que han organizado eventos de resonancia internacional como *«Las Edades del Hombre»*, han sido pioneras en esta línea de actuación. En Zamora, un convenio entre el Obispado, el Patronato de Turismo de la Diputación Provincial y la Junta de Castilla y León ha permitido la apertura durante los períodos de mayor afluencia turística de una serie de iglesias (San Claudio de Olivares, San Ildefonso, La Magdalena, San Cipriano, etc) cuya visita tradicionalmente se encontraba limitada a las horas de culto. En el medio rural, ante el envejecimiento de la población, se intenta reunir el patrimonio en museos diocesanos o comarcales para evitar la indefensión frente al expolio y posibilitar su visita.

No sólo son importantes las limitaciones al uso turístico de los grandes edificios de uso administrativo o del patrimonio eclesial, también los bienes de la nobleza o simplemente los inmuebles que conforman el tejido residencial urbano presentan grandes dificultades en relación con el aprovechamiento turístico. En última instancia la propiedad es el factor clave que determina las condiciones de utilización del patrimonio urbano, desde el abandono (en la medida en que «no hacer nada» también es una forma de plantearse qué hacer con los bienes) a la cesión de la explotación turística al Estado a cambio de la participación en los gastos de conservación

o la explotación planificada y organizada por los propios propietarios o por la Iglesia.

La Constitución española establece en su artículo 128 que la propiedad se encuentra subordinada al bien común, lo que supone en principio que el derecho de propiedad no es una mera atribución de facultades (gozar, disfrutar, destruir, enajenar lo poseído), sino que implica también una serie de deberes cuyo alcance depende del tipo de bien objeto del derecho de propiedad, lo que en teoría obliga al titular de ese derecho a perseguir intereses sociales ajenos a su interés individual. En este sentido, la difusión cultural en todas sus manifestaciones es una cuestión de interés social y el turismo cultural una forma de acceder a esa cultura.

Sin embargo, si bien es explícito el mandato constitucional que subordina toda la riqueza del país en sus distintas formas y sea cual sea su titularidad al interés general, el derecho de propiedad es un derecho fundamental que no puede ser más que «limitado» por las leyes y nadie puede ser privado de sus bienes y derechos sino por causa justificada de utilidad pública o interés social, mediante la correspondiente indemnización. De la *Ley 16/1895 del Patrimonio Histórico Español* derivan toda una serie de limitaciones sobre este derecho ya que establece unas condiciones muy restrictivas de utilización para el conjunto de los bienes integrantes del patrimonio histórico: deben ser conservados, mantenidos y custodiados por sus propietarios y su uso queda subordinado siempre a que no se pongan en peligro los valores que aconsejan su conservación, debiendo contar con la aprobación expresa de la autoridad competente cualquier actuación de consolidación o rehabilitación.

Los propietarios están obligados no sólo a conservar ese patrimonio sino también, en caso de que sean Bienes de Interés Cultural, a facilitar, entre otras cosas (inspección, investigación...), su visita pública, en las condiciones de gratuidad que se estiman reglamentariamente, al menos cuatro días al mes y en horas y días previamente señalados. No obstante, esta obligación puede ser dispensada por la administración si existe causa justificada. En este sentido, los propietarios de bienes patrimoniales se quejan de la magnitud de las obligaciones y cargas frente a los beneficios que les reportan tales bienes. En todo caso, la conservación del patrimonio es una condición indispensable para conseguir su valorización como recurso turístico. Desde esta perspectiva, la inversión local en conservación es inversión en infraestructura turística. En consecuencia, resulta necesario avanzar en mecanismos de concertación entre agentes detentadores del patrimonio y administraciones públicas a efectos

de garantizar la conservación de los bienes y su posible aprovechamiento turístico.

Esta necesidad es especialmente acuciante en el caso del patrimonio residencial que no llega a la dimensión y magnificencia de los monumentos. La actuación pública en materia de recuperación del patrimonio no debe seguir centrándose únicamente en la rehabilitación de grandes edificios monumentales. Es más, un aprovechamiento sostenible del patrimonio como recurso turístico implica una mejor aplicación de los programas de rehabilitación a las construcciones de uso residencial, diseñando instrumentos de intervención con una capacidad de arrastre más amplia sobre el conjunto de la iniciativa privada. En este sentido, se hace conveniente implementar medidas para facilitar el acceso controlado de los visitantes a los elementos comunes de los edificios de uso residencial (patios, etc), protegiendo la intimidad y la seguridad de los residentes. Estas actuaciones han de enmarcarse en programas más amplios de rehabilitación residencial, vinculando las operaciones de mejora con una apertura limitada al uso público.

La infrutilización de las potencialidades turísticas de las ciudades históricas no se limita al patrimonio arquitectónico, sino que afecta al conjunto de componentes del patrimonio urbano. La oferta de festivales y otros acontecimientos culturales (conciertos, seminarios, representaciones teatrales, etc) resulta bastante limitada, excepto en ciudades universitarias de larga tradición (Salamanca, Santiago de Compostela, Granada). En ningún caso alcanzan la relevancia internacional del Festival de Cine de Venecia, el Festival de Teatro de Avignon o el *Sommer Festpiele*, dedicado a Mozart, en Salzburgo. Más grave resulta sin embargo la dispersión, la falta de difusión y la ausencia de una programación continuada.

Es absolutamente necesario incorporar la oferta cultural existente a la oferta turística, estableciendo un calendario que considere tanto la demanda de la población local como los flujos de turistas y excursionistas. En este sentido, una reordenación de la oferta cultural puede contribuir a incrementar la estancia media de los turistas, aspecto clave en la consolidación del sector del alojamiento (hoteles, hostales, vivienda de alquiler, etc). Es más, las posibilidades escenográficas de las ciudades históricas españolas están claramente infrutilizadas. El marco arquitectónico y urbanístico de los cascos históricos ofrece la posibilidad, al contar con un elevado número de plazas y plazuelas, de llevar a cabo diferentes actividades al aire libre (festivales de música tradicional, representaciones teatrales de obras y acontecimien-

tos ligados a la ciudad, mercados de productos tradicionales, etc). Esta vía, de amplia tradición en otras ciudades europeas, permitiría dotar de funcionalidad turística algunas de las iniciativas artísticas que fermentan en las ciudades históricas.

V

LA CIUDAD HISTÓRICA, ¿PRODUCTO TURÍSTICO?

Si el legado patrimonial es el valor por excelencia de las ciudades históricas, en un contexto de rápida globalización económica y crisis de los sectores de producción tradicionales, la cultura pasa por ser su recurso endógeno más importante. Dentro de la búsqueda de alternativas viables de desarrollo, la cultura es la base de dos estrategias básicas: la defensa frente a la homogeneización y uniformidad cultural impuesta y la supervivencia económica a través de la valorización del legado patrimonial. De esta forma el patrimonio se convierte en recurso y de la mano del turismo cultural en opción de desarrollo sostenible para las ciudades históricas.

Sin embargo, si bien las potencialidades del patrimonio de las ciudades históricas de cara al turismo son amplias, existen problemas para operativizar adecuadamente la explotación turística de los recursos patrimoniales. Por una parte es preciso tener en cuenta las limitaciones que vienen impuestas por la propia naturaleza o situación del patrimonio (intereses privados, inadecuaciones funcionales...) y por otra los problemas relacionados con la gestión del fenómeno turístico. Al ser éste un fenómeno transversal que afecta a muchas facetas de la realidad urbana, no se ajusta a las competencias sectoriales de ninguna administración, lo que dificulta sobremanera articular una política turística que ha de estar necesariamente basada en el consenso.

Teniendo en cuenta lo expuesto hasta este punto, ¿es posible considerar la ciudad histórica como un producto turístico? o más bien ¿es deseable?

Como se ha constatado en algunas de las ciudades históricas más importantes del mundo (Toledo entre ellas), los efectos del turismo están lejos de ser inocuos. A los beneficios económicos que genera se le suma las cargas negativas que acarrea la posible masificación, entre ellas la trivialización de la propia experiencia turística y en consecuencia, la banalización de la cultura; efecto sumamente negativo que contradictoriamente anula los esfuerzos por valorizar el legado patrimonial y destruye el propio recurso. En este sentido la relación turis-

mo y cultura no deja de ser conflictiva. El turismo no es sino una actividad de esparcimiento directamente relacionada con el ocio que pasa, incluso en su «vertiente cultural», rápidamente sobre aspectos culturales cuya asimilación exige reflexión y aplicación; ¿no existe, pues, un riesgo de simplificación y devaluación en la «rapidez» inherente a la visita turística? La superación de este riesgo exige una visión dinámica de la cultura que implique tanto a los visitantes como a los residentes, para que las actividades del programa turístico enriquezcan también a los habitantes de la ciudad y, por tanto, se cree un círculo de retroalimentación que no agote el recurso patrimonio, sino que lo enriquezca.

Además hay que tener en cuenta que una ciudad histórica no es un museo, ni un parque temático monofuncional volcado al servicio del turista. Es una realidad viva y multifuncional donde turistas y residentes utilizan conjuntamente calles, jardines, transportes y monumentos. Desde este punto de vista, la ciudad histórica no de-

be ser, pues, un producto objeto de consumo turístico masivo, sino un espacio de vida equilibrado, en el que el turismo posibilite la utilización sostenible de los recursos culturales propios teniendo como condiciones de obligado respeto la calidad de vida de los residentes y la conservación de los recursos para las generaciones futuras. Un buen destino turístico urbano es aquel que, ante todo, es una ciudad óptima para sus habitantes.

El reto es, pues, propiciar en las ciudades históricas y a partir de la valorización del patrimonio, un turismo cultural que posibilite su desarrollo «cultural» sostenible basado en el equilibrio entre la oferta (recursos patrimoniales) y la demanda (los turistas), es decir, entre la calidad de la experiencia que es exigible por quienes consumen turísticamente esos recursos y la preservación de los propios recursos. Todo ello sin dejar de lado las características del espacio local y las necesidades de la población receptora, sobre los que recaen directamente los impactos negativos y positivos de la actividad turística.

B I B L I O G R A F Í A

ADERHOLD, P. (1997). «Appraising the future: assets and potencial in urban heritage». *III Asamblea General de la OCPM y IV Simposium Internacional «El Turismo y las Ciudades Patrimonio de la Humanidad»*. Évora.

AJUNTAMENT DE GIRONA (1995). *Pla de Ciutat de Girona*.

AYUNTAMIENTO DE BAEZA (1993). *Programa de Ordenación Turística de la Ciudad de Baeza*.

AYUNTAMIENTO DE CUENCA (1994). *Proyecto de Mejora Integral de Mejora Urbanística dirigida al Turismo*.

BALLART, J. (1997). *El patrimonio histórico y arqueológico: valor y uso*. Ariel Patrimonio Histórico.

BORG, J. van der y GOTTI, G. (1995). *Tourism anf Cities of Art. The impact of tourism and visitors flow management in Aix-an-Provence, Amsterdam, Bruges, Florence, Oxford, Salzburg and Venice*. UNESCO-ROSTE.

CASTELLS, M. (1995). *La ciudad informacional*. Alianza Editorial.

CAZES, G. (1996). «Le renouveau du tourisme urbain. Problématiques de recherche». Ponencia en el seminario *Cultura, Patrimonio y Turismo*, Universitat Rovira i Virgili, Tarragona.

CONSEJERÍA DE CULTURA-JUNTA DE ANDALUCÍA (1997). *Plan General de Bienes Culturales 1996-2000. Documento de Avance*.

CONSEJERÍA DE CULTURA-JUNTA DE ANDALUCÍA (1997). «La política de conservación del patrimonio histórico en Andalucía». *III Asamblea General de la OCPM y IV Simposium Internacional «El Turismo y las Ciudades Patrimonio de la Humanidad»*. Évora.

CORZO, M. A. (1997). «La conservación de la cultura en un tiempo de cambios rápidos y constantes». *III Asamblea General de la OCPM y IV Simposium Internacional «El Turismo y las Ciudades Patrimonio de la Humanidad»*. Évora.

CULOT, M. (1988). «La vuelta al pasado: una aventura de creación». En AAVV: *Arquitectura y urbanismo en ciudades históricas*. MOPU/UIMP, págs. 14-24.

FIGUEROLA PALOMO, M. (1997). «El turismo urbano en las actuales tendencias del turismo internacional». Seminario *El turismo urbano en España y en la Unión Europea*. UIMP.

LÓPEZ JAÉN (1990). «Los centros históricos españoles entre la realidad y la legalidad». *Urbanismo*, 9/1990, págs. 14-24.

MINISTERIO DE COMERCIO Y TURISMO (1994). *Plan Marco de Competitividad del Turismo Español* (Plan FUTURES).

MOPTMA (1995). *Programa de Intervención en Ciudades Históricas*.

MOPTMA (1995). *Turismo, accesibilidad y medio ambiente en ciudades históricas*. Departamento de Geografía Humana. U.C.M. Director: Miguel Ángel Troitiño Vinuesa.

ORTUÑO MARTÍNEZ, M. (1995). «Turismo cultural, patrimonio y ciudad». *Mar Océana*, nº 2, págs. 331-348.

TOMILLO NOGUERO, F. (1997). «Turismo cultural: Ávila». En *La actividad turística española en 1995*. AECIT, págs. 623-645.

TROITIÑO VINUESA, M. A. (1995). «Valorización del Patrimonio Cultural». En *VI Seminario Internacional sobre Desarrollo Local y Medio Ambiente: Cultura y Desarrollo Rural*. Universidad Internacional Menéndez Pelayo.

TROITIÑO VINUESA, M. A. (1995). «El turismo en las ciudades históricas». En *Polígonos*, págs. 49-65.

TURSPAÑA (1996). *Estudio sobre turismo y desarrollo sostenible en las ciudades históricas con patrimonio arquitectónico monumental*. Departamento de Geografía Humana. U.C.M. Director: Miguel Ángel Troitiño Vinuesa.

VERHELST, T. (1994). «Las funciones sociales de la cultura». *Leader*, nº 8, págs. 10-11.