



## **LAS CIUDADES HISTÓRICAS COMO DESTINOS PATRIMONIALES: POTENCIALIDADES Y REQUISITOS**

**MARCELO BRITO**

**UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID  
FACULTAD DE GEOGRAFÍA E HISTORIA  
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFÍA HUMANA  
GRUPO DE INVESTIGACIÓN "TURISMO, PATRIMONIO Y DESARROLLO"  
(930117)**



Número 11  
Colección premios a la investigación de la FCI

## **LAS CIUDADES HISTÓRICAS COMO DESTINOS PATRIMONIALES: POTENCIALIDADES Y REQUISITOS**

**MARCELO BRITO**

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID  
FACULTAD DE GEOGRAFÍA E HISTORIA  
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFÍA HUMANA  
GRUPO DE INVESTIGACIÓN "TURISMO, PATRIMONIO Y DESARROLLO"  
(930117)





**Depósito Legal:**

ISBN: 978-84-935859-7-6

Depósito Legal: PM 2757-2008

Ediciones de la Fundació Càtedra Iberoamericana  
Cra de Valldemossa, Km 7.5  
07122 Palma de Mallorca

© del texto y de la edición: Fundació Càtedra Iberoamericana





---

El libro de Marcelo Brito, Titulado: *LAS CIUDADES HISTÓRICAS COMO DESTINOS PATRIMONIALES: POTENCIALIDADES Y REQUISITOS*, resulto ganador de la V Convocatoria del Premio de Investigación de la FCI/UIB.

Esta convocatoria estuvo patrocinada por:



en su 75 aniversario



---

**UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID  
FACULTAD DE GEOGRAFÍA E HISTORIA  
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFÍA HUMANA  
GRUPO DE INVESTIGACIÓN “TURISMO, PATRIMONIO Y DESARROLLO”  
(930117)**

**LAS CIUDADES HISTÓRICAS COMO  
DESTINOS PATRIMONIALES:  
POTENCIALIDADES Y REQUISITOS**

**AUTORÍA:**

**MARCELO BRITO**

**SUPERVISIÓN:**

**MIGUEL ÁNGEL TROITIÑO VINUESA**

**MADRID, DICIEMBRE DE 2007**



**Instituciones de apoyo:**



**Portada:**  
**La primera hilera, corresponde a la ciudad de Santiago de Compostela, en España;**  
**La segunda, a la ciudad de Córdoba, en España;**  
**La tercera, a la ciudad de Sevilla, en España;**  
**La cuarta, la ciudad de Toledo, en España;**  
**La quinta, la ciudad de Granada, en España;**  
**Y la última, la ciudad de Ouro Preto, en Brasil.**

**Fotos:**  
**Helena Blos, 2007**  
**Dorotea Blos, 2007**  
**Marcelo Brito, 2007**

**Revisión de Texto:**  
**Héctor Saenz de Lacuesta**

**Esta investigación ha sido premiada en la V Convocatoria del Premio a la Investigación de la Fundación Cátedra Iberoamericana de la Universitat de les Illes Balears, Edición Especial Grupo Barceló, 75 Aniversario**

BRITO, Marcelo. Las Ciudades Históricas como Destinos Patrimoniales: Potencialidades y Requisitos. Madrid: Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Geografía e Historia, Departamento de Geografía Humana, Grupo de Investigación "Turismo, Patrimonio y Desarrollo" (930117).

Sup.: TROITIÑO VINUESA, Miguel Ángel, 2007.  
205 p.; il.

1. Patrimonio Cultural. 2. Ciudades Históricas. 3. Turismo Cultural.  
4. Destinos Turísticos. 5. Destinos Patrimoniales.

Fundación Cátedra Iberoamericana/UIB.  
Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – IPHAN.  
Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – CNPq.  
Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico – IAPH.

CDD 307



---

*“Es justamente cuando  
la perplejidad alcanza  
su clímax que nuevas  
perspectivas se abren de  
golpe en medio a la  
configuración  
intrincada e ilógica de  
los acontecimientos, y  
todo parece, de nuevo,  
fácil y claro.”*

*Lucio Costa*<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Frase extraída de presentación hecha por la Casa de Lucio Costa sobre el arquitecto y su obra (CASA DE LUCIO COSTA, s. f.)



*Para Dorotea y Lucas,  
más que compañeros de  
afecto y caminada,  
apoyos para la jornada  
hacia el eterno  
descubrimiento y  
aprendizaje.*



## **ÍNDICE**

### **PRÓLOGO**

### **AGRADECIMIENTOS**

### **APOYOS INSTITUCIONALES A LA INVESTIGACIÓN**

### **PARTE I – INTRODUCCIÓN: LA INVESTIGACIÓN Y SUS OBJETIVOS**

### **PARTE II – EL ESTADO DE LA CUESTIÓN: EL TURISMO EN LAS CIUDADES HISTÓRICAS**

- 1. EL TURISMO CULTURAL: ¿DE QUÉ HABLAMOS?**
- 2. LAS CIUDADES HISTÓRICAS: ¿POR QUÉ HACEMOS HINCAPIÉ?**
- 3. LOS DESTINOS PATRIMONIALES: ¿PARA QUÉ CLASIFICAMOS?**

### **PARTE III – LAS CIUDADES HISTÓRICAS COMO DESTINOS PATRIMONIALES: POTENCIALIDADES Y REQUISITOS**

- 1. POTENCIALIDADES: OTRA MIRADA HACIA LA CIUDAD HISTÓRICA**
- 2. REQUISITOS: GESTIÓN DE LAS COMPETENCIAS EN DESTINOS PATRIMONIALES**

### **PARTE IV – CONSIDERACIONES FINALES: A MODO DE CONCLUSIÓN**

### **ABREVIATURAS**

### **EXPERTOS ENTREVISTADOS**

### **BIBLIOTECAS Y CENTROS DE DOCUMENTACIÓN CONSULTADOS**

### **ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS A LA INVESTIGACIÓN**

### **BIBLIOGRAFÍA**

### **LISTA DE CUADROS, TABLAS, ESQUEMAS Y FOTOS**

### **DATOS DEL INVESTIGADOR Y SUPERVISOR**



## PRÓLOGO

**L**os destinos patrimoniales se enfrentan a profundos cambios funcionales y sociales. En ellos o en sus entornos más cercanos se imbrican realidades históricas, económicas, culturales, turísticas y simbólicas, también se configuran como territorios donde conviven en tensión permanente, la tensión del cambio, viejas y nuevas funciones. En el momento de afrontar las problemáticas relacionadas con la planificación y la gestión turística es necesario tener una visión transversal innovadora, dinámica e integradora que, superando las limitaciones de la ordenación urbanística, de la protección pasiva del patrimonio o de la mera promoción turística, tenga presente las dimensiones culturales, económicas, medioambientales y funcionales que el turismo y el patrimonio cultural plantean.

La investigación que presentamos, **Las Ciudades Históricas como Destinos Patrimoniales: Potencialidades y Requisitos**, abordada en el marco de una perspectiva transversal, se preocupa por clarificar cuestiones no siempre bien definidas y, también, por aportar respuestas, desde la lógica patrimonial, al complejo tema de las relaciones entre ciudades históricas y turismo. A nivel más concreto, indaga y reflexiona sobre las condiciones que deben reunir las ciudades históricas para que puedan ser consideradas, en sentido estricto, como destinos patrimoniales.

Marcelo Brito, en el marco de un planteamiento dialéctico, efectúa una adecuada formulación de preguntas con la preocupación explícita, desde el primer momento, de contribuir a avanzar desde el ámbito de las formulaciones teóricas a la instrumentación de la gestión coordinada de las competencias.

Para ello realiza una lectura interpretativa selectiva de la situación de ciudades históricas españolas y brasileñas, tomando como referencia casos tan significativos como Sevilla, Córdoba, Granada, Santiago y Toledo, en España, y Ouro Preto, en Brasil. Hay una búsqueda selectiva de claves que permitan lograr la gestión turística sostenible de las ciudades históricas.

Tras precisar, por un lado, el sentido que se asigna al turismo cultural y, por otro, las razones que justifican la atención prestada a las ciudades históricas, se plantea la cuestión central de los destinos patrimoniales, poniendo de relieve como no toda ciudad histórica por



haberse convertido en destino turístico puede considerarse como destino patrimonial, especialmente cuando se detectan profundos desencuentros entre la gestión patrimonial, la urbanística y la turística. En el marco de una visión dinámica de la protección se plantea la necesidad de planificar de forma adecuada para realmente lograr que la ciudad histórica sea un destino patrimonial, algo imprescindible en el caso de las ciudades Patrimonio Cultural de la Humanidad por los valores universales que encierran y los compromisos adquiridos de cara a su preservación.

Planteada la cuestión de los destinos patrimoniales, se avanza en una línea constructiva que persigue evidenciar tanto las potencialidades que las ciudades históricas tienen como los requisitos que deben cumplir para configurarse como destinos patrimoniales, aprovechando las tendencias cualitativas tanto en la demanda como en la oferta turística, buscando conexiones con el desarrollo local y regional. Hay una búsqueda inteligente de nexos entre patrimonio y desarrollo, entre lo público y lo privado, entre especialidad y transversalidad, entre la corresponsabilidad y la concertación.

La gestión de las competencias se vincula a nuevas fórmulas de gobernanza institucional y, en este contexto, se plantea la posibilidad de establecer una certificación "P" como marca de calidad de los destinos patrimoniales. Para ello, se fijan las variables básicas para el establecimiento del sistema de certificación, los indicadores de permanencia de los valores universales excepcionales de las ciudades históricas, los indicadores para evaluar la gestión y, finalmente, se plantean algunas medidas operativas para el desarrollo de los destinos patrimoniales.

La propuesta formulada avanza hacia un proyecto transversal de gestión integrada de los destinos patrimoniales y tiende puentes de comunicación entre políticas urbanísticas, territoriales, turísticas y culturales. En suma, se configura como una estrategia de actuación, entendida como proceso institucional y social de reflexión y concertación interadministrativa, que debería ser liderada por las instituciones locales, compartida por el sector privado y asumida por los agentes sociales. Para ello hay que dotarse de instrumentos de gestión innovadores que superen la fase promocional de los destinos patrimoniales y afronten el reto de ordenar y gestionar el turismo, utilizándolo como oportunidad de recuperación patrimonial y renovación funcional, ya que su capacidad

transformadora es muy potente y, por eso mismo, hay que ser consciente de las oportunidades que genera y también de sus límites.

**Miguel Ángel Troitiño Vinuesa**



## **A**GRADECIMIENTOS

**C**ualquier trabajo de investigación lleva

consigo un sinfín de agradecimientos no siempre fáciles de acotar, dadas las circunstancias de su propio desarrollo y que en su proceso de gestación han contado con la participación de todos aquellos que de un modo directo o indirecto la apoyaron, suministrando datos, discutiendo temas y cuestiones, facilitando documentos, indicando posibilidades de contacto, referencias bibliográficas, sitios de interés, experiencias de relieve para los estudios, actividades complementarias, entre otras, que sobre la marcha y a lo largo de la investigación han enriquecido y ampliado la visión del investigador, a todos ellos quisiera expresar mi más sincero agradecimiento.

Este reconocimiento va dirigido, especialmente, a:

La supervisión del trabajo, en la persona de Miguel Ángel Troitiño Vinuesa, más que un profesional de primer orden, un amigo consejero que ha sabido sugerir en los momentos acertados determinadas coordenadas que han resultado oportunas para el conjunto del trabajo desarrollado.

A todos los compañeros del Grupo de Investigación “Turismo, Patrimonio y Desarrollo” de la Universidad Complutense de Madrid, en particular, a Manuel de la Calle Vaquero y a María García Hernández, por el apoyo y la siempre atenta disposición a la hora de facilitarme las informaciones cuando solicitadas, además del provechoso intercambio de ideas y perspectivas.

A todos los compañeros del Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico, en especial a Román Fernández-Baca Casares, Héctor Saenz de Lacuesta, María Ángeles Portilla, Carlos Romero Moragas, Gabriel Ferreras Romero, José Manuel Díaz Iglesias y Fátima Marín González, que en Sevilla me han brindado todas las facilidades que estuvieron a su alcance.

A la Fundación Cátedra Iberoamericana de la Universitat de les Illes Balears, en las personas de Antoni Benàssar y Mònica Font, por la colaboración inestimable que ha brindado en atención y apoyo a la realización de la investigación.

A la Subdirección General de Protección del Patrimonio Histórico del Ministerio de Cultura



---

español, en las personas de Luis Lafuente Batanero y Pilar Sanchez, por su apoyo en mi participación en el curso promovido por el Ministerio sobre la gestión del patrimonio mundial que mucho ha contribuido a las reflexiones realizadas en la investigación.

A los compañeros del CNPq que una vez más me han apoyado y hecho creer que es posible y necesario apostar por la profesionalización del Servicio Público Brasileño, además en una temática tan carente como la relativa al patrimonio cultural en todos sus aspectos y en su interacción con otros sectores de la actividad científica.

Además, me gustaría agradecer, particularmente, a Antonio Campos, Benita Monteiro, Carolina Julián de Campos, Cícero Araújo, Esteban Herrera, Flávia Ramil Millarengo, José María Cabeza, Juan Manuel Becerra, Julia Sanz Pardo, Jurema Machado, Maria Ángeles Prieto, Marilia Rangel, Paula Ferguson, Pedro Salmerón Escobar, Pilar Tassara, Rogério Carvalho, Susana Torres Torres, Tânia Brizolla y Virginia Luque, por sus contribuciones al desarrollo de la investigación.

Por fin, a Marcia Sant' Anna, en representación de la dirección del IPHAN, a quien doy las gracias por haber creído una vez más en sus cuadros profesionales, lo que me ha posibilitado seguir profundizando en las cuestiones relacionadas con la gestión de las ciudades históricas con enfoques cada vez más amplios y transversales.

**Marcelo Brito**



## APOYOS INSTITUCIONALES A LA INVESTIGACIÓN

La investigación desarrollada en el seno

del Grupo de Investigación “Turismo, Patrimonio y Desarrollo” de la Universidad Complutense de Madrid, bajo la supervisión del Prof. Dr. Miguel Ángel Troitiño Vinuesa, Catedrático de Geografía Humana y director del mencionado grupo, ha contado, como actividad posdoctoral, con el apoyo institucional de:

### **Instituciones Brasileñas:**

- *Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – IPHAN, del Ministério da Cultura – MinC.*
- *Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – CNPq, del Ministério de Ciência e Tecnologia – MCT.*

### **Instituciones Españolas:**

- Departamento de Geografía Humana de la Universidad Complutense de Madrid – UCM.
- Fundación Cátedra Iberoamericana de la Universidad de las Islas Baleares – FCI/UIB.
- Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico de la Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía – IAPH.
- Subdirección General de Protección de Protección del Patrimonio Histórico, de la Dirección General de Bellas Artes y Bienes Culturales del Ministerio de Cultura.



---

**P**ARTE **I**  
**INTRODUCCIÓN: LA  
INVESTIGACIÓN Y  
SUS OBJETIVOS**





**S**egún palabras del Director del Centro del

Patrimonio Mundial de la UNESCO, “las razones que han determinado la inclusión de un sitio en la Lista del Patrimonio Mundial son las mismas que año tras año atraen a millones de turistas. La convicción de que los sitios del Patrimonio Mundial pertenecen a todos los pueblos del mundo y deben ser preservados para las generaciones futuras es la piedra angular de la Convención del Patrimonio Mundial. Cabe preguntarse entonces cómo conciliar esa convicción con nuestras inquietudes acerca de los efectos perniciosos del turismo en los sitios del Patrimonio Mundial. La respuesta es el turismo sostenible. Orientar a los gobiernos, los administradores de los sitios y a los visitantes hacia prácticas de turismo sostenible es la única forma de garantizar la salvaguardia del patrimonio cultural y natural del mundo”(BANDARIN, 2003: 03). Aunque sea grave para los sitios Patrimonio Mundial pero no menos importante para las ciudades históricas, en general, en el mundo, cabe preguntar ¿qué prácticas de turismo sostenible son esas y porqué se hacen necesarias para, considerando las dinámicas locales, hacer de una ciudad histórica un destino patrimonial?

Esa indagación se hace necesaria, considerando el escaso material bibliográfico disponible sobre el tema, desde la perspectiva patrimonial, o las experiencias llevadas a cabo hasta el momento en sitios patrimoniales donde se pone en relieve esa cuestión. Es evidente el rumbo adoptado por la administración pública para diversificar la oferta turística existente, al considerar las ciudades históricas como recursos patrimoniales susceptibles de transformarse en productos turísticos de calidad. Las políticas recientes apuntan a ello. Sin embargo, se observan, todavía, iniciativas inconclusas o de resultado dudoso, aunque ya esté asumido el valor e importancia que tiene el patrimonio cultural para el establecimiento e implementación de estrategias de desarrollo turístico y, a la vez, para el creciente entendimiento de la oportunidad que tiene la actividad turística para inducir, promover y realizar acciones de preservación y salvaguardia del patrimonio cultural.

La percepción de la actividad turística como un factor de dinamización física, social, económica y cultural viene evidenciándose a lo largo de los últimos años como una cuestión recurrente y de

importancia no despreciable, en especial, por los gestores del patrimonio cultural, lo que ha motivado esta investigación, con el objetivo de profundizar en la comprensión de las potencialidades y de los requisitos que pueden hacer de una ciudad histórica un destino patrimonial.

En ese sentido, la concepción de destino turístico, en la perspectiva patrimonial, debe abarcar más allá de los entendimientos tradicionales en el campo del turismo, visto conectar de modo indudable dos campos de la actuación, sea pública o privada, que son (TROITIÑO VINUESA, 2005a):

- (i) hacer atractivo el patrimonio cultural urbano, generando condiciones objetivas para convertirlo en un producto turístico sostenible, haciendo hincapié en los elementos necesarios para permitir el disfrute del bien cultural en cuestión y proporcionando una experiencia placentera y enriquecedora a los visitantes;
- (ii) y, a la vez, hacerlo en su conjunto un destino turístico sostenible.

La potencialidad que posee el patrimonio cultural urbano como signo de identidad de una determinada sociedad, tanto por su valor social, económico, cultural y ambiental, si es adecuadamente trabajada y empleada desde la perspectiva del turismo cultural, puede constituirse en un importante factor para impulsar un desarrollo sostenible (TROITIÑO VINUESA, 2005a).

En realidad, se reconoce que hay poca bibliografía en esa materia. Se trata de un asunto altamente especializado, con pocas incursiones tanto desde el campo de la preservación del patrimonio, como desde el campo del turismo. Los esfuerzos empleados por organismos como ICOMOS<sup>2</sup>, UNESCO<sup>3</sup> y OMT<sup>4</sup> son importantes, pero todavía faltan instrumentaciones objetivas que puedan orientar a administradores públicos y agentes privados, gestores del patrimonio cultural y de programas de desarrollo turístico en

<sup>2</sup> A ejemplo de la Carta Internacional de Turismo Cultural. (ICOMOS,1999)

<sup>3</sup> Entre otras iniciativas, el manual sobre Gestión del turismo en sitios del Patrimonio Mundial. (PERDESEN, 2005)

<sup>4</sup> De entre los pocos estudios especializados en esa materia, la elaboración de una guía sobre los indicadores de desarrollo sostenible para destinos turísticos, donde se habla del tema de la preservación del patrimonio cultural como uno de los aspectos a considerar. Cf. OMT, 2005.



la problemática del uso turístico del patrimonio cultural urbano.

Como se trata de una temática específica, poco estudiada desde la perspectiva patrimonial, ha sido oportuna la realización de dicha investigación, al tener como reto señalar aspectos objetivos y de naturaleza instrumental que sirvan para apoyar el perfeccionamiento de la gestión de sitios urbanos patrimoniales, agregando la dimensión turística como una faceta importante y estratégica para la promoción del desarrollo sostenible de esas áreas.

Como afirma Troitiño, la gestión patrimonial es un campo de investigación necesitado de conocimiento riguroso sobre el que la UNESCO viene reclamando la formulación e implementación de políticas innovadoras que, por un lado, compatibilicen la conservación con el uso turístico en el marco de planteamientos de autenticidad y sostenibilidad y, por otro, propicien marco de concertación entre las administraciones públicas y el sector privado, algo que también viene propugnando la OMT.

Dicha cuestión, aquí presentada, supone avances, todavía no logrados adecuadamente o estrictamente, en la búsqueda de modelos de gestión integrada (patrimonio, urbanismo, cultura, economía, turismo y sociedad) de las ciudades históricas como destinos patrimoniales y, especialmente, de las Ciudades Patrimonio de la Humanidad. De ahí, su relevancia internacional, interés y utilidad inmediata en la gestión de aquellas ciudades, especialmente para Iberoamérica, donde el turismo tiene fuertes expectativas de crecimiento<sup>5</sup>.

Para hacer frente a esta investigación, fueron tomados como referentes, determinados sitios históricos urbanos, aquí denominados genéricamente de ciudades históricas. Su realidad y contexto fueron variables según su complejidad en el tejido espacial donde se ubican y a efectos de la investigación desarrollada, se buscó considerar las referencias culturales materiales e inmateriales que los conforman, destacando aquellos elementos fundamentales desde la perspectiva urbana, turística y de preservación cultural<sup>6</sup>.

<sup>5</sup> Carta dirigida a la Presidencia del Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico, de Brasil – CNPq, de 21 de septiembre de 2006, sobre el proyecto de investigación presentado por el arq. Marcelo Brito, del IPHAN, para la concesión de beca de postdoctorado a aquella agencia brasileña de fomento a la investigación.

<sup>6</sup> Se toma como parámetro de análisis en este estudio casos ciudades en España y Brasil con sitios o bienes declarados Patrimonio Cultural de la Humanidad.

La elección del caso español para estudio se debe al hecho de que se presenta como una referencia inequívoca para el campo del desarrollo turístico en el mundo y que, además de constituirse en ejemplo para la órbita cultural iberoamericana, ha avanzado mucho en la reflexión y actuación en ciudades históricas. Fueron objeto de análisis, las ciudades españolas de Sevilla, Córdoba, Granada, Santiago de Compostela y Toledo. En el caso brasileño, es objeto de estudio la ciudad de Ouro Preto, una de las referencias más destacadas en cuanto a la relación entre patrimonio y turismo en Brasil. Estas situaciones específicas fueron escogidas en función de las peculiaridades que cada una posee, teniendo en cuenta:

- (i) la dimensión del casco antiguo y de su complejidad en el tejido urbano de la ciudad – en el caso, desde la propia ciudad hasta el sector urbano específico en cuestión – área y población;
- (ii) las distancias del sitio patrimonial a la(s) puerta(s) principal(es) de entrada de turistas extranjeros – una referencia importante pero no exclusiva de acceso a los atractivos que cada una de las ciudades posee;
- (iii) y la existencia de bienes culturales reconocidos como un Patrimonio de la Humanidad.

Por otro lado, el esfuerzo de hacer el cruce entre lo que se lee, lo que se oye y lo que se ve, es considerado, desde la perspectiva de la investigación realizada, como fundamental. No habría otra forma, sino salir del despacho, escuchar a la gente y observar *in situ* lo que hay. Esta es la riqueza de este proceso de investigación, por lo que ha exigido un esfuerzo de superación de lo imponderable, que ha obligado a considerar sobre la marcha los momentos convenientes para hacer las visitas, encontrar las personas adecuadas para entablar las entrevistas, contrastarlas con la realidad, hacer intentos de comparación según elementos que pudiesen constituirse comparables, teniendo en cuenta la diversidad de puntos de vista, situaciones y realidades. Corresponde, por lo tanto, a una lectura interpretativa de la situación, donde no ha existido la intención de agotar todas las posibilidades, lo que resultaría casi imposible, sino de dirigir el estudio hacia campos de análisis que posibilitasen aclarar o, mejor dicho, hacer hincapié en las claves para la gestión turística sostenible de destinos patrimoniales, reconociendo sus límites, potencialidades, riesgos, espacios de interacción y negociación y los referentes para esa gestión pretendida.



#### CUADRO 01 – CIUDADES OBJETO DE ESTUDIO



**O**uro Preto, antigua Vila Rica, se sitúa en un estrecho valle entre dos cadenas de montañas, en la Serra do Espinhaço, y se funda en función del descubrimiento del oro en la región, lo que la hace ser el centro económico más importante del ciclo del oro en Brasil, considerado el mayor conjunto urbano barroco del mundo. Con una población de cerca de 70 mil habitantes (IBGE, 2007) en un área de 1.245 km<sup>2</sup> (término municipal), dista 95 km. de Belo Horizonte, actual capital del estado de Minas Gerais que dista 439 km de Río de Janeiro y 586 km de São Paulo, las principales puertas de entrada del país hacia el exterior. Hoy por hoy, posee una fuerte actividad económica vinculada a la explotación minera con industrias metalúrgicas importantes aunque el turismo viene ocupando espacio cada vez más relevante. Su ocupación basada en los recorridos que conectaban a las minas determinaron una forma urbana tortuosa y adaptada a las condiciones del relieve y a la ubicación de iglesias y capillas que a la medida que eran edificadas se constituían en importantes elementos de estructuración urbana. Como sede del gobierno de la Capitanía, posteriormente de la Provincia de Minas Gerais, marcó el inicio de la lucha por la independencia de Brasil del dominio portugués. Fue la primera ciudad reconocida como Monumento Nacional, en 1933 y la primera a ser declarada por la UNESCO como Patrimonio Cultural de la Humanidad en 1980.

Vista de Ouro Preto, con destaque del Museo de la Inconfidencia y de la Iglesia de N.S do Carmo, al fondo. Foto 01: BRITO, M., 2006.

Fuentes: INSTITUTO ESTRADA REAL, 2005; PREFEITURA DE OURO PRETO, s.f.; IBGE, 2007; IPHAN, s.f.; AA.VV., s.f.; UNESCO y CAIXA ECONÔMICA FEDERAL, 2004.



**C**órdoba goza de una excelente localización geográfica, al ser el último eslabón entre la meseta castellana antes de enlazar con el Valle del Guadalquivir a través de Sierra Morena. Capital de la provincia del mismo nombre, constituye en una de las principales ciudades del sur de España y de Andalucía, de cuya Comunidad Autónoma hace parte. Con una población de cerca de 325 mil habitantes (INE, 2006), ocupa un área de 1.252 km<sup>2</sup> (término municipal) y se ubica a 402 km. de Madrid. Con más de 2000 años de historia, fue Colonia Patricia Romana, Capital Califal, ciudad cristiana, con importantísimas obras de todos los estilos arquitectónicos, como la mezquita omeya más importante de Occidente, las iglesias fernandinas, molinos, la Sinagoga, el Alcázar de los Reyes Cristianos, entre otros. Desde 1882 la Mezquita-Catedral, símbolo de la ciudad, está declarada como Monumento Nacional y en 1984, es reconocida como Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO. Tras diez años de esa declaratoria tiene ampliado dicho reconocimiento a sus alrededores que incluyen la Judería en el casco antiguo de la ciudad.

Vista de la ciudad de Córdoba, con la Mezquita-Catedral al fondo. Foto 02: BRITO, M., 2004.

Fuentes: CIUDADES PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD DE ESPAÑA, 2003; GERENCIA DE URBANISMO/AYUNTAMIENTO DE CÓRDOBA, 1996; AYUNTAMIENTO DE CÓRDOBA, s.f.b; TURISMO DE CÓRDOBA, s.f.; INE, 2006; MCU, s.f.



**G**ranada se ubica en sitio privilegiado, a los pies de la Sierra Nevada, donde convive un impresionante legado andalusí con joyas arquitectónicas del Renacimiento y Barroco. Capital de la provincia del mismo nombre, en la región de Andalucía, posee una población de cerca de 240 mil habitantes (INE, 2006) en un área de 88 km<sup>2</sup> (término municipal), distando 434 km. de Madrid. Ciudad universitaria y sede episcopal, cuenta con un urbanismo determinado por su glorioso pasado histórico, en que fuentes, miradores y cármenes contribuyen a crear rincones inolvidables, donde se destacan hitos arquitectónicos de primer orden como el conjunto de La Alhambra y Generalife y la Catedral, expresiones de la presencia mora y cristiana en la ciudad. El conjunto monumental de La Alhambra y Generalife, que fue palacio, ciudadela y fortaleza, residencia de los sultanes Nazaríes, desde 1870 está declarado como Monumento Nacional y en 1984, es reconocido como Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO.



En 1994 nueva declaratoria amplía el área con el reconocimiento del barrio Albaycín que se ubica en su entorno inmediato.

Vista del interior de La Alhambra. Foto 03: BLOS, H., 2007.

Fuentes: *TURISMO CIUDAD DE GRANADA*, 2000, 2007, s.f.; *CONSEJO SOCIAL DE LA CIUDAD DE GRANADA/ AYUNTAMIENTO DE GRANADA*, 2007; *AYUNTAMIENTO DE GRANADA*, 2006; *INE*, 2006; *MCU*, s.f.



**S**antiago de Compostela ocupa un punto cercano al centro geográfico de Galicia, región a noroeste de España, capital de la Comunidad Autónoma de Galicia, de la que es la capital. Con una población de cerca de 94 mil habitantes (*INE*, 2006), ocupa un área de 223 km<sup>2</sup> (término municipal) y se ubica a 555 km. de Madrid. Conserva desde hace siglos su fisonomía, dejada por el paso del tiempo de sus iglesias y edificios, en sus calles y plazas y hasta en sus hábitos cotidianos. A su modélica belleza urbana e integridad monumental se añade su profunda significación espiritual como santuario y meta de la peregrinación cristiana a lo largo del Camino de Santiago. Sede episcopal desde hace mil años y ciudad universitaria desde hace quinientos años, Santiago de Compostela posee un patrimonio cultural y arquitectónico que le permitió ser declarada en 1940 Conjunto Histórico-Artístico y Monumento Nacional y en 1985 Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO.

Vista general de la ciudad de Santiago, con la Catedral al fondo. Foto 04: BRITO, M., 2007.

Fuentes: *CIUDADES PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD DE ESPAÑA*, 2003; *ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS DE HOSTELERÍA DE SANTIAGO Y COMARCA*, s.f.; *TURGALÍCIA*, 2005; *ATLANTE*, s.f.; *INE*, 2006; *MCU*, s.f.



**T**oledo se localiza prácticamente en el centro geográfico de la Península Ibérica. Capital de la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha, posee una población de cerca de 78 mil habitantes (*INE*, 2006), ocupa un área de 232 km<sup>2</sup> (término municipal) y se ubica a 71 km. de Madrid. Conocida como la Ciudad de las Tres Culturas, Toledo es un referente universal de convivencia y tolerancia de etnias y religiones durante siglos. Ciudad-mosaico, fue capital imperial de Carlos V, la villa de El Greco, ciudad-convento, metrópolis del esoterismo y de leyendas, capital de la España visigoda y sede primada de España. Su casco histórico, perfectamente delimitado por la muralla y el río Tajo, alberga la mayor parte de los monumentos más notables desde un punto de vista histórico y arquitectónico, formando un conjunto de excepcional riqueza en el que cada pieza es singular: muralla, puertas, iglesias, puentes, sinagogas y conventos. Declarada en 1940 Conjunto Histórico-Artístico y Monumento Nacional, fue en 1986 reconocida como Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO.

Vista del casco antiguo de la ciudad de Toledo, con el Alcázar al fondo. Foto 05: BRITO, M., 2007.

Fuentes: *CIUDADES PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD DE ESPAÑA*, 2003; *INE*, 2006; *CONSORCIO DE TOLEDO*, 2001; *PLAN DE EXCELENCIA TURÍSTICA DE TOLEDO*, 2005; *AYUNTAMIENTO DE TOLEDO* y *CÁMARA DE COMERCIO DE TOLEDO*, s.f.; *MCU*, s.f.



**S**evilla se sitúa a orillas del río Guadalquivir y es la Capital de la Comunidad Autónoma de Andalucía. Con una población de cerca de 704 mil habitantes (*INE*, 2006) en un área de 140 km<sup>2</sup> (término municipal), dista 500 km. de Madrid y es, hoy por hoy, el principal centro de servicios y negocios del sur de España. Posee, además, el mayor casco antiguo de Europa, con calles sinuosas, estrechas, llenas de casas palacios, conventos, iglesias, de casas donde tradiciones y costumbres perviven. Rica y variada por naturaleza, es el fruto de una historia llena de acontecimientos: desde la profunda huella romana al fecundo periodo islámico, para desembocar en el gran puerto y Puerta de las Américas. La Catedral, el Real Alcázar y el Archivo de Indias, joyas de la arquitectura en España, se encuentran frente a frente, en la plaza del Triunfo, en el casco antiguo de la ciudad. La primera fue sede de la autoridad religiosa, los segundos, símbolo del poder civil y, el tercero, uno de los más importantes de los tres archivos generales del Estado español



donde se hallan documentos referentes a las Indias, España, Extremo Oriente y Filipinas. Además, tiene declarados Monumento Nacional en 1929, 1931 y 1983, la Catedral y la Giralda, el Real Alcázar y el Archivo de Indias, respectivamente, los cuales, son, en conjunto, en 1987, declarados por la UNESCO como Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO.

Vista de la Catedral de Sevilla y la Giralda. Foto 06: BRITO, M., 2007.

Fuentes: CONSORCIO TURISMO DE SEVILLA, 2004, s.f.a; AYUNTAMIENTO DE SEVILLA, s.f.; DE FRANCISCO, C., 2006; INE, 2006; MCU, s.f.; NATIONAL GEOGRAPHIC. ESPAÑA, 1997.

#### MAPAS DE LOCALIZACIÓN DE LAS CIUDADES OBJETO DE INVESTIGACIÓN EN BRASIL Y EN ESPAÑA

##### EN BRASIL



Localización de Ouro Preto, en el Estado de Minas Gerais, en Brasil.

Fuente: Elaboración propia a partir de UNESCO y CAIXA ECONÓMICA FEDERAL, 2004.

##### EN ESPAÑA



Localización de las ciudades españolas de Santiago de Compostela, Toledo, Sevilla, Córdoba y Granada, en España.

Fuente: Elaboración propia a partir de PROTECCIÓN CIVIL, s.f.

De esta forma, este estudio está estructurado de manera que permita poner de relieve el estado de la cuestión, al discutir temas obvios que sin embargo necesitan ser explicitados y acotados para una comprensión global de la materia, abarcando los conceptos de turismo cultural, de ciudades históricas y de destinos patrimoniales, sus significados y actuaciones decurrentes, así como la identificación de las potencialidades y de los requisitos necesarios para convertir en un reto posible considerar las ciudades históricas como destinos patrimoniales.

Por fin, esta investigación trata de presentarse como una vía objetiva para esa instrumentación, ya que es evidente el creciente interés en ese campo sin que a la vez se haya traducido respecto a los gestores implicados en suficientes informaciones claras y objetivas que puedan subsidiar políticas de protección y de salvaguardia del patrimonio cultural, así como de políticas de desarrollo turístico. La investigación desarrollada busca atender a esa demanda, que se presenta actual y emergente.

Madrid, diciembre de 2007.



**P**ARTE **II**  
**EL ESTADO DE LA**  
**CUESTIÓN:**  
**EL TURISMO EN LAS**  
**CIUDADES**  
**HISTÓRICAS**





# 1. TURISMO CULTURAL: ¿DE QUÉ HABLAMOS?

**P**arece haber sido Ibn Battuta, un gran viajero árabe del siglo XIV, el llamado “turista cultural” más antiguo de la historia del que se tiene conocimiento, al recorrer 120.000 km por los países islámicos, habiendo llegado a puntos tan distantes de su patria como Tánger, China y Sumatra “por el gusto de aprender sobre nuevos países y nuevos pueblos” (MALKIN, 1999: 24).

A la larga de los años, esa actividad, realizada en el tiempo de ocio, es decir, en aquel tiempo que se queda al margen de las actividades laborales, se ha desarrollado y ganado dimensiones importantes, especialmente en el siglo pasado, al ampliarse para contingentes cada vez más numerosos y diversos (VIÑALS BLASCO, 2001).

La actividad turística, como acción de desplazamiento con motivación volcada hacia el entretenimiento, descanso, conocimiento, aprendizaje, salud, entre otros, viene ganando matices en función de las exigencias de los actuales consumidores turísticos, diferentemente de los viajeros románticos y exploradores de otras épocas, ya que son, a menudo, más experimentados, más independientes y de estilos de vida diversos (POON, 1993).

A la par de ese crecimiento, cabe, en realidad entender sobre a que nos referimos o, mejor dicho, ¿de que estamos hablando cuando nos referimos a Turismo Cultural, concepto ya bastante difundido pero lleno de controversias y que todavía suscita entendimientos no siempre convergentes?

En lo que respecta al llamado Turismo Cultural, una de las actividades turísticas con mayor crecimiento de la demanda global (ESTEBAN CURIEL, 2007), como fenómeno turístico en alza<sup>7</sup>, al consistir en un viaje de motivación

esencialmente cultural, sea un viaje de estudios o bien cualquier otra actividad de carácter cultural que se realice durante unas vacaciones o un viaje de negocios (ROBINSON, 1996), reclama conocimientos específicos y una gestión apropiada al contexto en lo cual se desarrolla.

Desde la década de los 70, el Consejo Internacional de Monumentos y Sitios – ICOMOS, viene haciéndose eco de las preocupaciones decurrentes de esa actividad, en la que el patrimonio cultural es el atractivo principal. Sin embargo, ha pasado de una posición más defensiva – indicada en la Carta de Turismo Cultural de 1976 – hacia una actitud más pro-activa e interactiva entre el patrimonio cultural y el turismo – Carta Internacional de Turismo Cultural de 1999<sup>8</sup>, lo que vale considerar que, entre otros aspectos:

- el patrimonio cultural es, por excelencia, el atractivo central de esa actividad, insumo indispensable para la promoción de productos turísticos;
- las acciones de desarrollo turístico de cara al consumo de bienes y servicios culturales deben estar basadas en criterios de sostenibilidad, que permitan su uso y disfrute, difusión e intercambio de conocimiento, manutención y acrecentamiento de valores simbólicos y de su esencia física y condiciones de realización;
- hay que establecer una gestión creativa para afrontar la complejidad de los diversos ámbitos implicados (TROITIÑO VINUESA, 2005a).

Como señala la editorial del Correo de la UNESCO desde hace casi una década, un “sector económico de peso, el turismo se diversifica y propone cada vez más ‘productos culturales’”, que abarca desde “la visita de monumentos al descubrimiento de modos de vida singulares. Este entusiasmo puede contribuir a la restauración del patrimonio y a la supervivencia de las tradiciones. Pero un turismo incontrolado produce el efecto contrario. De ahí el dilema (...): el auge del turismo cultural es muy beneficioso para quienes lo practican y para sus anfitriones, pero un exceso de visitantes termina por degradar la cultura, hasta el punto de hacerle perder todo su atractivo” (UNESCO, 1999: 21).

crecimiento anual en torno a 6%” (GARCÍA HERNÁNDEZ, 2003: 334). Esa tasa, en los últimos estudios, ya alcanza una cuota total de 8,2% sobre el mercado internacional (CET/SETC. ESPAÑA, 2006).

<sup>8</sup> Cf. ICOMOS, 1976, 1999.

<sup>7</sup> Conforme indica García Hernández, “el turismo cultural es uno de los segmentos de mercado en expansión, situándose en una tasa media de



En efecto, “el turismo pasa por un momento histórico en que, a pesar de ser uno de los sectores de la economía con posibilidades aún ampliadas de crecimiento, se ve en una encrucijada definidora de rumbos bien distintos: o se presenta como una propuesta económica de inclusión social y, así, contribuye para nuevas perspectivas de valorización de la vida, del consumo de productos culturales y de distribución de renta, o, por otro lado, se alía a una economía que excluye parcelas inmensas de la población de la participación en la producción y, de esa manera, opta por una propuesta de consumo de masa que poco se preocupa de la sostenibilidad de la producción económica” (MENESES, 2006: 13).

La OMT, entre otras organizaciones, viene abogando por el desarrollo de acciones sostenibles, que impliquen la mejora de la calidad de vida de los lugares turísticos<sup>9</sup>. El

turismo debe ser una actividad de dimensión económica que sirva para asegurar las ganancias de los inversores y a la vez generar riqueza para las comunidades anfitrionas, detenedoras del patrimonio cultural objeto de visitación y disfrute turísticos (OMT, 1995, 1999, 2003, 2005; ONU, 2001; UNESCO, 2004, 2006b).

La paradoja se halla en que no resulta tan evidente la relación equilibrada entre el turismo y el desarrollo socioeconómico y medioambiental, claves que sintetizan el desarrollo sostenible (YUNIS, 2004), a las cuales se añade la dimensión cultural, y poder calificarlo como capaz de orientarse a la mitigación de la pobreza y de cambiar los patrones de consumo y producción, asegurando el uso adecuado de los recursos naturales (YUNIS, 2004). A todo ello, súmese el reforzamiento de los trazos culturales de las comunidades involucradas como elemento propulsor de su autoestima y autodeterminación.

Así, ¿qué pensar de una actividad que, a menudo, se desarrolla bajo niveles de difícil precisión, mediante motivaciones no siempre tan evidentes y que genera impactos no siempre identificados y evaluados? Se reconoce que se trata, en definitiva, de una actividad de difícil manejo, ambivalente, con sus pros y contras y que, sin embargo, sigue desarrollándose y se encuentra en franca expansión<sup>10</sup>.

<sup>9</sup> La Unión Europea no se ha dispuesto de políticas e instrumentos específicos dirigidos al desarrollo del turismo en la región, sino por medio de sus políticas e instrumentos generales de orientación programática basados en sus competencias viene ejerciendo influencia en la materia junto a los Estados Miembros, de lo cual España forma parte, en la formulación de sus políticas públicas nacionales. Ello se debe al hecho de que, “al no existir una política turística comunitaria, las acciones que la Comunidad emprende en este ámbito dependen de la competencia genérica que el artículo 3 del Tratado Constitutivo de la Comunidad Europea le atribuye con objeto de alcanzar sus fines, entre los que están la promoción del desarrollo económico, del crecimiento sostenible, de un alto nivel de empleo, de la cohesión económica y social y de la solidaridad entre los Estados miembros”. Cf. PICTE 2000 (SCTE, 2000: 50). A raíz de ello, son especialmente aplicables el Fondo Europeo de Desarrollo Regional – FEDER, por medio del Programa Urban – iniciativa comunitaria para apoyar acciones de regeneración económica y social de las ciudades y de los barrios degradados –, el Interreg – especialmente en lo referente a la integración territorial de las grandes agrupaciones en regiones europeas – y el Leader, este último dirigido al desarrollo rural. Cf. COMISIÓN EUROPEA, 2004, 2006. Más recientemente, la Comisión Europa viene divulgando documentos de orientación estratégica – las “Comunicaciones de la Comisión” – destinados a sensibilizar y motivar el desarrollo de iniciativas en el sector turístico en el marco europeo. Uno de ellos, trata de establecer unas líneas de actuación en el ámbito de una política comunitaria europea pautada en el fortalecimiento del partenariado a favor del turismo en Europa, en el marco de las políticas de crecimiento del empleo en la región, lo que respecto al desarrollo regional del turismo indica algunas medidas como: la mejora de la reglamentación, tanto a nivel nacional como europeo; la coordinación de políticas europeas sectoriales incidentes; la mejor utilización de los instrumentos financieros comunitarios disponibles; y, la promoción de una Agenda 21 europea por el turismo sostenible (COMISION EUROPEA, 2006). Otro, anterior y no menos importante, es el documento que define una serie de recomendaciones para la promoción del desarrollo del turismo sostenible en

Europa y la contribución que la Unión Europea puede ofrecer para lograrlo, de cuyas medidas en él apuntadas, se destacan las de integración de las políticas y de la gobernanza a cada nivel político-administrativo y el reforzamiento de las capacidades, de las buenas prácticas y del compromiso de los actores hacia la sostenibilidad (COMISION EUROPEA, 2003). En cambio, en el ámbito de la Cultura, fomenta acciones, especialmente a partir de su “Programa Cultura 2000”, lo cual destina directamente recursos financieros para el desarrollo de proyectos de conservación y de sensibilización acerca del patrimonio común de los pueblos europeos. Opera otras iniciativas, mediante otros instrumentos, como el ya mencionado FEDER que “destina importantes medios financieros a proyectos regionales de desarrollo” que suelen llevar incorporados “una dimensión de ‘renovación y valorización del patrimonio’”(COMISIÓN EUROPEA, 2002: 14). Además, Bóveda Farré analiza, en ese marco, la importancia del impacto de las políticas comunitarias en el turismo cultural, haciendo destaque a los instrumentos de política regional, agrícola, de investigación y cultura, entre otros, que generan efectos directos o indirectos sobre el turismo cultural (BÓVEDA FARRÉ, 2000).

<sup>10</sup> La Carta del Turismo Sostenible producida en la Conferencia Mundial de Turismo Sostenible, realizada en Lanzarote, España, en 1995, por la OMT, expresa esos pros y contras, que de modo sucinto residen en que el turismo “puede aportar grandes ventajas en el ámbito socioeconómico y cultural, mientras que al mismo tiempo contribuye a la degradación medioambiental y a la pérdida de la identidad local, por lo que debe ser



El Turismo, en sentido lato, es de por sí, una actividad cultural, de expresión económica y manifiesta un *modus vivendi* de una determinada sociedad – a nivel individual, de agrupaciones o de grandes contingentes de población – en el aprovechamiento de su tiempo libre, como actividad de ocio. Como la Historia, es una construcción en que ambos [turismo e historia] organizan un sistema de significados para las manifestaciones culturales (MENESES, 2006).

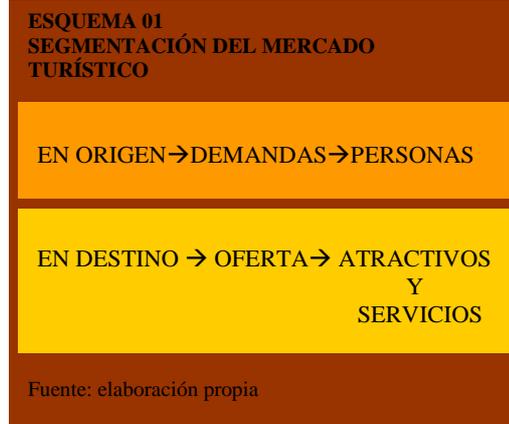
Sin embargo, una de las claves para entender la actividad turística es acotar las características básicas que permiten reconocer la oferta existente, en función de los elementos de identidad que la conforma, y su relación con las tendencias de la demanda, según sus características y variables intrínsecas – expectativas, sueños y deseos –, permitiendo, a su vez, establecer la segmentación del mercado turístico que se hace cada vez más especializado y exigente y atenderlo de modo eficiente y eficaz. Por un lado, reconocer un espacio/objeto como turístico es, en definitiva, elaborar una construcción cultural (MENESES, 2006) y por otro, esa segmentación se establece y se consolida “como una forma de organizar el turismo para fines de planificación, gestión y mercado” (MTUR. BRASIL, 2006e: 05).

Esa segmentación, como concepto, se constituye en parámetro básico para dotar esa actividad de grados de planificación coherentes con la complejidad de la situación y del contexto donde se produce.

De carácter instrumental y con fines estratégicos, la segmentación del mercado turístico puede obedecer a diversas variables, pero deberá tomar en consideración:

- (i) la segmentación en origen, relacionada con la demanda y por tanto vinculada a las personas, su perfil, procedencia, comportamiento, interés/motivación y expectativas;
- (ii) y la segmentación en destino, relacionada con la oferta y por tanto vinculada a los atractivos, su naturaleza material e inmaterial, composición, condición de acceso, uso y disfrute, a su valor simbólico y a los servicios existentes – vinculados y complementarios –, como información y señalética turística, transporte,

alojamiento, restauración<sup>11</sup>, comercio<sup>12</sup>, entre otros.



Así siendo, se verifica en la bibliografía existente sobre el tema – cartas internacionales, textos institucionales, documentos de expertos –, que ya se encuentra reconocido y consagrado, aunque susceptible de cuestionamiento<sup>13</sup>, el Turismo Cultural como un segmento de la actividad turística de estricta motivación cultural y que reside en “un viaje motivado por conocer las costumbres de un país o un lugar y su cultura, que se identifica especialmente con su historia y arte” (TURESPAÑA, 2001: 20) o, en otros términos, que “comprende las actividades turísticas relacionadas a la vivencia del conjunto de elementos significativos del patrimonio histórico y cultural y de los eventos culturales, valorizando y promoviendo los bienes materiales e inmateriales de la cultura” (MTUR. BRASIL, 2006d: 10).

Teniendo en cuenta la segmentación en origen, para muchos, resulta de difícil precisión acotar y conocer, desde la demanda y en el ciclo de consumo turístico<sup>14</sup>, el grado de motivación e interés específico que genera la actividad turística y que permita encuadrarla como esencialmente cultural.

abordado desde una perspectiva global”. (OMT, 1995: 01)

<sup>11</sup> Terminología muy adoptada en el ámbito turístico y que se relaciona con las actividades de prestación de servicios de alimentación, como restaurantes, bares, cafés y similares, diferentemente de lo que corresponde al campo del patrimonio cultural, que corresponde a una de las modalidades de intervención sobre el patrimonio edificado.

<sup>12</sup> Aquel directamente o indirectamente relacionado a la actividad turística en cuestión. (BENI, 2006)

<sup>13</sup> Se verifica que no hay una única definición reconocida y consensuada del concepto de turismo cultural. (ESTEBAN CURIEL, 2007).

<sup>14</sup> Se comprende aquí el ciclo de consumo turístico como el que abarca desde los factores determinantes de generación de la actividad, el proceso de decisión del consumidor turístico y la experiencia resultante. Cf. CAMARERO IZQUIERDO y GARRIDO SAMANIEGO, 2004.



Aunque estudios desde la antropología busquen establecer genéricamente las características del turista (BURNS, 2002), varias propuestas de caracterizar el perfil del llamado turista cultural han sido realizadas (GREFFE, 2003; JANSEN-VERBEKE, 1997; FERNÁNDEZ ZAMORA, 2006). Teniendo en cuenta ello, el llamado turista cultural podría ser aquí clasificado, en términos ideales, como<sup>15</sup>:

- (i) especialistas, determinados o de motivación cultural: eligen con precisión su viaje en función de la oferta cultural; prepara su viaje con conocimiento básico y previo de la oferta cultural elegida; son racionalistas, selectivos y poseen una actitud crítica y exigente ante la oferta cultural consumida;
- (ii) generalistas, incidentales/ ocasionales o de inspiración cultural: eligen de modo superficial y difuso su viaje en función de las ofertas turísticas que se le presentan, con cierta propensión cultural, según estímulos externos sugestivos; prepara su viaje con escaso o ningún conocimiento previo de la oferta cultural existente, pautándose en hitos culturales públicamente reconocidos o en informaciones obtenidas en destino; son influenciados, indiscriminados y poseen una actitud más relajada ante la oferta cultural consumida.

Los que defienden ser productivo y estratégico este esfuerzo de clasificación, consideran que “el turista cultural no es un turista accidental, sino que decide lo que desea visitar”

(CAMAREDO IZQUIERDO y GARRIDO SAMANIEGO, 2004: 81) y que responde a unas pautas específicas. Por esta razón, consideran justificable planificar acciones de promoción de destinos volcadas hacia este público. Ello se configura especialmente en el proceso de planificación del producto turístico, ya que corresponde a segmentos de mercados precisos, que deben ser estudiados *a priori* (CAMAREDO IZQUIERDO y GARRIDO SAMANIEGO, 2004).

Por otro lado, considerando la segmentación en destino, su establecimiento y planificación resultan de más fácil concreción, dada la propia

naturaleza de los atractivos existentes, lo que podrá indicar en que sentido puede estar dirigida la experiencia turística decurrente de la visita, en lo que respecta al enriquecimiento personal adquirido, en la vivencia local en los modos autóctonos de vivir, hacer, ser y pensar experimentados y, en el intercambio cultural que puede generar en función del contacto producido entre el visitante y el nativo (BRITO, 2006b).

En este caso, los atractivos son esencialmente los recursos culturales y los elementos que les complementan y les hacen moldura. Aquí los aspectos tangibles e intangibles de esos atractivos son fundamentales para la identificación y constitución de la oferta cultural. Son considerados elementos constituyentes del destino turístico, que se pretenda tenga fuerte contenido cultural.

Así, la cultura es la base del turismo cultural del mismo modo que la naturaleza lo es del ecoturismo, y así por delante. Sin embargo, cabe indicar que el consumo cultural es una realidad que existe con independencia del turista cultural. Por un lado, se basa en las actividades y eventos culturales promovidos – las ofertas culturales – y, por otro, en el patrimonio cultural de la localidad en cuestión, ordenados y estructurados en función de su uso y disfrute – los productos culturales<sup>16</sup>.

Sin embargo, cabe destacar que ese patrimonio cultural, entendido como el conjunto de recursos culturales reconocidos por su valor simbólico en tanto que referencia cultural de segmentos sociales de esa localidad, es objeto de consumo tanto de residentes y visitantes, estos últimos caracterizados como excursionistas y turistas (TURESPAÑA, 2001)<sup>17</sup>.

Además, cabe hacer hincapié en que no todo patrimonio cultural es producto cultural, de modo a convertirse en recurso turístico (Cf. TROITIÑO VINUESA, 1998, 2000, 2002b). Ello se apoya, desde la perspectiva patrimonial<sup>18</sup>, en que no todo patrimonio cultural es plausible de consumo turístico y por lo tanto de convertirse en recurso turístico. En cambio, lo demás, podrá convertirse en producto turístico-cultural, si sus características y condiciones intrínsecas así lo permitieren y si se destina a

<sup>15</sup> El encuadre aquí propuesto resulta del análisis de documentación sobre la materia, de entrevistas realizadas con expertos y de observaciones realizadas durante las visitas a las localidades estudiadas.

<sup>16</sup> Aunque puedan ser también considerados como ofertas culturales, cuando promocionados hacia el exterior mediante estrategias de comunicación – marketing y publicidad. (TURESPAÑA, 2001).

<sup>17</sup> Los excursionistas visitan la localidad sin pernoctación, diferentemente de los turistas, viajeros que pernoctan en el lugar visitado (OMT, 1993; TURESPAÑA, 2001).

<sup>18</sup> De preservación y salvaguardia del patrimonio cultural, material e inmaterial, respectivamente.



proporcionar el conocimiento y la fruición estética y sensorial en el ámbito de la visita turística.

Los recursos culturales en cuestión pueden abarcar, de ese modo, tanto los elementos del llamado patrimonio cultural material, como del patrimonio cultural inmaterial. En el patrimonio cultural material, se consideran tanto la arquitectura monumental como vernácula y los demás elementos significativos del espacio donde se localizan, como fuentes, esculturas, farolas, jardines históricos; los museos y sus acervos artísticos; los sitios arqueológicos visitables; el entorno medioambiental, entre otros. En el patrimonio cultural inmaterial, se consideran las formas de expresión, los “saberes”, las celebraciones y los lugares vinculados a prácticas socioculturales colectivas (IPHAN, 2006a).

Así, esos recursos culturales susceptibles de transformarse en productos culturales, mediante el tratamiento – interpretación – y planificación orientada a su consumo cultural – uso y disfrute cultural –, podrán, asociados a ofertas culturales y demás servicios turísticos, constituirse en productos turístico-culturales que vía los mecanismos e instrumentos de comunicación y comercialización turística, se concretan en ofertas turístico-culturales. En ello, se plantea la gestión del turismo cultural (TURESPAÑA, 2001, 2002)<sup>19</sup>.



*Museo de la Inconfidencia, en la antigua “Casa de Câmara e Cadeia”, en el corazón de la ciudad de Ouro Preto, cuenta parte de la historia de la ciudad, con foco en el movimiento local de independencia del Brasil colonial de la Metrópolis portuguesa.*

*Foto 07: BRITO, M., 2007.*

<sup>19</sup> Vale decir que “un recurso se convierte en producto cuando está accesible y acondicionado para su visita y fijadas las condiciones, horarios y precios de acceso. (...) Oferta se considera cuando sus derechos de uso y disfrute están disponibles para su adquisición en el mercado turístico, bien directamente, bien a través del canal comercializador. Para ello, es necesario que la información esté suficientemente difundida y las entradas puedan ser adquiridas por anticipado”. (TURESPAÑA, 2002: 08)

#### CUADRO 02 LA SEMANA SANTA DE SEVILLA



*Procesión en la Semana Santa, “La Madrugá” (Viernes Santo), con la Virgen de la Macarena en su recorrido de regreso a su Basílica.*

*La Semana Santa en Sevilla, manifestación de gran trascendencia, vinculada a la propia historia de la ciudad, de sus barrios, de sus hermandades y cofradías, es uno de los acontecimientos más importantes que se producen en su territorio, no solo por hacer vivo un patrimonio devocional, lleno de tesoros artísticos, ritos y leyendas, sino también por su puesta en escena que tiene el casco antiguo de la ciudad como escenario donde se desarrollan los actos procesionales. Los límites entre religión y vida cotidiana se funden, involucrando a todos los sevillanos y, también, visitantes, por su acusado interés turístico, donde conviven lo sagrado y lo profano, el templo y la calle, la vida personal y la vida religiosa, los amores y las devociones. Todos los años, tras la Cuaresma, las iglesias, gracias a las hermandades, se vuelcan hacia fuera de sus recintos, en búsqueda de sus fieles y de aquellos nuevos que puedan convertirse a la fe católica, mientras que las calles, bulliciosas, llenas de devotos y curiosos, invaden los templos, en búsqueda de satisfacer su anhelo y vislumbrar los palios - los pasos – en todo su esplendor. Los largos cortejos procesionales desarrollados desde sus templos que convergen a la carrera oficial, que se traduce en la realización de un recorrido obligatorio de las cofradías que pasan por importantes calles históricas hasta la Catedral de la ciudad para selectos asistentes, no deja de mostrarse para todos los ciudadanos interesados, interaccionado entre gestos, movimientos, olores o simples silencio. Como rico fenómeno cultural, exige sensibilidad para comprender su esencia, lo que reclama vivirlo muy de cerca, para lo cual la ciudad, como cómplice, se ofrece sin restricciones. Es cierto considerar el importante movimiento turístico que la Semana Santa de Sevilla genera, aunque como expone Gabriel Ferreras Romero, historiador del arte y técnico del Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico – IAPH, la Semana Santa se hace para los sevillanos, donde perviven conocimientos, técnicas y tradiciones – los oficios y las técnicas tradicionales se mantienen, gracias a la transmisión de los conocimientos que se realizan en función de la conservación de los tesoros artísticos. Para él, la Semana Santa no se realiza con el sentido turístico, a pesar de que para los turoperadores se trata de un producto turístico de*



primer orden. Así lo confirman los datos expresos en función de su realización (2007): 55% de los visitantes proceden del extranjero, en su mayoría de Francia, Reino Unido y Alemania, entre otros. De los nacionales, proceden los visitantes especialmente de Cataluña, Madrid, resto de Andalucía, Castilla-León, Valencia y País Vasco. Por otro lado, los ingresos directos generados – oriundos de los gastos con alojamiento, restauración (alimentación), ocio, compras y transporte – fueron de cerca de 28 millones, lo que representa un crecimiento de 12,5% en relación a 2006, con un desembolso medio por persona y día de 44,34 euros (EL CORREO DE ANDALUCÍA: [11.04.2007]). En efecto, ello representa que la Semana Santa se está posicionando como una oferta cultural de gran interés para el mercado turístico. Su realización año tras año conlleva a la puesta en valor cultural tanto de los trazos del alma sevillana, acentuando su personalidad propia y generando interés cada vez más acusado, así como la reapropiación del centro histórico de la ciudad, ya que se manifiesta en sus calles y plazas, centrándose en los monumentos religiosos que, en su gran mayoría, en él se ubican.

Fuente: COLÓN PERALES, s.f. ; MORENO NAVARRO, I., 2001; SABATER, I., s.f.; EL CORREO DE ANDALUCÍA [11.05.2007].

Foto 08: BLOS, D., 2007.



El esquema arriba demuestra como los recorridos procesionales reiteran el valor de los espacios urbanos del centro histórico de la ciudad que tiene como ápice la zona donde se asienta la Catedral.



Trajes de los Nazarenos de la Cofradía de La Macarena y los "Armaos", que corresponden a la centuria romana. Fundada en 1595, ascienden a 2500 Nazarenos (2007), con dos pasos: El Jesús de la Sentencia y la Virgen de la Esperanza.

Fuente: EL MUNDO, ANDALUCÍA, s.f.; SEMANA SANTA.ORG [05.11.2007]

## ESQUEMA 02 ESTRUCTURACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO

RECURSO → PRODUCTO → CONSUMO  
CULTURAL CULTURAL

PRODUCTO  
TURÍSTICO-  
CULTURAL



PRODUCTO  
CULTURAL  
+  
OFERTA  
CULTURAL  
+  
SERVICIOS  
TURÍSTICOS\*

\* Transporte, alojamiento, guías de viaje etc.

Fuente: elaboración propia

Entretanto, sea cual sea la disposición de considerar el Turismo Cultural como un segmento de la actividad turística a tener en cuenta en la formulación de políticas públicas específicas y de actuaciones de agentes privados, y las iniciativas institucionales y empresariales así lo confirman, lo cierto es que esa actividad turística de motivación central de naturaleza cultural se realiza, siempre, en un determinado territorio, nunca difuso. Y, es esa determinada base territorial la clave para su efectivo desarrollo. Si por un lado, el patrimonio cultural es el insumo básico para el Turismo Cultural y el atractivo turístico por excelencia, por su turno, el territorio, en sus respectivas escalas, plantea, a partir de una misma lógica, modos de actuación y formas de gestión asociadas a su correspondiente complejidad. La lógica indicada reside en tener en cuenta, al menos:

- (i) las condiciones de ubicación de los atractivos, el ambiente circundante y su accesibilidad en función de las vías de comunicación – terrestres: autopistas, carreteras, vías vecinales, avenidas, calles y senderos; marítimas: puertos; y aéreas: aeropuertos;
- (ii) la densidad de los atractivos existentes, sus niveles de concentración o dispersión en el espacio, la viabilidad o no de constitución de itinerarios espacialmente racionales, adecuados a la movilidad requerida y posible;
- (iii) la naturaleza de esos atractivos, su característica intrínseca y funcionalidad o la que podrá asumir en un marco de gestión integral del territorio (TROITINO VINUESA, 2003).



De las escalas de territorio, a efectos de la investigación, cabe aludir aquí a las ciudades.

Desde la perspectiva de muchos estudiosos, expertos y gestores turísticos, se reconoce las ciudades en sí mismas como un atractivo de primer orden y que pueden generar movimientos turísticos expresivos y rentables por la capacidad de distribuir entre los sectores público y privado los costes necesarios para la realización de la actividad turística en su territorio, sea por los servicios que pueden prestar, sea por los recursos culturales de que disponen, sea por la diversificada oferta turística que pueden comercializar junto a la demanda.

Las ciudades son, por excelencia, síntesis de la presencia del patrimonio cultural (BRITO, 1998), por su diversidad y vinculación a determinados hechos históricos o a *modus vivendi* particularizados que, a menudo, suscitan interés y curiosidad. Esas ciudades, por ese contenido sociocultural relevante para la historia de la sociedad de la cual forman parte, son comúnmente denominadas ciudades históricas<sup>20</sup> y, algunas de ellas, reconocidas por entes oficiales como Patrimoniales en diferentes escalas territoriales: local, regional, nacional y mundial.



El “Botafumeiro” (un enorme incensario), en el ápice de la Misa de los Peregrinos, en la Catedral de Santiago de Compostela, en Galicia, España.  
Foto 09: BLOS, H., 2007.

El consumo turístico-cultural de esas ciudades presupone algún nivel de interacción entre ese patrimonio y los visitantes. Las ciudades, en general, son territorios de fácil dominio cognitivo por cualquier visitante, desde que se le ofrezcan algunas claves para su ubicación, movilidad y pervivencia – donde dormir, comer, visitar, comprar, recrear etc. Son, por lo tanto,

base territorial primada para el turismo cultural<sup>21</sup>.

Sin embargo, hay mucha controversia o aplicación difusa de términos y conceptos en la caracterización de la actividad turística en las ciudades históricas, quedando aquí apenas la preocupación de no fomentar visiones restrictivas de lo que debe ser considerado en el momento de la gestión del turismo cultural en esas localidades. Términos como “Turismo Monumental” o “Turismo Patrimonial” son comúnmente aplicados, aunque no con la misma intensidad que “Turismo Cultural”, ya que tiene como atractivo principal el patrimonio histórico centrado básicamente o exclusivamente en los contenedores monumentales existentes en determinadas localidades. En realidad, al utilizarse esas acepciones de ‘monumental’ y ‘patrimonial’, equivocadamente se toma a la parte por el todo.

Los recursos culturales para la gestión del turismo cultural son muy diversos y presuponen cuidado especial y atención diferenciada según su naturaleza, a fin de que se asegure una gestión sostenible (SWARBROOKE, 2000).

En este sentido, el Turismo Cultural puede ayudar a:

- (i) ensalzar la diversidad cultural en contraposición a los procesos de homogeneización derivados de la globalización: el turismo se realiza en función de lo diferente, exótico y curioso; a raíz de ello, la actividad turística puede constituirse en un instrumento de diálogo intercultural y de comprensión entre las culturas (UNESCO, 2006b);
- (ii) promover la generación de nuevos comportamientos: la difusión de conocimientos y la realización de vivencias interpersonales pueden propiciar cambios de mentalidad hacia el respecto a las diferencias, a las minorías y a las libertades; en síntesis, la actividad turística puede constituirse en un instrumento de desarrollo personal y colectivo (OMT, 1999);

<sup>20</sup> A pesar de que está claro que toda ciudad es histórica, pero algunas poseen hitos históricos de gran interés y son reconocidas y destacadas por la sociedad en general en función de ellos.

<sup>21</sup> Aunque no exclusiva, ya que el turismo cultural se desarrolla también en las zonas rurales, en el llamado Turismo Rural. A esta contraposición, hay expertos que caracterizan el turismo de ciudad como Turismo Urbano (ASHWORTH, 2003).



- (iii) generar oportunidades objetivas para la difusión del patrimonio cultural: la constitución de productos turístico-culturales a partir del patrimonio cultural puede proporcionar cambios de actitud, tanto de residentes cuanto de visitantes, hacia el patrimonio; en definitiva, “‘hacer’ turismo cultural significa, más allá del ocio y entretenimiento, conocimiento, aprendizaje y educación” (MTUR. BRASIL, 2006a: 07)<sup>22</sup>

Por otro lado, como apunta Swarbrook, hay aspectos en la actividad turística que merecen ser tratados previamente de modo que se eviten o reduzcan impactos negativos, a los que denomina de “dimensión no sostenible del turismo cultural”, como la sobreexplotación de sitios culturales y localidades, falta de control local, banalización o pérdida de autenticidad y fosilización de las culturas (SWARBROOKE, 2000).

En realidad, como indica García Hernández, se trata de hallar y definir mediante un planeamiento turístico un modelo e intensidad de uso que no altere los valores intrínsecos de los recursos culturales a largo plazo (GARCÍA HERNÁNDEZ, 2001). Los principios de capacidad de acogida turística<sup>23</sup> pautados en las dimensiones física, económica, social y cultural son parámetros a ser aplicados en la gestión turística sostenible de esas áreas, sea en la perspectiva de la planificación de productos turístico-culturales, sea en su gestión, especialmente en lo que respecta al flujo de visitantes.

A raíz de ello, puede ser indicado, en términos generales, que la capacidad de acogida turística (GARCÍA HERNÁNDEZ, 2001; TROITIÑO VINUESA, 2005a):

- (i) en la dimensión física: debe tener en cuenta a partir de que momento el medioambiente y los recursos culturales son desde su integridad afectados negativamente;
- (ii) en la dimensión económica: debe tener en cuenta los niveles de explotación de la actividad turística y los desajustes funcionales que provoca en el destino,

proporcionando el llamado “monocultivo”, es decir, una monofuncionalidad urbana de las áreas explotadas, pautada en la profusión en cadena de usos asociados o complementarios a la actividad turística, desequilibrando los aspectos funcionales urbanos que denoten vitalidad, como la multifuncionalidad urbana (BRITO, 2002);

- (iii) en la dimensión social: debe tener en cuenta la relación entre residentes y visitantes, su percepción y expresión, que se manifiesta desde una acogida amistosa y hospitalaria hasta una acogida conflictiva, indiferente y agresiva, en función del grado de masificación de la actividad turística en la localidad, provocando una lectura del residente hacia el turista que va de visitante bienvenido al intruso indeseable;
- (iv) en la dimensión cultural: debe tener en cuenta el grado de masificación de la actividad turística en función de las estrategias de comercialización de los productos turístico-culturales y de gestiones equivocadas hacia ellos, lo que podrá provocar la banalización de las referencias culturales<sup>24</sup> o de su depreciación, sea por el vaciamiento de sus significados simbólicos o por la deturpación nociva de sus rasgos esenciales.

Así, en lo que respecta a la segmentación en destino, esta suele ser más importante al considerar su tipología – en su caso, las ciudades históricas – y orientarse por procesos de planificación y de gestión de la actividad turística a partir de los condicionantes que los atractivos – el patrimonio cultural – imponen, superando a aquellos que podrían ser tomados en consideración en función de la demanda, es decir, de los turistas en general y de aquellos llamados “culturales”, en particular.

De ese modo, se explicita aquí una clave importante para la gestión del turismo cultural como es el centrar la atención en el patrimonio cultural, recurso finito y no renovable.

En el estudio realizado, los documentos de orientación de política, tanto en España como en Brasil, indican la importancia y el cuidado que deben tener los gestores – públicos y privados – en la adopción de medidas, en sus respectivas

<sup>22</sup> Se subraya que “quién viaja busca el ocio, sino conocimiento y cultura. El turismo tiene un importante papel en la educación y en la formación cultural de la sociedad”. (MTUR. BRASIL, 2007: 08)

<sup>23</sup> Se trasladó al ámbito del turismo cultural, fundamentalmente urbano, un concepto utilizado en la gestión turística ambiental (GARCÍA HERNÁNDEZ, 2001)

<sup>24</sup> Como indica Londres, “hablar de referencias culturales significa dirigir la mirada hacia representaciones que configuran una ‘identidad’ de la región para sus habitantes y que remitan al paisaje, a las edificaciones y objetos, a los ‘quehaceres’ y ‘saberes’, a las creencias y a los hábitos” (LONDRES, 2000: 11).



áreas de actuación – en el momento de fomentar, planificar y promover acciones de desarrollo turístico de fuerte contenido cultural.

De las cuestiones apuntadas y basada en observaciones *in locu*<sup>25</sup> y entrevistas realizadas con expertos y gestores que actúan directa o indirectamente en la materia, hay algunas que se destacan, entre ellas, las que indican que (TURESPAÑA, 2001, 2002; CET/SETC. ESPAÑA, 2006; MTUR. BRASIL, 2006a, 2006b, 2006d, 2006e):

- (i) hay una multitud de recursos, en cambio, pocas ofertas: ello resulta de la difusión profusa de recursos culturales y planificación escasa de productos culturales<sup>26</sup>;
- (ii) la realización de inventarios es todavía débil: las bases de datos son incompletas y poco accesibles, no siempre los inventarios son dirigidos a la gestión, sino a la documentación, a menudo con informaciones poco útiles tanto para la gestión de la preservación cultural como para la gestión del turismo cultural;
- (iii) la promoción debe ganar contornos más estratégicos: se considera fundamental la provisión de información especializada, la diversificación cultural de la oferta y la orientación de destinos de modo temático, con programación con suficiente antelación y dirigida a mercados cada vez más amplios;
- (iv) hay todavía un bajo nivel de desarrollo de la gestión cultural orientada al consumo cultural: se considera que hay una gran cantidad de bienes culturales no debidamente presentados tanto a residentes como a visitantes – hay escasa información e interpretación del patrimonio cultural y, esta última, cuando disponible, no siempre es adecuada<sup>27</sup> – y

los servicios culturales – eventos artísticos, muestras y exposiciones etc. – son, en general, de reducido alcance o de limitada duración, y no siempre enmarcados en un calendario permanente y capaz de generar, de modo efectivo, una marca y su fidelización;

- (v) el cambio de imagen es un reto: asociado al déficit de puesta en escena de los recursos culturales existentes y a la diversificación de los productos turístico-culturales planificados, se hace indispensable seguir en la transformación de la imagen consagrada, en función de estereotipos que generan comportamientos previsibles y expectativas, a menudo, frustradas para los visitantes<sup>28</sup>;
- (vi) la planificación de productos turístico-culturales no se realiza de modo integrado en su sentido más amplio: hay poca o inexistente evaluación y ordenación en red de los productos turístico-culturales de un determinado territorio/destino, teniendo en cuenta la accesibilidad y acondicionamiento de los recursos culturales existentes, los horarios de visita establecidos, los precios de acceso a ellos y sus formas de comercialización, que por problemas de gestión, especialmente en los casos de itinerarios, rutas y circuitos, se hace de más compleja solución, dada su fragmentación cuando dependen de distintas administraciones;

realidades distintas a las nuestras. Ello nos estimula, nos descansa, nos provoca abstracciones que nos alivian del cotidiano de trabajo. Ello nos lleva a la búsqueda de placeres en el momento del ocio que contemplen el entendimiento de culturas, de valores históricos, de manifestaciones de la tradición construida, de herencias culturales”, lo que “exige planeamiento y profesionalismo” (MENESES, 2006: 30).

<sup>28</sup> En España se hace un esfuerzo importante para ampliar y diversificar la oferta turística de “sol y playa” ya consagrada en el turismo español. Tal hecho se verifica en el Plan de Turismo Español Horizonte 2020, donde se busca intensificar otros productos turísticos en el país, con un modelo turístico centrado en cinco grandes productos: “sol y playa, el cultural y de ciudad, el de negocios y congresos, el deportivo y el rural y activo” (CET/SETC. ESPAÑA, 2006: 07). En Brasil, a su vez, para allá de su identificación a un “turismo de sensaciones”, se busca ampliar y diversificar la oferta turística, donde la cultura pasa a ocupar un espacio cada vez más relevante. (EMBRATUR, 2007)

<sup>25</sup> En los sitios visitados en función de esa investigación.

<sup>26</sup> A pesar de la investigación no haber accedido a datos más recientes, vale mencionar que en 2001, todavía solo 10% del patrimonio cultural en España estaba en condiciones de ser considerado un producto cultural, por la falta de accesibilidad y/o conservación a los mismos (TURESPAÑA, 2001). En cambio, en Brasil, ese dato ni siquiera se halla disponible.

<sup>27</sup> Meneses indica que “conocer e interpretar herencias culturales de tiempos pasados tiene, para la sociedad contemporánea, un valor que sobrepasa la simple curiosidad por lo diferente o por lo exótico. Forma parte de nuestra cultura la búsqueda comprensiva de estructuras culturales que nos posibiliten entender nuestro mundo”. Para él, “esa búsqueda es válida para atender a los placeres intelectuales y a las fruiciones de



- (vii) la intensificación de las acciones de marketing turístico se vuelve una exigencia: se hace necesaria la ampliación de los canales de comercialización, la creciente profesionalización de los agentes turísticos aliada a su sensibilización respecto a ese nicho de mercado cada vez más demandado y especializado y, junto a los agentes patrimoniales, la desmitificación de los aspectos considerados nocivos del marketing del patrimonio cultural en tanto que acciones de imagen del producto cultural donde se valoren su integridad y su autenticidad.

Aunque en niveles de desarrollo distintos, esas observaciones son válidas para ambas realidades – tanto en España como en Brasil.

En dichos entornos, los estudios recientes promovidos sobre el turismo, y en especial, sobre el turismo cultural y su desarrollo futuro, de cara a la orientación de políticas en ese sector, indican:

- (i) desde España, las siguientes tendencias (CET/SETC. ESPAÑA, 2006: 42):
- “Progresiva reducción de la duración media de los viajes, a costa de una mayor frecuencia de los mismos.
  - El aumento de las rutas operadas por compañías de bajo coste conectando cada vez destinos más lejanos.
    - El incremento en el número de ciudades que configuren una oferta turística propia como medida dinamizadora de la economía, de modo que la competencia sea cada vez más global”.

El documento “Horizonte 2020 del Turismo Español. Documento Base” apunta que “las ciudades españolas han visto clara la importancia de este turismo para el desarrollo económico y social de su municipio. Un claro ejemplo de esta apuesta son la revitalización de los cascos urbanos y el desarrollo de infraestructuras o eventos singulares que atraigan nuevos turistas como por ejemplo: la Ciudad de las Artes y las Ciencias de Valencia, el Museo Guggenheim de Bilbao o el Foro Universal de las Culturas de 2004 y los Juegos Olímpicos de 1992 de Barcelona” (CET/SETC. ESPAÑA, 2006: 42). Y aun indica que “en los últimos años se ha vivido en España una consolidación del turismo cultural y de ciudad

como segundo producto turístico por detrás del sol y playa. Este éxito en la comercialización se debe a la oferta de recursos culturales con la que España cuenta. Se trata por ejemplo del segundo país del mundo que cuenta con mayor número de conjuntos histórico-artísticos declarados por la UNESCO Patrimonio de la Humanidad” (CET/SETC. ESPAÑA, 2006: 18)<sup>29</sup>.

### CUADRO 03 EL PATRIMONIO CONTEMPORÁNEO



Museo Guggenheim de Bilbao

*Hay intervenciones en la actualidad, de naturaleza urbana y arquitectónica, por excelencia, que ya nacen intencionalmente como un “Patrimonio”. Son iniciativas concientes, de deseo intenso que materializan civilizaciones, propias de sociedades en búsqueda de su desarrollo social, político, económico y cultural. Los casos del Museo Guggenheim, en Bilbao y, de la Ciudad de las Artes y de las Ciencias, en Valencia, en España son ejemplos de esa realidad.*



Ciudad de las Artes y de las Ciencias, en Valencia

Fotos 10,11: BRITO, M., 2005; 2006, respectivamente.

*En Brasil, se puede considerar el caso del “Plano Piloto” de Brasilia como un hecho patrimonial de por si y que desde 1987 fue reconocido como el primer Patrimonio Cultural de la Humanidad del movimiento moderno en el mundo.*

<sup>29</sup> A finales de 2006, los bienes españoles considerados Patrimonio de la Humanidad ascienden a 39 (CET/SETC. ESPAÑA, 2006: 18), de los cuales 18 dicen respecto a sitios urbanos. Cf. UNESCO, 2006a, MCU. ESPAÑA, s.f.



Vista del Sector Cultural de la “Esplanada dos Ministérios”, en Brasilia, con el nuevo museo nacional y la Catedral al fondo, ambos proyectos del arquitecto Oscar Niemeyer.



Vista parcial del interior del nuevo museo nacional en Brasilia, Brasil.

Fotos 12,13: BRITO, M., 2006.

(ii) desde Brasil, los siguientes desafíos (MTUR. BRASIL, 2007a: 39):

- “La actividad ha avanzado de modo significativo en los últimos años, sin embargo presenta grandes limitaciones en cuanto a su potencial de desarrollo, tanto para el mercado interno como para el mercado internacional;
  - Es fundamental la consolidación de un sistema de informaciones y datos sobre el turismo que incorpore los avances de la tecnología de la información e incentive la investigación;
  - La consolidación y la organización de referencias y normas que dispongan sobre

el funcionamiento de la actividad constituyen requisitos fundamentales para la calificación de los productos;

- Esa propuesta de ampliación y diversificación de la oferta turística y de interiorización del turismo en el País tiene uno de sus principales obstáculos en el área del fomento, entendida como la capacidad de inversiones privadas y la disponibilidad y accesibilidad al crédito y a la financiación;
- Otro gran desafío para el crecimiento de la actividad turística en el país, particularmente con relación a la deseada expansión, diversificación y desconcentración de la oferta turística, se refiere a la carencia de infraestructura, de un modo general”.

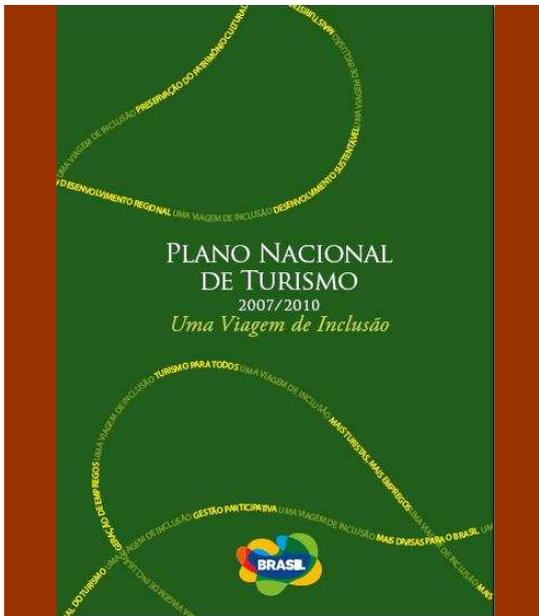
En ese caso, teniendo en cuenta la actividad turística en su conjunto y no particularizada en el segmento del Turismo Cultural, pero que se dirige también hacia él, el documento “*Plano Nacional de Turismo. 2007/2010. Uma Viagem de Inclusão*” considera que “aquellos que se adapten mejor a las condiciones del mercado y presenten, con mayor competencia, las características geográficas y la singularidad de sus destinos, relativamente al paisaje, cultura, patrimonio y servicios, van a tener más éxito en la consolidación de la actividad” (MTUR. BRASIL, 2007a: 20)<sup>30</sup>.

<sup>30</sup> El documento hace mención a la necesidad de desarrollo del segmento del Turismo Cultural en el marco de la programación planteada, es decir, dentro del Programa de Estructuración de los Segmentos Turísticos, en el ámbito del Macroprograma de Regionalización del Turismo (MTUR. BRASIL, 2007: 68). A raíz de ello, se comprende que el documento no haga referencia específica a las ciudades históricas y tampoco a aquellas reconocidas por la UNESCO como Patrimonio de la Humanidad, en tanto que entes potenciales para el desarrollo de destinos turísticos de gran magnitud para el Turismo Cultural, registrándose como una actividad todavía incipiente en Brasil y constituyéndose en una asignatura pendiente por concretar. Cf. MTUR. BRASIL, 2007. En 2007, los bienes brasileños considerados Patrimonio de la Humanidad ascienden a 17, de los cuales 07 son sitios urbanos. Cf. UNESCO, 2006a.



De ese modo, se verifica que la atención a la singularidad de los destinos es una clave para tratar la cuestión, teniendo en cuenta una perspectiva sostenible del desarrollo del turismo cultural urbano, foco del análisis de esta investigación. Además, lo singular suele ser más apreciado y, por lo tanto, foco de mayor interés cuando de la realización de un viaje turístico.

Así, las ciudades históricas juegan una ventaja comparativa en relación a las demás ciudades en el desarrollo del Turismo Cultural por los evidentes contenidos histórico-culturales que poseen. Son, por lo tanto y en general, destinos turísticos potenciales por excelencia, que caben desarrollar y promover.



*El Plan Nacional de Turismo 2007/2010 es una herramienta de actuación gubernamental para el sector que tiene, entre otros aspectos, la función de promover la transversalidad del tema turismo por medio de una acción de integración interministerial, particularmente, donde su interface con otros sectores se hace estratégica como transportes, infraestructura básica, desarrollo regional y preservación del patrimonio cultural y natural. Las rutas turísticas fomentadas deben tener como elemento básico de conformación, el sentido de resgate y preservación de los valores socioculturales y ambientales de las regiones en el país.*

*Fuente: MTUR, BRASIL, 2007a.*

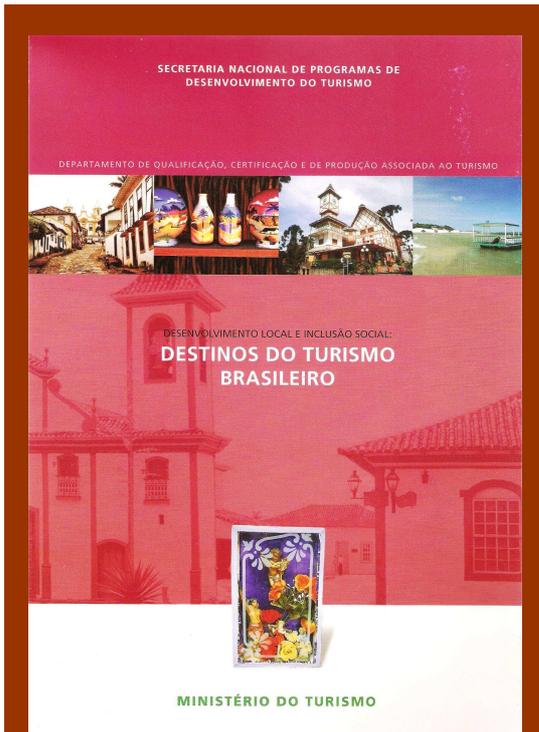
Esos destinos turísticos, se tratados dentro de un proceso de estructuración de productos, pautado en el conocimiento producido, en la planificación y en la gestión concertada, podrá no potenciar los riesgos (VALLS, 2006), que generan posturas y visiones adversas a la

consideración del turismo como un factor para el desarrollo cultural, basado en la valoración y respecto al patrimonio cultural material e inmaterial y, a la vez, un instrumento para la promoción socioeconómica y el desarrollo urbano de esas ciudades históricas.

Para ello, implementar destinos turísticos de éxito implica en reconocer el objeto sobre lo cual se pretende actuar, establecer estrategias específicas para su desarrollo dentro de unas pautas compatibles con su propia conformación – contenidos histórico-culturales –, así como las medidas necesarias para su adecuación a las exigencias de la actividad turística deseada, cuando así se configure, sea desde la promoción pública sea desde la iniciativa privada (EJARQUE, 2005).

Se pretende, de ese modo, asegurar un turismo sostenible, lo que significa, por tanto, un “turismo justo”, desarrollado “sobre la base de un beneficio compartido y equilibrado” (RUIZ PÉREZ, 2004: 11). Para obtener estos resultados, se hace necesaria “la conciliación de intereses en el contexto de un ‘mercado responsable’, donde la necesaria dimensión empresarial y aun industrial se basen en un sentido de la dignidad que suponga (RUIZ PÉREZ, 2004: 11):

- “la no imposición de un modelo cultural sobre otro;
- el respecto en las relaciones comerciales y de contacto entre los pueblos;
- el compromiso de cada uno de los participantes en la relación turística con ésta en su integridad y con el conjunto de sus compromisos;
- el equilibrio entre las razones económicas, las sociales, las culturales y las humanas”.



*Las regiones menos dinámicas, pero con potencial turístico, en la actual política, son consideradas prioritarias en Brasil para estructuración del turismo. Se verifica que en esas regiones, el patrimonio cultural, material e inmaterial, comparece como un recurso estratégico para el desarrollo local e inclusión social. El desarrollo de una nueva mirada hacia la estructuración de productos turísticos que tenga la cultura como premisa está todavía por consolidarse.*

Fuente: MTUR. BRASIL., s.f.a, s.f.b.



## 2. CIUDADES HISTÓRICAS: ¿POR QUÉ HACEMOS HINCAPIÉ?

Como se ha visto, las ciudades son bases territoriales en las que por excelencia, el turismo se desarrolla y, en el caso del Turismo Cultural, aquellas reconocidas y llamadas ciudades históricas son sitios urbanos especiales y potenciales para su desarrollo.

Es cierto que toda ciudad es histórica, pues está llena de contenido histórico por su propia existencia y trayectoria. Sin embargo, se trata de considerar aquellas que poseen un contenido histórico evidente, que contribuye al conocimiento y entendimiento del proceso civilizador de un determinado pueblo y que, a menudo, se halla valorada tanto por la sociedad cuanto por el Estado, en este último caso, otorgándole un carácter oficial, desde las políticas institucionales en vigor<sup>31</sup>.

En Brasil, dichas políticas de reconocimiento, en lo que respecta a las ciudades, se desarrollan a partir de la institución del llamado “tombamento”<sup>32</sup> de bienes culturales, instrumento jurídico discrecional que valora, en

el caso, sitios urbanos por su interés público y por su importancia histórica y excepcional valor artístico, etnográfico o paisajístico, los cuales son clasificados como Patrimonio Cultural del país (BRASIL, 1937)<sup>33</sup>.

En España, en la legislación vigente, las ciudades son declaradas Patrimonio Histórico del país por la vía del instrumento del BIC – Bien de Interés Cultural – en la categoría de Conjuntos Históricos, figura de protección específica, dada la naturaleza del bien, es decir, “la agrupación de bienes inmuebles que forman una unidad de asentamiento, continua o dispersa, condicionada por una estructura física representativa de la evolución de una comunidad humana por ser testimonio de su cultura o constituir un valor de uso y disfrute para la colectividad. Asimismo es Conjunto Histórico cualquier núcleo individualizado de inmuebles comprendidos en una unidad superior de población que reúna esas mismas características y pueda ser claramente delimitado” (ESPAÑA, 1985: art. 15).

Desde la perspectiva operativa, se hace necesario considerar las diversas tipologías de sitios urbanos patrimoniales que pueden suscitar dicho reconocimiento, que a su vez, resultan en acciones de protección y tutela por parte de organismos públicos, en general, especializados y vinculados al área de Cultura.

Estudios producidos en Brasil, en el marco del desarrollo de una cultura urbanística de patrimonio, han llegado a la conclusión de que las siguientes categorías explicitan tipologías de sitios urbanos patrimoniales (BRITO, 2005: 12)<sup>34</sup>:

- “Ciudad Histórica: sitio urbano que comprende al área-sede del municipio;
- Centro Histórico: sitio urbano ubicado en área central del área-sede del municipio, sea en

<sup>31</sup> En los estudios desarrollados en el ámbito del Proyecto ATLANTE, en el marco del Interreg IIB, de la Comisión Europea, al presentar el concepto de Ciudad Histórica, expresa que “según el ‘Diccionario de historia urbana y urbanismo’ de M. J. Fuente (1999) todas las ciudades podrían tener la consideración de ciudad histórica, por ser ellas fruto de un, más o menos largo, proceso histórico. Sin embargo, (...) se considera ciudad histórica aquella que conserva un sitio o conjunto del pasado de cierta relevancia. Por tanto cuando se trata la ciudad histórica se está hablando de un espacio físico concreto, definido por la pervivencia del pasado, que se manifiesta no sólo en esta realidad física, sino también en el tipo de dinámicas y relaciones socioculturales que la han configurado, y las que hoy se pueden identificar” (ATLANTE, 2005b: 19)

<sup>32</sup> El término “tombamento” tiene origen en el derecho portugués y está asociado a la *Torre de Tombo*, edificación lisboeta de la época de la Metrópolis lusitana donde se inscribían los bienes de la corona portuguesa existentes en sus colonias en un libro de *Tombo*, de ahí la idea de relacionar, listar e inscribir, trasladada al campo jurídico que significa reconocer bienes como integrantes del patrimonio histórico y artístico nacional.

<sup>33</sup> Ese reconocimiento puede ocurrir en varios niveles territoriales, según los instrumentos de protección existentes y el agente del propio reconocimiento, es decir, un sitio urbano puede ser un patrimonio cultural a nivel municipal, del estado o de la federación o de todo el país, conforme su aplicación y correspondiente motivación que le ha generado dicha asignación.

<sup>34</sup> A esas categorías podría ser añadida a la de “Monumento y su entorno”, para el caso de enclaves arquitectónicos en zonas urbanas (aunque pueda también existir en zonas rurales) y que son, a menudo, objeto de acciones de protección. En su momento, no ha sido considerado, por asociarse más a la categoría de elementos aislados de connotación meramente arquitectónica y no urbanística.



términos geográficos, sea en términos funcionales e históricos, configurándose en centro tradicional;

- Conjunto Histórico: sitio urbano que se configura en fragmento del tejido urbano del área-sede del municipio o de cualquiera de sus distritos – zonas periféricas – o, también, sitio urbano que contenga monumentos protegidos aisladamente, los cuales configuran un conjunto arquitectónico-urbanístico de interés de preservación, ubicado en el área sede o en los distritos del municipio”.

- (ii) las áreas de entorno<sup>35</sup> – áreas contiguas a las áreas protegidas, donde el modo de urbanización y la escala de las construcciones pudiesen interferir en la percepción visual del sitio urbano protegido, en su “*ambiencia*”<sup>36</sup>, visibilidad e integración en el paisaje;
- (iii) las áreas de influencia – áreas donde el uso del suelo – las funcionalidades urbanas – está directamente articulado con el uso del suelo del área a ser preservada<sup>37</sup>.

De ello, se concluye que no se puede pensar en planificación y gestión de esas áreas sin tener en cuenta el contexto territorial en el cual se insertan y, por supuesto, los aspectos socioeconómicos y culturales que comportan. Desde la perspectiva patrimonial, se reconoce que se trata de una clasificación más que necesaria, habida cuenta de que indica las características y la dimensión de esos sitios históricos urbanos y, consecuentemente, subentiende su correspondiente complejidad y la magnitud de las cuestiones a enfrentar de cara a su preservación.

En este sentido, para su planificación y gestión turística la clasificación de esas áreas, en tanto que bases territoriales de recogida de informaciones, categorías de análisis y unidades urbanas de planeamiento, se constituye en una clave importante para su desarrollo, posibilitando identificar, si se trata de un local ideal/attractivo, un local especulativo o un local problemático, donde habría que establecer en función de ello medidas específicas (BRITO, 2005).

En el primer caso, presenta muchas oportunidades significativas y pocas amenazas, proporcionándole condiciones favorables para el desarrollo turístico; en el segundo, presenta a la vez oportunidades y amenazas en niveles equivalentes, lo que va a indicar el sentido de oportunidad y la necesidad de una evaluación

**TABLA 01  
CARACTERIZACIÓN DEL OBJETO  
PATRIMONIAL  
SITIOS INVESTIGADOS CON BIENES  
CULTURALES  
DECLARADOS PATRIMONIO CULTURAL DE  
LA HUMANIDAD**

Ciudad	Tipología del objeto declarado		
	Territorialidad	Espacialidad	Estructura Física
<b>En Brasil</b>			
Ouro Preto	Sitio Urbano	Espacio Compacto	Ciudad Histórica
<b>En España</b>			
Córdoba	Sitio Urbano	Espacio Compacto	Centro Histórico
Granada	Sitio Urbano	Espacio Compacto	Conjuntos Históricos
Santiago de Compostela	Sitio Urbano	Espacio Compacto	Centro Histórico
Toledo	Sitio Urbano	Espacio Compacto	Ciudad Histórica
Sevilla	Sitio Urbano	Espacio Compacto	Conjunto Histórico (Monumentos)

Fuente: elaboración propia.

Dichas tipologías correspondieron a categorías operacionales de cara a la planificación y gestión de esas áreas, denominadas genéricamente “Áreas Urbanas de Interés Patrimonial”, las cuales deberían considerar (BRITO, 2005):

- (i) las áreas protegidas – declaradas oficialmente, en todos los niveles político-administrativos, como sitios urbanos patrimoniales;

<sup>35</sup> Coincidentes o no con las zonas de amortiguamiento previstas en los estudios de nominación de bienes culturales a Patrimonio de la Humanidad.

<sup>36</sup> El concepto de *ambiencia* aquí se refiere al “espacio arquitectónicamente organizado, que constituye un medio físico o estético apropiado para cualquier actividad humana” (PRIBERAM, 2007: 14.08.07)

<sup>37</sup> El establecimiento de esta área es de suma importancia para el desarrollo de los análisis pretendidos, visto que se considera que, a menudo, problemas incidentes en los sitios urbanos patrimoniales son, en realidad, generados fuera de él, lo que podrá evitar evaluaciones parciales o equivocadas del problema que inciden en soluciones que más actúan sobre sus efectos que sus causas, siendo por lo tanto de resolución temporal y fugaz.



detenida; y en el último, las amenazas superan las oportunidades que puedan existir, haciéndolo inviable por las razones que se indiquen en su caso (BRITO, 2005).

Otras acepciones válidas pueden servir para orientar ese proceso de planificación y gestión, cuyos parámetros están, por un lado, orientados por el tamaño y la entidad de los recursos culturales, así considerados, y, por otro, por el grado de puesta en valor de los recursos culturales existentes, así constatados.

A raíz de ello y teniendo en cuenta los casos analizados, se puede considerar que:

(i) En el primer aspecto<sup>38</sup>, de connotación más patrimonial, a partir de lo que sostiene Torres Bernier, son categorizadas las siguientes tipologías y consecuencias de la actividad turística en esas áreas (TORRES BERNIER, 2003):

- grandes metrópolis con espacios monumentales de interés: son las aglomeraciones metropolitanas con cascos antiguos y monumentos de alto interés, donde se producen flujos turísticos diversos, animados por motivaciones que van más allá de las culturales, como negocios, salud y diversión, entre otros. Dada la diversificación funcional existente, por la complejidad e intensidad de las actividades económicas desarrolladas en esas aglomeraciones, la actividad turística se inserta como una más en el contexto urbano, ocupando su “espacio” propio en la multifuncionalidad urbana existente en ese territorio. La investigación no ha tratado de esa realidad específica, aunque se podría considerar el caso de Sevilla bastante próximo a esa situación;



*Casco antiguo de Sevilla, con la Giralda destacada al fondo*

Foto 14: BRITO, M., 2007.

- grandes ciudades con enclaves monumentales importantes o eminentemente monumentales: son las aglomeraciones urbanas<sup>39</sup> en las que la presencia de espacios e hitos histórico- monumentales tiene un fuerte peso relativo, lo que implica en que su presencia en el tejido urbano es extensa, traduciéndose en la apropiación del espacio urbano mediante usos y costumbres que son considerados auténticos, es decir, tradicionales. En ese caso, el turismo compite, a menudo con ventaja, con otras actividades económicas y con usos diferentes del suelo urbano. La actividad turística aquí genera presiones por la transformación funcional urbana, conllevando a situaciones de conflicto por sus impactos decurrentes en la disputa por su propio espacio. Se podrían considerar en ese caso, las ciudades de Córdoba y Granada;

<sup>38</sup> Análogo, desde su perspectiva, a lo indicado por el estudio realizado en Brasil que ha propuesto el “Plan de Preservación del Sitio Histórico Urbano” – PPSH, como instrumento de planificación y gestión compartida de sitios urbanos patrimoniales. Cf. BRITO, 2005.

<sup>39</sup> Con una población “entre cien mil y un millón de habitantes” (TORRES BERNIER, 2003: 36).



*Calle en el centro histórico de Córdoba – La Judería – con explícita transformación funcional a favor del turismo.*



*El barrio del Albaycín, donde ya se verifica progresiva transformación funcional a favor del turismo.*

*Fotos 15,16: BRITO, M., 2007.*

- ciudades intermedias monumentales: son las localidades<sup>40</sup> en las que buena parte de su tejido urbano es monumental, con monumentos de gran valor en su interior, donde la trama histórica a pesar de desempeñar funciones no turísticas, es el turismo la actividad más dinamizadora generando cambios funcionales importantes, haciendo frágiles los espacios patrimoniales y los recursos culturales que los contienen. En ese caso, sin una planificación y gestión adecuadas, la actividad turística gana contornos preocupantes, al condicionar la ciudad entera y su desarrollo, desencadenando fuertes intereses y presiones y niveles serios de

<sup>40</sup> Con una población “inferior a cien mil habitantes” (TORRES BERNIER, 2003: 37).

vulnerabilidad urbana. Aquí podrían ser destacados los casos de Santiago de Compostela, Toledo y Ouro Preto.;



*Feria de Artesanía, en especial de la “pedra-sabão” – una piedra muy blanda encontrada en la región – en el Largo do Coimbra, en Ouro Preto.*

*Foto 19: BRITO, M., 2006.*



*Vista de Santiago de Compostela, en la zona de Porta de Faxeirás, al borde de la ciudad vieja.*



*Vista de la Plaza de Zocodover, en el casco antiguo de Toledo.*

*Fotos 17,18: BRITO, M., 2007.*



- ciudades intermedias con enclaves monumentales de interés: las localidades<sup>41</sup> que a lo largo de su trayectoria han perdido su dimensión monumental, en función de procesos de renovación y crecimiento urbanos, pero manteniendo algunos hitos monumentales o espacios de interés cultural que pueden suscitar todavía el desarrollo de la actividad turística, aquí considerada de menor extensión y de limitado protagonismo, exigen esfuerzos importantes para promover las dotaciones necesarias para generar funcionalidades básicas para su desarrollo turístico, lo que supone de hecho reconocer su dudable atracción. No se aplica a ningún de los casos estudiados;

- hitos monumentales: sitios o zonas aisladas, fuera de la trama urbana, con edificaciones o monumentos que por su importancia pueden generar una actividad turística dirigida y focalizada. La actividad turística en cuestión supone una serie de medidas para soportar su desarrollo, en función de posibles impactos generados, según su naturaleza, estado de conservación, valores simbólicos, uso y ubicación en el territorio – su relación con el entorno inmediato y a las áreas urbanas más cercanas. La actividad turística aquí para hacerse sostenible demanda una mayor diversificación, incluyendo otros recursos culturales y del entorno territorial en la oferta turística, al proporcionar atractivos complementarios para hacerlo viable y descomprimir su acceso al ofrecer alternativas asociadas de visitación. No se

aplica a ningún de los casos estudiados.

(ii) En el segundo aspecto<sup>42</sup>, de connotación estrictamente turística y vinculada a las capacidades de esas áreas convertirse en productos turístico-culturales – grado de puesta en valor de sus recursos culturales – son caracterizadas por Torres Bernier las siguientes tipologías (TORRES BERNIER, 2003):

- ciudades potencialmente turísticas: configuradas así en función de su ubicación respecto a los flujos o mercados de demanda turísticos; el escaso interés de sus recursos; la falta de accesibilidad a los mismos; el desconocimiento de su existencia por parte de los visitantes potenciales; y la carencia de su puesta en valor; todo ello genera la falta de explotación turística. No se aplica a ninguno de los casos analizados;
- ciudades de entidad turística débil: de características semejantes al caso anterior, pero considerando los flujos turísticos existentes, su naturaleza, motivación y características, de cara a posibilitar procesos de planificación para su dinamización y desarrollo. Puede ser considerado el caso de Ouro Preto como próximo a esa realidad;



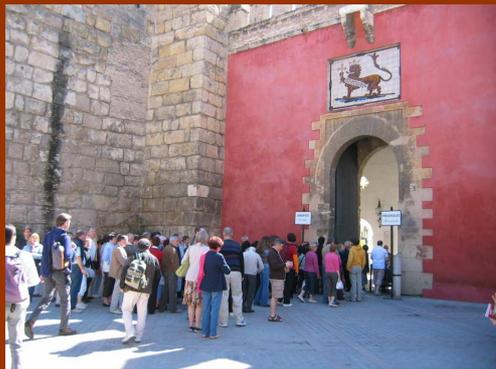
*Ouro Preto y el movimiento confuso de turistas por el centro de la ciudad. En primer plano, la Iglesia de São Francisco de Assis. Foto 20: BRITO, M., 2006.*

<sup>41</sup> De mismas dimensiones que el caso anterior (TORRES BERNIER, 2003: 38).

<sup>42</sup> Cf. BRITO, 2005.



- ciudades de creciente explotación turística: relacionadas con ofertas turístico-culturales consolidadas que, tras un periodo de estancamiento o incluso de recesión, están conociendo una rápida expansión que sin embargo, tiende a desembocar en situaciones de gran complejidad que ponen en riesgo tanto los recursos culturales como la actividad turística en si misma. Santiago de Compostela y Sevilla parecen acercarse más a ese contexto, aunque con sus matizaciones específicas;
- ciudades de intensa explotación turística: que llegaron a situaciones que tras un rápido periodo de crecimiento, se hallan en el límite de presión de sus recursos culturales, afectando tanto al correcto funcionamiento de los productos turístico-culturales como al mercado turístico cautivo. Pueden ser consideradas próximas a esa realidad las ciudades de Toledo, Córdoba y Granada.



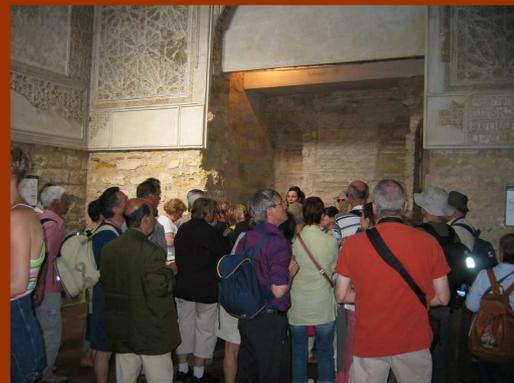
*Detalle de las murallas y de la Puerta del León, entrada principal de visitantes al recinto del Real Alcázar de Sevilla, que está considerado como el Palacio Real en uso más antiguo de Europa. Según datos del Consorcio de Turismo de Sevilla, el número de visitantes ha vuelto a crecer en 2006, en una trayectoria que venía, desde 2001, perdiendo visitantes, lo que pone en cuestión la atención a la calidad de la visita que debe ser proporcionada por los gestores de los productos turístico-culturales.*

*Fuente: FUNDACIÓN EL LEGADO ANDALUSÍ, 2006; PATRONATO DEL REAL ALCÁZAR DE SEVILLA, 2005; UNESCO, 2003; CONSORCIO TURISMO DE SEVILLA, 2006.*



*Hacinamiento en las calles del centro histórico de Santiago de Compostela.*

*Fotos 21,22: BRITO, M., 2007*



*La Sinagoga, en la Judería, núcleo de población más primitivo de Córdoba, de estrechas callejas de herencia musulmana, donde la aglomeración de grupos de turistas dificultan cualquier concentración y aprehensión del espacio y su ambiente, pone en riesgo el disfrute y la conservación a la larga del edificio.*

*Foto 23: BRITO, M., 2007.*

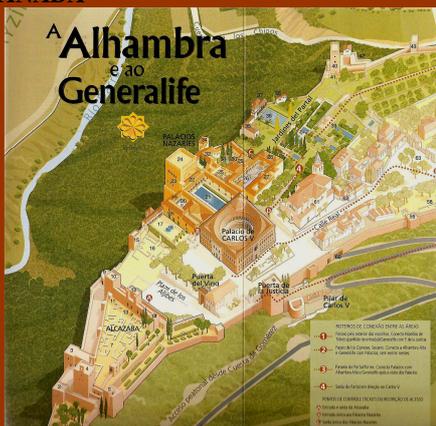


Entrada a los Palacios Nazaríes (Sala del Mexuar, el antiguo Tribunal Real), en La Alhambra, Granada, hoy por hoy, donde se controla su capacidad de acogida, mediante la gestión de flujos de visitantes. Los estudios previos desarrollados para su manejo indicaron que, en su momento, existía “un relativo consenso entre instituciones, empresarios, vecinos y personas cualificadas del ámbito de la conservación del patrimonio, en considerar excesivo el actual número de visitantes”, lo que ha exigido de las autoridades locales responsables de su gestión una posición política en defensa de un mayor control de visitantes y no someter el Conjunto Monumental más de lo que este puede y debe dar”

Fuente: PATRONATO DE LA ALHAMBRA Y GENERALIFE, 1999: 81, 86.

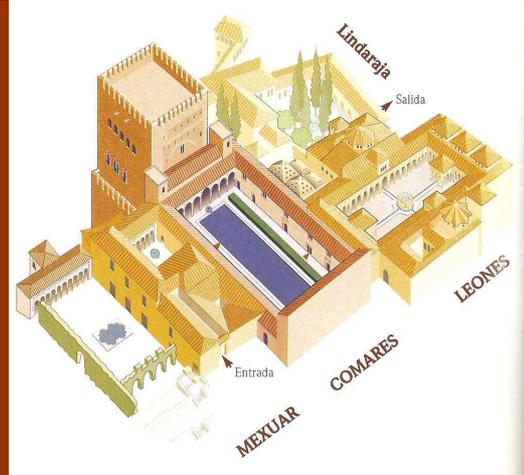
Foto 24: BRITO, M., 2007.

**ESQUEMA 03 - VISTA PARCIAL DE LA ESTRUCTURA DEL CONJUNTO MONUMENTAL DE LA ALHAMBRA, EN GRANADA**



Fuente: EDILUX, 2002.

**ESQUEMA 04 - DETALLE DE LOS PALACIOS NAZARÍES, CON LA ÚNICA ENTRADA AL RECINTO, LO QUE FACILITA EL CONTROL DE VISITANTES**



Fuente: EDILUX, 2002.



El “monocultivo turístico” de algunas zonas centrales de Toledo pone en riesgo la necesaria multifuncionalidad urbana en un área todavía poco poblada.

Foto 25: BLOS, H., 2007.

Las aproximaciones antes indicadas resultan un ejercicio siempre beneficioso, al servir para conocer, identificar y orientar el proceso de toma de decisiones, sea de gestores públicos sea de empresarios, en cuanto a la oportunidad y al modo de hacer para que las ciudades históricas sean destinos turísticos plenos y obtener de ello las mejores ventajas.

Así, como unidad territorial específica, es decir, un espacio geográfico homogéneo, la ciudad histórica puede ser considerada destino turístico cuando (VALLS, 2006):

- (i) se constituya en una unidad básica de gestión, capaz de soportar objetivos de planificación<sup>43</sup>;

<sup>43</sup> Aunque en esta investigación se haya dado énfasis a la localidad como destino turístico, es cierto que dicho concepto puede ser adoptado, en la perspectiva turística, para espacios geográficos de distintas escalas, como países, regiones, provincias, ciudades u otras formas de agrupaciones territoriales. Cf. VALLS, 2006.



- (ii) posea o llegue a adquirir centralidad desde el punto de vista del interés turístico para su desarrollo adecuado, teniendo en cuenta los niveles de capacidad de acogida correspondientes;
- (iii) presente una oferta turística estructurada a servicio de determinadas satisfacciones de los clientes, donde la experiencia de la visita resulte placentera y enriquecedora<sup>44</sup>;
- (iv) construya una marca que se presente en forma de imagen atractiva que traduzca toda la oferta, facilite su identificación en la sociedad y en los mercados y genere una interacción afectiva/sensitiva entre demanda y oferta;
- (v) sea dotado de una función de comercialización conjunta, mediante acciones de publicidad y marketing que juegue con los diversos atractivos existentes en el destino a partir de una perspectiva estratégica y de una acción integrada.

Así, los destinos son la resultante de productos turísticos dispuestos en un determinado territorio (VALLS, 2006), los cuales deben jugar una relación objetiva, de orden temático, asociados a servicios e infraestructuras que propicien su consumo turístico adecuado.

Sin embargo, no parece suficiente considerar una determinada localidad un destino turístico en sí mismo, sólo en función de los atractivos que posea, sin que no se lleve a cabo ninguna o casi ninguna acción para convertirlos, de hecho, en productos turísticos factibles de consumo mediante visita turística.

Lo que Ejarque denomina “destinos-contenedores” (EJARQUE, 2005) llega a ser en realidad una verdadera trampa para los que buscan, por el interés personal y sin motivación generada en función de reclamos publicitarios, conocer determinados lugares, espontáneamente, sin que se produzca nada que conduzca a esa finalidad. Ello, más bien, pone en riesgo tanto los atractivos existentes como la esencia de la propia visita que la ha motivado, haciéndola potencialmente frustrante y no placentera.

En cambio, el desarrollo de “destinos-productos” (EJARQUE, 2005)<sup>45</sup>, parece ser la

clave para su sostenibilidad, presuponiendo que ha habido una planificación de la actividad, la provisión de una serie de prestaciones relacionadas directa o indirectamente con ella, así como el fomento de una visita activa, más participativa y no meramente observadora. Hay un dictamen que dice que “el visitante recuerda el diez por cien de lo que oye, el treinta por cien de lo que lee, el cincuenta por cien de lo que ve y el noventa por cien de lo que hace” (CAMARERO IZQUIERDO y GARRIDO SAMANIEGO, 2004: 93). Hay, por lo tanto, que pensar en ello en el momento de la planificación y gestión de destinos turísticos sostenibles.

Calle Vaquero indica que “el hecho de que un monumento o cualquier otro tipo de edificio de valor ambiental no esté acondicionado para la visita pública no significa necesariamente que carezca de funcionalidad turística. En este caso, su aportación al producto turístico ‘ciudad histórica’ estriba en sus dimensiones externas (volumen, fachadas etc.) o más específicamente, como componente externo en la configuración del ambiente histórico o historicista de diferentes sectores urbanos, ambiente que hace de un número reducido de barrios los espacios turísticos por excelencia” (CALLE VAQUERO, 2002: 185), en tanto que escena urbana.

Sin embargo, cabe cuestionar en qué condiciones dichos elementos, integrantes de esa misma escena urbana, deben presentarse, al menos en lo que respecta a sus niveles de conservación, para que sean consumidos en su individualidad y en su conjunto como parte integrante de un paisaje urbano pintoresco, agradable para la contemplación y el esparcimiento, en fin para la deambulación y fruición estético-cultural del visitante, en contraposición a una visita más activa e interactiva con el lugar.

Lo cierto es que la actividad turística, que hace de las ciudades históricas destinos turísticos, promueve, vía concentración espacial de los visitantes y de los usos turísticos asociados, la selectividad espacial del tejido urbano, lo que Ashworth y Tunbridge<sup>46</sup> ha denominado como “ciudad histórico-turística” (CALLE VAQUERO, 2002).

Así, la “ciudad histórico-turística” que, en general, representa y contiene parte de la ciudad histórica, se conforma mediante un juego de

<sup>44</sup> Cf. ICOMOS, 1999.

<sup>45</sup> Pese a que, como constata Ejarque, haya sido desarrollado en los años sesenta y setenta en el marco de los destinos turísticos de masa, como los de sol y

playa (EJARQUE, 2005), teóricamente, los planteamientos básicos por él indicados son válidos hacia el desarrollo de una actividad turística sostenible.

<sup>46</sup> Cf. ASHWORTH y TUNBRIDGE, 1990.

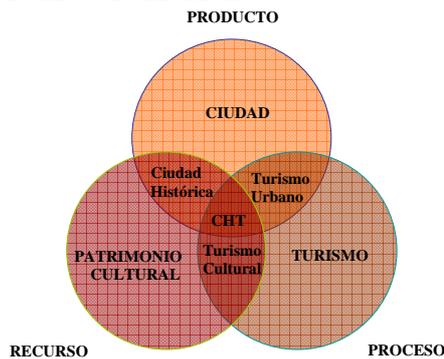


relaciones pautadas en tres dimensiones (ASHWORTH, 2003):

- (i) la primera, de naturaleza espacial, relacionada con el contexto de la propia ciudad de por sí;
- (ii) la segunda, de naturaleza cultural, relacionada con las características del patrimonio cultural existente;
- (iii) la tercera, de naturaleza comportamental, relacionada con la actividad turística desarrollada en función de las expectativas y motivaciones de los visitantes.

Puede ser entendida, por tanto, por el esquema desarrollado a partir de Ashworth como la intersección de los ámbitos “ciudad”, “patrimonio cultural” y “turismo”.

#### ESQUEMA 05 CONFIGURACIÓN DE LA CIUDAD HISTÓRICO-TURÍSTICA



CHT = Ciudad Histórico-Turística

Fuente: Elaboración propia, a partir de ASHWORTH (2003).

Este esquema sirve para apuntar algunos axiomas que pueden ayudar a entender aspectos de la funcionalidad turística que necesitan estar presentes en los procesos de gestión urbana y de gestión del patrimonio cultural de esas ciudades por lo que comporta y que no siempre encuentra eco en la planificación de esas materias.

Considerando las entrevistas con expertos y gestores que actúan directa o indirectamente en ese campo se puede expresar lo siguiente:

- (i) no toda ciudad histórica es turística o puede convertirse en ciudad histórico-turística:
  - no se puede considerar una panacea conducir las políticas de desarrollo local teniendo en cuenta que esas ciudades sólo tiene esta salida. Hay que evitar el monocultivo,

- (ii) el turismo cultural no es actividad exclusiva y estricta a la ciudad:

- el desarrollo de la actividad turística depende, en esencia,

generado si no debidamente planificado, por la presencia excesiva de la actividad turística y consecuentes procesos de ocupación y uso del suelo por el turismo en ciudades con actividad económica débil y dependiente de su entorno territorial;

- la ciudad histórica en todo su término no dispone de los requerimientos demandados por el desarrollo de la actividad turística, ya que su realización se da de modo concentrado y selectivo en el espacio urbano<sup>47</sup>;

- las estructuras urbanas, arquitectónicas y sociales y el entorno ambiental son condicionantes importantes para llevar a cabo iniciativas de desarrollo turístico en sitios históricos urbanos que, por su fragilidad, podrán llevar a situaciones extremas de ennoblecimiento de determinados espacios – no todos – de la ciudad, por su capacidad de absorber determinadas funciones, incrementando procesos de segregación socioespacial y de intensificación de lo que se podría llamar de dicotomía entre la ciudad turística y el resto de la ciudad;

- cuando se fomenta a todo coste y a cualquier precio, las ciudades sufren todos los inconvenientes de un turismo mal planeado, a título de reconversión de áreas económicamente deprimidas y estancadas, como justificante en los discursos políticos poco comprometidos con el desarrollo sostenible, hecho que debe ser evitado y combatido;

<sup>47</sup> Cf. CALLE VAQUERO, 2002.



como ya indicado, de las motivaciones e intereses de aquellos que la generan, así como el *locus* de esa motivación e interés puede estar presente en otros territorios, no urbanos, como las zonas rurales, de montaña, los parques naturales, entre otros, en función de los modos de vida que le son inherentes y del foco de atención buscada por los visitantes;

- en la ciudad se desarrollan otras actividades enmarcadas en el ámbito del turismo, denominadas genéricamente de turismo urbano<sup>48</sup>, asociado a las prestaciones y servicios que las ciudades pueden brindar al visitante, con independencia de su patrimonio cultural y que se halla, hoy por hoy, cada vez más especializado, como por ejemplo, la realización de convenciones, congresos, encuentros profesionales, enseñanza idiomática, compras, tratamientos de salud, ocio vinculado con actividades artísticas – como festivales de cine, teatro y danza –, entretenimiento en general, entre otros;
- la estrecha vinculación del concepto de turismo cultural al turismo urbano está asociada a la densa carga patrimonial que poseen, en general, las ciudades, particularmente las europeas, donde su expresión es evidente, sin que ello signifique que son estrictamente lo mismo, sino parte de él;
- la presencia grandilocuente del patrimonio cultural en determinadas ciudades, en función de la monumentalidad de sus construcciones y demás elementos urbanísticos y paisajísticos existentes o del reconocimiento de

su valor simbólico, como las ciudades Patrimonio de la Humanidad, presupone para el desarrollo adecuado del turismo cultural, tener en cuenta los recursos existentes, su disposición en el espacio y la relación que puede ser construida entre ellos, nexos que han de permitir establecer, a priori, una lógica para la visita turística como una sugerencia para el visitante, en contraposición a su somera presentación, a menudo, equivocadamente considerada suficiente y un atractivo más del turismo urbano, lo que se constituye en un error cándido de comunicación turística<sup>49</sup>.

(iii) el patrimonio cultural como atractivo no se asienta en toda la ciudad, con raras excepciones:

- el establecimiento de señas de identidad reside en un proceso discrecional, valorado a partir y en función de la atribución de valor otorgado al patrimonio cultural existente y su inclusión en cuanto bien cultural de una determinada colectividad, por tanto, perteneciente a un mercado particular, en cuanto objeto de cultura<sup>50</sup>;
- el patrimonio cultural, como bien cultural, es decir, referencia oficialmente reconocida por el Poder Público, es el testimonio o la manifestación resultante del conjunto de conocimientos humanos de una determinada sociedad en una determinada etapa física y temporal de su cultura<sup>51</sup>, lo que por ese

<sup>48</sup> Cf. CAZES, 1998; MARCHENA GÓMEZ, 1998; WILLIAMS, 1998; entre otros.

<sup>49</sup> Cf. BRITO, 1992.

<sup>51</sup> Cf. LOPES FILHO, 1990.



sentido relacionado – significado – engendra espacios urbanos privilegiados y socialmente segmentados en la ciudad<sup>52</sup>;

- la actividad turística pautada en el patrimonio cultural suele focalizarse en un número reducido de elementos, de configuración monumental, en lo que respecta al patrimonio cultural de naturaleza material<sup>53</sup>, o de expresión exótica, en lo que respecta al patrimonio cultural de naturaleza inmaterial, para los cuales, su consumo, cuando permitido y posible, corresponde a territorios exclusivos que se perfilan en la ciudad;
- como atractivo para el desarrollo de la actividad turística, el patrimonio cultural sólo es verdaderamente consumido al comunicar una imagen predeterminada, construida, a menudo, artificialmente, por los gestores turísticos, lo que, sin embargo, no siempre se fundamenta en los valores culturales intrínsecos que ese patrimonio posee, cuya difusión por los gestores patrimoniales es quizás más deseable.

La idea de valor patrimonial, hoy genéricamente más difundida y aceptada por la sociedad en general, carece todavía de mayor precisión. Se hacen necesarias acciones educativas para que tanto residentes como visitantes valoren la importancia tanto de los bienes culturales heredados como de las manifestaciones culturales vivas enraizadas en la sociedad, elementos importantes de su identidad cultural. Se cree que el turismo puede jugar ese papel como fuente de acceso al conocimiento, al intercambio y a la experimentación. Una actividad turística bien conducida puede constituirse como importante herramienta para el desarrollo de acciones de sensibilización y de educación para el patrimonio cultural. Se cree

que el turismo cultural se constituye, en ese caso, en una vía donde dichas acciones pueden implementarse satisfactoriamente, aunque haya otras vías de concreción.



*Ejemplos de material producido sobre la ciudad de Córdoba, su patrimonio y personajes, una verdadera invitación al conocimiento y al descubrimiento y a la diversión.*

*La iniciativa "Los Secretos de Córdoba", por ejemplo, establece un itinerario turístico movilizándolo a los visitantes y residentes a conocer la ciudad y su historia, en forma de juego que pregunta sobre los museos, monumentos y cultura de la ciudad, ofreciendo al final para el "concurante" un diploma y un recuerdo u obsequio de la ciudad.*

*Fuente: CONSORCIO TURISMO DE CÓRDOBA, s.f.; MUSEO DE BELLAS ARTES, s.f.; CAJASUR, s.f.*

*Fotos 26,27; BRITO, M., 2007.*

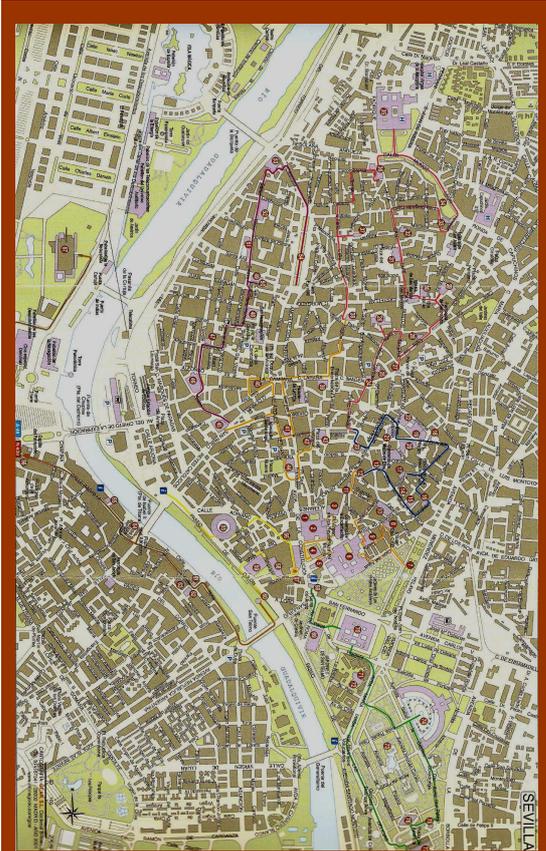
Por otro lado, la investigación realizada permite indicar que, debidamente orientado, el turismo se convierte en una importante herramienta para solventar acciones de desarrollo urbano de las ciudades que tomen como marco de referencia su patrimonio cultural y, por tanto, promueva acciones de recuperación y revitalización de áreas urbanas con valor cultural agregado, mediante proyectos de rehabilitación urbana, restauración de monumentos, señalización turístico-cultural del área, iluminación pública de hitos monumentales etc. En ese sentido, es cierto afirmar que el turismo sí puede estar al servicio de la preservación del patrimonio cultural material de las ciudades, al estar insertado en la lógica del consumo de la ciudad

<sup>52</sup> Cf. MILET, 1988.

<sup>53</sup> Cf. CALLE VAQUERO, 2002; GARCÍA HERNÁNDEZ, 2001.



histórico-turística. Se verifica que en función de ello, el turismo está sirviendo para argumentar desde la urbanística justificaciones de inversión en áreas de la ciudad histórica que todavía no es turística pero con potencial para serlo, como, por ejemplo, lo que se verifica en Sevilla.



*La indicación de itinerarios turísticos suele apuntar necesidades y posibilidades para inversión, lo que en el caso del Centro Histórico de Sevilla implica su puesta en valor turístico en todo su término, como se verifica en el plano anterior.*

*Fuente: CONSORCIO TURISMO DE SEVILLA, s.f.b*

#### **CUADRO 04 SEVILLA Y LA APUESTA POR SU DESARROLLO TURÍSTICO EN EL PLAN GENERAL DE ORDENACIÓN URBANÍSTICA DE 2006**

*El Plan General de Ordenación Urbanística para Sevilla (2006) señala para el desarrollo de su Centro Histórico, por un lado, el reconocimiento del estado de madurez de otras zonas de la ciudad que adquirieron centralidad urbana y, por tanto, el papel que debe jugar el centro con el resto de la ciudad y, por otro, además de intensificar el uso residencial considerando el centro como un lugar para vivir, también y con vistas a su dinámica económica, intensificar su uso turístico y, en este caso, propone:*

- *la expansión del área turística de la ciudad;*
- *el descongestionamiento de área turística consagrada y, por consecuencia, la minimización de sus efectos negativos existentes;*
- *la expansión de la actividad económica que va aparejada al turismo;*
- *la ampliación de la puesta en valor de edificios de interés patrimonial, a fin de potenciar el atractivo turístico de la ciudad.*

*Para tanto, se plantea grandes proyectos urbanísticos como:*

- *Proyecto “Metropol Parasol”, en la Plaza de la Encarnación, con la instalación de un Museo de Historia de la Ciudad, un restaurante con mirador y la reinstalación del Mercado de Abastos;*
- *Proyecto “Orilla de la Dársena del río Guadalquivir, con vistas a orientar y potenciar el uso público para los ciudadanos y visitantes, incidiendo, entre otros aspectos, en la valorización de determinados hitos monumentales, como la Torre del Oro.*
- *el Plan de Desarrollo turístico de la ciudad hacia el Barrio de Triana.*

*Por consiguiente, “el Plan pretende fomentar actividades urbanas dinamizadoras como son: cultura-ocio, turismo y terciario, a partir de las potencialidades existentes y tanto para la reactivación funcional del Centro Histórico como para la recuperación urbana de las áreas más degradadas”. Además, indica que “las actividades urbanas centrales más importantes, con efectos de revitalización funcional, son la cultura relacionada con el ocio, el turismo y el comercio, todas ellas muy vinculadas entre sí y potenciándose unas a otras”. Se observa, también, que respecto al sector turístico, el patrimonio histórico-cultural, las grandes fiestas de primavera [Semana Santa y Feria de Abril] y su oferta cultural hacen de Sevilla una ciudad atractiva para el turismo. La protección y conservación del Centro Histórico no es un objetivo meramente estético o culturalista sino que debe tender a mejorar la calidad de vida de la población y a fomentar el desarrollo de un modelo turístico de calidad. En Sevilla se produce la integración de los flujos de visitantes con su actividad de gran importancia económica y social, por lo que supone un hecho muy importante para la ciudad”.*

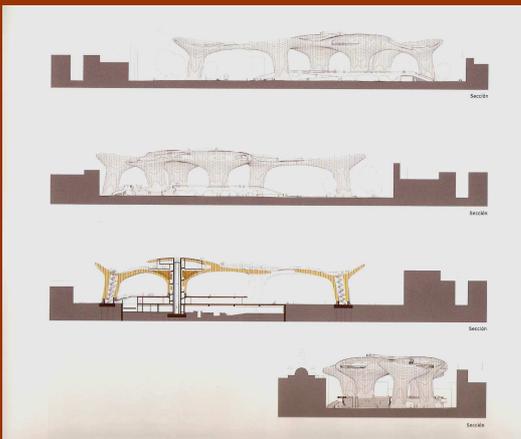


Detalle del PGOU 2006 – Ámbitos del Planeamiento incorporado: Conjunto Histórico de Sevilla.

Fuente: AYUNTAMIENTO DE SEVILLA, 2006: XIII, 21.



Proyecto del Mercado y Plaza de la Encarnación, de Jürgen Mayer (2004, ganador de concurso internacional), propuesto para los siguientes contenidos: plaza pública, mercado de abastos, museo arqueológico, restaurante y mirador elevado.



Detalles del proyecto donde se puede verificar su inserción en el área, lo que pone en duda su ubicación, a pesar de su carácter novedoso.

Fuente: FIDAS/COAS/AYUNTAMIENTO DE SEVILLA, 2006.

Y desde la conservación del patrimonio, se verifica dicha afirmación, cuando se aplican recursos financieros en la puesta en valor de determinados hitos monumentales que se constituyen en recursos culturales centrales para las estrategias de desarrollo turístico en ciudades históricas que ya se consolidaron como destinos turísticos o en aquellas que están apostando por su dinamización como alternativa para su propio desarrollo socioeconómico.

#### CUADRO 05 HITOS MONUMENTALES Y DESARROLLO TURÍSTICO



Centro de Información Turística instalado en el centro de la ciudad de Ouro Preto, punto focal de llegada de visitantes. En su caso, se trata de la reconstrucción – en sus aspectos externos – del edificio colonial que había en el local y que había sido destruido por un incendio.

Foto 28: BRITO, M., 2006.

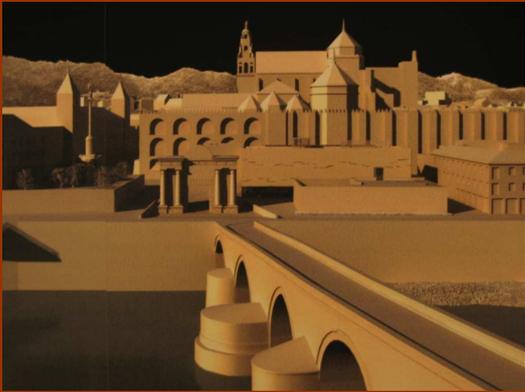


Espacio expositivo de divulgación y presentación de las intervenciones a los ciudadanos que ha sido instalado en el local, constituyéndose en interesante iniciativa de sensibilización.

Las intervenciones de mejora del espacio urbano y de sus principales equipamientos que se está llevando a cabo en la ciudad de Córdoba demuestra la necesidad e importancia de ir más allá en la preservación del patrimonio cultural de la ciudad, generar motivaciones positivas en relación con su patrimonio, tanto para residentes como para

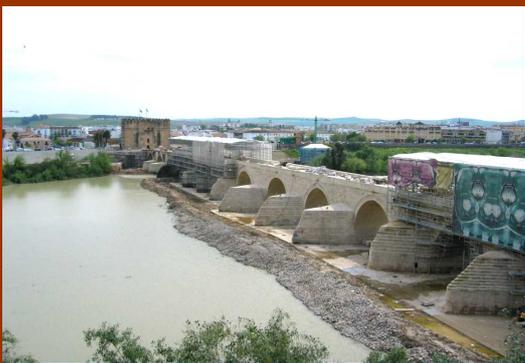


visitantes, insertando tales iniciativas en un proyecto global de ciudad, de mejora de la calidad de vida local y de desarrollo sostenible. Las actuaciones que se están llevando a cabo en el ámbito de las acciones del Plan de Actuaciones en el Puente Romano y Entornos de la Puerta del Puente y de la Calahorra de Córdoba es un ejemplo, con la restauración del Puente Romano, de la Puerta del Puente y de la Calahorra del Puente, la construcción del edificio de Recepción de Visitantes y la urbanización del entorno del área. Desarrollada por la Consejería de Obras Públicas y Transportes de Junta de Andalucía, esa actuación pone en valor el Eje Monumental de la ciudad, las intervenciones propuestas pretenden el “acondicionamiento de la totalidad del espacio público en ambas márgenes del río [Guadalquivir], que constituye el Eje Monumental, para su mejora e integración en la estructura urbana”, además de la “implantación de un relevante equipamiento público “Edificio de Recepción de Visitantes” en el enclave urbano previsto en el planeamiento urbanístico”.



Maqueta del Proyecto: Juan Cuenca, arquitecto y Gonzalo Moreno, ingeniero de Caminos.

Fuente: JUNTA DE ANDALUCÍA/CONSEJERÍA DE OBRAS PÚBLICAS Y TRANSPORTES, 2007.



Obras de restauración del Puente Romano, elemento fundamental del Eje Monumental, un elemento de especial importancia para la ciudad no sólo como gran ejemplar de la arquitectura e ingeniería civil, sino también por su función de vía de comunicación e intercambio comercial.

Fuente: JUNTA DE ANDALUCÍA/CONSEJERÍA DE OBRAS PÚBLICAS Y TRANSPORTES, 2007.

Fotos 29,30,31: BRITO, M., 2007.

Ya desde la perspectiva de la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial, se comprende que se trata de una cuestión más delicada, por las características del bien cultural en sí mismo. Las acciones de salvaguardia consideradas básicas, desde la perspectiva patrimonial, son aquellas que permiten asegurar las condiciones materiales de (re)producción y transmisión del bien, lo que puede incluir (IPHAN, 2006a: 25):

- (i) “apoyo a la transmisión del conocimiento para las generaciones más jóvenes;
- (ii) promoción y divulgación del bien cultural;
- (iii) valorización de “maestros” y “ejecutantes”;
- (iv) mejoramiento de las condiciones de acceso a materias primas y mercados consumidores;
- (v) organización de actividades comunitarias”

Teniendo en cuenta esas líneas de actuación, propias de los Planes de Salvaguardia<sup>54</sup> que están en proceso de implementación en Brasil, por ejemplo, se cree que el turismo puede, en algunos casos, ayudar a crear ciertas condiciones materiales para la permanencia del bien cultural y en algunos casos para su difusión y comercialización en cuanto producto turístico-cultural.

La gastronomía, las danzas y músicas autóctonas son, por ejemplo, recursos culturales que pueden, si son debidamente trabajadas, convertirse en productos turísticos-culturales<sup>55</sup> de primer orden,

<sup>54</sup> Eses Planes de Salvaguardia tienen como premisa el conocimiento producido sobre el bien cultural inmaterial durante los procesos de inventario y Registro. Este último, reside en la “forma de reconocimiento de las expresiones de naturaleza inmaterial que deben ser parte integrante del patrimonio cultural” y “establece el compromiso del Estado en documentar, producir conocimiento y apoyar la continuidad de esas prácticas socioculturales”, lo que implica “más documentación y conocimiento y menos intervención”. Para tanto, son considerados objeto de Registro, “‘saberes’: conocimientos y modos de hacer enraizados en el cotidiano de las comunidades; formas de expresión: manifestaciones literarias, musicales, plásticas, escénicas y lúdicas; celebraciones: rituales y fiestas que marcan la vivencia colectiva del trabajo, de la religiosidad, del entretenimiento y de otras prácticas de la vida social; y lugares: mercados, ferias, santuarios, plazas y demás espacios donde se concentran y se reproducen prácticas culturales colectivas” (IPHAN, 2006: 18, 21, 22 y 25).

<sup>55</sup> Los llamados “folcloristas” dudan o cuestionan la posibilidad de manejo sostenible de manifestaciones culturales sin descaracterizarlas, bajo un constante conflicto entre tradición y modernidad, no exento de connotaciones ideológicas y pautada en la “espectacularización” de la manifestación misma (SOUZA, 2006). Sin embargo, no dejan de acreditar al turismo la posibilidad de asociación a esas



junto a la oferta de museos, centros culturales, entre otros, y así enriquecer la diversidad de productos que pueden componer un destino turístico de expresión cultural importante.

En efecto, las ciudades histórico-turísticas son, *a priori*, territorios donde se concentran y se producen prácticas culturales colectivas y que, por ello, poseen los atributos básicos para ser consideradas bienes culturales de naturaleza inmaterial, en cuanto lugares expresivos, referencias culturales que se hallan espacializadas y con contenidos interrelacionados que tienen un potencial importante en la transmisión, tanto a residentes como a visitantes, de conocimientos que permiten dilucidar y dar comprensión al proceso civilizatorio vivido por determinada sociedad en su historia. Resulta aún más elocuente cuando se trata de sitios urbanos declarados Patrimonio Cultural de la Humanidad.

#### CUADRO 06 PATRIMONIO INMATERIAL Y TURISMO



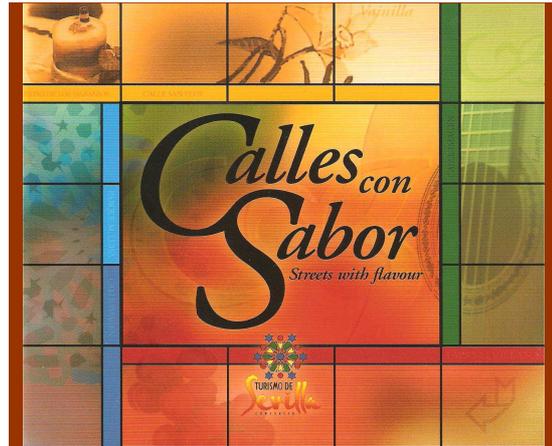
*Las Corridos de Toros, una expresión inequívoca de la ciudad.*

*En que la temporada taurina se asocia a eventos de trascendencia como el Domingo de la Resurrección, la Feria de Abril, la Festividad de Corpus Christi, la Festividad de la Virgen de los Reyes, patrona de la ciudad, la Feria de San Miguel y el Día de la Virgen del Pilar. Se realizan en el recinto de la Real Maestranza de Caballería de Sevilla.*

FUENTE: FUNDACIÓN REAL MAESTRANZA DE CABALLERÍA DE SEVILLA, 2005.

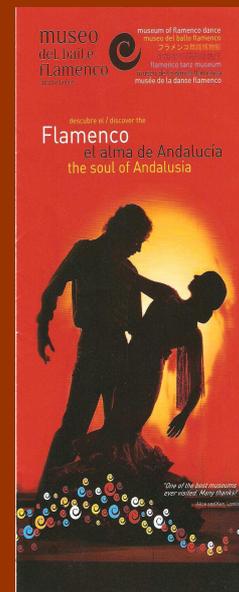
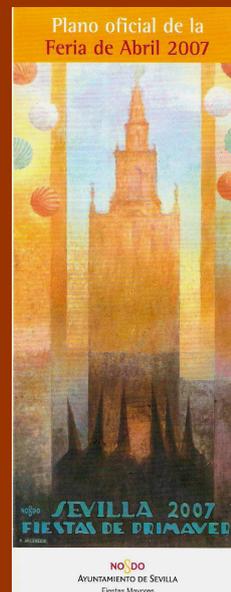
Foto 32: BRITO, M., 2007.

manifestaciones culturales, de modo “responsable y racional, buscando proteger los agentes de la cultura popular de las presiones económicas y políticas que generan resultados equivocados, encontrados, con serios perjuicios a la vida de las comunidades”, (VICENTE, 2006: 05) que suelen ser más vulnerables.



*La gastronomía andaluza se presenta como un atractivo más para los que visitan la región. Desde las iniciativas de desarrollo turístico en Sevilla se busca sacar ventaja como un diferencial la destacada riqueza de la cultura gastronómica local, especialmente teniendo en cuenta el tapeo como costumbre y modo de degustación proponiendo verdaderas rutas del sabor en la ciudad, con especial énfasis en los barrios de Santa Cruz, en el Centro Histórico, y en el barrio de Triana, como sugiere la guía anterior.*

FUENTE: CONSORCIO TURISMO DE SEVILLA, 2004.



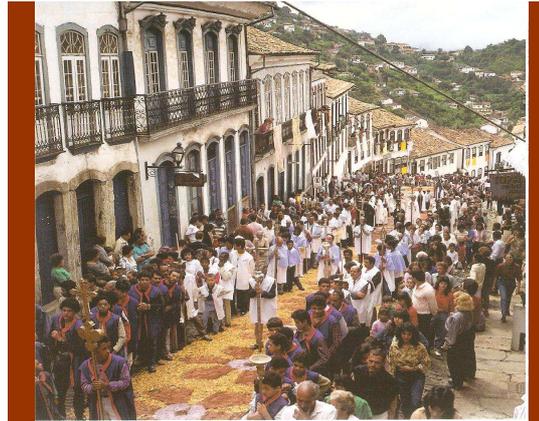
*La Feria de Abril representa un espacio de manifestación propia de los sevillanos – de ellos para ellos – donde los demás son mero asistentes que, con alguna suerte, pueden penetrar en un mundo vibrante donde el baile – la sevillana –, el tapeo y la alegría se hacen escaparate y fiesta a la vez. La atmósfera impregna a todos los feriantes que se acercan a la Real de la Feria – territorio ocupado por las manzanas de casetas, las aceras cubiertas de albero, los viales adoquinados engalanados con millares de farolillos y la portada*



– un verdadero “lugar” patrimonial.

*El Flamenco como una de las señas de identidad de pueblo andaluz se reconoce como un fenómeno cultural a nivel mundial. Se trata de un arte valioso y sensible, un patrimonio cultural inmaterial y a la vez un recurso cultural potente para el desarrollo de la industria cultural andaluza. Mucho más que un espectáculo, es una manifestación de connotaciones sociales, antropológicas y económicas. Musealizado, lo que no le resulta fácil, se presenta como una propuesta innovadora y una oferta turístico-cultural de primer orden. En Sevilla, el Museo del Baile Flamenco, de la bailaora Cristina Hoyos, el primero en el mundo de ese género (inaugurado en 2006), ejerce “una importante labor de pedagogía y de divulgación sociocultural justamente por posicionar el flamenco como expresión artística de un patrimonio vivo, integrado en la identidad andaluza”. Un desafío a toda prueba en que se ofrece al visitante la posibilidad de inmersión en una expresión cultural viviente, haciéndola comprensible, donde se cree que “el museo no es sólo lo que es sino también lo que hace”.*

*FUENTE: TURISMO DE SEVILLA CONVENTION BUREAU, 2006; ALCONCHEL, G., 2007; MARCOS, A., 2007; GRÖTSCH, 2005.*



*En Ouro Preto, la Procesión del Entierro, en la Semana Santa, es una tradición que viene del siglo XVIII y que todavía pervive en la ciudad.*

*Lo peculiar está en la confección en las calles por parte de la población, de un tapiz de flores y serrín, con más de dos kilómetros que conecta las iglesias más importantes de la ciudad, la de Antonio Dias y la del Pilar, por donde la procesión hace su recorrido. Hoy por hoy es una fiesta religiosa que atrae turistas a la ciudad.*

*FUENTE: ROCHA, A., s.f.; GOVERNO DE MINAS/ MTUR. BRASIL., s.f.b;*

*Foto 34: TROPIA, E., s.f.*



*La cocina “mineira” es uno de los referentes más apreciados para quién visita Ouro Preto. Basada en productos derivados, en especial, de la carne de cerdo, embutidos y frijoles, además de preparada en los moldes tradicionales, es decir, en cocina de leña, ollas de hierro o de “pedra-sabão” y cuchara de palo, la gastronomía en la región invita a disfrutar con tiempo los sabores que cada ingrediente proporciona a sus platos más típicos, como el “tutu à mineira”, el “torresmo”, el “feijão tropeiro”, entre otros. Visitar Ouro Preto resulta un verdadero descubrir en la degustación, teniendo en cuenta sus “quitandas” – tartas, biscochos y dulces variados, hechos con productos regionales, especialmente basados en quesos, leche y maíz, como el famoso “pão de queijo”, el “doce de leite” y el “bolo de fubá”.*

*Foto 33: GOVERNO DE MINAS/MINISTÉRIO DO TURISMO. BRASIL., s.f.a;*

En ese sentido, el turismo puede ayudar a solventar iniciativas de salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial al promover la identificación, el mapeo y la documentación de referencias culturales en el territorio de la ciudad histórica, con vistas al establecimiento de políticas específicas para su desarrollo que incidan en:

- (i) la adecuada absorción de informaciones, estas más cualificadas – especializadas – en función de la naturaleza del recurso cultural en cuestión, en contraposición a una disposición cognitiva inicial más somera del visitante a esas áreas, mediante un cambio comportamental inducido tanto por los gestores del patrimonio cultural como por los gestores turísticos, en un marco de alianza estratégica para la gestión compartida del turismo cultural en esas áreas;
- (ii) la pertinente difusión de las manifestaciones culturales, que pueden ser exploradas – al contrario de su mera explotación – e imprescindibles para el acercamiento adecuado del visitante al objeto de visitación en términos deseados y compatibles con su propia naturaleza y que culminen en una visita, a la vez, efectivamente enriquecedora



y placentera, como propugnan las recomendaciones internacionales<sup>56</sup>.

Calle Vaquero indica que los visitantes – turistas y excursionistas – “se conforman con un acercamiento somero a las manifestaciones del patrimonio urbano local y están más interesados en una experiencia de viaje satisfactoria dentro de un contexto de ocio que en un análisis concienzudo de los lugares que visitan” (CALLE VAQUERO, 2002: 272). Sin embargo, cabe evaluar ¿qué tipo de turismo se promociona como “cultural”? y ¿qué se ofrece como producto en destinos turísticos de esa naturaleza?, de lo cual se puede, en resumen, deducir otra cuestión tan obvia pero de no alegación directa, como es: ¿se hace turismo cultural sólo por visitar una ciudad histórica?

Si, por un lado, la motivación e interés, desde el visitante, es de cuño cultural, la respuesta es sí. Ello significa que, desde la intención en origen, es decir, desde la demanda, cuando los visitantes buscan y generan ese tipo de necesidad, que hoy por hoy se halla cada vez más presente y creciente, se está haciendo turismo cultural al visitar ciudades históricas.

**TABLA 02**  
**MOTIVOS DE ELECCIÓN DE ANDALUCÍA**  
**COMO DESTINO TURÍSTICO**  
**2001-2006**

Motivos	Años					
	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Precios	4,1	5,5	6,7	2,4	1,9	2,8
Clima	36,6	31,1	29,7	32,0	20,0	16,7
Playa	11,7	10,6	12,7	17,7	14,6	21,7
Visita a Monumentos	15,1	15,9	16,2	14,2	21,7	28,0
Turismo de Naturaza y Rural	4,1	4,0	6,1	8,0	12,0	6,3
Visita a Familiares	9,7	13,0	9,8	8,2	8,5	6,6
Fiestas Populares y Folklore	1,4	0,8	1,3	2,2	2,4	2,6
Gastronomía	0,8	1,3	0,8	1,0	2,1	1,8
Calidad de Vida Hospitalidad	2,6	5,6	4,0	4,4	6,8	6,8
Excursiones	0,5	0,9	1,2	0,9	1,0	1,1
Golf	2,4	2,3	2,3	0,6	0,7	0,5
Otros deportes	2,9	3,5	3,3	3,1	2,6	1,7
Otros	7,9	5,5	6,0	5,4	5,8	4,2
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: JUNTA DE ANDALUCÍA/CONSEJERÍA DE TURISMO, COMERCIO Y DEPORTE, 2007.

 ACTIVIDADES MÁS RELACIONADAS CON EL TURISMO CULTURAL EN CIUDADES HISTÓRICAS

Obs: Tres ciudades estudiadas en España se localizan en la región de Andalucía, es decir, Sevilla, Córdoba y Granada.

### QUE DICEN LOS NÚMEROS...

Como se puede concluir de la tabla, las actividades relacionadas con el turismo cultural en ciudades históricas en Andalucía ascienden a 32,4% en 2006, lo que representa una cifra significativa para la planificación y gestión del mercado turístico en la región. Se verifica también, en relación con los datos presentados que desde el periodo 2001-2006 hubo un crecimiento de 87,9% en la intensidad de las motivaciones relacionadas con el turismo cultural, lo que demuestra el acusado interés del mercado turístico por la oferta turística de predominio cultural/patrimonial.

Y, por otro, si la intención de los gestores locales es la de presentar una oferta turístico-cultural adecuada que propicie el turismo cultural, la respuesta también es afirmativa. Ello significa que, desde la intención en destino, es decir, desde la oferta, cuando los recursos culturales existentes en las localidades están debidamente dispuestos para propiciar una adecuada visita, se está facilitando que se haga el turismo cultural en ciudades históricas.

Lo cierto es que, hoy por hoy, la competencia entre destinos turísticos está cada vez más acentuada. Por ello, se verifica la necesidad de apostar por la calidad de la oferta turístico-cultural, proporcionando al visitante un producto cada vez más diversificado, con informaciones cada vez más especializadas y precisas y facilitando cada vez mejores condiciones de accesibilidad.

Hay aspectos importantes que cabe señalar como claves en esa apuesta, todavía vigentes, identificables en los sitios investigados, como son (TROITIÑO VINUESA, 2000a, 2003):

- (i) existencia de un proyecto cultural para la ciudad histórica: la oferta cultural debe primar sobre la demanda turística en el proceso de revalorización y utilización turística del patrimonio cultural de la ciudad. El caso de Santiago de Compostela se expresa muy bien esa realidad, ya que el acervo patrimonial viene orientando y conduciendo las líneas maestras de actuación hacia la promoción turística de la ciudad;

<sup>56</sup> Como propugnan las recomendaciones dispuestas en la Carta de Turismo Cultural y de Turismo Sostenible. Cf. ICOMOS, 1999; OMT, 1995.



*La Plaza del Obradoiro, en Santiago de Compostela*  
Foto 35: BLOS, D., 2007

- (ii) planificación turística acorde con los determinantes patrimoniales y urbanísticos: las infraestructuras, tanto turísticas como culturales, deben dimensionarse de modo apropiado para servir, efectivamente, a los fines propuestos y, en última instancia, a la mejora de la calidad de vida de los residentes. El caso de Sevilla expresa muy bien esa preocupación, aunque se pueda contestar los resultados de las iniciativas llevadas a cabo, si se consideran algunas acciones programadas en la ciudad, como es el caso del tranvía o la solución adoptada para la Alameda de Hércules, ambas en el Centro Histórico de la ciudad;
- (iii) gestión de flujos de visitantes: la capacidad de acogida de las ciudades históricas es limitada, ya que los recursos del patrimonio cultural y las estructuras son muy frágiles, además de no renovables, frente a la afluencia de visitantes a esas localidades, aunque dicho reto sea extremadamente de difícil solución y aceptación. El caso de La Alhambra, como recinto susceptible de control, responde a esas preocupaciones tras la implantación de un sistema de admisión de visitantes al recinto amurallado y a los jardines del Generalife, y en particular, a los Palacios Nazaríes;
- (iv) coordinación de políticas sectoriales con implicación urbana: el planeamiento urbanístico posee un importante papel a cumplir en la revalorización y utilización turística del patrimonio cultural, siendo uno de los instrumentos que puede ayudar a estructurar la ciudad histórica para la función turística, evitando, así, intervenciones aisladas, a menudo

equivocadas, de mejora puntual de determinados espacios de la ciudad histórica. Toledo, Santiago de Compostela y Córdoba, por ejemplo, demuestran que tales preocupaciones se tienen en cuenta como un imperativo a la hora de reflejarlas en sus instrumentos de planificación urbanística.



*Vistas del tranvía: cerca de la Puerta de Jerez y en la Plaza Nueva, en el Centro Histórico de Sevilla.*  
Fotos 36, 37: BRITO, M., 2007.



*La Alameda de Hércules en obras: resultados todavía por evaluar.*  
Fotos 38,39: BRITO, M., 2007.



Uno de los puntos de control en el interior del recinto de La Alhambra, proporcionando una mejor gestión de los flujos de visitantes.

Foto 40: BRITO, M., 2007.



Los Jardines del Partal, con la Torre de las Damas al fondo, espacio para tránsito libre, especialmente, tras la visita a los Palacios Nazaríes, en la Alhambra, Granada.

Foto 41: BRITO, M., 2007.

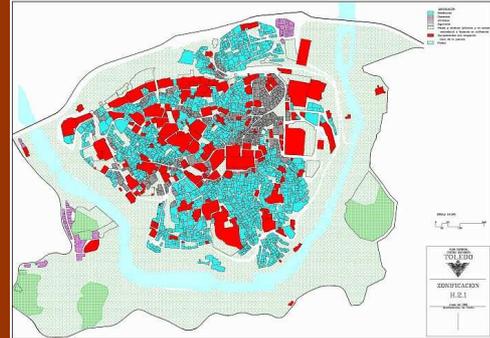


Material informativo proporcionado por la Oficina Municipal de la Ciudad Histórica sobre el Plan de Ayudas a la rehabilitación de la "Ciudad Histórica" de Santiago de Compostela, según los diversos ámbitos programados, como el PE1 – Plan Especial de Protección y Rehabilitación de la Ciudad Histórica. Reflejo de que las actuaciones puntuales deben darse en un marco de actuación de conjunto. Fuente: CONCELLO DE SANTIAGO, s.f.

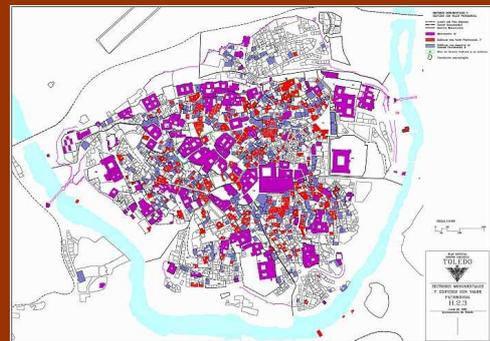
Por tanto, hacer de una ciudad histórica un destino turístico requiere, en primer lugar,

superar enfoques restrictivos de la gestión patrimonial, tradicionalmente pautada en aspectos meramente arquitectónicos, lo que ha correspondido con una consolidada y dominante cultura arquitectónica de patrimonio. Además, supone avanzar en las iniciativas en curso<sup>57</sup> para abordar esa gestión patrimonial desde nuevas perspectivas, como son:

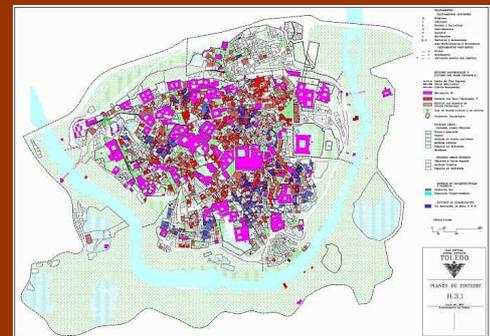
#### CUADRO 07 TOLEDO Y LA PLANIFICACIÓN DE SU CASCO HISTÓRICO



La zonificación establecida en el Plan Especial del Casco Histórico de Toledo – PECHT (1997) busca responder tanto a las singularidades monumentales del conjunto como a las condiciones de uso y su formación histórica.



Sectores Monumentales y edificios con valor patrimonial



Plano de Síntesis – PECHT

Según el PECHT, "el reconocimiento de los valores monumentales de la ciudad ha llevado al establecimiento de una doble entrada desde el punto

<sup>57</sup> Aparte de otras premisas que puedan suponer las prácticas de preservación del patrimonio cultural.



de vista la preservación patrimonial, en el entendimiento de que todo edificio del Casco Histórico deberá sujetarse a los condicionantes que este emplazamiento protegido supone. Por una parte se establece una triple categorización individual a partir de Monumentos, Edificios con Valor Patrimonial y Edificios con Aspectos o Elementos de Interés Patrimonial, en la que los dos primeros tienen consideración de catálogo. Por otra, la identificación de determinadas estructuras de edificios de interés ha llevado a la delimitación de unos sectores homogéneos o característicos en los que conviene mantener determinados equilibrios estilísticos, tratamiento ambiental, forma urbana, historia, etc., que son diferenciales respecto a otras zonas de la ciudad” (AYUNTAMIENTO DE TOLEDO ET ALL, 2000).

Sin embargo, las críticas más contundentes acerca de esa planificación, en el marco de la innegable vocación turística de Toledo, aunque necesaria y teniendo en cuenta que, “las características patrimoniales, urbanísticas y medioambientales de Toledo plantean la necesidad de superar el urbanismo físico y apostar por un urbanismo cultural/medioambiental que, por un lado, preserve la identidad de la ciudad existente (clave de su atractivo turístico) y, por otro, contribuya a que la ciudad del futuro sea de calidad y contribuya a que Toledo pueda seguir siendo un destino turístico competitivo, demuestra la necesidad de revisión de los planteamientos asumidos hasta entonces.

En resumen, las estrategias de actuación urbanística deberán orientarse, de forma explícita y decidida, a propiciar una correcta integración del turismo en la estructura urbanística y funcional de la ciudad. Se trata, por un lado, de controlar de forma correcta las demandas del sector y, por otro, rentabilizar las oportunidades que el turismo ofrece para el desarrollo urbano y la recuperación integrada del patrimonio urbano”.



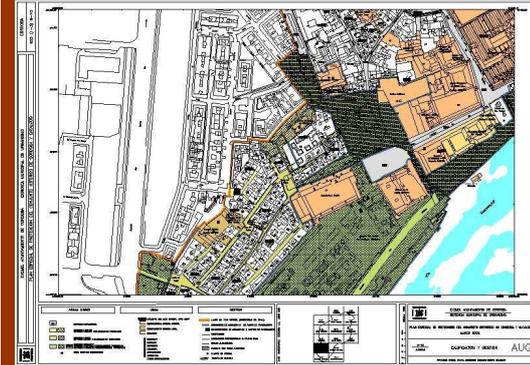
Vista de la Catedral de Toledo, ícono de la ciudad.

Fuente: AYUNTAMIENTO DE TOLEDO ET ALL., 2000; TROITIÑO VINUESA, 2005b.

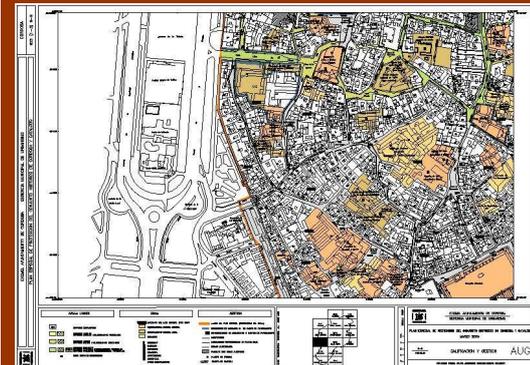
Foto 42: BRITO, M., 2007.

#### CUADRO 08 EL PLAN DE PROTECCIÓN DEL CONJUNTO

#### HISTÓRICO DE CÓRDOBA



El Plan de Protección – Trecho Alcázar



El Plan de Protección – Trecho Trinidad (Judería)

En Córdoba, en su Plan Especial de Protección del Conjunto Histórico, aprobado en 2003, se busca no sólo proteger los elementos que constituyen el tejido urbano, sino el medio ambiente urbano en su conjunto. Sus planteamientos inciden en:

- mantener los valores de representatividad que el Conjunto Histórico representa para la ciudad;
- dotar de equipamiento para atender a la población residente, existente y potencial;
- establecer un régimen especial de usos para los monumentos catalogados, que al satisfacer necesidades colectivas, permita un aprovechamiento lucrativo que garantice la conservación y revitalización de esas piezas. Aquí, el uso turístico, sin mención directa, puede ser interpretado, según se establezca, como una vía para atender a ese requisito;
- defender el uso residencial y la compatibilidad de usos como elemento básico de la conservación del Conjunto. Aquí, se pone en evidencia la primacía del uso residencial a los demás usos en esa área de la ciudad. Sin embargo, se apunta la necesidad de compatibilización de otros usos, especialmente se hace presente la preocupación por la terciarización, como la que el Plan detecta en “la zona sur de la Villa por motivos turísticos”.

Se da gran importancia a la tipología existente, especialmente en lo que conforma el patio como elemento de identidad del modo de vida urbano cordobés.

Se avanza en el establecimiento de relaciones entre las edificaciones y los usos admisibles, entre otras finalidades, para generar un equilibrio entre las



*incidencias del turismo con la necesidad de incentivar el uso residencial en el área.*

*Sin embargo, los gestores locales lo consideran muy restrictivo a la hora de gestionar las acciones, teniendo en cuenta el catálogo de 1.200 edificios en la zona objeto de atención especial. Se verifica que tras el esfuerzo en definir una normativa de protección muy restrictiva, derivada de una realidad en que no se conservaba el Conjunto Histórico, lo más adecuado sería encontrar un punto de equilibrio entre la conservación de determinadas edificaciones en función de tipologías-tipo y la adecuada revitalización funcional del área, asociada a una programación de usos adaptada a la estructura física existente, por lo que, podría dar como resultado una mejor ecuación en la relación conservación/renovación/arruamiento.*

*Fuente: AYUNTAMIENTO DE CÓRDOBA/GERENCIA MUNICIPAL DE URBANISMO, 2003.*



*Calleja de las Flores en la Judería, en Córdoba.*



*Típico patio cordobés.*

*Fotos 43, 44: BRITO, M., 2007.*

- (i) por un lado, pautada en el desarrollo de una cultura urbanística de patrimonio: basada en la planificación y gestión de la preservación

del patrimonio cultural en un marco urbanístico, considerando instrumentos de ordenación y gestión urbana como herramientas para asegurar la permanencia y la puesta en valor del patrimonio cultural material:

- dentro de enfoques urbanísticos que se apoyen en una normativa esencialmente urbanística de cuño preservacionista, periódicamente evaluada, y teniendo en cuenta variables de ocupación en su sentido *lato* y de intervención en espacios y artefactos históricos;

- así como de enfoques funcionales urbanos, teniendo en cuenta variables de uso y adecuación de los espacios y artefactos históricos que impliquen acciones que vayan más allá de su mera conservación, tanto espacial como edilicia, para orientar, inducir, fomentar e implementar acciones de rehabilitación urbana<sup>58</sup>.

- (ii) por otro, pautada en el desarrollo de una cultura antropológica de patrimonio, fundamentada en la identificación, documentación y difusión de prácticas, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas que asociados a los instrumentos, objetos, artefactos y lugares, sean reconocidos y valorados como patrimonio cultural inmaterial a partir y en función de los sentidos y significados que posean para los segmentos sociales locales.

Aquí los preceptos de valor patrimonial tienden a ganar nueva dimensión. Los valores culturales consagrados, determinados en función de la rareza de la representación, de la relevancia histórica y del marco urbano que expresa en el contexto de la ciudad, han marcado las pautas de valoración y reconocimiento – especialmente oficiales – de sitios urbanos que han sido

<sup>58</sup> La necesidad de innovar en los procesos de preservación del patrimonio cultural aliándolos a los del llamado desarrollo urbano de las ciudades es una demanda que no puede más ser postergada (BRITO, 2002).



patrimonializados. Esas pautas han consistido en (LOPES FILHO, 1990):

- la condición de constituirse en un objeto raro, representante de una determinada etapa de la cultura que ya no existente;
- la influencia que determinados factores históricos pueden atribuir al objeto o viceversa;
- las grandes proporciones y la expresión arquitectónica erudita del objeto, así como por su unicidad en contraposición a la repetición de expresiones;
- el relieve en el contexto urbano donde se ubique por su monumentalidad, grandiosidad y exuberancia plástica.

Dichas pautas siguen siendo fuertes factores de reclamo para engendrar movimientos turísticos en ciudades históricas, donde la notoriedad, unicidad y erudición se constituyen en importantes claves para la promoción y difusión de recursos culturales como productos turísticos.

A su vez, los valores histórico y artístico han determinado la atribución de valor patrimonial a bienes culturales, de sobra valorados desde la perspectiva turística como atractivo, especialmente materializados en conjuntos monumentales – como edificios catedralicios, conventuales, palacios, entre otros – y en los museos de arte, especialmente.

Estos valores son atribuidos, teniendo en cuenta (RAMOS ILLAN y ROLDAN VERDEJO, 1988; BRITO, 1992):

- el valor histórico, de naturaleza extrínseca o proyectada, ya que contiene una relación relevante con:
  - una determinada época, por corresponder a una cultura y período histórico ya extintos, caracterizando el valor de antigüedad;
  - un autor reconocido, por insertarse en el fenómeno de la

notoriedad, caracterizando el valor de firma;

- un acontecimiento o un personaje destacado, por constituirse en escenario de acontecimientos relevantes o por su pertenencia a personajes ilustres, caracterizando el valor evocativo; y por utilizarse en acontecimientos históricos y científicos, caracterizando el valor instrumental;
- una determinada sociedad, por ser adoptados como símbolo de su formación histórica y social, y por tanto de su identidad cultural, caracterizando el valor simbólico.

(ii) ya el valor artístico, de naturaleza intrínseca, se fundamenta por la calidad de:

- la concepción y diseño de objeto/manifestación, caracterizando el valor de inspiración y estética;
- la ejecución de la obra, caracterizando el valor de maestría.

Esas señas de valoración patrimonial son comúnmente encontradas en el abundante material de promoción turística que se pone a disposición de los visitantes, en las oficinas de información turística o en determinados atractivos, en las agencias de turismo o en páginas webs.



*Ejemplo de Página Web de Operadora Turística en Brasil, donde se ofrece el producto: “Cidades Históricas Mineiras”  
Fuente: CVC,  
<[http://www.cvc.com.br/site/\\_destinos](http://www.cvc.com.br/site/_destinos)>*



Sin embargo, nuevos enfoques, de naturaleza antropológica, cuya perspectiva tiende a englobar cada vez más un espectro de bienes de valor cultural variado y diverso, pero no menos importante, vienen, en el marco de señas de autenticidad y de integridad del patrimonio cultural, ocupando espacio y atención acusados, sea en las políticas patrimoniales<sup>59</sup>, sea en las iniciativas de desarrollo turístico, ya que, en estas últimas, la emoción, como producto final de la experiencia turística gana dimensiones y contornos no solo importantes sino fundamentales, complementando la visita turística a una ciudad histórica.

En ese caso, se trata de posibilitar que el visitante se acerque a sistemas sociales intactos (GRÖTSCH, 2005), que propicien experiencias innovadoras y de inserción en la vivencia de modos de vida autóctonos, procesos culturales para él exógenos e igualmente estimulantes y atrayentes.

A ello se viene indicando como un valor añadido a productos turístico-culturales ya constituidos o a la planificación de nuevos productos, la componente lúdica, convertida en factor de atracción, encarnada en fiestas tradicionales y conmemoraciones populares. Esa asociación ya se traduce desde hace mucho en los materiales promocionales de diversas ciudades históricas (CALLE VAQUERO, 2002).

Sin embargo, no siempre la promoción de eventos tradicionales viene debidamente correlacionada, dejando de resaltar los nexos existentes entre estos atractivos y el cotidiano de la gente en la actualidad, así como su inserción como herencia y parte del patrimonio cultural resultante de los procesos ocurridos de ocupación del territorio donde se manifiesta.

#### CUADRO 09 EL XACOBEO



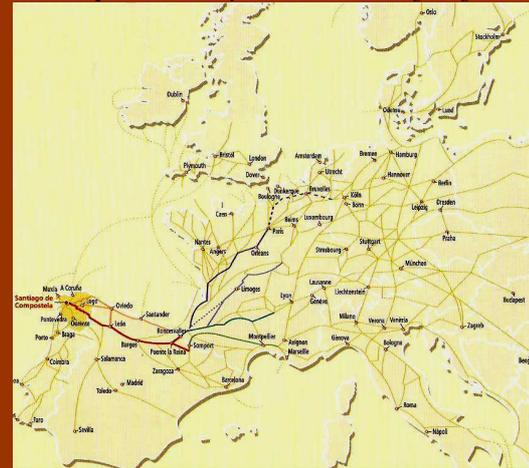
La Catedral de Santiago de Compostela  
Foto 45: BLOS, H., 2007.

<sup>59</sup> Cf. LONDRES, 1997.

*En 25 de julio de cada año se celebra el día del Apóstol Santiago, con la realización de ceremonias religiosas que culminan con la Ofrenda Regia Nacional, con la Misa Pontifical y Botafumeiro en la Catedral de Santiago de Compostela. En el ámbito de las celebraciones que abarcan una semana – del 15 al 31 de julio – una serie de actividades festivas se realizan como los fuegos artificiales de las noches de 24 y 31, el Festival Folklórico, el homenaje a las bandas de música, conciertos, teatro etc.*

*Cuando esta fecha conmemorativa – el día del Apóstol Santiago – cae en domingo, se celebra el Xacobeo – Año Santo Xacobeo. Esta celebración se realiza con una cadencia regular de 6-5-6-11 años, lo que supone que en cada siglo 14 años son considerados años Xacobeos, que es cuando los católicos pueden conseguir la bula jubilar o jubileo, es decir, la indulgencia plena para el perdón de los pecados realizados.*

*Enmarcadas por el acto de peregrinación que a lo largo de los siglos consolidó el Camino de Santiago, compuesto por varios itinerarios que culminan en Compostela y en su Catedral, donde, según la tradición, se halla el sepulcro del Santo Apóstol, las Fiestas del Apóstol son la celebración mayor de Galicia que sintetizan y centran el sentir gallego.*



Las principales vías del Camino de Santiago  
Fuente: TUR GALICIA, 2004, 2006, 2007; XUNTA DE GALICIA, XACOBEO, 2006.

Tampoco se trata de indicar o avalar aquí el aprovechamiento indebido o la apropiación liviana de manifestaciones culturales auténticas, pues, a partir de ahí se generan los llamados procesos de banalización del patrimonio cultural, tan evidenciados pero poco explicados desde el consumo turístico, por su transfiguración mediante la pérdida de sentido, de significado y de autenticidad en nombre de su espectacularización, o en otros términos de demasiada tematización.

De otra suerte, los eventos contemporáneos, basados en exposiciones temporales, festivales culturales – música, gastronómicos, ópera, cine, teatro, literatura etc. –, entre otros, planificados



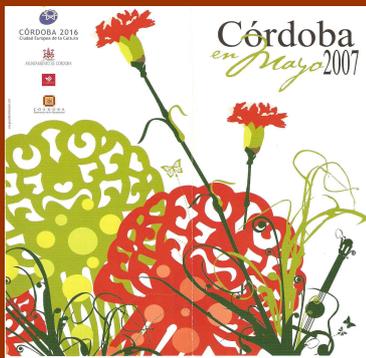
para generar hitos culturales de expresión, dentro de un calendario específico, conforman productos culturales que se vuelven ofertas turísticas diferenciadas, dirigidas a conferir una ventaja comparativa en la promoción de esos destinos turísticos, haciéndolos más competitivos.



*Cartel promocional de la Semana Gastronómica Gallega en Santiago de Compostela, evento que busca diversificar la oferta turístico-cultural de la ciudad, basada en las tradiciones culinarias de la región que están basadas especialmente en los mariscos y pescados, un reclamo más para los visitantes y residentes.*

*Fuente: CEHOSGA, 2007.*

Se cree que, cuanto más asociados estén a temáticas relativas a los aspectos culturales inherentes a la historia del lugar, mejor acondicionados y valorados serán dichos eventos, desde la perspectiva tanto de los residentes como de los visitantes, en cuanto instrumentos de reforzamiento de identidades y, por tanto, de valorización de los sistemas culturales antes indicados, que son buscados cada vez más por los visitantes.



*Material promocional de las Fiestas de Mayo en Córdoba, periodo durante el cual se realizan romerías, la cata del vino, las cruces de mayo y su concurso popular, la cabalgata de batalla de las flores, la feria de Nuestra Señora de la Salud y el concurso popular de los patios cordobeses.*

*Fuente: AYUNTAMIENTO DE CÓRDOBA, 2007.*

En según lugar, hacer de una ciudad histórica un destino turístico requiere superar enfoques convencionales de la gestión turística, comúnmente basada en aspectos meramente económicos del ciclo de vida del destino (VALLS, 2006)<sup>60</sup>, sin tener en cuenta, su capacidad de acogida turística (GARCÍA HERNÁNDEZ, 2001; TROITIÑO VINUESA, 2005a), lo que supone avanzar en las iniciativas en curso de abordar esa gestión turística desde nuevas perspectivas, como son:

(i) por un lado, basada en la captación de nuevos mercados que inserten las ciudades históricas como destinos turísticos de primera magnitud: hay una indiscriminada profusión de destinos en función de la difusión de recursos culturales como alternativa económica para muchas localidades, especialmente las de interior, frustrando, a menudo, expectativas de los visitantes, cuando a ellas acceden. Esto se debe, todavía, a una mayor promoción de esos recursos, en contraposición a una escasa planificación de los productos turísticos de componente patrimonial en estas localidades, lo que implica considerar que:

- las ciudades históricas y, más especialmente, las ciudades Patrimonio Cultural de la Humanidad, son destinos turísticos potenciales por excelencia, y cumplen esa función cuando su estructura físico-ambiental y su contexto sociocultural así lo indica y, como consecuencia, sus diversos productos turísticos son ordenados, planificados y estructurados, en base a temáticas centradas en su cultura e historia;
- las ciudades históricas son potenciales multiproductos turísticos donde pueden realizarse actividades turísticas de diversa índole y de carácter complementario (VALLS, 2006: 56), asociadas, por tanto, a diversos segmentos turísticos, como el turismo idiomático, de salud, de congresos, de

<sup>60</sup> El ciclo de vida de un destino turístico, según Valls, corresponde a las fases de: emergente, desarrollado, en expansión, maduro y en declive (VALLS, 2006).



compras, entre otros, lo que supone reconocer que a pesar de su fuerte contenido cultural no son territorios exclusivos de la cultura, sino más bien espacios donde la multifuncionalidad urbana debe estar presente en cuanto premisa asociada a su dinámica social, cultural y económica.

(ii) por otro, la necesidad de ampliar y diversificar la oferta turística, mediante la preparación, presentación e interpretación de las ciudades históricas y de su patrimonio cultural (TROITIÑO VINUESA, 2000a) para constituirse, de hecho, en destinos patrimoniales, implica considerar que:

- las ciudades históricas no son destinos patrimoniales sólo por contener monumentos que pueden despertar interés de visita o ser visitados fortuitamente, sino, en función de acciones concertadas y gestionadas desde la promoción pública y la iniciativa privada, haciendo prevalecer los contenidos patrimoniales como la razón central en la visita turística y pudiendo sus recursos culturales ser presentados, contemplados y entendidos de manera sencilla, pero no superficial, tanto para los residentes como para los visitantes, transmitiendo sus contenidos básicos y sus interrelaciones con los demás aspectos de la vida local y de la región donde se ubican como forma de “puesta al día” en tanto que bienes culturales vivos;
- la constitución de destinos patrimoniales dentro de ese marco, conlleva el desarrollo de una marca potente, basada, por un lado, en la promoción de creativas campañas de marketing del patrimonio cultural – a menudo rechazadas por los preservacionistas – que les atribuyan identidad propia, dotándoles de un carácter diferenciador acorde con los

objetivos de singularidad y autenticidad, valorados como principios inalienables de su propia constitución en tanto que posicionamiento e imagen del destino ante otros de la misma categoría (CAMARERO IZQUIERDO y GARRIDO SAMANIEGO, 2004).

Y, por fin, hacer de una ciudad histórica un destino turístico requiere superar enfoques coyunturales de la gestión urbana, a que son sometidos, a menudo, los sitios urbanos patrimoniales en los que se evidencian las potencialidades para su desarrollo turístico. Ello supone avanzar en las iniciativas en curso para abordar esa gestión urbana dentro de nuevas perspectivas, como son:

- (i) por un lado, entendiendo que el patrimonio cultural es un recurso finito y no renovable y, además, un activo de las ciudades históricas que implica comprenderlo como “fuente de riqueza y no sólo como de gasto” (TROITIÑO VINUESA, 2003: 135), las intervenciones, propuestas o llevadas a cabo a título del desarrollo turístico, deben insertarse en una lógica urbanística compatible con la estructura físico-ambiental del sitio, teniendo en cuenta que:
  - el sector turístico debe implicarse en procesos estructurantes del desarrollo urbano de la ciudad, en menoscabo de las iniciativas puntuales a favor de acciones integrales;
  - las iniciativas de desarrollo turístico deben asociarse a los procesos de regeneración urbana y, a la larga, de mantenimiento de las condiciones adecuadas de conservación y funcionalidad del área, haciéndolo sostenible;
  - el desarrollo turístico debe favorecer la accesibilidad interna y comunicación externa del sitio, así como la calidad de los servicios añadidos, ya que la actividad turística demanda soportes físicos relacionados con las necesidades de alojamiento, restauración (alimentación),



compras, información, movilidad interna y externa, entretenimiento, entre otros;



*Ejemplo de señalización de locales en Ouro Preto: una respuesta a las necesidades de indicación al público general de las actividades y servicios que se prestan, teniendo en cuenta las restricciones de un paisaje urbano de potente contenido cultural.*



*Calle comercial de Ouro Preto.*

*La señalética puede estar en armonía con el ambiente o...*



*Señalización turística en Ouro Preto.*

*Constituirse en elemento de intrusión en el ambiente por su forma, dimensión y aspecto, además puede no atender a lo que se presta, es decir, informar de modo estimulante al residente y visitante sobre la historia y el valor patrimonial del bien que indica, un desafío para la interpretación del patrimonio.*

*Fotos 46,47,48: BRITO, M., 2006.*

(ii) por otro lado, entendiéndose que para las ciudades históricas, el turismo ya es una premisa que puede justificar acciones de desarrollo urbano en su término, orientando inversiones, especialmente del sector público, hacia la creación o mejora de las infraestructuras y de determinadas funcionalidades tan necesarias a su pleno desarrollo, debe la conservación del patrimonio cultural estar incluida en las acciones propuestas para el turismo de determinadas áreas de la ciudad, pero, teniendo en cuenta que:

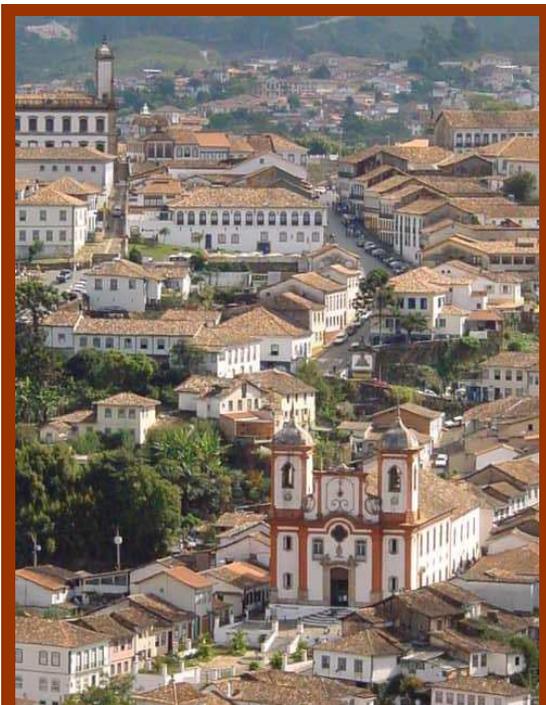
- no es cierto que sólo mediante acciones de desarrollo y promoción turística se alcance la preservación urbana de áreas patrimoniales, considerada la complejidad del problema, así como la magnitud que suele asumir la intervención en esos cascos antiguos de las ciudades, sino que se trata de una vía asociada a otros campos de la vida urbana que deben conjugarse, en la justa medida, con otras políticas sectoriales en el marco del desarrollo urbano sostenible, como vivienda, servicios públicos, actividades económicas, entre otros, denotando su carácter transversal;

- en muchos casos, las iniciativas de recuperación de áreas urbanas degradadas, a menudo, ubicadas en zonas centrales de las ciudades y con fuerte contenido patrimonial, se operan en función de otras lógicas de mercado, muchas de ellas, asociadas a la valoración del suelo urbano y sus efectos especulativos que puedan generar ganancias capaces de estimular la inversión privada o, desde la intervención pública, dirimir problemas sociales acuciantes o reconvertir espacios socioeconómicamente degradados, en los cuales el turismo como una función añadida, puede contribuir a la

dinamización económica y social de determinadas zonas.



Para muchos especialistas, desde la perspectiva del desarrollo sostenible, en realidades donde todavía no prospera el equilibrio económico y social<sup>61</sup>, el turismo sólo ha servido para promover acciones predatorias e inocuas (SANT'ANNA, 2004). Tampoco se puede creer que es posible conservar el patrimonio sin desarrollar apenas el turismo en esas localidades, pensamiento superado en muchos países, cuando desde los años 70 se han intentado poner en marcha grandes iniciativas gubernamentales dentro de esta tónica, teniendo en cuenta la importancia que se ha dado, a partir de entonces, al patrimonio cultural por su valor económico (SANT'ANNA, 2004, 1995)<sup>62</sup>.



*Ouro Preto, una de las ciudades brasileñas donde se llevó a cabo en los años 70 del siglo XX el Programa de Ciudades Históricas – PCH que tenía el turismo como vertiente principal para inversión en el patrimonio cultural de la ciudad.*

Foto 49: BRITO, M., 2006.

Es cierto que ese asunto carece de consenso cuando se busca evaluar los aspectos favorables y desfavorables decurrentes de la apropiación turística de esas zonas urbanas, por las funcionalidades que el turismo conlleva. Sus implicaciones urbanísticas, económicas y

sociales están enmarcadas en dimensiones múltiples, que van desde la gestión de los flujos turísticos, la planificación urbanística, la protección del patrimonio, la accesibilidad o el medio ambiente urbano (TROITIÑO VINUESA, 2000b).

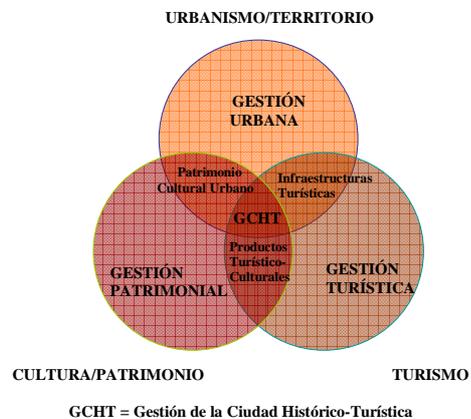
Rojas, en su estudio sobre la recuperación de áreas centrales, considera que es un objetivo posible promover dicha intervención en esas áreas y que ello depende de (ROJAS, 2004):

- (i) la voluntad política de preservar el área, proporcionado niveles elevados de prioridad en las inversiones públicas y la responsabilidad compartida entre todos los agentes involucrados;
- (ii) la capacidad de diseñar y poner en vigor instrumentos de intervención idóneos hacia las actuaciones pretendidas.

En efecto, “la fragilidad de la ciudad histórica y la complejidad del turismo, en cuanto fenómeno transversal que permeabiliza el conjunto de la realidad urbana, explican que no sea nada fácil dotarse de infraestructura de gestión que superen la ya tradicional disociación entre gestión turística, gestión cultural y gestión urbanística” (TROITIÑO VINUESA, 2000a: 93).

Se trata, por tanto, de establecer una triple alianza entre urbanismo/territorio, patrimonio cultural y turismo, engendrando mecanismos e instrumentos de gestión que permitan el desarrollo sostenible en estos tres campos.

#### ESQUEMA 06 CONFIGURACIÓN DE LA TRÍPLICE ALIANZA EN LA GESTIÓN DE LA CIUDAD HISTÓRICO-TURÍSTICA



Fuente: Elaboración propia.

A raíz de esa triple alianza, promovida e implementada desde la acción pública hacia los demás sectores, se cree que se podrán sostener

<sup>61</sup> Como todavía ocurre en muchos países iberoamericanos.

<sup>62</sup> En Brasil, el primer programa gubernamental de preservación de ciudades históricas tenía como premisa el desarrollo del turismo como forma de solución para la recuperación del patrimonio cultural edificado (BRITO, 1992; SANT'ANNA, 1995, 2004)



---

los procesos necesarios para hacer de una ciudad histórica un destino patrimonial.

A la par de las tensiones a las que comúnmente se han enfrentado los gestores urbanos, patrimoniales y turísticos, como bien afirma la Recomendación de Hammamet (OMT, 2007: 01), “con una gestión sostenible, el sector [turístico] puede aportar una contribución duradera al desarrollo socioeconómico tanto a escala mundial como local. El sector turístico y sus instituciones están aprendiendo a anticipar los riesgos y a responder rápidamente a las crisis y son cada vez más conscientes de la necesidad de mantener el equilibrio entre la expansión y la capacidad de acogida [de los productos turísticos]. Este aspecto es especialmente importante en el ámbito de los destinos locales, donde los efectos son más intensos, donde los sectores público y privado deben colaborar para dar una respuesta adecuada y donde las opiniones de las comunidades han de tenerse en cuenta en el proceso de adopción de decisiones”.



### 3. DESTINOS PATRIMONIALES: ¿PARA QUÉ CLASIFICAMOS?

No toda ciudad histórica que se ha convertido en destino turístico es, de por sí, un destino patrimonial. Igual cabe decir que no cualquier sitio es un destino patrimonial sólo por contener patrimonio.

Esas afirmaciones pueden, al principio, parecer raras. De hecho, no lo son tan obvias ni para los que se dedican a hacer turismo, ni para los responsables de la gestión patrimonial y tampoco para los gestores urbanos.

Aquí se halla una clave importante para cambiar el rumbo de las relaciones interinstitucionales entre los sectores involucrados en la cuestión:

- los que se dedican a preservar y salvaguardar el patrimonio cultural no dan en su amplio abanico de responsabilidades y tareas la debida y ajustada importancia a promoverlo, aunque ello pueda tener connotaciones de naturaleza turística;
- a su vez, los que se dedican al turismo no siempre encuentran la justa medida de los cuidados a que cabe dirigir a los recursos culturales que tienen o pueden tener en sus manos y que encuentran en el patrimonio cultural su máxima expresión, para los cuales no siempre creen necesario desarrollar acciones específicas de puesta en valor turístico en función de su propia configuración, especialmente si son monumentales o exóticos, según su naturaleza material o inmaterial;
- y, a aquellos que se dedican a la gestión urbana, tener en cuenta, en su justa medida, el

patrimonio y el turismo como variables importantes de cara al buen funcionamiento de la ciudad, considerando las imbricaciones que puedan ser fomentadas o frenadas a partir del planeamiento urbanístico que se produzca y se implemente, en función del objetivo mayor de obtener una ciudad mejor para todos los ciudadanos.

En efecto, solventar dichos aspectos, implica tratarlos a partir de las funcionalidades que, cada una de las dimensiones comporta. Ello significa que en una ciudad histórica como un destino patrimonial:

- (i) las funcionalidades urbanísticas de la actividad turística deben considerar:
  - la accesibilidad física a los atractivos como un reto, cuya conservación de las estructuras patrimoniales implique su acercamiento y disfrute sin riesgo físico para los ciudadanos, tanto residentes como visitantes (ROMERO MORAGAS, 2001);
  - las dotaciones urbanísticas correlatas son una exigencia, cuyo aprovisionamiento, si no adecuado, puede solapar esfuerzos de promoción turística para la consolidación del destino o sustraer el sentido de oportunidad de nuevas inversiones económicas en equipamientos de difícil mantenimiento y, por lo tanto, de cuestionable justificación;
  - el uso y ocupación del suelo son determinantes para el mantenimiento de la vitalidad del tejido urbano, cuyas disposiciones reglamentarias podrán favorecer o conllevar procesos de degradación, terciarización, gentrificación o banalización según la lógica de desarrollo urbano adoptado y conforme estén establecidas en sus instrumentos de gestión específicos que en última instancia van a asegurar o mermar la autenticidad e



integridad de la ciudad histórica (ROMERO MORAGAS, 2001).

(ii) las funcionalidades culturales, de naturaleza patrimonial, de la actividad turística en las ciudades históricas deben considerar:

- la adecuada preparación de la ciudad, cuyas acciones deben evitar el simulacro, estableciendo una innecesaria competición por llamar la atención externa, en contraposición a una ciudad viva y vibrante de contemporaneidad (ROMERO MORAGAS, 2001);
- la presentación de la ciudad, cuyas iniciativas deben residir en poner en valor los recursos culturales existentes, creando condiciones de la visita, a fin de animar al conocimiento e interacción, así como a disuadir intenciones de realizar un acercamiento superficial, por lo concienzudo que pueda parecer introducirse en la historia local;
- la interpretación de la ciudad histórica y de su patrimonio cultural, cuyas medidas deben concitar el interés y provocar una efectiva comunicación basada en la comprensión sobre lo que se ve y, consecuentemente, en la generación de su aprecio y disfrute (MARTÍN, 2007)<sup>63</sup>.

<sup>63</sup> Aquí, se puede hablar, conforme comenta Romero Moragas, en el desarrollo de la accesibilidad intelectual, es decir, el disfrute que genera la comprensión de lo que se ve y se experimenta y, por consecuencia, del valor positivo decurrente del hecho de aprender algo (ROMERO MORAGAS, 2001). Además, acrécentese que, como menciona Meneses, cuando se opta por problematizar la información que se ofrece al visitante, se promueve una construcción intelectual placentera de interpretaciones por parte de quién se informa. En cambio, al suministrarse interpretaciones elaboradas, de modo simplista o menos eficiente, no permitiendo al visitante construir una cuestión que le haga pensar en lo que ha visto y disfrutado, se generan condiciones para que se produzca su olvido muy prontamente, de modo que, tanto emocionarse como el aguzar la curiosidad y la admiración o, a su vez, provocar la indiferencia depende de cómo la información es transmitida (MENESES, 2006).

#### CUADRO 10 EL CENTRO DE INTERPRETACIÓN PARA UNA CIUDAD HISTÓRICA: EL CASO DE TOLEDO

*La implantación del Centro de Interpretación del Toledo Histórico, desarrollada en el marco del Programa de Renovación del Centro Histórico de Toledo, según su Plan Especial del Casco Histórico, ha sido posible en función de la exposición “Claves de Toledo, Llaves del Futuro” que ha sido llevada a cabo para el Centro Cultural de San Marco, ubicado en la antigua Iglesia de mismo nombre.*



*Folleto de presentación del Centro de Interpretación de la ciudad histórica de Toledo*



*Foto 50: Entrada al Centro de interpretación.*



Conforme indican los estudios producidos sobre las perspectivas del sector turístico en Toledo, “las dificultades de este centro derivan, por un lado, de su ubicación en el corazón del centro histórico y, por otro, de un diseño mixto, a caballo entre un centro de interpretación de la ciudad y un museo interactivo de nuevo diseño. La ubicación, dentro del eje turístico de la ciudad, pero a donde se accede cuando ya se ha recorrido una parte significativa del centro histórico, dificulta su funcionamiento como Centro de Interpretación de la Ciudad que conectado directamente con la visita turística, pues este tipo de equipamiento, para que cumpla adecuadamente su función, debe estar localizado en los puntos de acceso donde se inician las rutas o itinerarios de visita”.



Foto 51: Vista del interior del Centro de Interpretación. Tiene como argumento central para la visita “las claves y las llaves” de Toledo, como forma de permitir por parte del visitante una comprensión de la ciudad, en cuanto propuesta alternativa para adentrarse en el conocimiento de la misma. Su material expositivo – cerca de 800 m<sup>2</sup> de área dedicada a ese fin, así como más de 30 instalaciones audiovisuales, escenografías, piezas, facsímiles, maquetas, luz, sonido – utiliza una serie de artificios para lograr una visita al recinto que permita comprender Toledo, según sus organizadores, de modo más profundo, divertido y emocionante.



Foto 52: Vista del interior del recinto, donde se puede ver una imagen de la ciudad y una serie de documentos que explican su historia y evolución.

Además, conforme indica el mencionado estudio, los “contenidos y el tiempo de duración de la visita, del orden de dos horas necesarias para garantizar una comprensión razonable de contenidos y una estancia enriquecedora, no son muy acordes con la tipología de [la gran mayoría de] los visitantes de la ciudad, excursionistas y turistas con estancias cortas.

De ahí la dificultad de otorgar éxito al equipamiento en cuestión, teniendo en cuenta la finalidad para la cual se desearía que cumpliera con efectividad su función. Más bien, acorde con lo que los condicionantes urbanísticos – de localización – han impuesto en la práctica, hay un gran desafío al que hacer frente, como es el de “reorientar la funcionalidad actual del Centro de Interpretación de San Marcos y, dado que por localización no puede funcionar como un verdadero centro de interpretación, transformarlo [de hecho] en un museo de la ciudad interactivo”.



Foto 53: Maqueta de Toledo en el recinto.

Sin embargo, la falta de conexión entre el Centro y los diversos equipamientos que se van implantando en la ciudad y, además, el débil papel que juega en tanto que elemento de canalización y distribución del flujo de visitantes que el desarrollo turístico de la ciudad señala, hace poco operativo su funcionamiento como pieza ordenadora de la movilidad turística en el área. Ello especialmente se verifica en relación con el Centro de Recepción de Visitantes – “Toletum”, previsto, programado y en fase de conclusión, ubicado en la entrada de la ciudad, desde Madrid, en que no se opera, de modo claro, una acción de movilidad urbana integrada. Se reitera lo propuesto en el mencionado estudio, al indicar la necesidad de replantear los actuales contenidos y funcionalidad del centro cultural San Marcos y convertir el actual centro de interpretación en un museo de la ciudad de nuevo diseño, pudiendo cumplir con más eficacia y efectividad una función más educativa y cultural en su sentido estricto.



Foto 54: Centro de Recepción de Visitantes en obras.

Fuente: CENTRO DE INTERPRETACIÓN DEL TOLEDO HISTÓRICO – CITH, s.f.; TROITIÑO VINUESA, 2005b.

Fotos 52, 53, 55, 56: BRITO, M., 2007. Foto 54: CITH.



Igualmente, se presentan como mundos propios, y cabe hacer hincapié aquí, en triple perspectiva, lo que ocurre en el desarrollo de acciones de marketing cuando se trata de actuar para promover las ciudades, el patrimonio cultural y el turismo:

- el desarrollo del marketing urbano o “*city marketing*” viene actuando como una vía para solventar problemas de financiación del desarrollo urbano de muchas ciudades, a partir de la difusión de señas de identidad urbana que confieren especial atracción a determinados sitios urbanos por su impacto mediático, poniéndolas en el mapa internacional, lo que puede generar intervenciones importantes en la ciudad, aunque puedan estar al sabor de políticas públicas de inspiración mercantilista neoliberal (ROMERO MORAGAS, 2001) y no siempre conducentes a proporcionar el desarrollo socialmente responsable, culturalmente diversificado y ecológicamente equilibrado de la ciudad como sería lo más deseable alcanzar (BRITO, 2002);

- el desarrollo del marketing del patrimonio cultural se está poniendo cada vez más en evidencia, aunque los organismos responsables de su gestión sólo lo llevan a cabo cuando asumen y reconocen el papel que el patrimonio cultural puede protagonizar en cuanto dinamizador socioeconómico y favorecedor del desarrollo local o aun como un instrumento para la sensibilización y educación en sociedad, así como para la valoración del probable valor universal excepcional – con vistas a su reconocimiento como un Patrimonio Mundial –, la apreciación de la autoestima local y la generación de empleo y renta, a partir del análisis del

comportamiento y de las expectativas tanto de los residentes como de los visitantes respecto de un determinado recurso patrimonial (CAMARERO IZQUIERDO y GARRIDO SAMANIEGO, 2004)<sup>64</sup>;

- el desarrollo del marketing turístico tiene como objetivo central comunicar a los potenciales consumidores turísticos que la oferta divulgada es capaz de satisfacer sus exigencias y demandas, por lo cual se debe buscar una constante reinención del destino para hacerlo competitivo y atrayente, al presentar de un modo distinto los atractivos turísticos que poseen y hacer tangible su intangibilidad, a partir de la conformación de beneficios palpables en función de de la visita realizada, es decir, del consumo óptimo de la oferta turística hecha disponible (EJARQUE, 2005)<sup>65</sup>.

En el primer caso, en el desarrollo del marketing urbano se evidencia que el patrimonio cultural

<sup>64</sup> Además, cabe considerar en el marketing del patrimonio cultural, la segmentación del mercado y de la selección del público objetivo en función de ello, el desarrollo del producto patrimonial en cuestión y el consecuente establecimiento de la oferta patrimonial, mediante la fijación de precios, de la captación de fondos y de otras fuentes de ingreso hacia su permanente manutención y desarrollo, así como la distribución, promoción y difusión de informaciones sobre el patrimonio y la comunicación de esa oferta patrimonial al público en general y a los públicos según los sectores que se tomen en cuenta (CAMARERO IZQUIERDO y GARRIDO SAMANIEGO, 2004).

<sup>65</sup> Como apunta Murta, sin embargo, hay situaciones donde “las fuerzas del mercado que mueven el turismo tienden a transformar algunos sitios históricos en meros escenarios y las comunidades que ahí viven en museos donde se realizan actuaciones relacionadas a prácticas patrimoniales, convirtiéndolas en un pastiche irrelevante de si mismas, con pocas o ninguna conexión con su presente, en un parque de diversiones para el disfrute de visitantes, que ahí dejan su dinero” (MURTA y ALBANO, 2005: 140). Hay, por lo tanto, que analizar cada situación y verificar cuales son las iniciativas e intereses capaces de generar los resultados deseados, dentro de los supuestos de la interpretación, es decir, de “una actividad educativa que pretende revelar significados e interrelaciones mediante el uso de objetos originales, experiencias de primera mano y medios ilustrativos, en lugar de simplemente transmitir la información de hechos” (TILDEN, 2006: 35).



viene asumiendo un papel tanto propulsor como de estorbo para promover procesos de regeneración urbana, al generar condiciones favorables o, al revés, indeseables, para atraer inversiones, hoy por hoy, tanto públicas como privadas. Como ha indicado Silva, “la tendencia de tratar la cultura [patrimonio cultural] como estrategia de mercado, más que política social, (...) ha provocado la inserción del turismo en las políticas de desarrollo económico y urbano” (SILVA, 2004: 57).

#### **CUADRO 11 MARKETING TURÍSTICO EN ESPAÑA: UNA HERRAMIENTA PARA LA DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DE LAS CIUDADES HISTÓRICAS**

*La Administración Pública en España está apostando por la difusión y promoción de sus recursos culturales como productos turístico-culturales capaces de atraer cada vez a un número mayor visitantes, además de constituirse en una vía para consolidar la demandada diversificación del producto turístico español.*

##### **TURESPAÑA – la promoción exterior**

*Desde la Administración Central, más precisamente, desde TURESPAÑA, cabe mencionar las iniciativas que se han llevado a cabo de promoción del turismo cultural, dentro de una lógica de marketing, en su política exterior de promoción, como el Plan de Impulso al Turismo Cultural e Idiomático (2002-2004) que ponía de relieve la potenciación de España como destino de turismo cultural e idiomático, estableciendo ejes de actuación basados en apoyar la oferta cultural así como su promoción y comercialización por el sector turístico. Tales medidas incidían en: el estímulo a la creación de oferta turístico-cultural (implantación de sistemas de explotación y gestión de recursos culturales, mejora de la gestión de acontecimientos especiales, mejora de la gestión de acontecimientos periódicos y acceso a museos y monumentos); la sensibilización respecto del turismo cultural y estructuración del sector (acciones de sensibilización y formación); gestión de la información y aprovechamiento de las nuevas tecnologías; plan de marketing de turismo cultural (campana de publicidad, relaciones con las redacciones de medios, apoyo a la comercialización de determinadas marcas culturales temáticas y conocimiento del perfil del cliente de turismo cultural); la enseñanza del español como recurso turístico (oferta y plan de marketing); y coordinación (creación de un comité ejecutivo de turismo cultural como órgano de trabajo de la Comisión Delegada para Asuntos Culturales y de un consejo promotor de la enseñanza del español en España). Conforme indica Velasco González, en el marco de las demás acciones del periodo, se vislumbró la mayor participación progresiva del sector privado, centrado en la calidad, profesionalización del sector turístico y en el desarrollo de iniciativas basadas en la cooperación interadministrativa – entre los diversos entes territoriales y del sector público con la*

*iniciativa privada.*

*Ya las directrices para el Plan de Objetivos para la Promoción Exterior del Turismo (2007), indican como requisito el desarrollo de un marketing turístico para cada necesidad, lo que exige mejorar el conocimiento de las características y prioridades de cada segmento de mercado, como también la cooperación en el establecimiento de alianzas para el desarrollo de las acciones, es decir, concebir un plan de acción conjunto que integre las acciones de diferentes administraciones públicas y del sector privado hacia el exterior. Así, compartir, coordinar esfuerzos y lanzar acciones conjuntas genera un impacto mayor que la suma de las actividades e iniciativas organizadas individualmente. Así, en el caso en cuestión, el Club de Producto en Turismo Cultural viene ganando espacio y atención especialmente en campañas de publicidad en mercados externos. Vale decir que, para ese segmento, la importancia de la calidad y la eficacia de la información turística es esencial.*

*Se verifica, en definitiva, el espacio propio que ha adquirido el sector en España y su progresiva consolidación en los mercados, tanto internos como externos.*



*La Marca Turística de España, con el “Sol” como símbolo intrínseco de su oferta.*

*Fuente: TURESPAÑA, 2002, 2006; VELASCO GONZÁLEZ, M., 2005*

*Las Comunidades Autónomas, tras el traspaso de competencias del Estado en materia de turismo (en general, a partir de 1981), pasaron a desarrollar importantes acciones de desarrollo turístico, entre ellas, de promoción y marketing de sus recursos turísticos. Como ejemplo, Andalucía, Galicia y Castilla-La Mancha vienen desarrollando importantes labores de difusión de sus recursos culturales como oferta turística en sus regiones. Tienen, por lo tanto, las competencias para actuar directamente sobre la promoción de sus destinos turísticos, entre ellos, de las ciudades históricas existentes en su territorio.*

##### **Andalucía – El Plan Director de Marketing 2006-2008, un ejemplo**

*El Plan hace un análisis del sector en la región, de los principales mercados emisores e indica una serie de medidas de promoción y comunicación, por mercados y por segmento, y de difusión, según las diversas medias – Internet, material impreso, audiovisual etc.*



## Andalucía

La Marca Turística de Andalucía: expresa la alegría del pueblo andaluz.

En lo que corresponde a los estudios de segmentación realizados, en lo referente al Turismo Cultural, define estrategias específicas para su desarrollo, teniendo en cuenta algunos aspectos aquí destacados:

- falta de accesibilidad de los espacios culturales, por un lado, relacionada con la interpretación del patrimonio, adaptándolo al nivel del visitante y a distintos idiomas y, por otro, la falta de adaptación de los recursos culturales a las necesidades de los clientes de mayor edad, como rampas, letreros de mayor tamaño etc.;

- insatisfacción de los visitantes por saturación de los espacios más demandados;

- falta de información de espectáculos y eventos con la suficiente antelación, para que sea viable su comercialización como producto turístico;

- concentración de la oferta cultural en pocos destinos y espacios: Sevilla (casco histórico), Córdoba (casco histórico, Mezquita) y Granada (Alhambra);

- necesidad de diversificar los productos culturales existentes;

- deficiencias en el sistema de movilidad urbana.

Por su turno, cabe destacar como evidencias y fortalezas para su desarrollo:

- la amplia oferta cultural de bienes de interés cultural;

- amplia oferta complementaria y creación de tarjetas turísticas que generan sinergia entre la visita cultural, el transporte, la gastronomía y las compras;

- posibilidad de combinar en una sola región muchos segmentos turísticos;

- gratuidad o bajo coste de las entradas a los recursos culturales.

Es importante decir que, según los estudios desarrollados para el Plan de Marketing de Andalucía, el turista que compra algún destino de Andalucía busca, por encima de otras motivaciones, el elemento cultural (conforme lo indicaron 28% de los turoperadores encuestados), por lo que, resulta evidente que la cultura y el patrimonio cultural son referencias incuestionables para el desarrollo turístico de la región.

Así, como estrategia de actuación, dicho Plan, en ejecución, en lo referente a la promoción de productos destaca el fomento de una oferta complementaria, la creación de productos más vertebrados, la apuesta por su calidad, el compromiso por el medioambiente y por el desarrollo sostenible y, por fin, por motivar, concienciar y formar el personal de contacto en destino. Por último, en Andalucía, en su Plan de Marketing, que tiene como foco central fortalecer la marca "Andalucía" en los mercados, según los diversos segmentos, no se explicita de modo evidente el desarrollo de acciones cooperativas entre las ciudades históricas andaluzas, especialmente aquellas que poseen bienes reconocidos como Patrimonio de la Humanidad, como Sevilla, Córdoba y Granada. Esta cuestión, aunque no evidente, parece estar

presente en los llamados Club de Producto, involucrando a la administración, operadores turísticos de producto y empresas relacionadas, con lo que se espera que se pueda avanzar en el desarrollo de acciones articuladas entre ciudades históricas en la región. Desde la difusión cabe hacer mención a la iniciativa de divulgación del Mapa Cultural de Andalucía, desde las Oficinas de Información Turística en las principales ciudades andaluzas.

Otro instrumento que sigue siendo muy utilizado son las guías turísticas de ciudades y de provincia – las guías prácticas – que indican, entre otros datos, aquellos referentes a la historia y geografía, a los monumentos y museos, fiestas y tradiciones, gastronomía y artesanía y rutas a realizar en la ciudad. Por cierto, junto a estos instrumentos, desde los Ayuntamientos, Cámaras de Comercio, Diputaciones, Asociaciones locales del sector, son producidos y difundidos materiales de promoción y divulgación de los recursos turísticos de las ciudades.



Mapa Cultural de Andalucía – informaciones básicas de interés turístico



Mapa Cultural – territorialización de la incidencia de las manifestaciones culturales – materiales e inmateriales.



Guías turísticas de Andalucía – Región, Provincias y Ciudades

Fuente: JUNTA DE ANDALUCÍA/CONSEJERÍA DE TURISMO, COMERCIO Y DEPORTE, 2005, TURISMO ANDALUZ, 2006, 2007;  
Foto 55: BRITO, M., 2007.



## CUADRO 12 MARKETING TURÍSTICO EN BRASIL: A PASOS LARGOS HACIA NUEVOS TIEMPOS

El Ministerio de Turismo de Brasil ha desarrollado una estrategia de marketing turístico en el marco del Plan Nacional de Turismo 2003-2007 que sigue desarrollándose de cara a consolidar una nueva visión de Brasil como destino, potenciando su diversidad cultural y medioambiental como fuertes ingredientes para generar el interés y motivación de visitantes interiores y exteriores. Para ello ha desarrollado una estrategia de instrumentación específica para cada uno de estos visitantes, enmarcada en la elaboración y puesta en marcha de dos planes de marketing: el Plan Cores, para el público interno y el Plan Acuarela, para el público externo.

### EL PLAN “CORES DO BRASIL”



Desarrollado para el marketing y comercialización de productos turísticos en el ámbito del Programa de Regionalización del Turismo, tras el análisis de la demanda y de la oferta, pone en evidencia aspectos relevantes como el crecimiento del turismo interno, en torno a 5,8% (2002-2006), el porcentaje elevado de un 50% de brasileños que hacen al menos un viaje al año, lo que representa cerca de 65 millones de personas. Los estudios previos indicaron que hay una disminución de la demanda restringida por la accesibilidad aérea, el crecimiento de segmentos de altos gastos (congresos, incentivos, cruceros), de la programación de autoviajes, del turismo residencial y de la creciente estructuración de segmentos especializados, como el ecoturismo y cultural, entre otros. Así es que la motivación cultural (agregada, según los datos disponibles) asciende a 13,5% del mercado nacional. El turismo residencial y el de sol y playa son los que lideran el ranking nacional totalizando el 50% de ese mercado. Se verifica, además, que la presencia del producto “Brasil” está altamente centrada en los destinos ya consolidados sin grandes incursiones en la difusión de nuevas ofertas. Entre los factores limitantes del turismo interno, destacan, entre los aspectos más acusados, deficiencias en el propio destino – su estructuración y organización interna – y una falta de divulgación de los destinos ante los potenciales visitantes (23,2%), especialmente de los incipientes.

En la encuesta realizada para la elaboración del Plan Cores do Brasil, el Turismo Cultural aparece en

2º lugar en el ranking (19,2%), por debajo solamente del de “Sol y Playa” (40,4%). El “Ecoturismo” aparece con 17,2%. De ahí se verifica un gran potencial junto a la demanda interna, en el desarrollo de acciones a favor del Turismo Cultural, lo que favorece iniciativas en la promoción de ciudades históricas como destinos turísticos.

El Plan Cores, elaborado por la Chias Marketing, se centra en la idea de que “el turista no compra atractivos sino productos”, lo que indica la necesidad de desarrollo de productos turísticos a partir de los atractivos existentes y estratégicamente seleccionados para tal, basados en la valorización de los diferenciales que poseen para el mercado.

Así, la estrategia de marketing establecida incide sobre:

- en relación a “lo que se quiere tener”, hace mención a (p.11):

“• UN LLAMAMIENTO A VIAJAR: incluir en el cotidiano del brasileño la cultura de viajar, como una forma de ocio y de consumo, como acontece en los países desarrollados;

• PARA CONOCER TODA LA DIVERSIDAD DEL PAÍS: el brasileño, tanto el turista actual, como el turista potencial y el profesional del sector, no tiene conocimiento suficiente de la cantidad de opciones disponibles para el consumo turístico, por falta de información y de promoción de la realidad del producto actual;

• MOSTRANDO LAS DIFERENCIAS ENTRE LAS REGIONES: los ecosistemas, biomas, culturas y la historia de cada región de Brasil permiten la vivencia de experiencias tan diversas, que el turista puede sentir que está viajando por varios países;

• POTENCIALIZANDO EL ORGULLO BRASILEÑO: la cantidad de atractivos, muchos de ellos patrimonio nacional y de la humanidad, cultural o natural, es totalmente desconocida por los turistas y por los profesionales del sector. Cuando se conoce lo que se tiene, el orgullo por el país crece”. En definitiva, pretende transmitir un mensaje vinculado a la idea de “visión compartida de futuro, posible y realista” (p. 03) Y, de entre los objetivos a alcanzar, se espera “mejorar el nivel de información y conocimiento del Brasil turístico” (p. 04)

- en relación a “lo que se va a promover”, hace mención a:

“• EL DECÁLOGO, que es el conjunto de los argumentos y de los valores que tiene que llevar a la decisión del turista potencial para viajar por Brasil;

• EL MENSAJE PERMANENTE, el slogan que sintetiza todos los argumentos y valores;

• LA MARCA TURÍSTICA como elemento de identidad y reconocimiento en los mercados”.



Marca Brasil. Posicionamiento/lema (Slogan): “BRASIL. EXPERIMENTE”.



Se propone para la promoción del turismo interno no solo informar, sino también sensibilizar, entusiasmar y convencer el mercado de que el turismo interno es un gran negocio. Así tanto la marca como el lema establecido buscan establecer una unidad estética y conceptual entre todas las posibilidades y experiencias que el país puede proporcionar al turista, abriéndole las puertas del país y de las posibilidades que su diversidad cultural y naturaleza le pueden brindar.

Para un país como Brasil, dadas sus dimensiones territoriales y “caracterizado por lo superlativo, por los grandes números, el decálogo [antes mencionado] transforma los números de los atractivos en argumentos emocionales” (p.12).

De los argumentos establecidos, cabe mencionar uno de especial interés: “¿CON CUÁNTOS PATRIMONIOS SE HACE UN PAÍS?” que en el ámbito del análisis de los potenciales de los recursos existentes en Brasil, evidencia la puesta en valor del potencial turístico del patrimonio cultural brasileño.



Foto 56: Ejemplo de uno de los “Argumentos Emocionales” desarrollado en el Plan “Cores”.

Fuente: CHIAS MARKETING, 2005a.

#### EL PLAN ACUARELA

Dirigido hacia el marketing turístico internacional de Brasil, establece un plan operacional de productos y macroprogramas de promoción, de modo que genere las condiciones operativas y logísticas adecuadas para hacer cada vez más presente en los mercados internacionales el producto “Brasil” con una marca bien posicionada (Marca Brasil) y con un agente de promoción internacional – en el caso, la EMBRATUR, organismo federal vinculado al Ministerio de Turismo con las prerrogativas de realizar la promoción de turismo brasileño en el exterior, entre otros cometidos. Posee una serie de EBTs – ‘Escritórios Brasileiros de Turismo’ en el exterior – con capacidad para difundirlo en espacios estratégicos como ferias internacionales de turismo, entre otros.

En el Plan Acuarela, elaborado por Chias Marketing, de los estudios realizados para evaluación del consumo de productos turísticos brasileños en función de su presencia en el exterior, se verifica que las ciudades históricas – como producto – aparece todavía con poca expresión, pues es el 16 en la lista de 18 destinos brasileños, lo que indica el carácter todavía complementario de sus recursos culturales. En efecto, el Plan establece que el patrimonio cultural brasileño es inherente a todo mercado turístico del país, pues combina y complementa otros segmentos, garantizando identidad y diferenciación a esos productos. Pero se constituye en un segmento diversificado y competitivo que puede y debe recibir tratamiento específico y estructuración de producto exclusivos de turismo cultural, siendo además complementado por productos enfocados hacia

grupos de público más restringidos y, por tanto, considerados nichos de mercado” (p.39).

El Plan Acuarela, en su proceso de elaboración, definió que el valor turístico potencial del país depende de tres aspectos: su valor intrínseco, su singularidad y su “carácter brasileño”, que le otorga particularidad, así caracterizado:

- El valor intrínseco del producto estaría basado en el conjunto de los valores de cada uno de los recursos que lo componen, “en un análisis comparativo que permita destacar en su categoría (museos, monumentos, naturaleza, parques naturales);
- la singularidad del producto turístico, el valor que cada recurso tiene por el hecho de ser único en el mundo, en América Latina, en Brasil y en su región o Estado, ya que “cuanto más singular, mayor será el ámbito de atracción geográfica del mismo” (p.59);
- el carácter brasileño expresa el valor que tiene cada recurso por el hecho de ser propio del lugar, en este caso, del Brasil, en cuanto diferencial vinculado a la identidad cultural del lugar.

Sin embargo, se verifica que en el estudio realizado (2004) de 27 ciudades brasileñas visitadas por extranjeros, Ouro Preto aparece en el 25 puesto, lo que indica la necesidad de una atención especial hacia su estructuración como producto turístico pues además de los valores potenciales, la capacidad de atracción de un producto turístico va asociada a su valor real, es decir:

- su notoriedad, en ese caso, grado de conocimiento del producto a nivel nacional e internacional, tanto por los turistas, como por los turoperadores y por los medios de comunicación;
- la concentración de la oferta, valor derivado de la existencia de más ofertas para hacer la misma actividad y/o otras actividades turísticas y lúdicas – visitar, comer, dormir, pasear etc. – en el mismo destino, ya que se considera más fácil atraer el turista cuando hay mucho que hacer en destino. Como en las encuestas realizadas sobre el interés y motivación de los turistas extranjeros en el país el ítem CONOCER aparece en el 2º puesto, se cree que el desarrollo de acciones de preparación, adecuación y presentación de las ciudades históricas pueda ser oportuno, ya que se identifica desde la política turística en vigor un ambiente favorable para el desarrollo de destinos patrimoniales.

En las medidas operativas relacionadas con la elaboración/difusión de productos, las ciudades históricas – “Ciudades Patrimonio”, tal como se indica – figuran como recursos agregados al producto “Ciudades, Negocios y Congresos”, como posibilidad para innumerables combinaciones con otros recursos, lo que evidencia, que se halla en Brasil un proceso de estructuración del turismo, con fuerte incidencia en la optimización de destinos maduros y la planificación de nuevos destinos, estos últimos, priorizados especialmente en áreas de menor dinámica económica con atención preferente a proyectos que valoricen las identidades culturales y el incremento del capital social para la promoción del desarrollo sostenible. Las ciudades históricas se encuadran, en su gran mayoría en esa condición.

Fuente: CHIAS MARKETING, 2005b, MTUR, s.f.



En efecto, la valoración de sitios urbanos patrimoniales ya no sólo se asienta esencialmente en bases culturales o en función del discurso político de vertiente cultural, sino que pasa a apoyarse en argumentaciones más complejas donde su dimensión social y principalmente económica asumen más importancia. En función de su valor de consumo, creciente tanto en sociedades desarrolladas como en aquellas en desarrollo, su permanencia y recuperación, tienden a asentarse cada vez más según su capacidad de absorber las funcionalidades urbanas que la contemporaneidad les otorgue.

Así, los principios de permanencia y recuperación, en lo que corresponde a la dimensión física – material – del patrimonio cultural en la ciudad histórica deben asumir las respectivas acepciones (BRITO, 1992):

- permanencia: considerando las estructuras física y humana existentes en esas áreas, debe significar la intención de mantener la ciudad, permitiendo, a partir de su dinámica urbana, que esas áreas sean apropiadas en su contemporaneidad, es decir, puedan y deban de un lado proteger las características esenciales que las identifican, sin, por otro, dejar de absorber la modernidad que la dinámica de las relaciones sociales sobrepone a la estructura consolidada de esos asentamientos.

En ese sentido, el principio de permanencia debe ser, por tanto, una orientación estratégica, resultante de una acción activa, progresiva, compartida y hecha para y con la población directamente afectada.

Esta orientación modifica la comprensión aún arraigada en muchos sectores de que la preservación es un acto de cristalización, museificación o congelamiento de lo existente – artefactos, procesos y agentes culturales –, con pautas y contextos culturales intocables. En realidad, sea cual sea la intervención promovida, se estará siempre imprimiendo una nueva acción cultural y, por lo tanto, un nuevo significado en su contenido, sea físico o sociocultural, agregándole valor (ESTANISLAU y NUNES, 1987).

Así, la permanencia en cuanto premisa para una actuación urbanística en esas áreas debe presuponer un proceso continuo de formación del patrimonio cultural urbano, teniendo en cuenta tanto las herencias como las nuevas aportaciones urbanas.

La otra acepción corresponde a:

- recuperación: considerando las estructuras física y humana existentes en esas áreas, debe significar la acción de mantener la ciudad, permitiendo, a partir de su dinámica urbana, que esas áreas sean intervenidas en su emergencia por tratarse de área crítica (ICOMOS/CB, 1987), es decir, puedan y deban atender a las demandas sociales, económicas y culturales, según las condiciones de la estructura física en adecuarse espacial y estructuralmente a los requerimientos de los contenidos programáticos de esas demandas.

En ese sentido, el principio de recuperación debe ser, por tanto, una acción que busque entender el proceso evolutivo de la ciudad, definiendo en consecuencia, el criterio y el método de intervención que mejor se adecue a las demandas antes mencionadas, asegurando la regeneración o reconquista física del área (CHALINE, 1981) basada, por un lado, en el significado afectivo que la misma posea para la población que la utiliza, disfruta y remite valores de su identidad cultural y, por otro, en su revitalización socioeconómica en cuanto componente de su desarrollo urbano en relación con la ciudad y a la región donde se ubica.

A raíz de ello, la recuperación como proceso y la permanencia como un fin debe considerar la preservación urbana como una acción corriente en la ciudad, una vía para su desarrollo urbano, y no más una acción de excepción y de excepcionalidad, como tradicionalmente se manifiestan en las ciudades (BRITO, 2004b, 2004d).

Asociado a ello, la determinación de la frontera entre los espacios públicos y privados se hace cada vez más tenue, ora de precisión difusa ora de apropiación indebida, en función de criterios de demarcación, como el económico y el



político, que generan *externalidades*<sup>66</sup> que ponen en jaque discursos e intervenciones llevadas a cabo (GIL CALVO, 2006).



*La relación entre espacio público y privado no siempre está bien establecida, pudiendo generar conflicto por el uso del espacio. Un ejemplo de terraza en la Plaza de las Tendillas, en Córdoba.*  
Foto 57: BRITO, M., 2007.



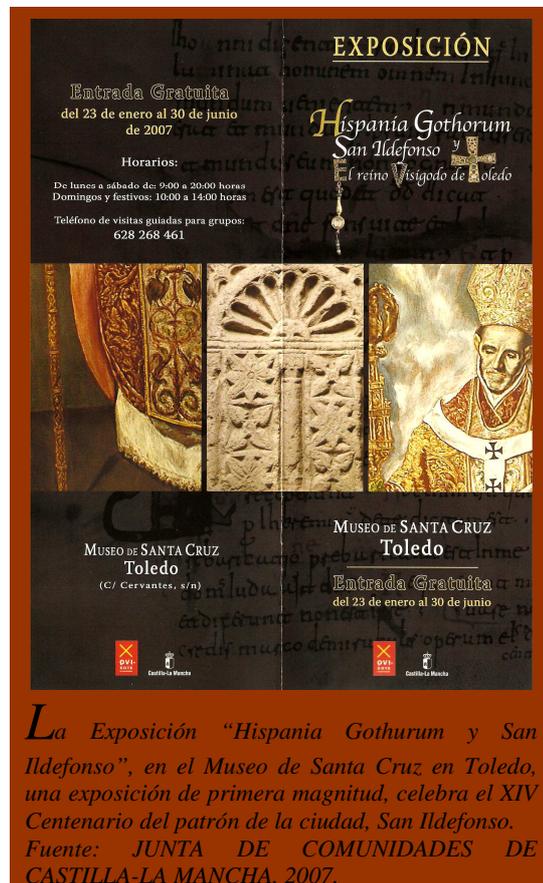
*En Ouro Preto, el conflicto reside en la disputa por la movilidad en el centro: peatones versus coches, en el reducido espacio de las aceras y calles coloniales.*  
Foto 58: BRITO, M., 2006.

Así, el mantenimiento, desarrollo o desaparición del patrimonio cultural estará, indefectiblemente, sometido a esos principios, claves para la preservación dinámica del patrimonio cultural en la actualidad<sup>67</sup>.

En el segundo caso, en el desarrollo del marketing del patrimonio cultural, se evidencia

que las prácticas corrientes de promoción del patrimonio cultural no toman en consideración los aspectos del marketing y publicidad, ya que ello conlleva una visión del mercado no siempre bien aceptada por los preservacionistas.

A su vez, la promoción llevada a cabo en este campo reside básicamente en la difusión de la información sobre el patrimonio, quizás considerándola suficiente por lo que puede comportar o por lo que resulta posible por las frecuentes restricciones presupuestarias. Dicha iniciativa va siempre dedicada a sostener una forma de acción educativa hacia el patrimonio<sup>68</sup>, pero, lamentablemente, suele constituirse más en una acción pasiva, de ofrecimiento de un conocimiento que puede ser apropiado o no por terceros. Las exposiciones son una fuente importante de ese tipo de iniciativa.



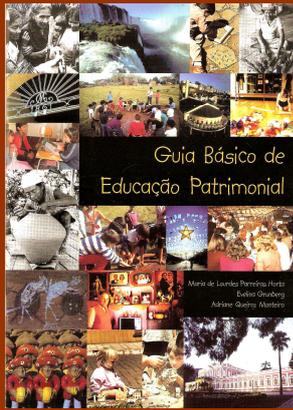
*La Exposición "Hispania Gothorum y San Ildefonso", en el Museo de Santa Cruz en Toledo, una exposición de primera magnitud, celebra el XIV Centenario del patrón de la ciudad, San Ildefonso.*  
Fuente: JUNTA DE COMUNIDADES DE CASTILLA-LA MANCHA, 2007.

<sup>66</sup> Decurrentes de la prevalencia de intereses particulares sobre los colectivos cuyos efectos externos afectan las demás partes tanto positivamente cuanto negativamente, según se produzca (GIL CALVO, 2006).

<sup>67</sup> Por ejemplo, Londres ya apuntaba por la necesidad de comprender la preservación del patrimonio cultural dentro de una perspectiva dinámica, a la luz de su análisis del pensamiento en esa materia, especialmente en los avances matizados por Riegl y teniendo como campo objetivo de investigación la trayectoria de la política federal de preservación del patrimonio cultural desarrollada en Brasil Cf. LONDRES, 1997.

Como excepción, pueden señalarse valiosas acciones de inserción en los contenidos curriculares de las escuelas de los temas relacionados con el patrimonio, la producción de material educativo especializado en lenguaje simple dedicada al público infantil y la realización de talleres asociados a visitas a determinados sitios patrimoniales.

<sup>68</sup> O como se suele decir en Brasil, de educación patrimonial.



En Brasil se viene trabajando en acciones de sensibilización y de educación para el patrimonio, a ejemplo de la “Guía de Educación Patrimonial” que fue editada por el IPHAN en 1999, donde se trabaja el objeto cultural como fuente primaria del conocimiento.

Fuente: HORTA, M. L. P. ET ALL, 1999.



Material didáctico producido por Gabinete Pedagógico de Bellas Artes de Sevilla de las Consejerías de Educación y Cultura de la Junta de Andalucía para uso en las escuelas, con cuadernos específicos para el Profesorado y para el Alumnado.

Fuente: JUNTA DE ANDALUCÍA/CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN Y CONSEJERÍA DE CULTURA, 2006.

Foto 59: BLOS, D., 2007.



Guía turística didáctica para niños, ampliamente ilustrada y con narrativa estimulante que genera la curiosidad y la fácil comprensión de los hechos. Actualmente las hay disponibles sobre varios monumentos en ciudades históricas en España, como La Alhambra, en Granada, el Alcázar de Sevilla, la Mezquita de Córdoba, Toledo, entre otras.

Fuente: VILLA-REAL, 1997, LAMILLAR, 2000, BAENA ALCANTARA, 2000, AGUADO MOLINA, 2003.

Foto 60: BLOS, D., 2007.



Material lúdico elaborado para promoción del conocimiento sobre el patrimonio de la ciudad de Córdoba, dirigido a los niños y niñas de la ciudad.



El juego consiste en localizar/identificar los diversos monumentos en la ciudad, especialmente en la zona declarada por la UNESCO como Patrimonio Cultural de la Humanidad – la de color amarillo.

Fuente: AYUNTAMIENTO DE CÓRDOBA, s.f.c.

Sin embargo, el enlace con una actitud más agresiva, más activa, propia del marketing, todavía está por hacerse desde los gestores patrimoniales, ya que la lógica vigente para su gestión rebasa lo que es la estricta protección y conservación de los bienes culturales tutelados, a menudo, en detrimento de los ciudadanos, de sus posibilidades de comprensión, apropiación y disfrute. Los grandes museos suelen ser excepciones dentro de esa realidad.

De cualquier modo, se cree que el turismo, en ese caso, se muestra como una vía que puede ser mejor explorada para el desarrollo de sentimientos de herencia, pertenencia, de autoestima, de alteridad, de tolerancia, de hermanamiento, de reconocimiento y valoración simbólica entre otros aspectos, de los cuales, todavía, se saca poco partido y provecho.



*El Museu do Oratório en la Casa Capitular de la Iglesia de N. S. do Carmo, en Ouro Preto. Inaugurado en 1998, dada sus dimensiones de pequeño museo, se puede considerar como una excepción en esa cuestión, al disponer de un acervo de casi 500 piezas del siglo XVII al XX, de gran interés, muy singular y único en el mundo.*

*Fuente: MUSEU DO ORATÓRIO, s.f.*

*Foto 61: MUSEU DO ORATÓRIO, s.f.*

El patrimonio cultural, como elemento fundamental de identidad sociocultural, se ha hecho valioso tanto a nivel sociopolítico como económico, lo que está imprimiendo un notable crecimiento y expansión de la lógica de preservación a nuevos campos (SANT'ANNA, 2004), en muchos casos, todavía por consolidarse. El turismo cultural en ciudades históricas podrá constituirse en una vía por la cual esos nuevos campos vengán a consolidarse, o incluso posibilitar el surgimiento de nuevas discusiones, emergentes, de tal suerte que, se espera, sean provechosas para la gestión patrimonial.

En el último caso, en el desarrollo del marketing turístico, se evidencia que en la búsqueda constante del establecimiento de ventajas comparativas, se hace cada vez más necesaria la cooperación entre destinos que la mera competencia entre ellos (HALL, 2004), jugando con la conformación de rutas e itinerarios culturales, llenos de elementos de interés, de carácter complementario y con una base suficiente de servicios y prestaciones turísticas que permitan su pleno consumo. Hay, sin embargo, una proliferación de esos recorridos que en el afán de una promoción rápida, hecha a la ligera, no llega a consolidarlos como tal, especialmente por la falta de la base logística antes mencionada o por la simple inexistencia de nexos imprescindibles para conferirles una lógica aceptable y un sentido práctico. Solucionados esos dictámenes esenciales, dicha iniciativa tiene gran posibilidad de prosperar.

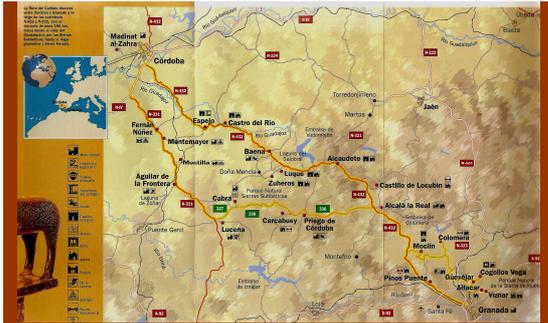
A raíz del planteamiento de búsqueda de una triple alianza, es decir, de mayor conexión entre las políticas y acciones de desarrollo urbano/territorial, cultural y turístico, es evidente la constatación generalizada, con excepciones puntuales, de la falta de coordinación entre esas políticas y acciones, sea por superposición de iniciativas sea por omisión en determinados temas cuyas responsabilidades son relegadas a terceros o simplemente desestimadas.

Como indica Troitiño y todavía se mantiene actual, en el “Manifiesto de Santiago de Compostela” (1999), desde la gestión, se “reclama apoyo para innovar y lograr el compromiso social con la conservación activa del patrimonio, y (...) profundizar en la colaboración y cooperación entre ciudades, organismos internacionales, bancos, estados, agencias de desarrollo, centros de enseñanza e investigación, ONGs etc.” (TROITIÑO VINUESA, 2000a: 93).

En efecto, desde hace más de una década, estudios realizados indicaron la necesidad de avance en el conocimiento y control de la gestión del turismo, una realidad compleja que sigue demandando análisis de casos representativos o tipológicos como forma de aclaración de las múltiples dimensiones del hecho turístico, a fin de perfilar estrategias de actuación adaptadas a cada realidad (TROITIÑO VINUESA, 1998).



*La Ruta del Califato – de Córdoba a Granada, esa ruta propone una fascinante aventura del espíritu entre los dos polos estelares del fabuloso Legado Andaluz. Propuesta a partir de estudios realizados por la Fundación El Legado Andaluz, en el proyecto “Rutas de al-Andalus”, tiene señalado los sitios de mayor interés a lo largo de los cerca de 180 km<sup>2</sup> que componen el recorrido, dónde se puede conocer y disfrutar de un paisaje, gastronomía, artesanía y fiestas tradicionales de gran interés y donde se puede ir identificando en ellos la huella del al-Andalus.*



El Itinerario contiene 25 sitios que incluyen ciudades históricas – en sus extremos con sitios Patrimonio de la Humanidad – además de pueblos vernaculares, castillos, villas, monumentos religiosos, palacios, yacimientos arqueológicos. Su recorrido se realiza por las carreteras N-432 y N-331.

Fuente: FUNDACIÓN EL LEGADO ANDALUSÍ/ TURISMO ANDALUZ, 2002, s.f.

**CUADRO 12  
EL ITINERARIO CULTURAL COMO INSTRUMENTO PARA EL DESARROLLO REGIONAL – EL CASO DE LA “ESTRADA REAL” EN MINAS GERAIS, BRASIL.**



El Itinerario de la “Estrada Real” en el Estado de Minas Gerais y Río de Janeiro, en Brasil, promovido por el Instituto Estrada Real – IER, organización privada en forma de asociación civil sin ánimo de lucro que cuenta con los auspicios de una serie de empresas privadas vinculadas a la Federación de Industrias del Estado de Minas Gerais – FIEMG y organismos gubernamentales – del Gobierno del Estado y del Gobierno Federal, tiene como objetivo fomentar el desarrollo socioeconómico de una región compuesta por 177 municipios, a partir del turismo sostenible e integrado.

El itinerario está compuesto por cuatro caminos: el “Caminho dos Diamantes”, el “Caminho Velho”, el “Caminho Novo” y el “Caminho do Sabarabuçu” (extensión del “Caminho Velho”), totalizando 1400 km.

El IER, fundado en 1999, viene desarrollando una serie de proyectos y estudios para la región con vistas a diagnosticar sus potenciales y promover acciones que conlleven al aumento del flujo turístico en la zona. Su misión, en definitiva, reside en liderar el desarrollo integrado del turismo en la “Estrada Real”, de modo sostenible, promoviendo experiencias inolvidables para el turista y creando oportunidades de negocio para la industria de la región.

De entre los municipios que componen la “Estrada Real”, hay ciudades históricas brasileñas, con bienes considerados Patrimonio de la Humanidad, como Ouro Preto, Diamantina y Congonhas do Campo o declaradas Patrimonio Nacional, como Mariana, Tiradentes, São João de Rey, Serro, Sabará, Petrópolis y Paraty, es dos últimas en el Estado de Río de Janeiro.



Las iniciativas en desarrollo indican como estrategia apostar por el fomento y difusión de productos asociados al turismo o que puedan consolidarse como marca vinculada a la Estrada Real, como el Café Estrada Real, “el nuevo oro oscuro de Minas Gerais”.

Así, la tradición minera es objeto de valoración y sus productos relacionados comercializados como los quesos, la “cachaça de alambique” – bebida hecha de la caña de azúcar –, la artesanía, las gemas y joyas, lo que viene proporcionando la mejora de los procesos de producción y comercialización.



Material de divulgación de los productos de la “Estrada Real”.

Foto 62: BRITO, M., 2007.



La expectativa del IER es la de que 2,5 millones de turistas visiten la “Estrada Real”. Por tanto, viene implementando, en asociación a varios organismos que están participando en la financiación de actuaciones privadas, como las líneas ofrecidas por



el Banco de Desenvolvimento de Minas Gerais – BDMG, dirigidas a las Pequeñas y Medianas Empresas – PYMEs y a la Agricultura Familiar, además de un línea especial de crédito para las micro, pequeñas y medianas empresas y cooperativas de producción y comercialización localizadas o que van a ser implantadas en los municipios localizados en el itinerario de la “Estrada Real”.



Material promocional de la “Estrada Real”, una iniciativa de desarrollo turístico regional basada en los valores culturales y ambientales de la zona del interior del Estado de Minas Gerais y Río de Janeiro. Foto 63,64: BRITO, M., 2007.

Algunas ciudades históricas en la “Estrada Real”:



Foto 65: Ouro Preto



Foto 66: Diamantina



Foto 67: Congonhas do Campo



Foto 68: Mariana



Foto 69: Tirandentes



Foto 70: Paraty

Fuente: INSTITUTO ESTRADA REAL, s.f.a, s.f.b, s.f.c, s.f.d

Fotos 65: 66, 67, 68: BRITO, M., 2006

Fotos 69, 70: BRITO, M., 2005.



En lo que respecta a las ciudades consideradas Patrimonio Mundial o que posean bienes culturales reconocidos como tal – objetos de análisis en esta investigación, tanto en Brasil como en España – cabe reconocer que se trata de una situación en la que las cuestiones antes indicadas inciden y ponen en evidencia, de modo acusado, la responsabilidad de los Gobiernos, ante todo, de asegurar para las actuales y futuras generaciones ese legado.

**TABLA 03**  
**CRITERIOS DE VALOR UNIVERSAL**  
**EXCEPCIONAL ATRIBUIDOS AL**  
**PATRIMONIO CULTURAL**  
**EN LA LISTA DEL PATRIMONIO MUNDIAL**  
**EN RELACIÓN CON LOS SITIOS**  
**INVESTIGADOS**

Ciudad	Criterios de Valor Universal Excepcional		
	Fecha de Inscripción	Criterios	Denominación
<b>En Brasil</b>			
Ouro Preto	1980	(i) y (iii)	Ciudad Histórica de Ouro Preto
<b>En España</b>			
Córdoba	1984, 1994	(i), (ii), (iii) y (iv)	Centro Histórico de Córdoba (Mezquita de Córdoba y alrededores)
Granada	1984, 1994	(i), (iii) y (iv)	La Alhambra y Generalife, Barrio de Albaycín de Granada
Santiago de Compostela	1985	(i), (ii) y (vi)	Ciudad Vieja de Santiago de Compostela
Toledo	1986	(i), (ii), (iii) y (iv)	Ciudad Histórica de Toledo
Sevilla	1987	(i), (ii), (iii) y (vi)	Catedral, Alcázar y Archivo de Indias en Sevilla

Fuente: elaboración propia, a partir de UNESCO, s.f.: [01.11.07].

**CRITERIOS DE VALOR UNIVERSAL EXCEPCIONAL ATRIBUIDOS AL PATRIMONIO CULTURAL – COMITÉ DEL PATRIMONIO CULTURAL/UNESCO.**

- (i) representar una obra maestra del genio creador humano;
- (ii) atestiguar un intercambio de valores humanos considerable, durante un periodo concreto o en un área cultural del mundo determinada, en los ámbitos de la arquitectura o la tecnología, las artes monumentales, la planificación urbana o la creación de paisajes;
- (iii) aportar un testimonio único, o al menos excepcional, sobre una tradición cultural o una civilización viva o desaparecida;
- (iv) ser un ejemplo eminentemente representativo de un tipo de construcción o de conjunto arquitectónico o tecnológico, o de paisaje que ilustre uno o varios periodos significativos de la historia humana;
- (v) ser un ejemplo destacado de formas tradicionales de asentamiento humano o de utilización de la tierra o del mar, representativas de una cultura (o de varias culturas), o de interacción del hombre con su medio,

- sobre todo cuando éste se ha vuelto vulnerable debido al impacto provocado por cambios irreversibles;
- (vi) estar directa o materialmente asociado con acontecimientos o tradiciones vivas, ideas, creencias u obras artísticas y literarias que tengan una importancia universal excepcional. (El Comité considera que este criterio debería utilizarse preferentemente de modo conjunto con los otros criterios)”.

Es igualmente importante el criterio de la autenticidad del sitio y la forma en que esté protegido y administrado (UNESCO, 2006: 54-55).

Las Ciudades Patrimonio Mundial, como bien ha afirmado Troitiño, por su relevancia, “deberían ser ejemplos innovadores de políticas de recuperación urbana y de gestión responsable y sostenible del turismo”, es decir, “tienen la obligación de funcionar como laboratorios de innovación” (TROITIÑO VINUESA, 2002a: 153, 163).

Se verifica que, a pesar del esfuerzo y de las iniciativas en curso, todavía queda mucho por hacer, teniendo en cuenta que todavía (TROITIÑO VINUESA, 2002a):

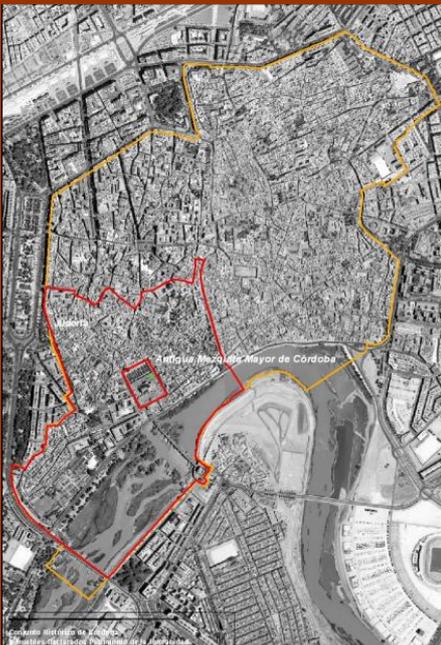
- las infraestructuras de gestión continúan siendo bastante débiles y fragmentarias, y en los organismos públicos y organizaciones privadas se sigue primando la promoción sobre la gestión;
- hay poca coordinación de políticas sectoriales con implicación urbana;
- es necesario encuadrar las acciones de cara a garantizar la vitalidad de esas ciudades en un marco de planes de ciudad, que concreten las orientaciones políticas alrededor de las relaciones entre multifuncionalidad, patrimonio cultural y sostenibilidad;
- los modelos de gestión hasta ahora aplicados a esas ciudades acusan un lento aunque progresivo avance hacia procesos más sostenibles de la gestión local.



**CUADRO 13  
SITIOS DEL PATRIMONIO MUNDIAL**



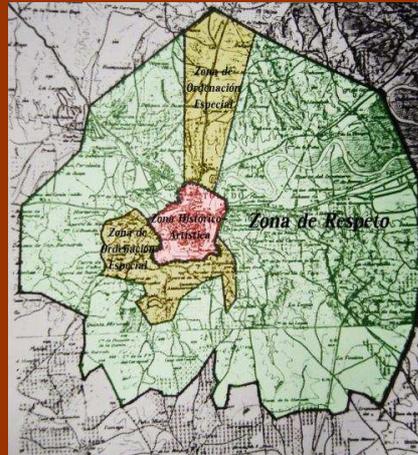
Áreas protegidas en Sevilla



Áreas protegidas en Córdoba



Áreas protegidas en Granada.



Área protegida de Toledo



Área protegida de Santiago de Compostela

Mapas de las ciudades de Sevilla, Córdoba y Granada. Informaciones obtenidas en el Sistema de Información del Patrimonio Histórico Andaluz, del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico. Fuente: IAPH/SIPHA, 2007.

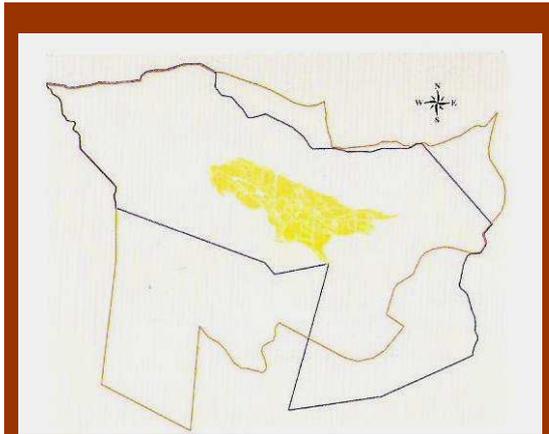
Legenda:

- Área de protección de conjunto.
- Bien declarado por la UNESCO.

Mapas de las ciudades de Toledo y Santiago de Compostela. Informaciones obtenidas en los respectivos Expedientes en el Archivo del IPHE, 2007.

Legenda:

- Zona Histórico-Artística (UNESCO)
- Ampliación Zona Histórico-Artística
- Zona de Ordenación Especial
- Zona de Respeto
- Zona Verde



Perímetros de protección de la ciudad de Ouro Preto



Plan de la localisation des principaux monuments. • Plano de localización de los principales monumentos. • Map indicating main Monuments

- Zone inscrite au Patrimoine Mondial. • Zona inscrita en el Patrimonio Mundial. • Special preservation zone.
  - Périmètre classé par l'IPHAN. • Perímetro de protección de Iphan. • Perimeter of the preservation zone
  - Périmètre urbain - Aire de compétence. • Perímetro urbano - Área de influencia. • Urban perimeter - buffer zone
- 1 - Escola dos Minas • Escuela de Minas • Mining School.
  - 2 - Praça Tiradentes • Plaza Tiradentes • Tiradentes Square.
  - 3 - Museu de Inconfidência • Museo de la Inconfidencia • Inconfidência Museum.
  - 4 - Igreja Nossa-Dame-des-Carmes • Iglesia de Nuestra Señora del Carmen • Our Lady of Carmel Church.
  - 5 - Lizenziadance et sa fontaine. • Casa de los Cuernos y Fuente de los Cuernos • Cowring House and Fountain.
  - 6 - Igreja Nossa-Dame-do-Rosário • Iglesia de Nuestra Señora del Rosario • Our Lady of the Rosary Church.
  - 7 - Igreja Nossa-Dame-du-Pilar • Iglesia de Nuestra Señora del Pilar • Our Lady of the Pillar Church.
  - 8 - Igreja Saint-François-d'Assise • Iglesia de San Francisco de Asís • St. Francis Assis Church.
  - 9 - Igreja paroissiale Notre-Dame-de-Conception-d'André-Dias • Matriz N. Sra. de la Concepción de Antonio Dias • Parish Church of Our Lady of the Conception in.
  - 10 - Oratoire du Vira-Sua • Oratorio del Vira-Sua • Vira-Sua Oratory.
  - 11 - Igreja de Santa Efigênia • Iglesia de Santa Efigenia • St. Efigenia Church.
  - 12 - Igreja do père Faria • Iglesia del Padre Faria • Padre Faria Chapel.

Mapas de la ciudad de Ouro Preto. Informaciones obtenidas en el documento "Patrimonio Mundial no Brasil", producido por la Representación de la UNESCO en Brasil en asociación a la Caixa Econômica Federal.

Fuente: UNESCO y, CAIXA ECONÔMICA FEDERAL, 2004.



Vista parcial de la ciudad de Ouro Preto, con destaque de su centro.

Foto 71: Image Digital Globe, 2007.

La experiencia que se está llevando a cabo en España, en el marco del Grupo Español de las Ciudades Patrimonio de la Humanidad<sup>69</sup> pone en evidencia las conexiones inevitables entre el patrimonio cultural, el turismo y la planificación urbana. Troitiño enmarca dichas conexiones en los siguientes aspectos (TROIÑO VINUESA, 2002a: 161-162):

- “pensar en preparar bien la ciudad para los ciudadanos, más allá de las específicas necesidades del turismo;
- superar lecturas monumentalistas del patrimonio arquitectónico y apostar por lecturas más urbanísticas, que permitan poner en valor recursos ahora infrutilizados;
- evaluar la adecuación del patrimonio monumental para nuevos usos, más allá del clásico recurso a las instalaciones de servicios de la administración o a los equipamientos culturales;
- abordar políticas activas de recuperación del patrimonio cultural, tanto de valor

<sup>69</sup> El Grupo Español de Ciudades Patrimonio de la Humanidad fue creado en 1993, en Ávila, por iniciativa de los alcaldes de las ciudades de Ávila, Cáceres, Salamanca, Santiago de Compostela y Toledo (TROIÑO, 2000b), y con la finalidad de actuar de modo conjunto “en la defensa del patrimonio histórico y cultural de esas ciudades y en el mantenimiento y potencialización de determinadas formas de vida que estos cascos necesitan, realizando proyectos y propuestas comunes y estableciendo políticas de intercambios de experiencias, afrontando problemas que son comunes a todas” (CIUDADES PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD DE ESPAÑA, 2003: 07). Actualmente (2007), las ciudades que componen el referido grupo son: Alcalá de Henares, Ávila, Cáceres, Córdoba, Cuenca, Eivissa/Ibiza, Mérida, Salamanca, San Cristóbal de la Laguna, Santiago de Compostela, Segovia, Tarragona y Toledo. Una interesante iniciativa en búsqueda de la cooperación entre esas ciudades es la de la “Alianza de Ciudades Patrimonio de Congresos de España”, cuya constitución se produce en enero de 2003 y donde están presentes los *Convention Bureaux* de las ciudades de Córdoba, Cuenca, Salamanca, Santiago de Compostela y Toledo (al que actualmente corresponde la presidencia), miembros, todos ellos, del *Spain Convention Bureau*. Dicho proyecto tiene como objetivo la promoción conjunta de tales destinos en el mercado de congresos, bajo el slogan “Elegidos por la Historia”. <<http://www.ciudadespatrimonio.org/default.aspx>>[03-09-07]



monumental como ambiental, impulsando la puesta en marcha de los programas de rehabilitación integrada;

- acondicionar y gestionar el patrimonio cultural para que pueda dar respuesta a las demandas y necesidades turísticas; tener patrimonio es importante, pero no es suficiente para ser un turismo de calidad;

- apostar por estrategias de multifuncionalidad donde se complementen residencia, comercio, turismo, artesanía, administración, cultura, etc.

La búsqueda de la complementariedad suele proporcionar bastantes buenos resultados;

- definir una estrategia urbana donde se asigne al patrimonio y al turismo el papel que la sociedad local desea que realmente tengan;

- dotar a la ciudad de adecuadas infraestructuras de acogida para los visitantes: dársenas de autobuses, aparcamientos, centros de acogida, centros de interpretación, etc.;

- propiciar la conexión y la complementariedad entre los diversos recursos culturales con que cuentan las ciudades;

- desarrollar o continuar con las iniciativas de recualificación medioambiental de los espacios públicos y de los entornos urbanos;

- preservar las imágenes y los paisajes estrechamente unidos a la simbología de cada ciudad como destino turístico. Estas imágenes y simbologías son las que sitúan las ciudades en el imaginario colectivo de los actuales y futuros visitantes;

- impulsar la comercialización y el control local de los

recursos turísticos (...) para llevar el desarrollo turístico sostenible al terreno de la práctica”.

Como se ve, aunque se reconoce la demanda turística en esas ciudades como un fuerte vector para el desarrollo de las acciones, se verifica que al tratarse de “paisajes urbanos heterogéneos y [que] simbolizan, sin duda, una de las aportaciones más brillantes de nuestra cultura al Patrimonio de la Humanidad” (TROITIÑO VINUESA, 2002a: 157), dicha demanda siempre va a estar pendiente de las condicionantes que el propio patrimonio asigne a cada situación. De ahí que el proceso previo y constante de planificación se vuelve una exigencia, un requisito para hacer de la ciudad histórica un destino patrimonial.

Se puede afirmar que, en función de las políticas de desarrollo turístico que se están llevando a cabo, tanto en Brasil, como en España, el turismo está poniéndose al servicio de la preservación del patrimonio cultural. Lo que no hay, todavía, es un seguimiento adecuado de ese proceso, que posibilite rentabilizar las iniciativas que están en marcha y que podrían fortalecer, desde una triple alianza, el desarrollo cultural, turístico y urbano de las ciudades históricas, especialmente de aquellas consideradas Patrimonio de la Humanidad.

En España, la política de desarrollo turístico de destinos, tanto aquellos considerados emergentes como los ya maduros, mediante los Planes de Dinamización Turística – PDTs y los Planes de Excelencia Turística – PETs, respectivamente, y que hoy son tratados mediante una única figura de planificación como es el Plan de Dinamización de Producto Turístico – PDPT, viene posibilitando ampliar las inversiones en materia de recuperación y puesta en valor de determinados bienes culturales que han sido valorados por los gestores turísticos como productos turístico-culturales merecedores de una atención preferente. Destinos consolidados o potenciales, según el caso, que demandan una intervención dirigida y orientada a recalificar y reestructurar el sistema turístico local<sup>70</sup>.

<sup>70</sup> Como ha indicado García Hernández, dichos instrumentos han servido para introducir modelos de colaboración público-privada, especialmente en el desarrollo de instrumentos de calidad, propuestos en el SICTED – Sistema Integral de Calidad Turística en Destino, cuya iniciativa tiene origen en el PICTE Plan Integral de Calidad del Turismo Español (GARCÍA HERNÁNDEZ, 2007).



A raíz de ello, la Administración Central Española<sup>71</sup> ha considerado necesario el establecimiento de una estrategia coherente y bien coordinada con la finalidad de permitir la participación de todos los agentes sociales implicados en el proceso decisorio, teniendo en cuenta que la responsabilidad en el cumplimiento de los objetivos propuestos va a depender de todos ellos (SETC, [s.f.]: [04-09-07]).

Aunque hayan sido conscientes de la necesidad de diseñar una herramienta de ayuda a las administraciones locales para estructurar e implementar dichas acciones, de fácil entendimiento en cuanto al procedimiento de solicitud, tipos de proyectos que se podrían realizar y los agentes interventores, la Administración ha dejado que, sobre la marcha, fuesen desarrollándose dichos planes, lo cuales fueron sedimentando y matizando las premisas iniciales propugnadas, según cada situación.

Como herramientas de planificación estratégica, dichos planes no se han constituido en instrumentos de carácter normativo, ni siquiera de efecto vinculante (ATLANTE, 2005a), sino de programación de intervenciones de cara a soportar, mediante una concertación interadministrativa – Estado Central, Comunidades Autónomas y Ayuntamientos – y, donde cupiese, del sector empresarial, los siguientes objetivos (ATLANTE, 2005a: 184):

(i) los Planes de Excelencia Turística – PETs:

- “diversificar y enriquecer la oferta turística;
- aumentar la calidad de los destinos, en concreto en lo que respecta a los factores ambientales, que inciden en la percepción y satisfacción de los turistas;
- adecuar el producto a las nuevas tendencias de la demanda;
- desestacionalizar la oferta y la demanda”.

(ii) los Planes de Dinamización Turística – PDTs:

- “revalorización y uso turístico de recursos (incluyendo accesibilidad al patrimonio);
- estudio y diseño de políticas y estrategias de producto, precio, promoción y comercialización;
- fortalecimiento e integración en el tejido empresarial mediante fomento del asociacionismo, asesoramiento y apoyo a empresas;
- creación de nuevos productos basados en el uso innovador de los recursos, en sintonía con la preservación del medio;
- articulación de los recursos, servicios y oferta turística como producto y su integración como destino;
- contribución al desarrollo local mediante la dinamización de la actividad económica dentro de los parámetros de la sostenibilidad”.

Esa política, de acusada orientación hacia lo local y de fuerte iniciativa de los entes locales como proponentes imprescindibles para su desarrollo, tiene sus orígenes en el Plan Futures I y II (1992-1995 y 1996-1999, respectivamente)<sup>72</sup>, del Gobierno Central y es mantenida en el Plan PICTE 2000-2006, donde se reconoce que en el ámbito del turismo cultural, “a pesar de la riqueza del patrimonio histórico-artístico español, el producto turístico-cultural no está lo suficientemente desarrollado. La necesaria diversificación de la demanda pasa por la acción sobre la oferta (Ciudades Patrimonio, turismo musical, etc.) en la que la participación del empresariado y la colaboración entre administración local y demás agentes es esencial”. En ese Plan se hace hincapié en que, “además de las labores de creación de producto es preciso establecer acuerdos entre las Administraciones Públicas para la promoción y comercialización de acontecimientos y manifestaciones culturales (grandes

<sup>71</sup> En el caso, en referencia, la Secretaría General de Turismo de la Secretaría de Estado de Turismo y Comercio.

<sup>72</sup> También denominado Plan Marco de Competitividad. El Plan Futures I ha tenido como objetivo fundamental “sensibilizar al sector turístico, tanto a las Administraciones como a las empresas e instituciones, sobre la necesidad de aplicar nuevos criterios de gestión, basados en la innovación, la calidad y la diversificación de los productos” (CORTES PUYA, 2001: 203).



exposiciones, festivales...) y enfocar, desde el punto de vista turístico, cuestiones como horarios de apertura de museos y catedrales, estableciendo mecanismos para facilitar las visitas o establecer sistemas de reservas” (SETC, 2000: 30).

Así, los Planes de Dinamización Turística – PDTs, pensados para los destinos emergentes con importante patrimonio histórico-artístico y/o natural, han tenido como objetivo central acelerar su crecimiento y asegurar su sostenibilidad (SETC, [s.f.]: [04-09-07])<sup>73</sup>.

Ya los Planes de Excelencia Turística – PETs, pensados para los destinos maduros, de cara a su recuperación y regeneración, aplicables a ciudades con expresivo valor histórico y que sin embargo no logran aprovechar al máximo el turismo en función de la fugaz afluencia turística en esas localidades, han buscado promover la “excelencia” de esos destinos, impulsando proyectos que tengan un efecto demostrativo, replicable y de prestigio, de cara a aumentar su competitividad y sostenibilidad (SETC, [s.f.]: [04-09-07]). En Córdoba, Santiago de Compostela y Toledo se han desarrollado dicho plan.

#### CUADRO 14 PLANES DE EXCELENCIA TURÍSTICA EN CIUDADES ESPAÑOLAS PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD

##### EL CASO DE TOLEDO

*Desarrollado en la ciudad en el periodo 2001-2005, según su memoria de gestión, el Plan de Excelencia Turística de Toledo ha actuado en:*

- mejorar las infraestructuras turísticas;
- estimular la calidad de los profesionales del sector;
- incrementar la promoción exterior de Toledo;
- desarrollar nuevos productos orientados hacia el turismo nocturno con vistas a aumentar las pernoctaciones;
- apostar por la accesibilidad a los monumentos y edificios singulares.

*El PET Toledo fue implantado mediante convenio de colaboración establecido entre la Administración General del Estado, la Consejería de Industria y Trabajo de Castilla-La Mancha, el Ayuntamiento de Toledo y la Federación Empresarial Toledana (FEDETO) para que durante el periodo se invirtieran a partes iguales por las tres administraciones públicas firmantes unos 3.600.000 euros, para el desarrollo de las siguientes líneas de actuación:*

*- Creación de nuevos productos, como la puesta en funcionamiento de las rutas turísticas teatralizadas;*

<sup>73</sup> En relación a los sitios estudiados no se ha desarrollado este instrumento de desarrollo turístico.

- *Acondicionamiento turístico de la ciudad, como los estudios de señalización y de los flujos turísticos y su implantación en la ciudad, el proyecto “Toledo Accesible” y actuaciones de acompañamiento a la creación del Centro de Recepción de Visitantes;*

- *Aumento de la calidad de la oferta turística, como el proyecto “Toledo Excelente”;*

- *Mejora del sistema de información turística, como la renovación de acondicionamiento de Oficinas de Información Turística de la ciudad y la realización del estudio de situación y perspectivas del turismo en Toledo;*



Foto 72: Oficina de Información Turística de Toledo

- *Sensibilización de la población y difusión del Plan de Excelencia Turística – PET, como creación de imagen corporativa del PET, exposición de proyectos del PET, difusión del PET en ferias y en los medios de comunicación;*

- *Promoción Turística de la ciudad, como creación de página web turística, banco de imágenes, plan de mejora de las pernoctaciones en Toledo y promoción turística en los mercados de origen;*



Foto 73: Campaña para Mejora de las Pernoctaciones.

- *Dirección, Gestión y Operativa del PET.*

*Conforme indican estudios sobre la ejecución del PET Toledo, se evalúa que:*

*- su desarrollo ha resultado ser una tarea compleja, pues implica un cambio significativo de la gestión turística, así como una mayor coordinación interadministrativa y articulación con el sector privado, dada la transversalidad del tema turismo y el contexto local donde la actividad sectorial y los conflictos institucionales eran la tónica;*



- la apuesta por la implantación del Centro de Recepción de visitantes en una ubicación que pone en duda su eficacia como instrumento vertebrador de la visita turística a la ciudad, considerando los medios de transporte e acceso a ella, como especialmente el AVE, en la Estación de Tren de Toledo, se evidencia que “las decisiones en relación con las infraestructuras y equipamientos turísticos no siempre están correctamente integradas en los modelos urbanísticos”;

- otro aspecto importante reside en considerar, a la inversa que en la cuestión anterior, en que medida las determinaciones urbanísticas orientan sus inversiones considerando el potencial turístico de la ciudad, ya que el estudio considera que el hecho de “recurrir al Plan de Excelencia para la adecuación de determinados espacios públicos o elementos patrimoniales evidencia que es necesario asumir que la “ciudad turística” necesita equipamientos y servicios diferenciados”, lo que en consecuencia demanda “inversiones específicas, mas allá de las que coyunturalmente puedan proceder del sector turístico”;

- a pesar de los esfuerzos llevados a cabo, “la oportunidad ofrecida por el Plan de Excelencia Turística para modernizar y rediseñar el modelo de gestión turística de la ciudad, en el marco de planteamientos de concertación entre el sector público y el privado, no ha sido del todo rentabilizada”, lo que exige reflexión sobre las limitaciones y estrategias desarrolladas;

Por fin, estas indicaciones ponen en relieve la necesaria articulación en Mesas de Concertación o de otro mecanismo de gestión – Consorcio, Agencia o Empresa mixta u otra figura de gestión – para tratar directamente de los temas sectoriales relacionados con la ciudad histórico-turística, como urbanismo/territorio, cultura/ patrimonio y turismo y la construcción de un instrumento de gestión intersectorial compartida para lograr resultados más eficientes, eficaces y efectivos en función de los recursos que pueden ser aplicados en esas materias en una misma base territorial: la ciudad.



Fuente: PET TOLEDO, 2005; TROITIÑO VINUESA, 2005b.

Foto 72: BLOS, D., 2007;

Foto 73: PET TOLEDO, 2005.

## EL CASO DE CÓRDOBA

Programado para ser desarrollado en la ciudad en el periodo 2002-2004, aunque todavía se halla en ejecución, el Plan de Excelencia Turística de Córdoba ha actuado en:

- aumentar la calidad de los servicios turísticos del

destino;

- mejorar el medio urbano y natural del municipio;

- ampliar y mejorar los espacios de uso público;

- aumentar, diversificar y mejorar la oferta complementaria;

- poner en valor los recursos turísticos;

- crear nuevos productos;

- sensibilizar e implicar la población y agentes locales en una cultura de la calidad.

El PET Córdoba fue implantado mediante convenio de colaboración establecido entre el Ministerio de Economía, la Consejería de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía, el Ayuntamiento de Córdoba y la Confederación de Empresarios de Córdoba (CECO) para en el periodo invertir en partes iguales por las tres administraciones públicas firmantes el valor de unos 5.400.000 euros, para el desarrollo de una serie de actuaciones dirigida a atender a determinados ámbitos, de las cuales cabe destacar:

- Turismo patrimonial y monumental: creación de rutas temáticas histórico-artísticas y culturales – como la Córdoba Romana, Islámica, Hebrea y Cristiana y las Iglesias Fernandinas –, el establecimiento de un sistema de señalización del conjunto arqueológico Madinat-Al-Azara, acondicionamiento de las Caballerizas Reales para creación del Centro Internacional del Caballo, encalado de fachadas de edificios de interés público, nueva iluminación de calle e iluminación artística de determinados monumentos ubicados en el Casco Histórico, potenciación de rutas turísticas en taxi, entre otras acciones;



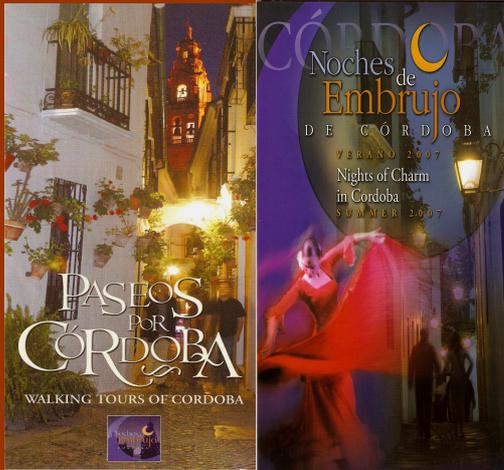
Foto 74: Las Caballerizas Reales

- Turismo cultural y etnológico: restauración de la fachada del Museo Julio Romero Torres, puesta en valor del Molino de Martos como centro de interpretación del río Guadalquivir, creación de paseos temático-culturales y la tematización del Casco Histórico;

- Infraestructura de información turística: elaboración de una página web turística de Córdoba, creación de Oficinas Municipales de Turismo, por ejemplo;

- Sensibilización ciudadana sobre la importancia del sector turístico en la ciudad;

- Gerencia, evaluación y promoción del Plan de Excelencia Turística.



Folletos de divulgación “Paseos por Córdoba”, desarrollado a partir del PET y “Las Noches de Embrujo de Córdoba”, por así decir, derivado de las primeras acciones de desarrollo de una oferta cultural amplia, que despegó a partir de 2004 y que ya se halla en su cuarta edición.

Según la administración local “el mayor logro del PET Córdoba lo constituye el esfuerzo de colaboración y coordinación que impregna la propia naturaleza del proyecto”. Sin embargo, lo que se evidencia es que por no haber una guía práctica para la formulación del plan – por parte de los fomentadores de esa iniciativa, la SGT – y en nombre de un supuesto libertad de contenidos y alcance que él podría tener, al desarrollar acciones bajo los diversos segmentos turísticos – además de los indicados, el PET Córdoba ha previsto y viene desarrollando acciones en el ámbito del turismo de congresos, de naturaleza y rural, deportivo, de alojamiento –, diluyendo los recursos y quizás dejando de actuar en acciones más estructurantes, lo que ha implicado en problemas de ejecución, muchas veces, por la difícil gestión conjunta de los diversos organismos y entidades participantes en cada una de las acciones programadas.

Por fin, esa política ha supuesto la puesta en práctica de una nueva cultura turística para la ciudad, como para el país, y un claro ejemplo de cooperación entre las distintas administraciones públicas – no siempre tan fácil – y con la convicción de que las iniciativas deban ser impulsadas desde la administración local al considerar que son los gestores locales los que posean gran parte de las competencias fundamentales para la aplicación de políticas hacia el desarrollo sostenible, sin menoscabar la importancia de las demás administraciones y agentes privados del destino, teniendo en cuenta el principio de la corresponsabilidad.



Fuente: PET CÓRDOBA, s.f.; AYUNTAMIENTO DE CÓRDOBA, 2005; ESPAÑA, 2001; YA.COM, 2006.  
Foto 74: BLOS, H., 2007.

## EL CASO DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

Planteado en la ciudad en el periodo 2001-2004 y extendido hasta 2005, el Plan de Excelencia Turística de Santiago de Compostela ha actuado en:

- incrementar la calidad de los servicios turísticos en destino;
- mejorar el medio urbano y natural del municipio;
- ampliar y mejorar los espacios de uso público;
- mejorar los servicios públicos;
- incrementar, diversificar y mejorar la oferta turística complementaria;
- poner en valor los recursos turísticos;
- crear nuevos productos;
- sensibilizar e implicar la población y agentes locales en una cultura de calidad;
- incrementar la coordinación de las actuaciones emprendidas por todas las entidades implicadas en el plan.

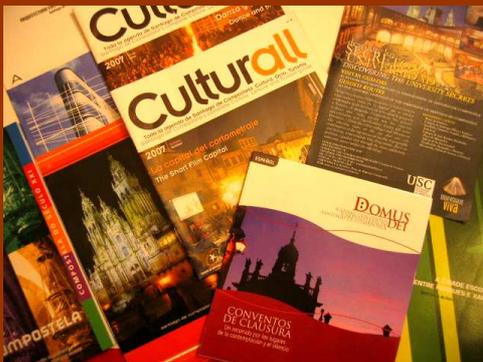
El PET Santiago de Compostela fue implantado mediante convenio de colaboración establecido entre el Ministerio de Economía (Secretaría General de Turismo), la Consellería de Comunicación Social, Cultura y Turismo de la Xunta de Galicia, el Concello de Santiago de Compostela, la Asociación de Hostelería de Santiago y Comarca y la Cámara de Comercio de Santiago para en el periodo invertir en partes iguales por las tres administraciones públicas firmantes por valor de unos 4.000.000 de euros, para el desarrollo de cinco líneas de actuación:

- Información y Señalización Turística: desarrollo de acciones de “inteligencia de mercado” como el plan de marketing estratégico, el observatorio turístico municipal y el plan de calidad en destino, además de la producción de información, publicaciones turísticas y logística de la información, también la señalización turística y los guías voluntarios en las calles;
- Formación Turística: desarrollo de acciones de campaña de sensibilización turística y formación de sectores vinculados con la actividad turística;
- Actuaciones Medioambientales: preparación y acondicionamiento del parque Alameda, de áreas de descanso del Camino de Santiago en el término municipal, entre otras iniciativas;
- Nuevos Productos Turísticos: implantación de Santiago de Compostela Convention Bureau para el turismo de reuniones, el Film Comisión para promoción e imagen del destino y la puesta en valor de recursos culturales de la ciudad y su entorno inmediato, como la Universidad, el Patrimonio Religioso etc., además de la atención a los servicios turísticos, como difusión – participación en ferias, viajes de familiarización elaboración de folletos promociones y otros productos;
- Evaluación y Control: dar soporte a las acciones de gerencia del Plan.

Según la administración local, la ciudad “tuvo que romper con algunas inercias heredadas del pasado y combinar propuestas imaginativas, de calidad y realistas a un tiempo acordes con su condición de Ciudad Patrimonio de la Humanidad y de capital de Galicia”. Fundamentada en el Camino de Santiago, en el carácter universitario que le caracteriza desde hace siglos y en el extraordinario acervo



arquitectónico y cultural que posee, la administración local ha apostado en conseguir unos parámetros de calidad y sostenibilidad idóneos para atender a una demanda cada vez más exigente, ha considerado oportuno establecer estrategias de mejora continua con el objetivo consolidar el sector turístico, por cuanto se erige en una de las mayores fuentes de riqueza de la ciudad tanto por ingresos directos, como por la repercusión de esta industria en la generación de valor y la creación de puestos de trabajo. Todo ello ha hecho incrementar en los últimos años, y de una manera sorprendente, su atractivo turístico como destino preferente, especialmente para un público objetivamente exigente por calidad. El PET Santiago de Compostela, conforme defienden los gestores locales, fue el elemento movilizador del desarrollo turístico de la ciudad porque fue capaz de aglutinar los sectores público y privado en torno a un proyecto que, analizando la situación del turismo en la ciudad, estableció un conjunto de propuestas y actuaciones armónicas y coherentes con el objetivo de poner en valor, de modo sostenible, los recursos turísticos existentes.



Folleto promocional desarrollado: guía cultural, de arquitectura, de parques y jardines, entre otros.

Foto 75: BRITO, M., 2007.

En efecto, de los casos analizados, se trata de la experiencia más exitosa, dado el cambio cualitativo y cuantitativo del modelo turístico en la consolidación de una ciudad histórica como un destino preferencial del segmento de turismo cultural y urbano en ámbito nacional e internacional. No cabe dudas que el logro más efectivo del PET Santiago de Compostela ha sido el de tener en cuenta la creación y fortalecimiento de la infraestructura de gestión necesaria para la ciudad, los instrumentos y herramientas de trabajo y las acciones de sensibilización y ejemplaridad que han permitido que tras su conclusión fuesen aseguradas y llevadas adelante en las líneas actuales de trabajo de la empresa municipal Turismo de Santiago.



Fuente: TURISMO DE SANTIAGO, 2006, s.f.a, s.f.b.; SANTIAGO TURISMO.COM, s.f.; CONSORCIO DE SANTIAGO y TURISMO DE SANTIAGO, 2007a, 2007b, s.f.a, s.f.b, USC, s.f.

La experiencia acumulada derivada del fomento e implementación de esos planes en más de una década de aplicación, según las fuentes oficiales, ha diluido la distinción entre excelencia/dinamización como conceptos y objetivos aplicables a territorios en condiciones específicas de desarrollo turístico, “porque, entre otras razones, las actuaciones de los mismos han mejorado las infraestructuras de uso turístico, han corregido el *gap* medioambiental de los entornos, han diversificado la oferta complementaria en los destinos clásicos de sol y playa y han generado nuevos productos en toda la gama del turismo deportivo y activo, del turismo cultural y de eventos y del turismo de negocios. En muchos de estos productos, que apenas rebasaban la dimensión del nicho a comienzos de los 90, el posicionamiento de los destinos y productos turísticos españoles (golf, congresos...) alcanza hoy la dimensión de segmentos de alta rentabilidad” (SECT, 2007: 02).

Dichos planes, basados en orientaciones estratégicas establecidas a nivel local, han supuesto la generación de una nueva cultura turística en España y un claro ejemplo de cooperación con éxito entre las distintas Administraciones en esa materia (SETC, [s.f.]: [04-09-07]), al suponer un planeamiento abierto, coparticipación financiera ecuánime y unanimidad en las decisiones centrales, con acusada flexibilidad en la aplicación de los recursos dentro de los planteamientos de los planes aprobados.

A la larga de la realización de esos planes en el periodo de implementación de esa política (1993-2004)<sup>74</sup>, en general, se han evidenciado pautas concentradas en la creación de infraestructuras turísticas no siempre acompañadas de la creación de productos, lo que no rentabilizaba los esfuerzos empleados, especialmente si se consideran las necesarias infraestructuras de gestión y su consecuente desarrollo. Se trata de uno de los puntos centrales que viene reforzando en muchas de las ciudades, el establecimiento de nuevos modelos organizativos de cara al fortalecimiento o creación de infraestructuras de gestión<sup>75</sup>.

<sup>74</sup> Con trece años de aplicación de la política de desarrollo turístico de destinos fueron fomentados en el periodo cerca de 160 planes, conforme información de la Subdirección General de Calidad e Innovación Turísticas.

<sup>75</sup> Cf. GARCÍA HERNÁNDEZ, 2007.



**TABLA 04**  
**LOS INSTRUMENTOS DE LA POLÍTICA DE**  
**DESTINOS TURÍSTICOS DESARROLLADOS**  
**CARACTERÍSTICAS POSITIVAS Y**  
**NEGATIVAS DE LOS PLANES EN DESTINO –**  
**PCTE 2000**

ASPECTOS POSITIVOS	ASPECTOS NEGATIVOS
<b>Flexibilidad:</b> atiende a demandas variables según la realidad de desarrollo turístico de cada ciudad, basada en la diversidad de actuaciones, en el diseño a medida y, por lo general, en pautas relacionadas con el inventario de oferta turística en tanto que producto turístico y con su promoción.	<b>Lentitud administrativa:</b> morosidad en el proceso de aprobación de las propuestas – cerca de 01 año – para el análisis técnico-administrativo por los organismos superiores y firma del instrumento de convenio para la transferencia de los recursos financieros.
<b>Cofinanciable:</b> permite la composición de recursos de origen diverso, especialmente de las tres administraciones – Estatal, Autonómica y Local (Ayuntamiento y en algunas situaciones la Diputación Provincial).	<b>Factibilidad en la viabilidad económica de las actuaciones:</b> dificultad en aprobar los supuestos presentados en defensa de determinadas actuaciones planteadas.
<b>Integración programática:</b> permite actuación integrada a otras iniciativas que se llevan a cabo en la ciudad en los tres niveles de Gobierno.	<b>Concentración en Infraestructuras turísticas o atomización de iniciativas:</b> fuerte incidencia de las inversiones en infraestructura turística, en contraposición con una reducida atención a la creación de productos turísticos o a la multitud de iniciativas de bajo impacto.
	<b>Escaso fortalecimiento de las infraestructuras de gestión:</b> poca o insuficiente atención a la potenciación de la infraestructura de gestión existente o a su creación a favor de la sostenibilidad administrativa del proceso de desarrollo turístico promovido.
	<b>Sistema de Evaluación deficitario:</b> débil seguimiento de las actuaciones por los agentes involucrados.

Fuente: elaboración propia, considerando las informaciones obtenidas sobre los PDTs y PETs, en general, y las entrevistas realizadas con expertos, gestores e investigadores.

De este modo, se ha diluido la distinción de los conceptos de excelencia y dinamización y en consecuencia las bases territoriales inicialmente implicadas – destinos maduros e incipientes (SECT, 2007: 03).

A raíz de todo ello, se ha avanzado en la conformación de una figura única de planificación, el llamado Plan de Dinamización de Producto Turístico – PDPT, implantado a partir de 2006, con el objetivo de (SECT, 2007: 03):

- “Articular los recursos, servicios y oferta turística de un territorio como producto

estructurado, añadiendo valor diferencial al destino;

- Estudiar y diseñar productos (demanda, oferta, promoción y comercialización);
- Aumentar la calidad de los servicios turísticos del destino;
- Integrar el medio ambiente en todo el proceso de diseño y ejecución del plan y sus actuaciones;
- Detectar nuevas potencialidades y activar y poner el valor de los recursos del territorio, como base imprescindible para consolidar la capacidad de atractivo de los territorios;
- Desarrollar dinámicas sociales y estructuras organizativas que sustenten la actividad turística;
- Promover estrategias de diferenciación mediante la valorización del Patrimonio y su posterior interpretación”.

Esos planes, se espera, deberán firmarse en función del “uso eficiente de los diversos fondos públicos de finalidad turística que converjan en el territorio para ejecutar un programa coherente” y “basarse en el desarrollo de cualquier tipo de producto turístico” (SECT, 2007: 03, 04)<sup>76</sup>.

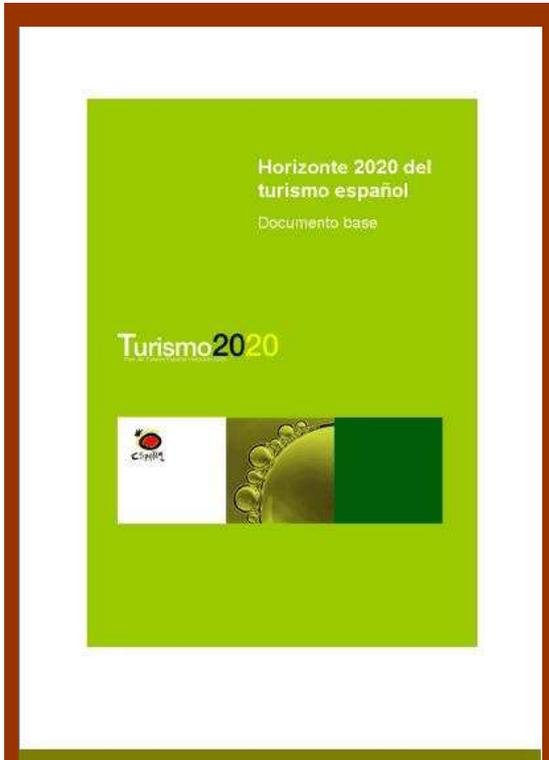
Sin embargo, se reconoce y además los gestores de esa política lo confirman que, hoy por hoy, el éxito de los planes depende más de sus gerentes que de su propia conformación. Un buen gerente que conozca la región donde se desarrolla el plan y que sea capaz de captar otros recursos, canalizar subvenciones y hacer el seguimiento de los contratos, se constituye como un valor añadido a las posibilidades de éxito en las iniciativas emprendidas.

Además, la reciente revisión y actualización de las políticas en el sector, especialmente a partir

<sup>76</sup> En 2007 fueron aprobados por la Mesa de Directores Generales de Turismo cerca de 17 Planes de Dinamización de Producto Turístico en 14 Comunidades Autónomas con una inversión total de casi 50 millones de euros a ser invertidos por las tres administraciones públicas. Dichos planes pretenden ser la herramienta de cofinanciación de las nuevas estrategias turísticas a fin de mejorar sus ofertas turísticas. Cf. HOSTELTUR, 2007b.



del documento “Horizonte 2020 del Turismo Español” indica que todavía hay baja percepción de España como destino de dominante cultural, a pesar del crecimiento acusado en ese segmento (CET/SETC. ESPAÑA, 2006)<sup>77</sup>, lo que muestra el largo recorrido aún por hacer.



*El documento base de directrices Horizonte 2020 del Turismo Español convertido en Plan ha sido aprobado por el Consejo de Ministros tras amplia discusión con los sectores implicados, buscando que el turismo español sea más competitivo y sostenible, además de favorecer su creciente liderazgo en el escenario internacional. Dicho Plan deberá contar con una inversión de más de 1.500 millones anuales de euros.*

*Fuente: CET/SETC. ESPAÑA 2006; HOSTELTUR, 2007a.*

A pesar de ello, cabe mencionar el exitoso ejemplo de los Paradores Nacionales, según sus dirigentes, iniciativa única en el mundo, si se considera la naturaleza, el concepto y el amplio universo de actuación que poseen y de prestaciones que brindan a los visitantes que acogen en sus instalaciones, constituyéndose en sí mismos, en muchos casos, en verdaderos

destinos, puesto que ya poseen una marca, una imagen fuerte, consolidada en el país y en el exterior (PARADORES, 2007b).

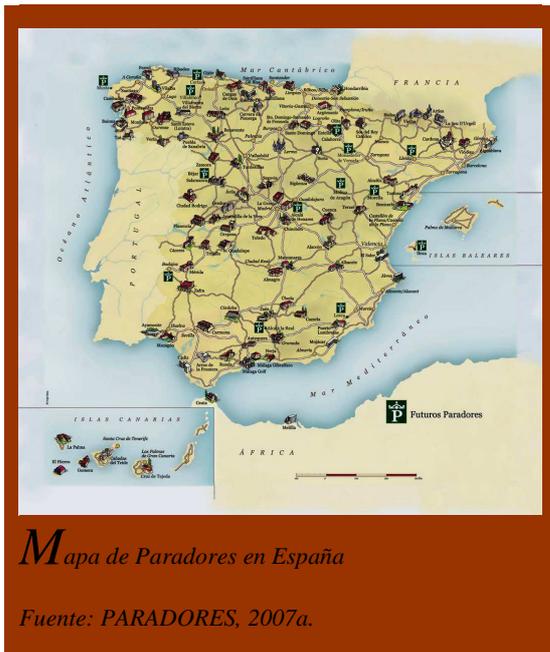
Por tanto los Paradores son considerados “un instrumento de política turística, que proyecta la imagen de modernidad y calidad [del turismo español] en el exterior y que contribuye a la integración territorial, a la recuperación y mantenimiento del patrimonio Histórico-Artístico [español] y a la preservación y disfrute de espacios naturales, siendo a la vez el motor del conjunto de las acciones dinamizadoras de zonas con reducido movimiento turístico o económico” (PARADORES, s.f., p. 10).

Considerada una compañía rentable, esa empresa pública<sup>78</sup>, fundada en 1928, posee una red de hoteles esparcida por todo el territorio español, instalada preferentemente en edificios monumentales de titularidad pública como castillos, fortalezas, alcázares, conventos, monasterios, palacios, colegios, antiguos hospitales, mansiones señoriales y casonas<sup>79</sup>, que rehabilitados y acondicionados para el uso turístico como hoteles, está permitiendo el mantenimiento físico de ejemplares patrimoniales que de otra manera dependerían de la posibilidad incierta de recibir inversiones de presupuestos públicos siempre insuficientes para afrontar, en principio, a las costosas conservaciones que les han sido acometidas.

<sup>77</sup> Ello, para los europeos, donde se evidencia todavía una alta dependencia de un producto maduro como el sol y playa (SECT, 2006).

<sup>78</sup> A partir de 1991 es constituida como una sociedad anónima de capital público al 100%, conforme establecido en el artículo 81 de la Ley 4/1990, de 29 de junio, de Presupuestos Generales del Estado para 1990, donde establece: “la Sociedad Estatal “Paradores de Turismo de España” tendrá personalidad jurídica propia y plena capacidad jurídica y de obrar. Se regirá por el ordenamiento jurídico privado salvo en las materias en que expresamente le sea de aplicación el texto refundido de la Ley General Presupuestaria, quedando exceptuada de la aplicación de las leyes de entidades estatales autónomas y de contratos del estado. La Sociedad Estatal “Paradores de Turismo de España” tendrá por finalidad la gestión y explotación de la red de establecimientos e instalaciones turísticas del Estado, así como la realización de otras actividades relacionadas con el objetivo expuesto que el Instituto de Turismo de España [TURESPAÑA] pueda encomendarle. En el cumplimiento de sus fines, la Sociedad Estatal actuará de acuerdo con los principios de rentabilidad y eficiencia, sin perjuicio de atender el cumplimiento de los objetivos de política turística que puedan asignársele. Para el cumplimiento de dichos fines podrá llevar a cabo actividades empresariales de carácter turístico, por sí o en colaboración con empresas públicas o privadas” (ESPAÑA, 1990).

<sup>79</sup> Cerca de 92 establecimientos en total, de los cuales 60% de la red está instalada en edificios monumentales (PARADORES, 2007).



**TABLA 05  
PARADORES UBICADOS EN LAS CIUDADES  
INVESTIGADAS**

Ciudad	Designación del Parador	Tipología de la Edificación	Externalidades
Córdoba	Parador de Córdoba, La Azurrafa	Edificación moderna	Ofrece una excepcional panorámica de la ciudad califal.
Granada	Parador de Granada, San Francisco	Convento del siglo XV	Ubicado en el interior del recinto amurallado de la Alhambra, muy cercanos a sus jardines.
Santiago de Compostela	Parador "Hostal dos Reis Católicos"	Hospital Real, Albergue de Peregrinos de finales del siglo XV	Situado en la Plaza del Obradoiro, corazón del centro histórico de la ciudad y punto final del Camino de Santiago.
Toledo	Parador de Toledo, Conde de Orgaz	Cigarral Toledano	Mirador sobre la ciudad, con vista panorámica de su perfil monumental.
Sevilla	No hay instalación de Parador en su término municipal	-	Se considera que hay mucha competencia en la ciudad de Sevilla para ubicar en ella un equipamiento de esta naturaleza. En cambio, en la ciudad histórica de Carmona, a 29 km. de Sevilla, se localiza el Parador de Carmona, Alcázar del Rey Don Pedro, instalado en un alcázar árabe del siglo XIV donde se pueden disfrutar de vistas del paisaje circundante.

Fuente: elaboración propia a partir de PARADORES, 2007a.

Además, según su filosofía empresarial, y teniendo en cuenta la ampliación de las ventajas comparativas en el mercado donde actúa, desarrolla investigaciones acerca de los conocimientos tradicionales existentes, en cada localidad donde se ha instalado, especialmente en el campo de la gastronomía, empleándolos en su carta de servicios de restauración que podrán ser disfrutados en sus instalaciones – restaurantes y cafeterías, independientemente de los clientes que estén alojados en ellos. Por tanto, lo patrimonial, tanto de naturaleza material – el edificio y sus instalaciones – como de naturaleza inmaterial – los servicios y prestaciones singulares – se configura como una ventaja comparativa imbatible para los aficionados a lo cultural y a los que apuestan por la calidad.

Su estrategia de desarrollo, basada en la colaboración con instituciones locales donde están instalados, está permitiendo ofrecer permanentemente nuevos productos, de cara a la satisfacción de los visitantes y huéspedes, como el ofrecimiento de visitas guiadas y la realización de actos culturales como exposiciones temporales, por ejemplo. Además, posee un centro de formación de paradores<sup>80</sup> donde se imparten cursos de formación

<sup>80</sup> El Centro de Formación de Paradores está instalado, desde 2006, en el Parador Hostal de San Marcos, en la ciudad de León, en la región de Castilla y León, e integra las instalaciones académicas y la Residencia de alumnos, lo que permite la realización de los cursos en su ciclo teórico práctico en régimen de internado (PARADORES, 2007; s.f.a).



profesional con prácticas remuneradas en paradores a jóvenes interesados en especializarse en gestión de cocinas, de comidas y bebidas y en el mantenimiento de edificios e instalaciones hoteleras (PARADORES, 2007b).



*M*aterial promocional de Paradores. Campañas, promociones, directorios, entre otros.

Foto 76: BRITO, M., 2007.

Por último, cabría mencionar su reciente estrategia de promoción de su producto-destino (Paradores), articulada en clave territorial con el establecimiento de rutas de paradores que permiten recorrer el país de Parador en Parador<sup>81</sup> dentro de una serie de ventajas comerciales asociadas a valores patrimoniales o ambientales de los recursos existentes en ellos y/o en su entorno, como el Legado Andaluz, Tierras de Don Quijote o el Camino de Santiago (VIAJAR, s.f.)

En Brasil, el proceso de inserción de la cuestión turística en el marco de las políticas públicas de modo descentralizado en cuanto estrategia dirigida al desarrollo de la gestión pública en materia turística y con expresión en todo el territorio nacional, sólo se evidencia de modo acusado a partir de mediados de los años 90, con una vertiente eminentemente volcada hacia los municipios, mediante el desarrollo del Programa Nacional de Municipalización del Turismo – PNMT (1994), adoptando, en su momento, la orientación de la OMT en el sentido de que el turismo ocurre en los municipios y que son los municipios los verdaderos conocedores de las potencialidades que su territorio posee (SILVEIRA, PAIXÃO y COBOS, 2006).

La percepción en cuanto a la falta de una base mínima de soporte al desarrollo de la actividad turística, a partir de la construcción de mecanismos e instrumentos de gestión local que incluyeran la preparación de informaciones, la formulación de planes municipales de desarrollo turístico y la profesionalización aparecieron como líneas de actuación emergentes, dentro de una realidad de escasa planificación turística, de bajos niveles formativos en todos los niveles y de escasa información cualificada de la materia. Eran objetivos centrales considerar el turismo una fuente de ingresos, de generación de empleo y de desarrollo socioeconómico del país (MICT. BRASIL, 1996). Como premisa para su desarrollo, el PNMT preveía el fortalecimiento del Poder Público Municipal para que, en conjunto con las entidades privadas y los representantes comunitarios, se asumiera la corresponsabilidad y fuera partícipe de la definición y de la gestión de las políticas, de los programas y de las acciones locales dirigidas al desarrollo del turismo sostenible en el país. Una de las máximas desencadenadas por el programa fue la de que ‘una ciudad sólo es buena para el turista si resulta buena para su ciudadano’ (SILVEIRA, PAIXÃO y COBOS, 2006).

Ese programa ha permitido establecer las bases que posibilitaron el redimensionamiento de la política turística en Brasil, que pasa, a partir de comienzos del actual siglo, a manejar una nueva escala de planificación turística, que pasa de lo municipal a lo regional, dadas las dimensiones territoriales del país, la diversificación de realidades y de posibilidades existentes y la necesidad de actuar dentro de procesos cooperativos como premisa para conferir y aumentar ventajas comparativas de los destinos, que suelen alcanzar otras escalas de planificación, que no solamente la municipal. Así, se pone el énfasis en la regionalización del turismo y el establecimiento de rutas e itinerarios como forma de articular destinos dentro de una estrategia de complementariedad. La noción de territorio, más allá del término municipal y de *clusters*, como forma de ordenación de determinadas actividades económicas gana fuerza en esa nueva política.

El Programa Nacional de Regionalización del Turismo – Rutas de Brasil (2004), estructurado bajo las orientaciones contenidas en el Plan Nacional de Turismo 2003-2007, es considerado una de las principales estrategias para la ejecución de la política turística en Brasil en la actualidad, ahora trabajada por regiones turísticas que a su vez están generando, de modo descentralizado, compartido y participativo, rutas turísticas prioritarias, con atención a las

<sup>81</sup> Hay 28 Rutas de Paradores que podrán ser disfrutadas en paquetes turísticos específicos ofrecidos por la empresa (VIAJAR, s.f.)



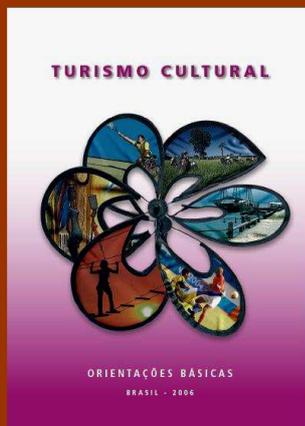
inversiones públicas en infraestructura y cualificación profesional del sector (MTUR, BRASIL, 2006b). Fueron definidas 87 rutas turísticas para obtención de niveles de calidad internacional, de las cuales 33 corresponden o incluyen ciudades históricas como elementos centrales de sus itinerarios y donde Ouro Preto figura en una de las rutas, como es la “Ruta Integrada de Estrada Real – Camino Viejo de Paraty a Ouro Preto (MTUR, 2006c).

Sin embargo, aunque el Programa Nacional de Regionalización del Turismo haya revisado y profundizado las escalas de planificación en los marcos conceptuales de la política turística nacional, todavía se considera una asignatura pendiente la elaboración e implementación de los planes estratégicos de desarrollo turístico regional, así como, el desarrollo efectivo del turismo cultural en el país, mediante acciones dirigidas a consolidar ese segmento en el ámbito de la actividad turística en general, a pesar de los estudios de segmentación de la actividad turística ya producidos.



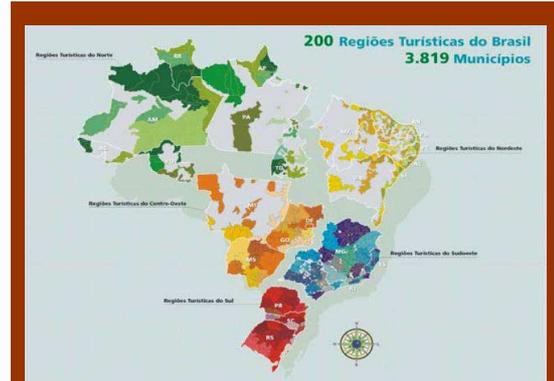
*Marca del Programa de Regionalización del Turismo, desarrollado por el Ministerio de Turismo desde 2004.*

*Fuente: MTUR, BRASIL, 2003b, 2006b.*



*Estudios de segmentación han sido desarrollados en el ámbito del Programa de Regionalización del Turismo. Uno de ellos ha sido el referente al Turismo Cultural.*

*Fuente: MTUR, BRASIL, 2006e.*



*Mapa de Regiones Turísticas de Brasil en el marco del Programa de Regionalización del Turismo.*

*Fuente: MTUR, BRASIL, 2007b.*

Ese programa, en efecto, está propiciando la orientación, según cada caso, de demandas específicas y complementarias de intervención en el patrimonio. Sin embargo, inversiones más acusadas en patrimonio desde el turismo están en marcha en el país desde 1994, en función del Programa de Desarrollo del Turismo – PRODETUR, mediante préstamo internacional realizado por el Gobierno brasileño junto al Banco Interamericano de Desarrollo – BID<sup>82</sup>.

<sup>82</sup> Por otro lado, el Programa Monumenta, del *Ministério da Cultura*, desarrollado desde 1997 – con la creación de la UCG – Unidad Central de Gerencia del Programa – y todavía en ejecución, también con financiación del BID, mediante préstamo internacional, viene implementando acciones que, desde la cultura, orientan las inversiones en recuperación de patrimonio – especialmente de monumentos – que repercuten en la mejora de los recursos culturales de las ciudades y, por consecuencia viene estimulando, en gran parte, el desarrollo turístico de sus entornos, a partir de la lógica de desarrollo económico y social defendida pelo programa. E, programa viene actuando en 26 ciudades brasileñas, una de ellas, Ouro Preto, en el caso, con intervenciones en la recuperación de monumentos, como la *Casa da Baronesa* – Oficina Técnica del IPHAN en la ciudad –, *Casa do Gonzaga*, Puente de Antonio Dias, Teatro Municipal (Casa de Ópera), Iglesia de Antonio Dias, entre otros. En relación a los espacios públicos, el programa está recuperando el *Largo de Marília*, el *Largo do Coimbra*, el Atrio de la Iglesia de *São Francisco de Assis*, el tratamiento paisajístico del *Horto Botânico*, entre otros. Además, cabe mencionar que, dentro de sus líneas de trabajo, el programa está fomentando proyectos dirigidos hacia la promoción turística, dentro de un enfoque que permita “estimular actividades turísticas que vivencien el conjunto de características y elementos distintivos del patrimonio histórico-cultural y eventos culturales, valorizando y promoviendo los bienes materiales e inmateriales de la cultura local. La promoción turística puede ser realizada a través de la elaboración de informativos, inventarios de la oferta turística, elaboración de itinerios, cartillas, videos, panfletos, boletines, posters entre otras vías de comunicación. Uno de los proyectos apoyados es el Proyecto “*Caminhos Antigos de Minas e Bahia*”, que tiene como “objetivo el de rescatar y diagnosticar los lazos de identidad histórica aun presentes en las ciudades que integraron el antiguo camino entre las Minas y Bahia”.



Dicho programa, pensado inicialmente para una determinada región del país – el nordeste – ha sido posteriormente ampliado a otras regiones, teniendo como objetivos centrales generar condiciones favorables a la expansión y mejora de la calidad de la actividad turística y de la vida de las poblaciones residentes en las áreas beneficiadas (BNB, [s.f.]: [06-09-07]). Las condiciones favorables antes mencionadas indicaban la mejoría de la infraestructura básica y el desarrollo institucional como palancas para el desarrollo socioeconómico de la región nordeste del país a partir del desarrollo de la actividad turística (BNB, 2005a).

Al tener como componente de inversión pública, el de ‘obras múltiples en infraestructura básica y servicios’ y, en su ámbito, susceptibles de financiación, la recuperación del patrimonio histórico con los objetivos de recuperar monumentos históricos principalmente de la época colonial y generar focos de atracción turística, así como la revitalización del entorno urbano de áreas a menudo degradadas pero con potencial cultural, comercial y para la vivienda, y también promover la participación del sector privado en esas actividades, el programa ha permitido la recuperación de edificaciones históricas y de espacios públicos, como plazas, aceras y jardines. Por otro lado, se han verificado problemas en la realización de dichas inversiones en función de deficiencias en la gestión de las áreas propuestas para desencadenar procesos de revitalización con foco en el turismo especialmente en cuanto a la diversificación de los usos en esas áreas (BNB, 2005a)<sup>83</sup>.

Así, al basarse en una estrategia donde la recuperación del patrimonio histórico está aliada con la revitalización de su entorno se define como una vía para la mejora y diversificación de los productos turísticos, lo que se verifica, en realidad, es la necesidad de una mayor

teniendo como puntos de referencia, respectivamente, las ciudades de Ouro Preto y Salvador de Bahía, ambas Patrimonio Cultural de la Humanidad. Pretende promover “el desarrollo del turismo histórico, cultural y ecológico en las ciudades y poblados existentes en el camino, así como, contribuir para la preservación del medio ambiente, protegido en parques nacionales y áreas de protección ambiental situadas en el camino. Cf. PROGRAMA MONUMENTA/ MINC., s.f.

<sup>83</sup> Acciones de educación patrimonial, si bien dirigidas, pueden auxiliar en el establecimiento de una cultura tanto urbanística como antropológica de patrimonio, de cara a su preservación y salvaguardia, a fin de auxiliar en la superación de los entendimientos torpes o equivocados de los conceptos y prácticas inherentes a esas acciones. El país está todavía poco preparado para sacar buen provecho de ello en función de esa realidad.

articulación entre los sectores del patrimonio y del turismo, en un marco territorial definido, es decir, las ciudades históricas, como entes territoriales potenciales y generadores de sinergias de desarrollo regional<sup>84</sup>.

**TABLA 06**  
**FINANCIACIÓN EN RECUPERACIÓN DE**  
**PATRIMONIO – PROGRAMA PRODETUR I -**  
**BRASIL**  
**PERIODO: 1994-2004**  
**EN MILLONES DE DÓLARES AMERICANOS**

Categoría de la Inversión	Préstamo BID	Inversión directa Nacional	TOTAL
Ingeniería y Administración	2.371	20.395	22.766
Desarrollo Institucional	16.010	5.777	21.787
Costes directos de Obras Múltiples	Recuperación del Patrimonio Histórico	35.036	45.362
	Otras intervenciones*	234.504	324.285
	Total	269.540	369.647
Aeropuertos	108.681	114.779	223.460
Costes financieros	2.056	84.817	86.873
<b>TOTAL</b>	<b>398.658</b>	<b>331.258</b>	<b>729.916</b>

\* Incluyen obras de infraestructura de saneamiento básico, administración de residuos sólidos, transportes y recuperación y protección ambiental.

Fuente: elaboración propia, a partir de la Base de Datos del BNB, en BNB, 2005b.

En efecto, la afirmación de que el turismo puede estar al servicio de la preservación del patrimonio cultural se constituye en una realidad, tanto en España como en Brasil.

Entretanto, lo que se verifica es la demanda generalizada por mayor complicidad entre los

<sup>84</sup> Dicha escala es contemplada por el Programa de Regionalización del Turismo en Brasil que toma como base la idea de que determinados atractivos turísticos tienen potencialidades para generar una dinamización territorial más amplia. Ya en España, se verifica que todavía hay una discusión sobre el concepto espacial de región turística, no obstante considerado impreciso y de diversa definición y que está a exigir mayores incursiones de los agentes públicos y privados, ya que “los efectos territoriales del turismo no se localizan exclusivamente en el área que concentra los establecimientos de acogida y los principales recursos turísticos, sino que afectan a la estructura territorial de un espacio más vasto que el percibido comúnmente como turístico, (...) lo que obliga a considerar el sistema territorial en el que inscribe el turismo” y a considerar que las regiones turísticas “se construyen por la agregación de unidades territoriales turísticas básicas (destinos y complejos integrados) y sus respectivos espacios de influencia.” Algunas iniciativas vienen señalando en España el carácter estratégico de la escala regional en la planificación de destinos turísticos como las de carácter interregional en torno al Camino de Santiago, la Vía de la Plata, la España Verde, entre otras. (IVARS, 2003: 43-45, 144-146).



sectores – patrimonio, turismo y urbanismo – hacia acciones sostenibles, que desde un primer momento, reconozca los potenciales, sus posibilidades y riesgos y, a la vez, los requisitos, exigencias indispensables y los cuidados inherentes a tener en cuenta para su consecución.

Para ello y teniendo en cuenta su propia realidad – las ciudades históricas en cuanto entes territoriales urbanos –, relacionar los procesos de formulación e aplicación de los instrumentos urbanísticos existentes, tanto en España como en Brasil, con las pautas de la preservación cultural y del desarrollo turístico sostenibles, supone la necesidad de mayor diálogo y coherencia en el proceso de planificación deseado.

Desde la perspectiva de la preservación cultural sostenible y de la ciudad histórica, hay que asumir que se trata de una estrategia centrada en el reconocimiento de la complejidad del campo, articulando y haciendo uso de varias disciplinas del conocimiento e introduciéndola como temática capaz de exigir una transversalidad cada vez mayor en el tratamiento dado a la preservación de esos asentamientos (BRITO, 2004a), adaptada a las particularidades de cada tipo de bien cultural en ellos ubicado y a su destinación. Se basa en los siguientes principios:

- La participación social es fundamental para el desarrollo de las operaciones de permanencia y recuperación. Así, la preservación debe propiciar la participación para conferir legibilidad y legitimidad al proceso propuesto;
- La investigación científica del proceso es más que una necesidad, sino central para la búsqueda de toma de decisiones más apropiadas, adecuadas y pertinentes en materia de patrimonio. Así, la preservación debe buscar el mayor conocimiento de la realidad donde se actúa, lo que exige un mayor

perfeccionamiento o elaboración de instrumentos de conocimiento sobre esa realidad, así como a su debida aplicación, según las exigencias de cada situación tratada;

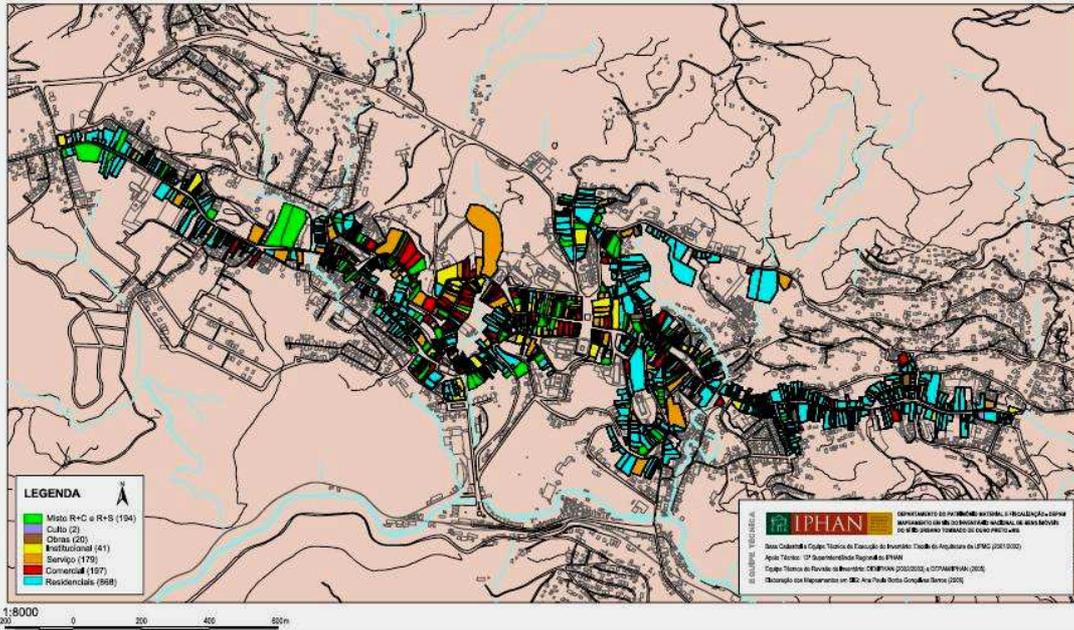
- Las estrategias de intervención deben ser adecuadas y estar articuladas con la escala de los asentamientos en cuestión. Así, la preservación debe conllevar la apropiación social y económica de esos asentamientos, susceptibles de un mejor aprovechamiento siempre y cuando sean tratados en su contemporaneidad, sin museificaciones;
- La programación de la preservación cultural urbana debe considerarse fundamental para orientar las intervenciones en dichos asentamientos en aspectos relacionados con su forma, uso y circulación. Así, la preservación debe tener en cuenta la caracterización simbólica, vinculada a la forma; caracterización funcional, vinculada al uso; y caracterización frutiva, vinculada con la circulación y los flujos – de personas, de mercancías y de ideas –, como ámbitos de análisis para el dimensionamiento adecuado de los proyectos e intervenciones que se deseen llevar a cabo;
- Las intervenciones de recuperación y permanencia deben evitar la generación de espacios escenográficos desprovistos del sentido real de su propia esencia. Así, la preservación debe superar la promoción de espacios socialmente segregados, territorialmente cerrados y culturalmente exclusivos;



# OURO PRETO /MG

INBI-SU  
2001/2002

## 53 - Edificações - Uso do Solo Geral

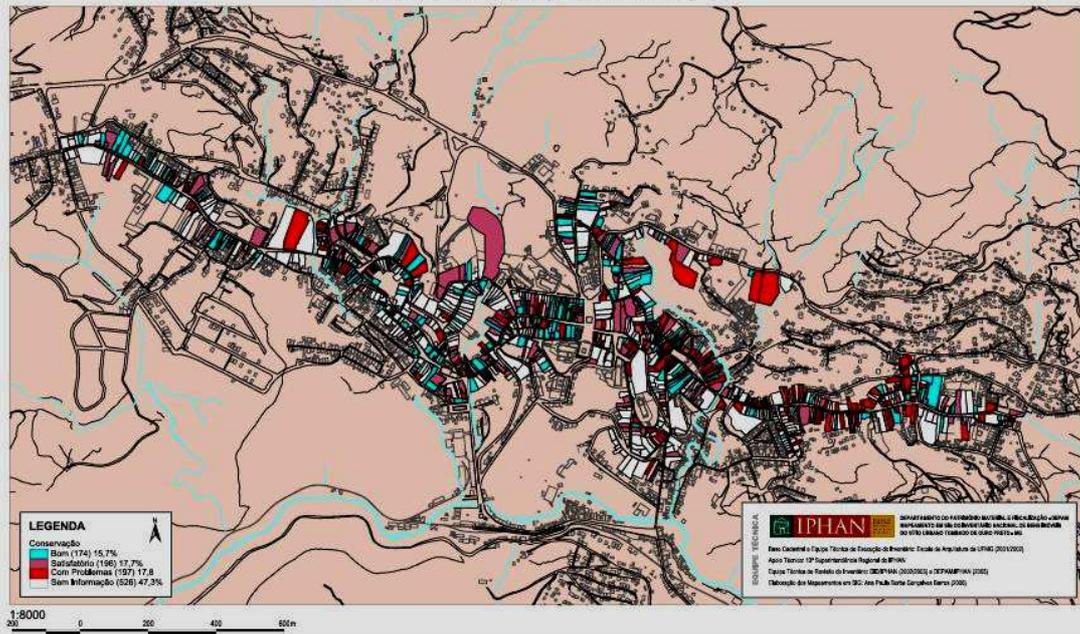


*El Inventario del Sitio Urbano de la ciudad de Ouro Preto – INBISU/Ouro Preto, desarrollado por el IPHAN, en el marco de las acciones de su fortalecimiento institucional en el Programa Monumenta, del Ministério da Cultura, ha producido una serie de datos sobre, en otros aspectos, el uso y conservación de los inmuebles en su área más central. Son informaciones necesarias para el proceso de conocimiento del sitio y de apoyo para el proceso de planificación en la ciudad histórica.*

# OURO PRETO /MG

INBI-SU  
2001/2002

## 81 - Estado de Conservação - Classificação



Fuente: IPHAN, 2006b.



- Las estructuras patrimoniales, en función de los usos que se les impriman, poseen una capacidad de acogida<sup>85</sup> muy limitada, ya que son recursos muy frágiles y no renovables (TROTÍÑO, 2000a). Así, la preservación debe tener en cuenta esa capacidad de acogida – física, social, económica y cultural (TROTÍÑO, 2005), aunque resulte todavía de difícil aplicación, pero útil para aquellas estructuras que ya se enfrentan a problemas serios de saturación y masificación<sup>86</sup> (GARCÍA HERNÁNDEZ, 2001). Ello indica que no todas las estructuras patrimoniales son susceptibles de cambios funcionales y en aquellas donde dichos cambios sean posibles, los usos correspondientes deberán tener en cuenta los aspectos físicos, sociales y culturales que dichas estructuras puedan comportar.

Desde la perspectiva del desarrollo turístico sostenible, hay que reconocer que se trata de una estrategia abierta y flexible, adaptada a las singularidades territoriales y económicas del espacio receptor. Se basa en los siguientes principios<sup>87</sup>:

<sup>85</sup> En términos generales y a partir de lo que ha indicado García Hernández, el concepto de capacidad de acogida, como elemento de la sostenibilidad, implica la gestión de la actividad en la cual sus niveles de desarrollo se mantienen dentro de unos límites asumidos como aceptables por la colectividad interesada (GARCÍA HERNÁNDEZ, 2000).

<sup>86</sup> La cuestión crítica está en que la masificación de la actividad turística no responde a los dictámenes de la sostenibilidad, ya que podría llevar a su descaracterización o destrucción tanto física como simbólica. Como indica Meneses, “el turista que no olvida, que recomienda a otros y que vuelve es aquel que ha tenido el placer en la aprehensión problematizadora. En cuanto el atractivo fuere una pieza de curiosidad apenas momentánea, él será inmediatamente olvidado tras su consumo [turístico]. La sostenibilidad [simbólico-cultural] del atractivo es dada, de otra forma, por la posibilidad de en él incorporarse amplios significados. Y ello puede ser hecho con levedad. La construcción cultural de otro tiempo continúa siendo viva y vivida, y su memoria la proyecta hacia la contemporaneidad” (MENESES, 2006: 22).

<sup>87</sup> A partir de los principios propugnados por Donaire (1998) en sus estudios sobre la geografía del turismo (ATLANTE, 2005a) y trasladados a la realidad de las ciudades históricas, según el contexto de esta investigación.

- La planificación turística debe implicar el estudio detallado de las condiciones del presente y las perspectivas futuras y la toma de decisiones más estructurada, realizada a partir de informaciones – existentes o elaboradas – sobre las diversas variables que intervienen en el proceso turístico. Así, el turismo debe ser planificado y, en particular, conectado a las exigencias de la preservación y salvaguardia del patrimonio cultural y a las posibilidades que el urbanismo pueda ofrecer con sus instrumentos para lograr demandas concertadas;
- La oferta turística debe resultar de los recursos culturales existentes – el patrimonio cultural material e inmaterial y sus nexos con el territorio donde se manifiestan – lo que significa incentivar una actividad turística que se traduzca, preferentemente, en lo cultural, los elementos endógenos que personifican la localidad. Así, el turismo debe ser integrado, no ajeno a la identidad del lugar donde se asienta;
- La actividad turística debe interactuar con el contexto donde se (re)produce, es decir, estructurarse desde un determinado punto focal – en el caso, la ciudad histórica – pero articulado con su entorno y el territorio donde se ubica, confiriéndole carácter regional. Así, el turismo debe ser abierto, vinculado al ambiente, al paisaje cultural forjado en el proceso histórico de ocupación del territorio en cuestión, teniendo en cuenta su diversidad en sus varios aspectos – sociales, culturales, naturales etc.;
- La dimensión espacial y temporal del turismo debe ser acotada de modo cauteloso a



fin de asegurar la calidad de la experiencia de la visita, así como mitigar sus impactos sobre el territorio y sus recursos. Así, el turismo debe ser dimensionado, espacial y temporalmente, teniendo en cuenta, en el proceso de planificación y de gestión, los aspectos relacionados con los desplazamientos de visitantes y la concentración de actividades, a fin de que, hasta donde sea posible y viable, pueda propiciar una gestión adecuada de los flujos, uso y ocupación turísticos en la llamada ciudad histórico-turística;

- La participación es un procedimiento inherente al desarrollo de procesos que se pretendan sostenibles, como forma viable para la creación o el fortalecimiento de instancias de gobernanza, que orienten y legitimen las iniciativas, mediante la construcción de consensos, la negociación concertada y el fomento a la democracia activa. Así, el turismo debe ser participativo, desarrollado y basado en la corresponsabilidad y en la gestión compartida;
- Los efectos esperados a medio y largo plazo de la actividad turística deben primar sobre los de corto plazo, siendo deseable su desarrollo progresivo, orientado y responsable. Así, el turismo debe ser duradero, y en su desarrollo debe procurar integrar el crecimiento económico con la preservación del medio ambiente y la identidad local, principales activos del desarrollo turístico.

Por otro lado, considerar esos principios antes indicados, requiere su contextualización respecto a la base territorial donde se producen los procesos de preservación del patrimonio cultural y de desarrollo turístico correspondiente, en su caso, en la ciudad histórica.

Además, es necesario tener en cuenta aspectos de naturaleza urbanístico-territorial, que van a afectar favorablemente o no, al buen desarrollo de las iniciativas que se deseen llevar a cabo en las ciudades históricas.

Esas áreas, más allá de bien cultural, son un bien económico y las intervenciones que sean realizadas en su interior deben corresponder a su inserción en la política de desarrollo según se encuentre en un área dinámica o de estagnación económica.

Este enfoque establece de un modo claro y todavía vigente que no existe una política para esos sitios urbanos patrimoniales conceptualmente autónoma y apartada de la más general política económica y territorial (ANCSA, 1970) y además:

- reconoce que la recuperación de esos sitios tiene implicaciones económicas de tal relieve que ignorarlas significa impedir cualquier posibilidad de acción eficaz;
- refleja un aspecto de realidad – distinta de aquella comúnmente atribuida al patrimonio cultural – que puede fomentar el interés y la acción de todos los comportamientos de la sociedad;
- pone en evidencia la función económica de esos sitios y, por consiguiente, impide que se ignore a los residentes y las actividades que su conjunto edificado pudiera contener.

Sin embargo, a pesar de ello, tal definición no debe inducir a la creencia de que la actitud en relación a las ciudades históricas deba ser regulada por las leyes de mercado simplemente, ya que esos lugares poseen un atributo peculiar al revestirse de un valor específico que los hace distinto de los demás.

Así, los reglamentos urbanísticos desarrollados en esas localidades y las normativas de preservación deben tener en cuenta la dimensión turística, en función de las funcionalidades específicas que genera, potenciando o asegurando los controles urbanísticos y edificios correspondientes y que, a menudo, no suelen tener regulación evidente.



En España, derivados de los planes generales de ordenación urbana, los planes especiales y de protección juegan un papel importante en la puesta en valor del patrimonio existente, con sus catálogos y estudios de detalle. Se trata, conforme establece la legislación española<sup>88</sup> (BRITO, 1992: 129-130) de:

- “los Planes Especiales: formulados en cuanto instrumentos de ordenación sectorial del territorio para regular aspectos concretos y determinados, tienen carácter parcial o de especialidad, pues se ocupan de manera minuciosa y exhaustiva de una de las múltiples facetas de la ordenación del territorio, apoyándose, a su vez, en la planificación que lo precede y determina, es decir, los Planes Generales. Son elaborados para ‘la ordenación de recintos y conjuntos artísticos, protección del paisaje y de las vías de comunicación, conservación del medio rural en determinados lugares, reforma interior, saneamiento de poblaciones y cualesquiera otras finalidades análogas’ (ESPAÑA, 1976, art. 17), así como, de los ‘perímetros edificados que formen un conjunto de valores tradicionales o estéticos’ (art. 19). Destacan, en este sentido, los Planes Especiales de Reforma Interior – PERIs –, que son elaborados para resolver problemas concretos en áreas urbanas consolidadas, como la conservación y adaptación de barrios antiguos que tienen insuficiencia de equipamiento, saneamiento, problemas de circulación o de estética y mejora del medio ambiente (ESPAÑA, 1976, art. 23); y, los Planes Especiales de Protección de Elementos Arquitectónicos, elaborados con una doble función, ya que definen los

elementos que han de ser conservados, prohibiendo su demolición y estableciendo las medidas técnicas y económicas necesarias para la recuperación de los elementos que se mantienen;

- los Catálogos: formulados con carácter complementario a los Planes Especiales, contienen ‘las relaciones de los monumentos, jardines, parques naturales o paisajes que, por sus singulares valores o características, hayan de ser objeto de una especial protección’, y que ‘deban ser objeto de conservación o mejora’ (ESPAÑA, 1978, art. 86, § 1º y 2º). Pueden, en este sentido, establecer grados de protección distintos, así como agrupar bienes susceptibles de catalogación en campos de protección específicos, entre ellos, las edificaciones individualizadas, las parcelas, las zonas urbanas, las visualizaciones, los yacimientos arqueológicos y el medio rural;
- los Estudios de Detalle: formulados con carácter complementario o en adaptación a las determinaciones establecidas en los Planes Generales para el Suelo Urbano y Planes Parciales<sup>89</sup>, el estudio de detalle es considerado más como una figura de diseño que de planeamiento, ya que trata del establecimiento de alineaciones y rasantes, complementación de red de comunicaciones a las vías interiores de acceso a los edificios afectados, así como de la

<sup>88</sup> El Real Decreto nº 1346, de 09.05.1976, referente al Texto Refundido de la Ley sobre Régimen del Suelo y Ordenación Urbana y el Real Decreto nº 2159, de 23.06.1978, referente al Reglamento de Planeamiento para el desarrollo y aplicación de la Ley del Suelo.

<sup>89</sup> Los Planes Parciales son planes derivados de la planificación integral del territorio municipal, para actuación en ámbito específico, que en el caso se trata del suelo apto a urbanizar según las determinaciones del propio Plan - art. 13 y 79 de la Ley del Suelo (LS) y art. 20 y 43 del Reglamento de Planeamiento para el desarrollo y aplicación de la Ley del Suelo (RP). La Ley nº 8/2007, de Suelo, de reciente aplicación, avanza en los principios de ordenación territorial y urbana, pero no hace mención a cambios significativos de los instrumentos existentes que se han mantenido en los diplomas anteriores que sucedieron a la mencionada LS, como, en especial, el Real Decreto nº 1/1992 y la Ley nº 6/1998.



ordenación de sus volúmenes<sup>90</sup>, siendo de gran utilidad para realizar los sectores de la ciudad que se quedaron inacabados y que requieren un tratamiento de conjunto”.

En efecto, los instrumentos de planificación urbanística pueden dar solución a los principales conflictos generados por la actividad turística, de una forma integrada en el marco urbano y el planeamiento especial, en particular, al matizar y definir mejor los usos y actividades regulados en la ciudad histórica (ATLANTE, 2005a).

Como ha indicado Troitiño, los instrumentos de planificación urbanística – Planes Generales de Ordenación Urbana y los Planes Especiales de Conjuntos Históricos – deberían “definir el futuro urbanístico de las ciudades y la estrategia de conservación, dinamización y gestión del patrimonio urbanístico y arquitectónico. Se trataría de evaluar (...), en qué medida en su diseño, más allá de los aspectos relacionados con el espacio público, la regulación del tráfico y aparcamientos, las peatonalizaciones y la catalogación del patrimonio, aborda las interdependencias entre planeamiento urbanístico y turístico” (TROITIÑO VINUESA, 2002c: 29).

Troitiño, en sus planteamientos, pone en cuestión sobre hasta que punto dichos instrumentos urbanísticos posibilitan o dificultan el avance hacia modelos urbanos de turismo sostenible, por lo que sugiere que son los planes estratégicos aquellos que pueden radicar, como ya mencionado, en la definición de una estrategia urbana “donde se asigne al patrimonio y al turismo el papel que la sociedad local desea que realmente tengan” (TROITIÑO VINUESA, 2002a: 161), dotándose de las herramientas adecuadas para garantizar su control.

#### CUADRO 15 PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA EN GRANADA

##### EL PLAN ESTRATÉGICO DE LA CIUDAD

*Desarrollado bajo la coordinación del Consejo Social de la Ciudad de Granada – CS y los auspicios del Ayuntamiento de la ciudad, el Plan Estratégico de Granada 2007 ha sido elaborado teniendo como claves para su implementación: la Cultura, las Infraestructuras y Tejido productivo y la Calidad de Vida, como los tres grandes pilares para proyectar el futuro de la ciudad. Elaborado con el objetivo de construir un consenso entre todos los ciudadanos granadinos, define cuales son los principales*

*proyectos para la ciudad. El CS constituido por la iniciativa de la Alcaldía granadina, ha sido uno de los primeros de España, según los términos de la Ley nº 57/2003, de modernización de los gobiernos locales al incrementar formalmente la participación de los ciudadanos en la vida pública local.*

*Así, el documento marco elaborado – en tres años – supuso la realización de estudios previos, recogida de datos, encuestas, muchísimas reuniones, discusiones y debates, entre otras actividades, que permitieron lograr determinar el conjunto de propuestas más relevantes. Su ejecución ha seguido una metodología que ha estado enmarcada por los principios de:*

- *transparencia: desarrollo de todas las actividades bajo la aprobación y seguimiento de las comisiones y Pleno del Consejo;*
- *valorización del conocimiento local: participación de grupos de investigación locales;*
- *participación ciudadana: a nivel individual o colectivo, mediante los Foros Sociales y el “Foro Ciudad Abierta”;*
- *rigor técnico: recogida de información, datos y opiniones;*
- *coherencia y convergencia: con actuaciones de desarrollo estratégico de otras instituciones en la ciudad y en su entorno;*
- *posibilismo<sup>91</sup> en las propuestas: flexibilidad en el desarrollo de las propuestas – resultantes de los consensos obtenidos – dentro de unos parámetros básicos sin desviaciones;*
- *medidas integradoras: atención a los aspectos relacionados con el género y con colectivos con necesidades especiales, como personas dependientes, inmigrantes etc.;*
- *visión metropolitana: preocupación constante de la ciudad con su entorno cercano, desde su posición de núcleo central en relación al área bajo su influencia.*

*Como resultado objetivo se ha obtenido una especie de carta de intenciones concertada entre los diversos segmentos sociales y económicos de la ciudad, estableciendo un marco de financiación abierto – pero quizás no solvente, de partida – sino que dependerá de los esfuerzos de articulación política y de presión ciudadana para su concreción.*

LA ARTICULACIÓN DE ESTA PARTICIPACIÓN SE HA ORDENADO EN TRES ÁMBITOS



*Fuente: CS/AYUNTAMIENTO DE GRANADA, 2007.*

*Las principales acciones aquí señaladas en el Plan Estratégico de Granada inciden en:*

- *consolidar la ciudad como referente cultural;*
- *conseguir que Granada sea una ciudad sostenible y con un tejido productivo integrado;*
- *identificar y caracterizar Granada como referente de calidad de vida.*

<sup>90</sup> Según art. 14 de LS y art. 65 y 66 del RP.

<sup>91</sup> El término ‘Posibilismo’ significa la tendencia a aprovechar las posibilidades de doctrinas, partidos e instituciones no similares o contrapuestas a los fines que se desean conseguir. Cf. RAE, 2007.



Según lo que indica el propio Plan, su desarrollo “ha servido como dinamizador de la reflexión sobre la propia ciudad por parte de diversas instituciones granadinas” (p. 39).

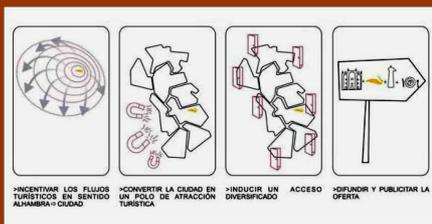
En el diagnóstico producido cabe mencionar, entre otros aspectos, el reconocimiento de que la ciudad posee una riqueza patrimonial y cultural que se asienta en la influencia que ha ejercido en su historia el asentamiento de las tres culturas: musulmana, judía y cristiana, lo que hace de Granada un importante foco turístico y cultural de España. En función de ello, se señalan como oportunidades en ese campo (p.73):

- “crear una imagen diferenciada de Granada como ciudad cultural y unificar una imagen exterior de la ciudad;
- poder de atracción de figuras representativas y eventos hacia la ciudad de Granada;
- impulsar el turismo cultural y promover el turismo gastronómico, de congresos, religioso y el específico del mundo científico;
- reforzar el potencial cultural mediante diversas actuaciones (...);
- impulsar la solicitud para ampliar el reconocimiento de la UNESCO, como Patrimonio Cultural de la Humanidad, del centro histórico de Granada;
- potenciar los valores patrimoniales e históricos mediante rutas culturales;
- integrar los circuitos turísticos;
- acondicionar los espacios abiertos;
- poner en valor, adecuar y acercar a la ciudadanía del patrimonio cultural granadino;
- Catalogar y actuar sobre los edificios históricos de la ciudad;
- crear un Centro de Información y Difusión del Patrimonio Histórico y del urbanismo de Granada;
- generar y fomentar actividades empresariales basadas en el desarrollo, explotación y divulgación de diversas manifestaciones culturales”.



El centro histórico de la ciudad de Granada, al fondo la Catedral.

Foto 77: BLOS, H., 2007.



Visión del Modelo de Ciudad pretendido para Granada – Esquema General.

Fuente: CS/AYUNTAMIENTO DE GRANADA, 2007.

De los ejes estratégicos propuestos, el Plan al plantear la ciudad como un referente cultural, define una serie de líneas estratégicas (p.101):

- “difundir la imagen de la ciudad cultural mediante la realización de certámenes y festivales periódicos;
- consolidar una red de espacios museísticos que contribuya a aumentar la oferta cultural y la estancia de los visitantes;
- atraer fundaciones y centros de altos estudios nacionales e internacionales para que establezcan su sede en Granada;
- consolidar la ciudad como centro creador de ciencia y arte;
- ampliar la oferta cultural de la ciudad como apoyo a las actividades turísticas y comerciales”.

De esas líneas estratégicas, en lo que corresponde a la ampliación de la oferta cultural el Plan indica como medidas (p. 102):

- coordinación de la programación de la ciudad en torno a hitos temáticos;
- desarrollo de proyectos temáticos singulares;
- identificación y rehabilitación de rutas urbanas y periurbanas;
- puesta en valor del Sacromonte y el Albaicín;
- conseguir profesionales especializados en gestión de actividades turísticas y culturales y estimular el voluntariado cultural;
- crear una imagen única de Granada con un plan de promoción y marketing de la ciudad a través de códigos y temas vinculados a líneas y ejes del plan estratégico.

Por último, cabe destacar que de todo lo propuesto en el Plan, que no tiene efecto vinculante, es decir, obligatoriedad en la destinación de recursos financieros para su puesta en marcha, el desafío está en hacer factibles los proyectos y demás acciones que del mismo podrán derivarse, incorporando “la visión de la Cultura como un sentido catalizador de otros ejes [de desarrollo]” (p. 106).

Es importante hacer mención a una propuesta vinculada a la consolidación de una red de espacios museísticos de la ciudad que contribuya a aumentar la oferta cultural y la estancia de los visitantes como es la de creación del Museo de la Ciudad de Granada, donde se presentan su justificación, acciones críticas a desarrollar, las necesidades organizativas, los actores implicados y las opciones de financiación. Como justificación presentada, cabe destacar la que dispone la necesidad de la ciudad de Granada de ponerse al día en relación a otras ciudades en que se indica como “práctica habitual que las ciudades cuenten con museos que permitan tanto conocer el devenir histórico del municipio, como servir de recepción de los visitantes para lograr que adquieran una visión integral de la ciudad” (p. 146).

Es de igual importancia la proposición de establecer las bases para un proyecto educativo de ciudad, con el que se pretende que Granada se consolide como una ciudad educadora y difusora de valores cívicos integrados en su cultura. En efecto, para las ciudades históricas dicha disposición es clave para el



desarrollo del sentimiento de pertenencia y de valoración de las señas de identidad cultural que están enmarcadas en el patrimonio cultural, para seguir confiriendo vitalidad y actualidad para los ciudadanos.

Sin embargo, de las propuestas antes indicadas, es sorprendente verificar el débil aprovechamiento de lo que la presencia de La Alhambra supone para la ciudad de Granada, quizás por lo que históricamente ha representado para ella, es decir, una ciudad dentro de otra ciudad. A excepción de algunas indicaciones relacionadas con el establecimiento de una mejor conexión de la ciudad con el recinto amurallado monumental (p. 214), no es de todo comprensible que no se saque más ventaja de su presencia y potencial que, estratégicamente, puede generar para la ciudad en su conjunto. Lo bueno, a pesar de ello, es identificar la preocupación con la generación de niveles de gobernanza adecuados para una ciudad de predominio histórico relevante y que para su desarrollo turístico propone “la creación de una comisión técnica multidisciplinar compuesta por Urbanismo, Cultura y Turismo, la Fundación Albaycín y Transportes, entre otros” (p. 235) para su gestión integrada.



Fuente: CS/AYUNTAMIENTO DE GRANADA, 2007.

### EL PLAN DIRECTOR DE LA ALHAMBRA

Diseñado como un plan estratégico para otorgar a la administración del recinto nuevos cauces para el desarrollo de una gestión avanzada de un conjunto monumental y toda la complejidad y potencialidades que él mismo comporta, el Plan Director de La Alhambra (2007) constituye en un avance en términos de herramienta de gestión para el Patronato de la Alhambra, entidad responsable de su gestión en el ámbito de la administración autonómica andaluza. Tiene un abanico de supuestos bastante amplio, tomando en consideración las diversas facetas que constituyen el Conjunto Monumental de La Alhambra y Generalife, que refleja este singular monumento desde perspectivas distintas, complementarias e innovadoras para la realidad del bien en cuestión. Cabe destacar en los siguientes líneas estratégicas:

- La preservación del recinto: planteada de modo integrado, teniendo en cuenta las implicaciones que conlleva a nivel de territorio, buscando el equilibrio entre las relaciones materiales y funcionales correspondientes a su conservación, uso y puesta en valor;
- La Alhambra como paisaje cultural: atención hacia su reconocimiento como síntesis de los diversos modelos culturales, ecológicos y económicos de ocupación y uso del espacio en tanto que proceso acumulativo de generaciones que importa considerar como de alto valor patrimonial y consecuentemente de su uso responsable, con gran

interés en valorizar su relación con el uso del agua;

- Uso sostenible de La Alhambra: su consideración en tanto que monumento vivo, lugar habitado que a lo largo del tiempo ha acogido actividades y que actualmente se ve frente el desafío de desarrollar su uso turístico sostenible en relación con su patrimonio y con la ciudad de Granada;
- La Alhambra en la sociedad de la información y la industria del conocimiento: la complejidad del bien y su potencial en cuanto foco de conocimientos engendra posibilidades múltiples que brinda la tecnología de información, así como puede constituirse en un referente para la formación y el intercambio de informaciones y experiencias en campo especializado.



Detalle de yasería en los Palacios Nazaríes, de La Alhambra

Foto 78: BLOS, H., 2007.

Para solventar dichas estrategias, quizás lo más importante que indica el referido Plan Director es dedicarse a indicar el progresivo desarrollo de una infraestructura de gestión capaz de responder con eficiencia, eficacia y efectividad a lo pretendido, lo que implica generar las transformaciones administrativas vigentes en el proceso – el Patronato de La Alhambra, tal como es, carece de autonomía administrativa – para asumir responsabilidades crecientes de planificación, coordinación y gestión que todavía le son imposibles de llevar a cabo, según las normas en vigor.

Además, la revisión del marco legal de la figura de protección del bien aparece como un marco definidor para la consecución de los retos planteados para obtener ventajas de aquello que hace de La Alhambra algo distinto y especial. A raíz de ello, son planteadas mejoras progresivas de su estructura organizativa dentro de un horizonte de ocho años en dos etapas, resultando en el rediseño institucional del actual Patronato, con las siguientes medidas:

- la transformación de la Secretaría General en Secretaría General Técnica, con la reestructuración de las actividades en sectores especializados vinculados especialmente a la logística y al funcionamiento general de la organización;
- el fortalecimiento del área de conservación con la implantación de la Coordinación General de Conservación, con la mejora de una serie de servicios especializados, dotando al actual Patronato de una plantilla de personal más conducente a las demandas actuales y con las exigencias que el Plan Director plantea, como en el campo de la Arqueología y Conservación y Protección, además de la creación del Centro de Paisaje y Jardinería, como mecanismo de observación de la evolución y transformación del paisaje y espacio para el intercambio de



experiencias y la colaboración tecnocientífica en ese campo específico, entre otros cometidos correlatos;

- el establecimiento de Instituciones, al igual que en la situación anterior, en atención a las áreas de los Museos, Archivo y Biblioteca y de la Ciencia de la Información;
- la constitución de la Fundación Alhambra, para realizar iniciativas y actividades culturales que impulsen el conocimiento y la difusión del Conjunto Monumental, mediante la captación de recursos y el agrupamiento de las actividades transversales en el campo de la cooperación, investigación, formación, difusión y producción cultural;



Vista parcial del recinto amurallado y sus jardines.

Foto 79: BRITO, M, 2007.

Todo ello, así como las demás medidas propuestas, por cierto, implican una nueva cultura organizativa y de relaciones laborales para satisfacer las demandas que los cambios pretendidos van a operar tanto en el espacio patrimonial como en la organización que lo gestiona. Un desafío al que si se le hace frente podrá destacar La Alhambra como un verdadero referente en el campo de la gestión integrada de un bien cultural Patrimonio de la Humanidad.

Es cierto que, sobre la marcha, en su gestión, hay que avanzar en algunos puntos clave y que se espera que puedan ser atendidos satisfactoriamente por el Plan Director como:

- mejorar las capacidades patrimoniales que posee, generando otros hitos y descargando los ya consagrados en complementación a las medidas ya implementadas de gestión del flujo de visitantes al recinto, en especial, a los Palacios Nazaríes;
- presentar La Alhambra desde otras miradas, en función de los recursos que posee y que todavía no se han puesto en valor;
- mejorar la accesibilidad al recinto, facilitando las vías y formas de llegada y salida al mismo;
- mejorar la comunicación con el público externo especialmente en relación a la política de restricción de aforo al recinto a título de la capacidad de acogida turística del Conjunto Monumental;
- fomentar el sentido de “lugar de encuentro” al recinto del Conjunto Monumental, a partir del carácter simbólico que posee para la ciudad de Granada, para Andalucía y para España y de sus potencialidades como espacio de conocimiento, intercambio y de entretenimiento.



Fuente: PATRONATO DE LA ALHAMBRA Y

GENERALIFE, 2007a, 2007b.

En Brasil, en cambio, hay pocos instrumentos urbanísticos a disposición y aquellos los disponibles se hallan en fase incipiente de aplicación, por lo menos, en relación con los dictámenes de participación que buscan solventar procesos más sostenibles de planificación y gestión en el país.

Uno de ellos es el Plan Director Participativo, herramienta que está impulsando el Ministerio de Ciudades en Brasil junto a los municipios del país y cuyo desarrollo se ha fomentado y estimulado, en los últimos cuatro años, en cerca de 500 de los 1.700 municipios brasileños que están obligados a elaborarlo (MCIDADES, 2005), conforme establece el ‘Estatuto de la Ciudad’.<sup>92</sup>

Dicho instrumento tiene como orientación política “de instituir formas de planeamiento y control del territorio municipal empleando los potenciales y límites de su medio físico, las potencialidades abiertas por la existencia de redes de transportes y logística en sus territorios de forma que los impactos de su crecimiento y desarrollo no se traduzcan en desequilibrios y deseconomías”, como ha sido la experiencia reciente de urbanización en Brasil (DUTRA, 2004: 08).

El Plan Director comparece como el instrumento básico de la política de desarrollo y expansión urbana (BRASIL, 2001, art. 40), a pesar de los varios instrumentos volcados hacia el planeamiento municipal previstos en el referido estatuto<sup>93</sup>. El mismo resulta obligatorio para municipios con más de veinte mil habitantes e integrantes de “áreas de especial interés turístico” (BRASIL, 2001, art. 41), lo

<sup>92</sup> Brasil está constituido por 5.564 municipios (IBGE), de los cuales cerca de 1.700 tienen más de 20 mil habitantes (2007).

<sup>93</sup> Son ellos: el Plan Director; la disciplina de parcelación, uso y ocupación del suelo; zonificación ambiental; plan plurianual de inversiones; directrices presupuestarias y presupuesto anual; gestión presupuestaria participativa; planes, programas y proyectos sectoriales; y planes de desarrollo económico y social (BRASIL, 2001, art. 4º, inciso III).



que puede incluir parte del universo de ciudades históricas en Brasil.

Sin embargo, a pesar de ello, no establece la obligatoriedad de su elaboración en función de su constitución en un área urbana protegida, declarada patrimonio cultural, si no se encuadra en los parámetros anteriores – dimensión demográfica e interés turístico reconocido.

Mientras tanto, en el referido estatuto, ley promulgada en 2001, se han establecido directrices generales de la política urbana a desarrollar en el país que indican “la protección, preservación y recuperación del medio ambiente natural y construido, del patrimonio cultural, histórico, artístico, paisajístico y arqueológico” (BRASIL, 2001, art. 2º).

De hecho, ello ha significado un gran avance en el marco de la planificación urbana en el país dentro de la preservación del patrimonio cultural urbano, en sus diversas modalidades, al poner el acento en la necesidad de “estimular en las comunidades el sentido de apropiación social del patrimonio, que será tanto más sostenible cuanto más diere sustentación a un proyecto de reinención de la vida contemporánea” (MCIDADES, 2004: 24).

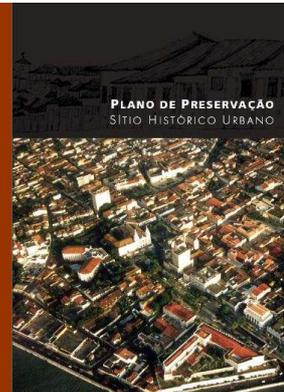
En efecto, su eficacia en lo referente a la preservación del patrimonio cultural urbano, dependerá del grado de detalle que dedique a la cuestión, lo que, en la práctica, los Planes Directores suelen remitir a reglamentaciones específicas a ser establecidas mediante instrumento complementario a elaborar posteriormente o, de otro modo, se remiten a legislaciones de protección del patrimonio cultural, sea federal o *estadual*<sup>94</sup> (BRITO, 2002).

Para superar dicho hueco se ha planteado el Plan de Preservación de Sitio Histórico Urbano – PPSH, como una herramienta necesaria para el desarrollo de esa reglamentación específica y de aplicación común por los diversos gestores públicos responsables de la materia en sus respectivas esferas de gobierno.

El PPSH ha sido propuesto con carácter complementario al Plan Director de la ciudad y es aplicable a aquellas que fueron declaradas Patrimonio Nacional<sup>95</sup>. “Se constituye, en realidad, en un instrumento sectorial complementario fundamental para la gestión

compartida de las áreas urbanas consideradas Patrimonio Cultural del país” (...) y, a diferencia del Plan Director Municipal, que es “de alcance amplio, genérico y abarcador, el Plan de Preservación se define como un instrumento de detalle, que se dirige a reglamentar el deber de preservar esas áreas (...), haciendo operativa la gestión de las políticas de protección de los sitios históricos urbanos al promover el establecimiento de una normativa para la aplicación común [por las distintas administraciones] y [además] el fomento de acciones correctivas, de efectos inmediatos, con visión basada en la relación pasado/presente y de una acción preventiva, de largo alcance, con visión de futuro y de la instalación del proceso de monitoreo y evaluación periódica, de manera que permita el perfeccionamiento de las acciones de preservación de ese patrimonio cultural” (BRITO, 2004b: 27)<sup>96</sup>.

El PPSH ha sido pensado para conferir, a partir de la experiencia acumulada, posibilidades de su aplicación en el futuro a otras áreas de la ciudad, visto que en su marco conceptual se ha establecido claramente el deseo de que la preservación sea entendida y tratada como un fenómeno urbano, es decir, una forma de desarrollo urbano, y no más una acción de excepción y de excepcionalidad en la ciudad (BRITO, 2004b).



*El Plan de Preservación, como herramienta de planificación de la gestión del patrimonio cultural urbano, ha sido planteado en Brasil para el establecimiento de un proceso coordinado y convergente de las acciones dirigidas a su gestión compartida entre los diversos niveles político-administrativos y concertada entre el Estado y la*

<sup>94</sup> Se entienda por “estadual” aquello que se refiere a los Estados de la federación.

<sup>95</sup> Las ciudades brasileñas consideradas Patrimonio Nacional asciende a más de 80 en la actualidad.

<sup>96</sup> El IPHAN, organismo federal responsable de la política de preservación del patrimonio cultural en Brasil, ha propuesto el desarrollo de una política de gestión compartida del patrimonio cultural, con los Estados de la federación y los Municipios, la cual tenía como instrumento de gestión compartida el Plan de Preservación de Sitio Histórico Urbana – PPSH.



*Sociedad. A pesar de ello, su consolidación como instrumento de gestión se constituye, hoy por hoy, en una asignatura pendiente en el país que, en definitiva, va asociada con la construcción de un Sistema Nacional de Preservación del Patrimonio Cultural, todavía por concretarse en Brasil.*

*Portada del documento 'Término General de Referencia' para el desarrollo del Plan de Preservación de Sitio Histórico Urbano.*

*Fuente: BRITO, M., 2005.*

A pesar de su competente estructuración, todavía permanece abierta la continuación de su aplicación, en función de las tensiones que ha provocado, al imprimir una nueva política patrimonial, basada en los preceptos por los que abogan las cartas internacionales de protección al patrimonio cultural que indicaban la necesidad de tratarlo dentro de una perspectiva urbanística (DUARTE, 2005), así como en las demandas existentes, emergentes en las ciudades históricas, que todavía no encuentran respuesta objetiva desde la administración.

Ello se debe a que el Poder Público, al reconocer bienes culturales como patrimonio de una determinada sociedad en nombre del interés colectivo, y en consecuencia, al tutelarlos a título de defensa de ese patrimonio cultural contra acciones que pongan en peligro su autenticidad e integridad, están obligados a establecer y difundir para la sociedad en general las reglas que deben operar sobre ellos de cara a su preservación.

Sin embargo, contradictoriamente, no siempre dichas reglas están establecidas de modo claro y transparente y acaban por suponer inconvenientes para su disfrute colectivo, lo que viene engendrando su privatización involuntaria, por provocar indirectamente su desaprovechamiento generalizado, como si fuera un *stock* a espera de su presunta (re)valorización futura, privando a la sociedad de su efectiva apropiación.

Así, la exigencia de establecer reglas del juego, comprensibles para todos, resulta no sólo necesaria sino una obligación, a fin de permitir la generación de ambientes estables que faciliten la orientación y el control de las iniciativas, el fomento a la inversión pública y privada y la consecución de los propios objetivos de la preservación.

Como ha indicado Sant'Anna, "en Brasil, el patrimonio cultural urbano no ha logrado realizarse por completo como mercancía, ni siquiera para su consumo cultural y apenas,

parcialmente, para su consumo turístico, a pesar de algunas excepciones como Paraty, Ouro Preto y, quizás, Olinda. Ha dependido y todavía sigue dependiendo, para su supervivencia, de fuertes inversiones públicas, aunque escasas, que generan situaciones totalmente artificiales, atrayendo una ocupación oportunista y predatoria". Al indicar en estos términos, los considera "artificiales porque no son capaces de generar o promover una conservación autosostenible, ni siquiera cuando el objetivo es el incremento del turismo (...). Si, por un lado, el vaciamiento de la función cultural del patrimonio ha sido perjudicial, por otro, desearlo como algo fuera del mercado y de la lógica del capital en sociedades capitalistas es, como poco, ingenuo" (DUARTE, 2005: 91)

En este sentido, el Plan de Preservación se ha presentado como una vía para estimular una acción concertada de esas áreas, con la finalidad, entre otras, de provocar una articulación entre el sector público, los agentes privados y la comunidad local. Esa premisa, resultante de un proceso participativo de cuyo Plan de Preservación debería ser resultado, ha buscado conferir legitimidad, publicidad, transparencia y comprensión del proceso y de sus fines, así como hacer explícitos los principios, criterios y normas de preservación que debían pasar a orientar las acciones públicas y privadas en los sitios históricos urbanos protegidos (BRITO, 2004d).



*Comisión de Gestión Local de Mariana, ciudad histórica ubicada en el Estado de Minas Gerais, en funcionamiento (2001), cuando se implantó el proceso de construcción de la gestión compartida del patrimonio cultural en Brasil.*

*Foto 80: BRITO, M., 2001.*

La cuestión del turismo u otra actividad que se presente, se configura, en principio y por principio, como un problema para los gestores de las ciudades históricas, ya que no quedan explícitas cuales son las directrices que están presentes, dentro de las diversas dimensiones



del desarrollo urbano, en relación con el contexto socioeconómico y cultural de cada localidad, a fin de incorporarlo al proceso de preservación urbana como una actividad económica cualificada y capaz de propiciar la inclusión social y la valorización cultural de los recursos patrimoniales existentes (BRITO, 2004d).

“Teniendo en cuenta la insuficiencia de los métodos y procedimientos tradicionales de preservación de áreas urbanas, a menudo volcadas hacia el control de intervenciones físicas localizadas y sin horizontes más ampliados” (DUARTE, 2005: 374), lo que se ha propuesto con los Planes de Preservación fue “posibilitar la creación de nuevos patrones para abordar la preservación de los sitios históricos urbanos, apoyados en el planeamiento y gestión urbanos. Ello permitiría tratar de modo eficaz el nuevo papel social, económico y ambiental atribuido al patrimonio cultural urbano y promover su apropiación adecuada por la sociedad que lo posee, así como garantizar el cumplimiento de su función social y su permanencia para las futuras generaciones” (BRITO, 2004d: 03).

Su fugaz aplicación en Brasil no ha permitido evaluar su real eficacia y efectividad, pues ha dejado en abiertas algunas cuestiones, como:

- grado de coparticipación en la gestión: como las competencias en materia de patrimonio cultural en Brasil son concurrentes, es decir, indistintas y comunes para los tres niveles de gobierno – federal, *estadual* y municipal – no se ha podido profundizar en la pertinencia del establecimiento de corresponsabilidades mediante procesos concertados, así como de revisiones competenciales mediante procesos delegados o de transferencia progresiva de competencias;
- grado de capacitación requerida en el proceso: se ha apostado por la capacitación en ejercicio, es decir, por la realización de un aprendizaje sobre la marcha en función del proceso desencadenado, al creer que el tratamiento de las cuestiones urbanísticas podría

ser experimentado en la práctica a partir de la propia formulación y ejecución de los Planes de Preservación, lo que, en realidad, ha servido más para generar resistencias internas de orden técnico, dificultando la apropiación del propio conocimiento generado por la práctica desarrollada en su momento;

- grado de participación local en la formulación del Plan: la interacción y el intercambio indicado para el desarrollo de las actividades correspondientes, entre los gestores públicos del patrimonio con los demás agentes sociales, económicos e institucionales, han puesto en crisis prácticas tradicionales de gestión, a menudo apoyadas en posturas cerradas, autoritarias y poco transparentes y basadas en conocimientos limitados de la realidad sobre la cual se actuaba, lo que ha servido más para generar resistencias de orden político por exigir cambios de actitudes y aptitudes;
- grado de desarrollo metodológico del instrumento puesto en práctica<sup>97</sup>: se ha considerado desde una visión estratégica<sup>98</sup>, la concatenación de etapas para el desarrollo del Plan de Preservación<sup>99</sup>, que ha expresado una estructura relativamente compleja y bastante

<sup>97</sup> El Plan de Preservación, desarrollado con énfasis en el ámbito del Programa Urbis – Programa de Rehabilitación Urbana de Sitios Históricos (2000-2003), ha sido inicialmente propuesto en el marco de las acciones de fortalecimiento institucional del IPHAN, en el Programa Monumenta (1997- ).

<sup>98</sup> En los moldes de lo que ha planteado Carlos Matus en sus ensayos sobre planeamiento estratégico situacional. Cf. HUERTAS, 1995.

<sup>99</sup> “En los moldes de los *Plans de Sauvergarde et Mise en Valeur* de los Sectores Salvaguardados franceses, el Plan de Preservación debería estructurar no sólo la gestión sino también las intervenciones en el sitio histórico.” Por ello, suponía una etapa normativa, otra estratégico-operacional, y por fin, una de evaluación del desempeño del plan y de su programa de actuación (SANT’ANNA, 2004: 293).



sofisticada para la época<sup>100</sup>, en lo referente a la elaboración y desarrollo de políticas de preservación en el país (SANT'ANNA, 2004), lo que suponía una etapa de implementación que tendría como producto la reglamentación de la disciplina urbanística y de preservación del área; una segunda etapa, estratégico-operacional, en la cual se construiría la viabilidad política y económica de las acciones necesarias; y una tercera etapa, basada en la construcción de indicadores de impacto y de desempeño de las acciones programadas, se evaluaría el desempeño del propio plan y de su programa de actuación, poniendo en jaque las condiciones logísticas requeridas y disponibles para su articulada ejecución, teniendo en cuenta la construcción del proceso deseado, considerada compleja y de cuidadosa puesta en marcha;

- grado de eficacia de la solución de los problemas patrimoniales a escala urbana: se ha comprendido que, a pesar de las condiciones adversas de logística, infraestructura y recursos de todo tipo para su desarrollo, los problemas reclamados por las comunidades residentes en las ciudades históricas, exigían una respuesta, no siempre conducente a los requisitos necesarios para su pleno desarrollo, sino a los compromisos políticos que ponían en cuestión la propia misión institucional;

- grado de transversalidad con las cuestiones inherentes al desarrollo urbano: al tratar de ciudades históricas y con la perspectiva de llevar a cabo intervenciones programadas a partir de una estrategia de ciudad concertada previamente, temas como el turismo y los procesos de degradación, terciarización, gentrificación o banalización no han sido debidamente estudiados y debatidos a su tiempo, ya que se esperaba que los sitios históricos urbanos fueran laboratorios vivos de la propia experiencia en curso;
- grado de expectativa en la promoción de inversiones concentradas en el área: el Plan de Preservación, en función de sus aspectos normativos, estratégicos y operacionales, en la financiación de la preservación del patrimonio cultural y del desarrollo urbano, se constituiría más como una estrategia de destinación de recursos, al defender la territorialización de políticas públicas, y una herramienta de negociación entre los diversos sectores – público y privado – ya que se reconocía que los recursos financieros para la cultura y, en particular, para el patrimonio, no residía apenas en los parques presupuestos del sector, sino que podrían ser captados de otras áreas sectoriales, como medio ambiente, desarrollo urbano y regional, turismo, educación, entre otros, en función de la complejidad y transversalidad que, en nueva perspectiva, comportaba, sin, por otro lado, renunciar a su campo de acción y responsabilidad, por lo que se ha apostado por la posibilidad de que el programa de actuación del Plan de Preservación pudiera contar con recursos provenientes de los

<sup>100</sup> Cabe destacar que, a pesar de ello, su estructura se ha presentado de modo flexible, diferentemente de lo que se ha podido suponer, ya que al presentarse como un guión para su desarrollo específico en cada localidad, podría plantear demandas no inicialmente previstas o aún mejor, dejar de considerar determinados aspectos previamente indicados en su "Término de Referencia", al posibilitar que cada realidad, bajo su contexto, fuera considerada en el proceso de planificación, constituyéndose en un instrumento pensado a la medida de cada situación en foco.



instrumentos de renuncia fiscal federal, en cuanto proyectos prioritarios para inversión de empresas estatales en acciones de mecenazgo cultural;

- grado de imposición legal del instrumento desarrollado: tanto en lo que se refiere al Plan de Preservación, como a la *Portaria Federal*<sup>101</sup> que le da legalidad, como instrumento de política federal de protección de sitios históricos urbanos, declarados Patrimonio Nacional, dicho instrumento posibilitaba conducir la gestión patrimonial a nivel federal, dentro de la esfera de competencia que le asignaba la potestad de establecer la normativa de preservación de esas áreas, sin menoscabar la necesidad y preocupación en contar con un diploma legal de carácter complementario al Decreto-Ley nº 25/37, en la forma de ley, que contemple las directrices generales para la gestión de sitios históricos urbanos y defina, en principio: “la gestión de sitios históricos urbanos y su rehabilitación, definiendo ese objeto; la rehabilitación de inmuebles para usos residencial, comercial, de servicios y de otra naturaleza, la atención a los requisitos y condiciones necesarios y los criterios para la rehabilitación preferente; los regímenes generales de protección para la rehabilitación, los beneficios aplicables, las subvenciones destinadas según la renta del beneficiario, el tipo de intervención y el valor cultural del inmueble, la financiación y sus condiciones y los incentivos fiscales aplicables; los instrumentos de gestión aplicables y obligatorios, los

procedimientos correspondientes y su tramitación y publicidad; los mecanismos de gestión susceptibles de adopción y obligatorios, los procedimientos correspondientes y su funcionamiento y control administrativo y social” (BRITO, 2004c: 145-146).

#### CUADRO 16 – OURO PRETO Y SU GESTIÓN URBANA Y PATRIMONIAL

*Durante la implementación de la política de gestión compartida del patrimonio cultural en Brasil, el IPHAN, en las prioridades establecidas para ejecución de su Plan de Acción/2004, estaban presentes las siguientes directrices:*

- “Promover la implantación en cada ciudad con área declarada Patrimonio Nacional, de una Comisión de Gestión Local u otro mecanismo de gestión semejante, volcado hacia la promoción de una gestión compartida del área declarada;
- Incentivar el desarrollo de Plan de Preservación de Sitio Histórico Urbano para cada área declarada, como instrumento de gestión compartida y complementar al Plan Director de la ciudad donde esa área declarada se localiza;
- Formular e implementar acciones de desarrollo institucional en las Ciudades Históricas, para la capacitación local, en sus diversos niveles y vertientes, fomentando sistemas municipales de preservación donde no existan;
- Promover el desarrollo de los instrumentos de conocimiento (inventarios) sobre los Sitios Históricos Urbanos como efectivos instrumentos de apoyo a su gestión;
- Desarrollar estudios para la definición de indicadores de conservación y de gestión de Ciudades Históricas;
- Promover la organización y sistematización de informaciones sobre la memoria urbana de las Ciudades Históricas, así como su difusión;
- Promover la creación del Foro Nacional de Ciudades Históricas para fortalecer y hacer converger las acciones de preservación.”

*A raíz de ello, las prioridades para inversión pública en el período estuvieron centradas en:*

- las Ciudades Patrimonio Mundial;
- Ciudades con sitios protegidos en situación de riesgo;
- Ciudades en regiones del país no atendidas, bajo el criterio de regionalización/desconcentración de la acción;

*De ese modo, Ouro Preto fue objeto de esa política que, sin embargo, no avanzó en función del desinterés de la administración municipal en su momento por sumarse al proceso de gestión compartida y involucrarse en su desarrollo.*

*Cabe mencionar que, como la competencia en materia de patrimonio cultural en Brasil es concurrente, no hay imposición o obligatoriedad de los demás entes federativos – Estados, Municipios y Distrito Federal – en aceptar los dictámenes de esa*

<sup>101</sup> Instrumento legal de naturaleza administrativa que puede ser emitido por autoridades de Instituciones Públicas en Brasil para su aplicación en su ámbito y rango político-administrativo.



política federal que presupone complicidad, corresponsabilidad y cogestión.

Así, a pesar de la voluntad de los agentes sociales locales en participar del proceso, la recusa de la Prefeitura Municipal de Ouro Preto invalidó las posibilidades de su implementación en la ciudad, aunque existieran recursos financieros del IPHAN destinados a apoyar esa iniciativa.

A fin de cuentas, se logró alcanzar en el periodo (2004):

- ciudades con proceso de gestión compartida implantado y en proceso de implementación de su plan de preservación – dimensión normativa, como las de Mariana, Pirenópolis, Sobral y Laguna, ciudades pioneras y consideradas laboratorios en ese proceso por el IPHAN;
- ciudades sensibilizadas y con proceso de gestión compartida promovido y en vías de elaborar o concluir el término de referencia de su plan de preservación, como Olinda, São Luís, Congonhas y Jaboatão dos Guararapes;
- ciudades sensibilizadas con proceso de gestión compartida a implantar como Diamantina, São Miguel das Missões, Belém, Manaus y Brasília.

Ouro Preto juntamente con Goiás y Salvador de Bahia no pudieran desarrollar dicha iniciativa, dadas las condiciones políticas locales que no favorecieron su implementación.



Foto 81: Vista de Ouro Preto, con la Iglesia de N. S. do Carmo al fondo.

Fuente: IPHAN, 2004b.

Conforme lo expresa el estudio realizado y cuyas conclusiones son aún válidas, quizás con algunos matices, “la Municipalidad de Ouro Preto tiene [todavía] como desafío compatibilizar, como uno de los principales lugares turísticos del país, dos aspectos convergentes y a veces conflictivos: la ciudad, lugar de la vida cotidiana de una población con raíces y valores locales y la dimensión de una ciudad que es patrimonio mundial. Así, el gobierno local enfrenta la doble tarea de la preservación del patrimonio histórico y cultural y la gestión de la problemática urbana relativa a la infraestructura,

servicios y equipamientos urbanos, frente al proceso de extensión hacia la periferia, configurado a partir de los años sesenta. Las características de Brasil en cuanto Estado federativo, y el reordenamiento jurídico-institucional, a partir de la Constitución Federal de 1988, ponen de relieve las nuevas atribuciones, funciones y autonomía del gobierno local, pero también imponen la problemática de articular los distintos niveles institucionales, en el sentido de compatibilizar políticas y acciones en los ámbitos comunes a las esferas federal, estadual y municipal. Así, la intersectorialidad relativa a los diferentes niveles del poder público define en Ouro Preto una problemática singular en lo que toca a la cuestión urbana, frente a la actuación de los diferentes órganos con competencias superpuestas. Las acciones de cooperación [llevadas a cabo hasta el momento] revelaron la necesidad de ampliar y fortalecer la capacidad técnica del Municipio, tanto en lo que se refiere a las acciones de anticipación como a las respuestas inmediatas a las situaciones críticas. Mostraron, además, que el proceso de participación popular en la gestión de los asuntos urbanos, aunque ya se había iniciado y estaba en marcha, requería maduración y consolidación en la mayor parte de los casos analizados. Esa maduración y consolidación pasa por la cualificación de los agentes participantes en el proceso, tanto los institucionales, en su nivel de acciones internas y externas, como los sociales, que requieren un sistema de información ágil y transparente. Se señala, por tanto, la necesidad de cualificación institucional y de capacitación de la ciudadanía, ejes que se entrelazan en el objetivo mayor de la cualificación urbana de la periferia de Ouro Preto” (CEPAL, 1994).



El crecimiento desordenado en Ouro Preto.

Foto 82: BRITO, M., 2006.

En efecto, como ha indicado Machado, a pesar de iniciativas como la institución del GAT – Grupo de Asesoría Técnica, de Ouro Preto, que se implantó en la ciudad y funcionó en el periodo del 1993-1996, con la participación de instituciones de los gobiernos federal, estadual y municipal, con el objetivo de promover acciones conjuntas y concertadas de control de las intervenciones en la ciudad, de desarrollo de la normativa urbanística correspondiente y elaboración de proyectos especiales, como el de la implantación del Centro de



*Convenciones de la ciudad – hoy una realidad – dicho mecanismo de gestión ha tenido muchas dificultades a la hora de concretar su objetivo más audaz como es el de llegar a aprobar un proyecto de ley urbanística referente a las normas de edificación y proyectos y el código de obras de la ciudad, consensuado entre todos. Para ella, se esperaba que se llegara a una comprensión ampliada de la importancia y de las formas de preservación del patrimonio de la ciudad, (...) por la población, obteniendo así, mayor garantía de permanencia más allá de los cambios políticos de gobierno (MACHADO, 2001).*

Teniendo en cuenta lo antes mencionado se podría hacer una tabla síntesis de los instrumentos existentes, disponibles o planteados para promover el desarrollo de iniciativas en ciudades históricas, así constituida:

**TABLA 07  
INSTRUMENTOS DE PLANIFICACIÓN  
EXISTENTES, DISPONIBLES O PLANTEADOS  
PARA PROMOVER EL DESARROLLO DE  
INICIATIVAS EN CIUDADES HISTÓRICAS**

Instrumentos	España	Brasil
<b>Urbanísticos</b>	- PGOU - Planes Especiales	Plan Director
<b>Patrimoniales</b>	- Plan de Bienes Culturales (Andalucía) - Plan de Catedrales (Nacional)	Plan de Preservación
<b>Turísticos</b>	- Plan de Excelencia Turística - Plan de Dinamización Turística	Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Regional

Fuente: elaboración propia.

Por último, tras las consideraciones hechas, que han tomado en cuenta las diversas facetas que pueden incidir, al menos, de modo directo, en los planteamientos que indiquen cuales son los límites y las exigencias para hacer de una ciudad histórica un efectivo destino patrimonial, implica reafirmar determinadas cuestiones, pero reconociendo, en principio, que su aplicación debe darse a la medida de cada situación, de cada realidad donde se esté o se pretenda actuar según determinadas necesidades, como son:

- subrayar las potencialidades intrínsecas de los sitios patrimoniales en cuanto recurso turístico-cultural;
- identificar los riesgos de disfrute turístico de los destinos patrimoniales;
- evaluar los mecanismos e instrumentos existentes, a disposición o planteados que puedan fomentar el turismo sostenible en los sitios urbanos patrimoniales;
- acotar los espacios de interacción y negociación posibles e imprescindibles para el establecimiento de un pacto de excelencia y dinamización para el desarrollo del producto turístico-cultural denominado ciudad histórico-turística.

Así, hacer de una ciudad histórica un destino patrimonial supone:

- suscitar el interés por la ciudad histórica, considerándola ciudad de la memoria, ambiente lleno de significados patrimoniales y de referentes de identidad del lugar donde se asienta (CALLE VAQUERO, 1999);
- construir una identidad turística propia para la ciudad<sup>102</sup>, mediante un proceso de selección de bienes culturales – materiales e inmateriales – para el establecimiento de una mirada turística cualificada y la definición de un perfil – marca – propio, ineludible e inconfundible;
- ofrecer al mercado productos turístico-culturales de calidad, de acusado valor patrimonial, mediante el desarrollo de estudios, proyectos y acciones que establezcan alianzas entre el patrimonio, el turismo y la

<sup>102</sup> Aunque, como ya mencionado, pueda constituirse en un multiproducto turístico.



ciudad, así como promover estrategias de marketing del patrimonio cultural a partir de esa alianza establecida;

- estimular la conciencia cultural sobre la importancia y el significado del patrimonio cultural, en cuanto acción educativa y de sensibilización social en los valores de la tradición y de la memoria.

Considerando las entrevistas realizadas con expertos y gestores que actúan directa o indirectamente en ese campo pueden expresarse los siguientes aspectos inherentes a la puesta a punto de destino patrimoniales:

- (i) para que una ciudad histórica esté preparada para constituirse en destino patrimonial, hace falta una serie de acciones que podrían residir en las siguientes iniciativas:

- esas ciudades necesitan evaluar hasta que punto los atractivos que posean indican la existencia de unos flujos de visitantes que justifican, en principio, acondicionarlas en cuanto territorios de acogida turística;
- establecer un análisis situacional<sup>103</sup> del tipo de destino deseado<sup>104</sup>, promoviendo un reconocimiento del estado de la cuestión, desde dos perspectivas: una interna, con la visión local, a partir de los diversos actores que componen el sistema interno a la ciudad – residentes, agentes locales, administración, sector empresarial local, proporcionando una lectura a nivel interno; y otra externa, con la visión de los demandantes foráneos – turistas, excursionistas,

turoperadores etc., proporcionando una lectura a nivel externo;

- acondicionar la ciudad para la ciudadanía, por principio y a priori, donde el visitante es “un ciudadano más”, estableciendo, a partir de ello, una infraestructura de hospitalidad – señalización, centro de visitantes, centro de interpretación de la ciudad, zonas de aparcamiento, etc. – para ofrecer servicios y prestaciones complementarias en apoyo al desarrollo de la actividad turística;

- hacer accesible el patrimonio cultural a todos, residentes y visitantes, desde una lógica turístico-cultural que implique el despertar del interés y el conocimiento, según la atención a las demandas de profundización distintas de los diversos segmentos sociales que ejercen una interacción con la ciudad – residentes, turistas, excursionistas, investigadores, amantes del arte y de la historia –, permitiendo consecuentemente un acercamiento tanto superficial como pormenorizado de los atractivos, según los intereses y motivaciones conforme a los diversos formatos y tipos de productos turísticos-culturales propuestos y desarrollados;

- (ii) para que la ciudad histórica esté sometida a una planificación urbano-turístico-cultural adecuada de cara a convertirse en destinos patrimoniales, se debe combatir y evitar el desarrollo de procesos de:

- museificación, a fin de que los espacios urbanos de la ciudad no correspondan a meros escenarios donde se desarrolla casi exclusivamente la visita turística;
- turistificación, resultante de cambios funcionales excesivos en los espacios urbanos y en las estructuras

<sup>103</sup> A partir de los principios indicados por Matus, en su propuesta de Planeamiento Estratégico Situacional – PES. Cf. HUERTAS, 1995.

<sup>104</sup> Ello no quiere decir que se trata apenas de enfatizar el monodestino, sino considerar las posibilidades de que las ciudades históricas puedan diversificar sus productos turísticos para hacerse más competitivas en el mercado turístico, aunque mantengan su dominante patrimonial.



edilicias de la ciudad que generan el monocultivo turístico, mermando la vitalidad urbana auténtica en detrimento de funcionalidades turísticas engañosas y cuestionables;

- saturación y congestión de la ciudad, mediante:
  - a) la gestión del uso y ocupación de suelo urbano en función del estímulo a la diversificación funcional;
  - b) la gestión de flujos de visitantes, a partir de medidas inductoras de recorridos en función de los recursos culturales existentes y, a raíz de ellos, del espaciamiento estratégico de equipamientos turístico-culturales en la ciudad, evitando la concentración espacial tanto de productos como de personas en la ciudad;
  - c) y la gestión de eventos, disminuyendo la estacionalidad y ampliando el calendario de actividades culturales a lo largo del año, estableciendo una oferta de calidad y que sea capaz de suscitar el interés turístico<sup>105</sup>.

<sup>105</sup> En España, desde 1987 y dentro de una estrategia de promoción y marketing turístico, son conferidas, desde la Administración Central del Estado – Secretaría General de Turismo del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio –, las declaraciones de “Fiesta de Interés Turístico Nacional o Internacional”, según cada situación. Hoy por hoy, un centenar de acontecimientos están declarados de interés turístico, entre ellos las Fiestas de San Fermín (Pamplona), el Corpus Christi de Toledo, el Carnaval del Toro, en Ciudad Rodrigo (Salamanca), Las Fallas de Valencia, las Hogueras de San Juan (Alicante) o las Fiestas de Nuestra Señora de la Merced (Barcelona). Se trata de un título de carácter exclusivamente honorífico que favorece, desde la localidad, la promoción de publicidad del evento y la obtención de apoyo institucional tanto de organismos autonómicos como locales. Conforme establece la reglamentación en vigor, la declaración de Fiesta de Interés Turístico Nacional y de Interés Turístico Internacional se otorga

Desde la perspectiva de la capacidad de acogida turística, dicho supuesto resulta de compleja y dudable aplicación en el contexto de la ciudad en su conjunto, ya que la ciudad es un sistema abierto y por tanto no susceptible de control en estos términos, si bien se considera más aplicable a hitos turístico-culturales existentes en la ciudad – elementos puntuales focales – que encerrados en si mismos, por su propia naturaleza y configuración, permitan el control de la entrada y salida de visitantes.

(iii) para que la ciudad histórica desarrolle un proceso sostenible de gestión en cuanto destino patrimonial, hace falta promover una infraestructura de gestión adecuada y que contemple:

- el establecimiento de mecanismos de gestión compartida, intersectorial/ transversal y de naturaleza tanto directiva como ejecutiva, posibilitando el dominio y control de la gestión de la base territorial en cuestión bajo su responsabilidad: la ciudad histórico-turística. Los mecanismos de gestión constituyen los espacios de articulación, negociación y decisión que correspondan, y pueden existir en la forma de entidades colegiadas, como consorcios, comisiones interadministrativas, mesas de concertación, consejos sectoriales y comités ejecutivos, entre otras modalidades<sup>106</sup>;

a aquellas fiestas o acontecimientos que supongan manifestaciones de valores culturales y de tradición popular, con especial consideración a sus características etnológicas y que tengan una especial importancia como atractivo turístico. Para su concesión se tiene especialmente en cuenta: la antigüedad de la celebración de la fiesta o del acontecimiento en referencia, su continuidad en el tiempo – en que entre una y otra celebración de la fiesta no deberá transcurrir más de cinco años –, y el arraigo de la fiesta en la localidad, lo que implica la participación ciudadana en su desarrollo. Además, entre otras exigencias, para la declaración de Fiesta de Interés Turístico Internacional se le otorga a la fiesta correspondiente cuando se estime que concurren relevantes circunstancias que corroboren a la promoción turística de España en el exterior (ESPAÑA, 2006, CONSUMER.ES, 2006).

<sup>106</sup> En Brasil, cabe hacer destaque a las Comisiones de Gestión Local – CGL implantadas durante la implementación del proceso de gestión compartida del patrimonio cultural urbano. En España son relevantes las experiencias de los Consorcios de ciudades y turísticos, como es el caso de Santiago de Compostela y Toledo, con perfil institucional más vinculado al



## CUADRO 17 LOS CONSORCIOS COMO MECANISMOS DE GESTIÓN EN LAS CIUDADES ESPAÑOLAS

*Los Consorcios son un mecanismo de gestión que en la última década, han ganado, en España, un lugar destacado, habida cuenta sus posibilidades de gestión administrativa más flexible y ágil y su potestad de movilizar recursos, articular partenariados con sectores privados en la consecución de determinados fines. Vienen constituyéndose en una vía innovadora de cooperación territorial en España para la gestión de distintos servicios (RODRÍGUEZ GUTIÉRREZ ET AL., 2005).*

*En efecto, “los Consorcios se han revelado como un instrumento útil para el desarrollo y gestión común de servicios asignados generalmente a la administración local y que en buena parte de los municipios de menor tamaño y escasos recursos financieros resultarían dificultosos de abordar en solitario. También se han creado para la gestión de programas y proyectos de alcance territorial supramunicipal e incluso para la puesta en marcha de nuevos procesos de participación pública” (RODRÍGUEZ GUTIÉRREZ ET AL., 2005: 178).*

*Aquí se destacan aquellos que han sido creados para afrontar los problemas urbanos y de la preservación del patrimonio cultural, así como de la gestión turística de ciudades españolas.*

### EL CONSORCIO DE SANTIAGO

*Creado por el Real Decreto 260/1991 para la coordinación institucional derivada de las atribuciones del Real Patronato de Santiago de Compostela, como entidad de derecho público de carácter interadministrativo, con titularidad municipal, personalidad jurídica propia y plena capacidad para obrar para el buen funcionamiento de sus fines específicos, posee patrimonio propio y presupuesto independiente (CONSORCIO DE SANTIAGO, 2003). Al Real Patronato de Santiago de Compostela, según establece el art. 1º del mencionado Real Decreto, corresponde la promoción y coordinación de “todas aquellas acciones que deban realizar en Santiago de Compostela las administraciones y entidades que lo componen, dirigidas a la preservación y revitalización del Patrimonio Cultural representado por la Ciudad de Santiago, en sus aspectos histórico-artísticos y arquitectónicos, a la difusión de los valores europeístas y al desarrollo y potenciación de las actividades turísticas y culturales vinculadas al itinerario jacobeo”. De él participan las Administraciones del Estado (Cultura, Asuntos Exteriores, Obras Públicas y Urbanismo, Educación y Ciencia, Administraciones Públicas, Transportes, Turismo y Comunicaciones), de la Comunidad Autónoma de Galicia y del Municipio de Santiago de Compostela, el Arzobispado de Santiago de*

*patrimonio y al desarrollo urbano. Ya el de Sevilla se halla más vinculado a la gestión turística de la ciudad.*

*de Compostela y la Universidad de Santiago de Compostela.*



*Sede del Consorcio de Santiago.*

*Foto 83: BRITO, M., 2007.*

*El Consorcio tiene por finalidad (CONSORCIO DE SANTIAGO, 2003: 04):*

- “servir de apoyo administrativo y de gestión al Real Patronato para el mejor cumplimiento por este de sus fines propios;
- Asegurar el mantenimiento y la adecuada gestión de las instalaciones, equipamientos y servicios dotados como consecuencia de actuaciones acordadas por el mismo Real Patronato;
- Promover y, en su caso, facilitar, en el término municipal de Santiago de Compostela, el ejercicio coordinado de la Administración del Estado, da la Comunidad Autónoma y del Municipio.”

*De ese modo, son funciones del Consorcio (CONSORCIO DE SANTIAGO, 2003: 04):*

- “Facilitar al Real Patronato de Santiago de Compostela la infraestructura administrativa precisa para su funcionamiento, pudiendo elevar al mismo iniciativas y propuestas;
- Impulsar, promover y coordinar la ejecución de los proyectos y la gestión de los servicios que las administraciones miembros puedan encomendarle;
- Asumir la titularidad de la gestión de los establecimientos y servicios públicos que, sirviendo a los fines del Real Patronato, le sea encomendada por la administración competente;
- Ejercer aquellas funciones que las administraciones consorciadas le atribuyan.”

*Son órganos de gobierno y administración del Consorcio, el Consejo de Administración, el Presidente – que corresponde al Alcalde de la ciudad –, la Comisión Ejecutiva y el Gerente – responsable de los aspectos operativos de las acciones acometidas por el Consorcio. Participan, efectivamente del Consorcio, las administraciones públicas: el Gobierno del Estado, la Xunta de Galicia y el Concello de Santiago.*



Marca del Consorcio de Santiago, con las respectivas de las administraciones públicas participantes: Estado, Comunidad Autónoma y Municipio.

Fuente: CONSORCIO DE SANTIAGO, 2004.

En la práctica, considerado un "Consorcio de Ciudad", ya que tiene dedicado atención preferencial a los temas vinculados a la conservación/urbanización que tras más de 15 años de actuación se puede decir que (CONSORCIO DE SANTIAGO, 2003, 2004):

- restauración monumental;
- rehabilitación de edificios en la Ciudad Histórica;
- restauración de bienes muebles;
- reurbanización del viario general de la Ciudad Histórica;
- equipamientos en la Ciudad Histórica, como la Residencia Juvenil – Albergue de Peregrinos San Lázaro y la Escuela de Altos Estudios Musicales;
- recuperación de parques urbanos y espacios verdes.
- actuaciones en el Camino de Santiago en su término municipal.

Son asignaturas pendientes, pero previstas en su programación vigente, actuaciones referentes a proveer dotaciones importantes para la ciudad, como el Centro de Interpretación de la Ciudad, en la Casa del Cabildo y el Museo de la Ciudad, en el edificio del Banco de España. Asimismo, cabe hacer mención al programa de infraestructuras y de eliminación del cableado en la Ciudad Histórica.

A pesar de ello, hay que reconocer la exitosa experiencia resultante de las acciones que se llevan a cabo en la ciudad de Santiago que, por supuesto avanza y se consolida en función de un proceso de planificación previo de largo plazo que ha vivido y sigue viviendo la ciudad y que ha permitido establecer bases seguras para un desarrollo armonioso, especialmente, teniendo en cuenta la función de capitalidad que pasa a albergar como Capital de Galicia, además de lugar final de Camino de peregrinación jacobea y Ciudad Patrimonio de la Humanidad (CONSORCIO y USC/PsiCOM, 2007).

Como ha indicado Viña Carregal, el contexto planificador de la ciudad se ve beneficiado por la necesidad de cumplimiento de roles que la ciudad pasa a desempeñar desde el nivel local hasta el nivel internacional, para dar respuestas a la recuperación urbana más allá de la conservación física (VIÑA CARREGAL, 1994).

## EL CONSORCIO DE TOLEDO

Toledo tiene efectivamente constituido desde 2001 su Consorcio para tratar de los temas relacionados con "la recuperación patrimonial de la ciudad, la difusión de los valores que simboliza, así como para el desarrollo y potenciación de las actividades culturales y turísticas vinculadas a la misma" (CONSORCIO DE TOLEDO, 2003-2004).



Marca del Consorcio de Toledo y su lema (2007)

Fuente: CONSORCIO DE TOLEDO, 2003-2004.

Como órgano de gestión del Real Patronato de la Ciudad de Toledo, de carácter público, con personalidad jurídica propia y plena capacidad de obrar, es creado por el Real Decreto 1424/1998, por el se constituye y organiza el Real Patronato de la Ciudad de Toledo, con atribuciones semejantes a las atribuidas a Santiago de Compostela, como son buscar la recuperación patrimonial de la ciudad, la difusión de los valores que simboliza, así como para el desarrollo y potenciación de las actividades culturales y turísticas vinculadas a la misma (CONSORCIO DE TOLEDO, 2002). En la práctica, las acciones del Consorcio se han dirigido más a implementar proyectos vinculados a la recuperación del patrimonio cultural toledano en un marco de actuaciones urbanísticas pautadas por el Plan Especial del Casco Histórico – PECH de la ciudad, además de iniciativas de sensibilización ciudadana y difusión cultural. Durante los 7 años de intensa actividad en la ciudad, ha desarrollado:

- un programa de política de vivienda e infraestructura, atendiendo al tema de ayudas a la rehabilitación de edificios y viviendas; a intervenciones en áreas de rehabilitación integrada previstas en el PECH, mediante negociación con particulares y promotores, para recuperación edilicia, de espacios públicos, entre otras; y a la recuperación de elementos especiales, como restauración de fachadas, de portada (en Calle Sillería), entre otros;



Instalaciones del Consorcio de Toledo.

Foto 84: BRITO, M., 2007.



- un programa de patrimonio monumental, para la recuperación, en especial, de torres mudéjares y conventos de la ciudad;
- un programa de patrimonio arqueológico, con acciones de inventario, catalogación y puesta en valor;
- un programa de revalorización del espacio urbano, con acciones de recuperación del paisaje urbano como arreglo de fachadas, mejora de jardines, etc.;
- desarrollo de reglamentación de protección legal: plan de color de Toledo, ordenanza reguladora de publicidad y rotulación en el Casco Histórico, catalogación del arbolado del Casco Histórico, revisión de catalogación de inmuebles con valor patrimonial en el Casco Histórico, entre otros.
- acciones de difusión de temas vinculados al patrimonio, al turismo en centros históricos, participación en encuentros técnicos, realización de congresos temáticos, publicación de monográficos sobre actividades realizadas, promoción de rutas turísticas en la ciudad etc.



Algunas iniciativas llevadas a cabo por el Consorcio.  
Fuente: CONSORCIO DE TOLEDO, 2007, s.f.

Conforme indican los estudios de evaluación, el Consorcio, conjuntamente con otras infraestructuras de gestión existentes en la ciudad, teniendo en cuenta lo que establecen sus Estatutos, es todavía considerado con escasa capacidad de gestión a la hora de promover acciones compartidas, especialmente en lo referente al turismo, por lo que se ve infrutilizado, si se toman cuenta las diversas iniciativas llevadas a cabo en la ciudad, muchas de ellas innovadoras, y una cierta falta de coordinación (TROITINO VINUESA, 2005b). En efecto, como mecanismo de gestión, su trascendencia radica en la puesta en marcha de acciones que hasta entonces no habían encontrado su adecuada dimensión e importancia – especialmente en lo que se refiere a la preservación del patrimonio cultural toledano. Por ello, instituciones como la Real Fundación de Toledo, un caso ejemplar de entidad cultural privada, constituida en 1988, sin ánimo de lucro que, dada su exclusividad programática, “cuyo fin es contribuir a la conservación y revitalización de la ciudad histórica de Toledo, realizando actividades dirigidas a fomentar su habitabilidad y la protección, estudio y difusión de sus bienes patrimoniales”, (REAL FUNDACION DE TOLEDO, s.f.), entre otros cometidos, ha generado un modo de actuar en la ciudad, ocupando un espacio importante, reconocido entre sus pares, al seguir participando del debate cultural, urbanístico y turístico sobre Toledo (CALLE VAQUERO, 2002).

## EL CASO DE SEVILLA

El Ayuntamiento de Sevilla, conjuntamente con la Diputación Provincial de Sevilla, la Delegación Provincial de Sevilla de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía, la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Sevilla y la Confederación Empresarial Sevillana se asocian y crean el Consorcio “Turismo de Sevilla”, bajo la Ley nº 7/93, con el objetivo de fomentar y promover el turismo y, en especial, el de congresos en la ciudad (TURISMO DE SEVILLA CONVENTION BUREAU, s.f.). Con la finalidad de articular las iniciativas de los diversos organismos asociados fue creada la Mesa para la Gestión Integrada del Turismo de Sevilla (2006), como órgano de carácter permanente para asegurar la atención al diseño, coordinación y seguimiento de actividades de promoción y comercialización turística de la ciudad.



Marca del Consorcio Turismo de Sevilla  
Fuente: CONSORCIO TURISMO DE SEVILLA, 2005.

El Consorcio está presidido por el Alcalde de la ciudad de Sevilla y entre las innumerables iniciativas llevadas a cabo se destaca el “Pacto por el turismo de Sevilla” (2004-2005), en el que se desarrolla un proceso de planificación estratégica de la ciudad como destino turístico y en el cual se han establecido los objetivos, estrategias y programas necesarios para gestionar el impulso turístico de la ciudad. El pacto es considerado un acuerdo, un proceso de participación, una estrategia compartida, un programa consensuado, en la búsqueda de un nuevo escenario para Sevilla en el sistema turístico internacional (AYUNTAMIENTO DE SEVILLA, CONSORCIO DE TURISMO, 2004). Las líneas estratégicas establecidas incidieron en (CONSORCIO DE TURISMO DE SEVILLA, 2007, s.f.c):

- “cultura, patrimonio y arqueología: fortalecer y ampliar la oferta cultural, patrimonial y arqueológica d Sevilla para afrontar con garantías los retos y oportunidades de los segmentos turísticos consolidados;
- segmentos emergentes: consolidar y ampliar la oferta hacia segmentos con mayor potencial de crecimiento del turismo de Sevilla [turismo de negocios y reuniones – congresos, convenciones e incentivos] para afrontar con éxito el desarrollo global del sector y de la ciudad aumentando la estancia media necesaria para visitarla;
- calidad, innovación y empleo: mejorar la calidad y la innovación permanentemente en servicios y productos turísticos, desarrollándolos con criterios de sostenibilidad medioambiental;



- *promoción y comunicación: mejorar la proyección exterior de Sevilla y su entorno, así como su integración externa e interna;*
- *Sevilla y su territorio: establecer la complementariedad de Sevilla con la provincia y la región”.*

*Esas líneas se han visto implementadas en el Plan de Desarrollo Turístico de Sevilla 2006-2009, programado bajo inversiones de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía y del Ayuntamiento de Sevilla, por un total de 22 millones de euros, destacando, como principio clave, la vinculación entre política turística y política de ciudad (CONSORCIO TURISMO DE SEVILLA, s.f.d).*



*Zonas de intervención turística, según el Plan Turístico de Sevilla 2006-2009.*

*Fuente: CONSORCIO TURISMO DE SEVILLA, s.f.d.*

*Su puesta en marcha avanza en el sentido de superar su sentido de mera herramienta financiera de actuaciones turísticas para convertirse en un instrumento estratégico de actuación para el sector (CONSORCIO TURISMO DE SEVILLA, 2007).*



*El Pabellón Mudéjar, donde se encuentra el Museo de Artes y Costumbres Populares, se halla inserto en*

*el Itinerario Turístico de la Exposición del 29, previsto en el Plan de Desarrollo Turístico 2006-2009.*

*Foto 85: BRITO, M., 2007.*

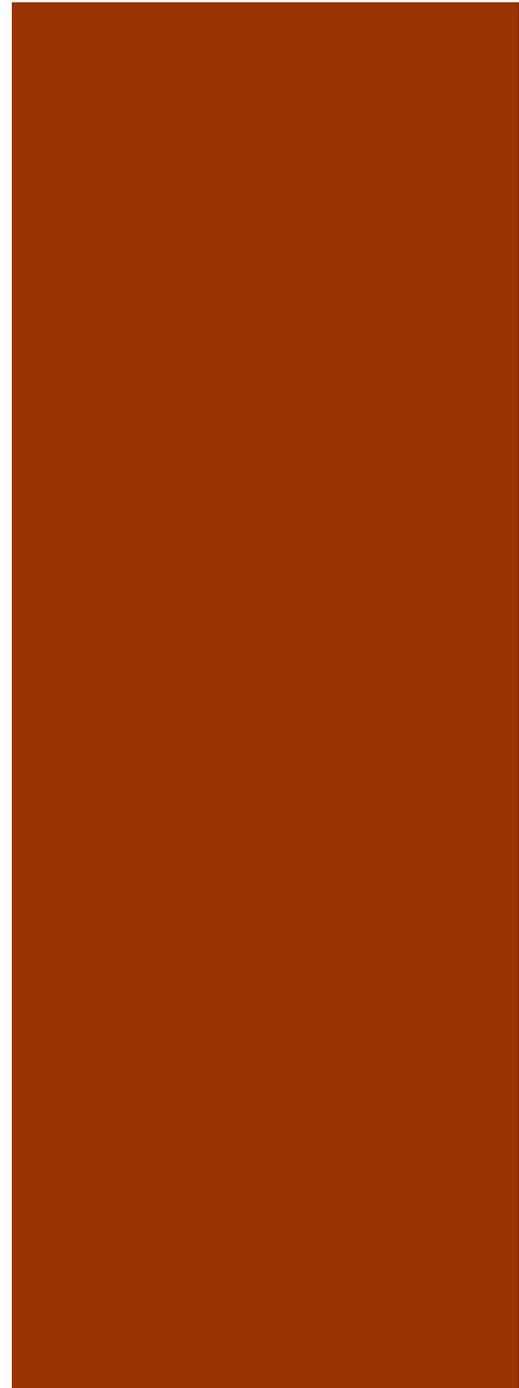
- el establecimiento de instrumentos de gestión compartida, de carácter normativo, estratégico y operacional, posibilitando dotar a la gestión de dicha base territorial de herramientas jurídicas, técnicas, fiscales y financieras. Los instrumentos de gestión deben sostener y asistir a las articulaciones, negociaciones y decisiones producidas en el marco de una gestión sostenible que implique a la administración y la sociedad civil organizada;
- el establecimiento de la logística necesaria para el desarrollo de la gestión, configurada en la provisión de los recursos humanos, tecnológicos, materiales – espacio propio, mobiliario, equipamientos etc. – ajustada a la complejidad de la base territorial donde actúe.

Así, a partir de lo indicado anteriormente, se puede decir que las claves para la conformación de destinos patrimoniales en ciudades históricas son respectivamente la provisión de información cualificada y analítica, así como la planificación transversal basada en alianzas internas en los ámbitos del patrimonio, del urbanismo y del turismo y, por fin, del desarrollo de infraestructuras de gestión, basadas en la constitución de mecanismos e instrumentos de gestión soportados por un logística apropiada a los fines a que deba atender y alcanzar.



---

**P**ARTE **III**  
**LAS CIUDADES  
HISTÓRICAS COMO  
DESTINOS  
PATRIMONIALES:  
POTENCIALIDADES Y  
REQUISITOS**





# 1. POTENCIALIDADES: OTRA MIRADA HACIA LA CIUDAD HISTÓRICA

**E**sta investigación ha nacido de la necesidad de búsqueda de respuestas para un asunto recurrente en la gestión de sitios históricos urbanos, como es, la manera de desarrollar una actividad turística aprovechando el patrimonio cultural existente, sin provocar su destrucción o descaracterización, de tal modo que esa actividad consiga proporcionar bienestar para la población residente en esas áreas y, a la vez, contribuir, por un lado, a la dinamización funcional y económica del área mediante la reutilización de bienes culturales y la generación de empleo asociado, directa e indirectamente, a esa actividad y, por otro, a la valorización de las identidades culturales locales y a la promoción de la ciudadanía en función de sus valores culturales.

Como se ha podido verificar, la investigación ha tenido como punto de partida dos ámbitos básicos de análisis, como son, la evaluación, por un lado, de las potencialidades de las ciudades históricas como destinos patrimoniales y, por otro, de los requisitos necesarios para alcanzar esa finalidad.

La investigación se ha estructurado de esta forma, por entender, *a priori*, que no toda ciudad histórica es destino turístico y que aquellas que ya lo son, no son necesariamente destinos patrimoniales.

En Brasil, una de las primeras experiencias asociada a esa cuestión fue la del Programa de Ciudades Históricas – PCH, en los años 70 del siglo pasado, donde el vector para el desarrollo de acciones de preservación del patrimonio cultural se basaba en su uso y disfrute turísticos.

A la larga, acciones puntuales han sido desarrolladas que no siempre han resultado en acciones positivas de recuperación y revitalización de áreas patrimoniales.

Sin embargo, esas acciones, de un modo general, han demostrado que es posible reconocer la existencia de una vía de actuación que ha de ser perfeccionada y consolidada.

Dentro de un análisis más global, la investigación ha buscado enfocar determinados aspectos de las políticas generales de las administraciones públicas y su incidencia en el sector turístico, tanto en Brasil como en España, particularmente en lo que se refiere a lo cultural y territorial, este último de matiz urbano.

Dentro de un análisis más detallado, en Brasil, ha sido destacado el caso de Ouro Preto, en el estado de Minas Gerais, ciudad colonial declarada Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO, desde 1980. Ouro Preto se constituye en uno de los referenciales más expresivos donde la relación entre patrimonio cultural y turismo viene ganando contornos cada vez más intensos.

Como contrapunto externo, se ha destacado el caso español en el ámbito comunitario europeo, sea por su creciente liderazgo en cuanto destino turístico en el mundo, sea por los esfuerzos empleados, especialmente a partir de los años 90 del siglo pasado, cuando, en función de las políticas turísticas implementadas, inversiones importantes en la preservación del patrimonio cultural han sido a la larga realizadas y que, a su vez, han generado un significativo incremento en el turismo en ciudades históricas con bienes declarados Patrimonio Cultural de la Humanidad.

Pese a las contradicciones que la actividad turística pueda suscitar, especialmente en los sitios urbanos patrimoniales y en sus diversas configuraciones territoriales, el turismo es una realidad, con potencial de crecimiento evidente, en especial, el turismo cultural, modalidad con grandes expectativas de expansión en los próximos años en el mundo.

En la actualidad, se identifican nuevas tendencias cualitativas de la demanda turística, las cuales inciden en (TURISMO DE LA PROVINCIA DE SEVILLA, 2004: 26):

- (i) “búsqueda de nuevos destinos y productos turísticos diferentes a los tradicionales;
- (ii) posicionamiento activo del turista, frente al modelo pasivo;
- (iii) especialización de los turistas: diferentes motivaciones;



- (iv) aumento del turismo de colectivos especiales: jóvenes, mayores, discapacitados...;
- (v) existencia de turistas cada vez más experimentados y exigentes;
- (vi) mayor sensibilidad ambiental y cultural de la demanda turística;
- (vii) progresiva familiarización y uso de las nuevas tecnologías de la información”.

Además, nuevas tendencias en la oferta turística demuestran cada vez más (TURISMO DE LA PROVINCIA DE SEVILLA, 2004: 29):

- (i) “adopción de enfoques de planificación en relación al desarrollo turístico;
- (ii) protección, potenciación y aprovechamiento racional de los valores naturales y culturales del territorio;
- (iii) especialización de la oferta: ofrecimiento de productos a la carta;
- (iv) fuerte proceso de difusión espacial de la oferta turística;
- (v) atención y desarrollo de la oferta complementaria;
- (vi) decidida incorporación y utilización de las nuevas tecnologías de la información”.

Según Pedersen, “un turismo exitoso y sostenible exige un proceso de profundo compromiso. Supone tener ideas claras sobre las metas y los objetivos, saber dónde se desea llegar, situar esas metas y objetivos en el contexto de las limitaciones que plantean las normas jurídicas y sociales y, luego negociar con los grupos de interés pertinentes para tratar de incorporar sus necesidades en el conjunto” (PEDERSEN, 2005: 07). En efecto, ello parece ser la clave hacia el éxito en la puesta en valor de destinos patrimoniales.

Por otro lado, la experiencia española indica que no se puede solamente invertir en infraestructuras turísticas aunque sean necesarias para acondicionar los lugares para que se conviertan en destinos turísticos. En el caso de las ciudades históricas, dicha cuestión merece además una particular atención.

Como ha indicado Martín, las claves para el éxito en el diseño de productos turísticos en ciudades históricas son (MARTÍN, 2003):

- (i) un proyecto organizado y planificado de interpretación de la ciudad como territorio y su entorno si procede;
- (ii) accesibilidad interna, tanto en lo referente a la promoción y publicidad de los recursos culturales a los que se puede tener acceso (guías, planos, folletos, señalización urbana, horarios amplios, superación de barreras arquitectónicas, controles de seguridad etc.) como lo que la mayoría de los visitantes esperan obtener de su experiencia turística en un lugar patrimonial, es decir, disfrutar de la comprensión de lo que ven o experimentan, y sentir el valor positivo que le da al hecho de aprender algo;
- (iii) información, fundamentada sobre todo en la satisfacción de la demanda del visitante, por atender a sus exigencias de orden intelectual – información cualificada de los recursos turístico-culturales – como de carácter general – información básica de las prestaciones y servicios disponibles complementarios;
- (iv) imagen, tratada teniendo en cuenta la idiosincrasia de los habitantes de la localidad y los hechos e hitos referenciados en su historia y trayectoria, aportando una narrativa coherente, auténtica y verosímil;
- (v) servicios y equipamientos, elementos de soporte a la realización de la visitación turística y fundamentales para lograr la permanencia del visitante – sector de hospedaje por ejemplo – y para propiciar un mejor disfrute de los atractivos existentes – sector constituido por restaurantes, bares, cafeterías etc.;
- (vi) estrategia de marketing basada en la diferenciación y en lo novedoso como ventaja comparativa a ser lograda bajo una mejor capacidad de negociación, el fomento a la fidelización de la clientela, a la menor sensibilidad al precio y al mayor valor agregado a la marca del producto turístico-cultural a ser difundido.

Además, asociado a lo antes referido, hay que añadir dos aspectos igualmente importantes, como son:



(i) accesibilidad externa, tanto en lo referente a la generación, mejora o acondicionamiento de infraestructuras urbanísticas como carreteras, autopistas, aeropuertos, puertos etc. que faciliten e induzcan el acceso a los sitios de interés, así como la comunicación fácil, directa y simple al público, bajo las diversas formas y vías;

(ii) el desarrollo de modelos de gobernanza<sup>107</sup>, a partir de un sistema de gestión, que traduzca el sentido transversal que corresponde a la actividad turística en estos términos, ya que por sí misma, la política turística no cuenta con los instrumentos y medios suficientes para lograr una acción sostenible sin involucrar a otros sectores públicos, al menos de cultura y desarrollo urbano y ordenamiento territorial, por un lado, así como, el sector privado, por otro, en materia de servicios turísticos y capacitación profesional, por ejemplo. Aquí hay que destacar la primacía de la función de gerencia de las acciones mediante el fomento de capacidades como meta central en el campo de la gobernanza.

Por último, teniendo en cuenta una perspectiva educativa, las ciudades históricas pueden, por medio del turismo cultural, de vertiente patrimonial, ayudar y constituirse en una vía para el aprendizaje, el respeto y la cohesión social, valorando las identidades culturales existentes.

Al mismo tiempo, el turismo que se desarrolla basado en y sensible a los valores culturales imprime, por consiguiente, una mayor comprensión de las identidades culturales locales y regionales junto a los residentes y visitantes, requiriendo que los destinos visitados expresen con vigor sus particularidades y que las mismas sean preservadas, traduciendo un turismo que ha alcanzado una etapa de madurez en su desarrollo (UNESCO, 1997).

Sin embargo, la inversión en la constitución de productos turísticos sostenibles expresa el gran desafío que se vislumbra en ese campo.

Como apuntan los análisis recientes de la cuestión, se evidencia una fecunda relación entre turismo y desarrollo local a partir de las siguientes claves (TURISMO DE LA PROVINCIA DE SEVILLA, 2004: 33-34):

(i) “la revalorización del territorio como elemento fundamental a tener en cuenta en estos procesos, como corresponde a todas las prácticas derivadas del modelo de desarrollo endógeno, en el que dicho territorio pasa de ser un mero soporte pasivo de las actividades económicas, turísticas en ese caso, a constituir un recurso fundamental para las mismas;

(ii) el hecho distintivo de que el turismo, a diferencia de otros sectores, no precisa de grandes inversiones para coadyuvar en los procesos de desarrollo local. Lo más costoso sería la rehabilitación o construcción de edificaciones específicas para alojamiento o restauración [alimentación] pero en general es una actividad que, para su implantación en áreas deprimidas, puede basarse en pequeñas y medianas empresas, accesibles a la reducida capacidad de inversión existente en dichas áreas;

(iii) el destacable papel ejercido por el turismo como dinamizador respecto a otros sectores de la economía local (...) que en el ámbito del desarrollo local adquiere particular relevancia en lo referente a su función de arrastre de otras actividades, como las artesanías o la rehabilitación del patrimonio inmobiliario. A ello se suma la ya recurrente utilización del turismo como argumento o justificación para la atracción de inversiones públicas a unas áreas, en tanto que deprimidas, tradicionalmente postergadas en la dotación de infraestructuras, equipamientos y servicios públicos;

(iv) el planteamiento de que toda propuesta de vinculación del turismo a procesos de desarrollo local debe tener como objetivo básico el implicar en el mismo a los diferentes agentes sociales autóctonos presentes en la población local. Única forma ésta de que los proyectos sean asumidos como propios por la comunidad y estrategia idónea para lograr la difusión de los beneficios económicos de la actividad, tanto desde el punto de visto social como territorial;

<sup>107</sup> Se entienda como el “arte o manera de gobernar que se propone como objetivo el logro de un desarrollo económico, social e institucional duradero, promoviendo un sano equilibrio entre el Estado, la sociedad civil y el mercado de la economía” (RAE, 2007).



(v) la necesidad de tomar en consideración la multiplicidad de factores que inciden en la competitividad de un destino turístico, factores que superan la calidad de las propias empresas turísticas, para abarcar aspectos tales como el paisaje, el urbanismo, la dotación de infraestructuras y equipamientos, la limpieza urbana, la seguridad ciudadana etc. (...) en el que cada una de sus partes o componentes sectoriales incide en el nivel de satisfacción del visitante, por lo que debe ser integrada en la estrategia global de convertir la actividad turística en factor clave para el desarrollo local”.

Algunas referencias son importantes respecto a como afrontar ese desafío, situaciones que no están directamente vinculadas a la cuestión turística, pero tienen fuerte incidencia en la preparación de los mencionados productos, visto que están, por ejemplo, directamente asociados a la mejora del estado de conservación de los atractivos culturales, es decir, del patrimonio cultural material.

En el caso español, una de ellas es el 1% Cultural, instituido por la Ley de Patrimonio Histórico Español – LPHE (1985) y desarrollado por la Administración del Estado, por intermedio de una Comisión Interministerial para la coordinación de la gestión de su aplicación<sup>108</sup>, bajo la gestión directa de la Dirección General de Bellas Artes y Bienes Culturales del Ministerio de Cultura.

En dicha ley, conforme indica su art. 68, se establece la obligación de destinar en los contratos de obras públicas una partida de al menos el 1% a trabajos de conservación, restauración, rehabilitación, consolidación, incluyendo la elaboración de proyectos técnicos” o acciones de enriquecimiento del Patrimonio Histórico Español, como adquisición de bienes culturales, exposiciones, publicaciones, entre otras finalidades (ESPAÑA, 1985)<sup>109</sup>.

Su implantación, sin embargo, viene produciéndose de modo complejo, ya que no resulta fácil manejar los fondos aportados por el Estado en presupuestos de cada obra pública financiada total o parcialmente por él o por las

obras públicas realizadas y explotadas por particulares en virtud de concesiones administrativas, especialmente considerando que su disposición para los fines de la preservación sólo se produce *a posteriori* de la realización de dichas obras, conforme establecen los procedimientos en vigor. Su gestión se realiza mediante comisiones mixtas, involucrando a los sectores de la Administración Central más directamente relacionados, como Fomento y Medio Ambiente. De cualquier modo, dicho instrumento ha posibilitado generar otros semejantes en las Comunidades Autónomas – gobiernos regionales<sup>110</sup> – y poner en relieve la gran necesidad de inversión, ya que no se dispone de recursos suficientes para atender a toda la demanda que se presenta en cada ejercicio fiscal. Otra cuestión a apuntar es la dispensa de definición del uso de los bienes en la aplicación del 1% Cultural, visto que se considera, de antemano, el uso que el bien ya posee y que, por general, es de naturaleza cultural.

Aun dentro de esa perspectiva, el Ministerio de Cultura español viene, por intermedio del Instituto del Patrimonio Histórico Español – IPHE, desarrollando planes nacionales para la conservación y restauración de bienes constitutivos del Patrimonio Histórico Español, como lo son el Plan de Catedrales<sup>111</sup>, con sus planes directores y programas de inversiones, y los Planes de Patrimonio Industrial, de Paisajes Culturales y de Arquitectura Defensiva que ora se detallan.

<sup>108</sup> Dicha comisión, adscrita al Ministerio de Cultura, está compuesta por representantes de los siguientes ministerios: Fomento, Medio Ambiente, Vivienda y Cultura (ESPAÑA, 2005).

<sup>109</sup> Se incluye, además, el fomento de la creatividad artística, con preferencia en la propia obra o en su inmediato entorno (art. 68 de dicha ley).

<sup>110</sup> De las regiones donde se ubican las ciudades españolas estudiadas en esta investigación, poseen el 1% Cultural: Andalucía, mediante su Ley de Patrimonio Histórico, la Ley nº 1/1991, cuenta con el 1% Cultural andaluz, en los mismos marcos de la LPHE. Cf. ANDALUCÍA, 1991; y Castilla-La Mancha, mediante su Ley de Patrimonio Histórico, la Ley nº 4/1990, cuenta con el 1% Cultural manchego, en los mismos moldes de la LPHE. Cf. CASTILLA-LA MANCHA, 1990. Ya en Galicia, no se dispone del 1% Cultural gallego en los moldes establecidos en la LPHE, sino la disposición normativa de aplicación de un mínimo de 0,15% de los presupuestos generales de la Comunidad Autónoma para los fines de conservación, restauración y rehabilitación del patrimonio cultural gallego. Por otro lado, en los casos de inversión cultural que la Administración Central a realizarse en Galicia oriunda del 1% Cultural Estatal, la normativa autonómica prevé que se produzca mediante informe previo de la Xunta de Galicia, acerca de los sectores y ámbitos culturales que se consideren prioritarios en cada momento. Cf. GALICIA, 1995.

<sup>111</sup> Inicialmente desarrollados a partir de los recursos oriundos del 1% Cultural y que actualmente es implementado bajo los presupuestos ordinarios del Ministerio de Cultura.



**CUADRO 18 – CIUDADES ESPAÑOLAS INVESTIGADAS Y SU PATRIMONIO CULTURAL URBANO**



*Foto 86: Vista aérea parcial de Santiago de Compostela*



*Foto 87: Trazado de Santiago*



*Foto 88: Vista aérea parcial de Córdoba*



*Foto 89: Trazado de Córdoba*



*Foto 90: Vista aérea parcial de Sevilla*



*Foto 91: Trazado de Sevilla*



*Foto 92: Vista aérea parcial de Granada*



*Foto 93: Trazado de Granada*



*Foto 94: Vista aérea parcial de Toledo*  
*Fuente: Microsoft Corporation/Blom, 2007.*



*Foto 95: Trazado de Toledo*  
*Fuente: Image Digital Globe, 2007.*



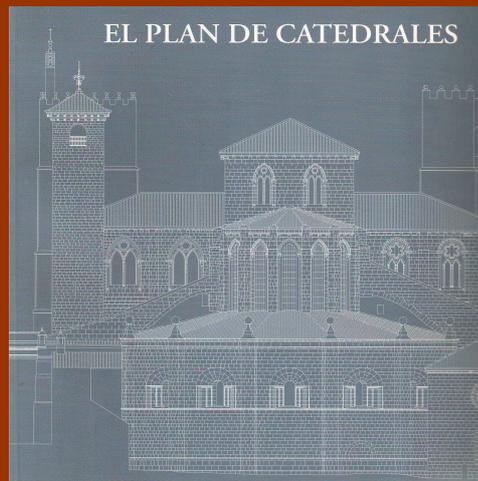
El Plan de Catedrales, resultante de negociaciones entre el Estado español y la Conferencia Episcopal Española – CEE<sup>112</sup>, está en marcha desde 1997 y tiene como pieza absolutamente imprescindible y necesaria para la programación de las intervenciones la consagración de la figura del Plan Director, destinado para el bien, universalizándose en las actuaciones de conservación de las iglesias catedralicias (MINISTERIO DE FOMENTO, 2003). En dicho instrumento “se describe minuciosamente la situación de las estructuras de cada templo, sus patologías y urgencias, el estado de sus bienes muebles y los fondos documentales, las actuaciones necesarias y su valoración económica y periodización” (MINISTERIO DE FOMENTO, 2003: 15).

Otras vías de incentivo son igualmente importantes pero no han surtido todavía los efectos deseados de estímulo y difusión de buenas prácticas, como el Premio “Ciudad Patrimonio de la Humanidad” que tiene como objetivo promover el reconocimiento público a la labor llevada a cabo en acciones de preservación del patrimonio cultural, por personas físicas y jurídicas, en las ciudades españolas cuyos conjuntos históricos han sido declarados por la UNESCO como Patrimonio de la Humanidad<sup>113</sup>.

<sup>112</sup> Mediante Acuerdo de colaboración firmado en 25 de febrero de 2007, conforme Boletín Oficial de la CEE, nº 53, p. 3-5.

<sup>113</sup> Conforme consta en el portal del Ministerio de Cultura español: “El origen de este premio, regulado por la Orden de 23 de marzo de 2000 y convocado por primera vez en el 2002, procede del Protocolo firmado el 8 de julio de 1998 entre el entonces Ministerio de Educación y Cultura y los Ayuntamientos del Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España. En él se contempla la creación y desarrollo del Premio ‘Ciudades Patrimonio de la Humanidad’. El Premio establece dos categorías, que se otorgarán anualmente a los dos mejores proyectos ejecutados en materia de conservación o restauración de patrimonio histórico español que tengan que ver con la conservación de los conjuntos históricos declarados Patrimonio de la Humanidad. Se valora la calidad de los proyectos y de su ejecución material, así como su adecuación espacial al entorno y al contexto urbano, su función de revitalización social del conjunto histórico y su aplicación como modelo a otros conjuntos, esto último en el sentido de su significación innovadora a la propia vida de las ciudades patrimoniales. El jurado está compuesto por el Director General de Bellas Artes y Bienes Culturales y seis personalidades o profesionales de reconocido prestigio en el ámbito de la restauración arquitectónica, del urbanismo, de la Historia del Arte y del Patrimonio Histórico. Una de ellas será propuesta por el Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad”.

<<http://www.mcu.es/patrimonio/CE/Premios/PremiosCiudadesPresentacion.html>>[03-10-07].



*El Plan de Catedrales en España viene permitiendo orientar importantes inversiones públicas en acciones de restauración y conservación de monumentos de gran envergadura como lo son las catedrales españolas. La Catedral de Sevilla, Santiago de Compostela, Toledo, Granada y la Mezquita-Catedral de Córdoba fueron beneficiadas por esa iniciativa.*



*La actuación del Plan de Catedrales (1997-2001)*

*Fuente: IPHE, 2002.*

En el caso brasileño, cabe mencionar, por un lado, los instrumentos de fomento basados en los incentivos fiscales, sean de origen federal o *estadual*, como el PRONAC – Programa Nacional de Apoyo a la Cultura y la llamada Ley ‘Robbin Hood’, respectivamente y, por otro, el instrumento de promoción y reconocimiento de acciones de preservación del patrimonio cultural en el país, el Premio Rodrigo Melo Franco de Andrade.



El PRONAC, instituido mediante la Ley Federal n° 8.313/91, fue creado con la finalidad de captar y orientar recursos para el sector cultural, teniendo, entre sus objetivos, el de contribuir a la preservación de los bienes materiales e inmateriales del patrimonio cultural brasileño.

Apoyado, por un lado, en el Fundo Nacional de Cultura – FNC, constituido especialmente mediante la captación de fondos de loterías nacionales y, por otro, el mecenazgo cultural, mediante la anticipación “*in cash*” de recursos procedentes de la renuncia fiscal del Impuesto sobre la Renta de Personas Físicas y Jurídicas, a título de donación y/o patrocinio, las finalidades para los cuales, dichos instrumentos pueden ser utilizados, dejan margen para interpretaciones y, por tanto, aplicaciones que pueden ser, según el caso, positivas o no, conforme los resultados alcanzados, como concentración territorial, prioridades no contempladas, inversión de pautas etc., lo que está exigiendo del *Ministério da Cultura*, gestor del programa que sus respectivos instrumentos sirvan para impulsar las políticas públicas deseadas, estando menos sometidos a los intereses del mercado<sup>114</sup>.

Ya la Ley ‘Robbin Hood’<sup>115</sup>, basada en el impuesto sobre circulación de mercancías y servicios – ICMS, administrado por el Gobierno del Estado de Minas Gerais, busca establecer un proceso de redistribución de recursos financieros, desde el Gobierno Estadual a los Municipios, definiendo una serie de criterios de la gestión pública hacia su optimización, entre ellos, el relacionado al patrimonio cultural, que aplica 1% de los recursos del ICMS recaudados en el Estado<sup>116</sup>. La obtención de tales recursos

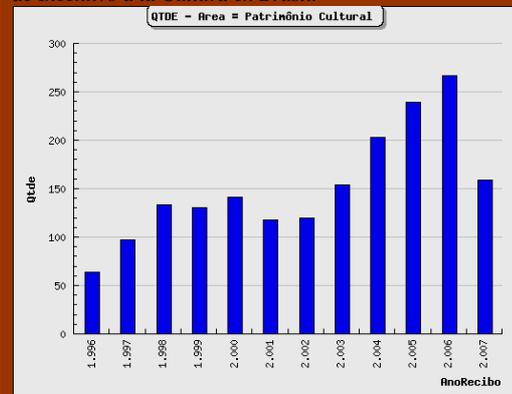
<sup>114</sup> El reciente Decreto n° 5.761/2006 que dispone sobre la sistemática de ejecución del PRONAC se constituye en una medida en esa dirección, ya que busca dar definiciones más detalladas en cuanto a las finalidades, según planes anuales de actuación, donde se explicitan las normas, directrices y metas a ser alcanzadas en el ejercicio. Cf. BRASIL, 2006.

<sup>115</sup> Instituida por la Ley Estadual n° 12.040/1995 y posteriormente sustituida por la Ley Estadual n° 13.803/2000, al reglamentar aspectos del diploma anterior (RANGEL, 2004), esa ley tiene como fundamento la redistribución de recursos financieros desde el Gobierno del Estado hacia los Municipios, con base en una transferencia progresiva e inversamente proporcional a los quién tienen más para los quién tienen menos recursos. Su denominación Ley ‘Robin Hood’, como ha quedado conocida por todos, resulta del “arquetipo del bandido generoso y representante del pueblo, que luchaba contra las diferencias sociales quitando de los más ricos y poderosos para ayudar a los más oprimidos y menos favorecidos” (RANGEL, 2004: 01).

<sup>116</sup> La Constitución Brasileña en el inciso II del párrafo único del art. 158, establece que cabe a los Estados de la federación definir la forma de distribución de la



Marca aplicada en los proyectos patrocinados bajo la Ley de Incentivo a la Cultura en Brasil.



Número de Proyectos en Patrimonio beneficiados.

MECENATO - CAPTACIÓN DE RECURSOS EN 2007 (NOV)	
ÁREAS	Total (R\$)
Artes Escénicas	74.799.378,05
Artes Integradas	61.632.504,16
Artes Plásticas	45.304.737,90
Audiovisual	44.463.747,06
Humanidades	42.230.030,72
Música	107.346.481,60
Patrimonio Cultural	53.703.430,03
<b>Total General</b>	<b>429.480.309,52</b>

Recursos aplicados en Patrimonio Cultural en 2007(noviembre) en Reales

Fuente: MINISTÉRIO DA CULTURA, 2007.

parcela del 25% de la receta del producto recaudado del ICMS perteneciente a los municipios, ya que el 75% de los recursos son del Estado donde dicho impuesto es recaudado. Así, la Ley n° 13.803/2000 es que reglamenta dicha aplicación.



está a depender siempre y cuando la administración local aplique con eficiencia y eficacia los recursos que percibe en función de ese dispositivo legal. En ese caso, su orientación básica está dirigida a la creación de los mecanismos e instrumentos de gestión municipal de preservación del patrimonio cultural y su puesta en marcha por la administración local.

Sin embargo, conforme indica Miranda, “las exigencias legales para acceder al llamado ICMS Cultural son básicas y la experiencia ha demostrado que atenderlas no significa, necesariamente, que el municipio contemplado cuente realmente con una política eficaz de protección a sus referencias culturales” (MIRANDA, 2007: 01). En contraposición, Rangel defiende que “la Ley ‘Robin Hood’, desde el punto de vista de la subvención a la cultura, no somete el municipio a un mercado, caso de las leyes de incentivo a la cultura. Al realizar correctamente su trabajo, el municipio recibirá semanalmente y durante todo el año, los recursos referentes al criterio del patrimonio cultural, independiente de cualquier tipo de patrocinio. Así, pasará a tener recursos financieros para aplicar en cultura, proteger y fortalecer los valores locales. El volumen de recursos distribuidos por el criterio del patrimonio cultural viene creciendo, lo que aumenta el interés de los municipios” (RANGEL, 2004: 07).

De cualquier modo, dicha situación no invalida su existencia, sino que indica la necesidad de ajustes para hacer más efectivos los instrumentos de financiación que pueden solventar el proceso de puesta en valor del patrimonio cultural del país.

Ya el Premio Rodrigo Melo Franco de Andrade<sup>117</sup>, instituido por el IPHAN – *Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional* desde 1987, con el objetivo de valorizar y reconocer acciones de preservación del patrimonio cultural brasileño, es ofrecido a empresas, instituciones y personas físicas de todo el país y fue establecido en una serie de categorías, hasta un total de siete, como son (IPHAN, 2006c, 2005):

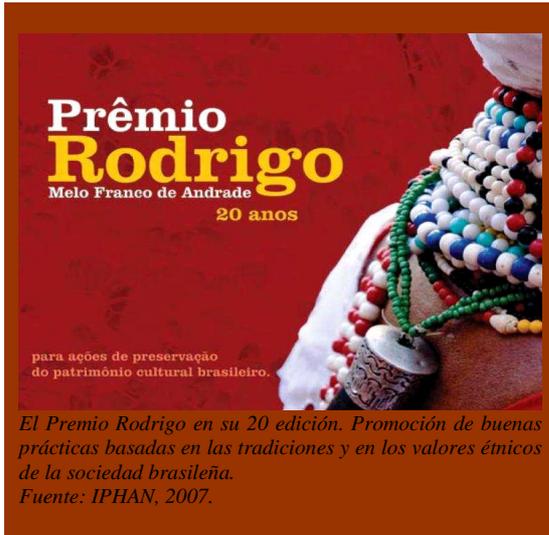
- (i) Apoyo institucional y/o financiero: para acciones o programas que hayan objetivado dar soporte institucional,

captar recursos o dar apoyo financiero a la preservación y/o promoción del patrimonio cultural;

- (ii) Divulgación: para acciones o programas que hayan objetivado divulgar y difundir el patrimonio cultural;
- (iii) Educación patrimonial: para acciones o programas integrados con sectores comunitarios, en el campo de la educación, que hayan sido dirigidos hacia la valoración de la memoria y del patrimonio cultural;
- (iv) Investigación e inventario de acervos: para acciones o programas que hayan objetivado el inventario, la investigación y la referencia de los acervos y procesos culturales;
- (v) Preservación de bienes muebles e inmuebles: para acciones o programas que hayan objetivado dar soporte a la preservación material o protección legal administrativa de acervos culturales;
- (vi) Protección del patrimonio natural y arqueológico: para acciones o programas de gestión y desarrollo cultural en áreas consideradas patrimonio natural o en sitios arqueológicos; y
- (vii) Salvaguardia de bienes culturales de naturaleza inmaterial: para acciones o programas de identificación, investigación, tratamiento de informaciones, registro iconográfico o audiovisual o de apoyo a las condiciones sociales de continuidad y sostenibilidad de bienes culturales inmateriales.

Lo más positivo en esa iniciativa, en definitiva, es el desarrollo de un ideario de buenas prácticas hacia el patrimonio cultural y su estímulo junto a la sociedad, pues se verifica, “que entre las soluciones presentadas, muchas de ellas han sido desarrolladas e implementadas por las propias comunidades involucradas, en contraposición a la visión estrictamente académica o institucional de la acción de preservar (...) que implica no solamente la técnica y el conocimiento, sino también la creatividad y la emoción” (IPHAN, 2005: 14).

<sup>117</sup> Así denominado en homenaje al fundador de la institución.



Otro dispositivo interesante y que cabe mencionar, ya en el marco europeo comunitario, es el proyecto de capitalidad cultural europea, donde inciden a la vez la vertiente cultural como foco central de interés y la vertiente turística por la promoción que conlleva a nivel de la región.

La capital cultural europea es un proyecto de gran trascendencia. Un invento de promoción y comunicación, un acto de política cultural de dimensión continental (MARTÍNEZ SAIZ, 2000), que ha repercutido en el territorio europeo de modo inesperado, al favorecer la inserción de localidades en el mapa de destinos turísticos europeos, primero, por la añadidura de un título de excelencia y prestigio, segundo por su proyección nacional e internacional, y, por fin, por la oportunidad de renovar la ciudad, ponerla en valor, de donde se derivan una serie de beneficios culturales, sociales y económicos, ocasión excepcional en que ciudadanos e instituciones políticas, sociales y culturales vengán a participar en una tarea colectiva (MARTÍNEZ SAINZ, 2000).

Además de favorecer el desarrollo y mejora de la oferta cultural de la ciudad y la difusión de la identidad cultural local hacia el mundo – especialmente el europeo, por más cercano –, la capitalidad europea de la cultura ha resultado ser una iniciativa codiciada por las administraciones municipales<sup>118</sup>.

<sup>118</sup> A la luz de la iniciativa comunitaria europea, se ha trasladada la idea para el ámbito americano y a continuación al brasileño. Se tratan de las iniciativas: “Capital Americana de la Cultura” y “Capital Brasileña de la Cultura”, respectivamente. La iniciativa “Capital Americana de la Cultura” es instituida por la organización Capital Americana de la Cultura, en 1997, con el objetivo de instaurar en el continente americano la iniciativa de capitales culturales y transformarse en un instrumento de

Es sorprendente el movimiento de candidatura para 2016 cuando toca a una ciudad en España la capitalidad cultural europea. La candidatura de la ciudad de Córdoba se desarrolla bajo una fuerte acción de *city marketing* asociada a la sensibilización de la ciudadanía, de los agentes económicos locales y de la región y de los demás entes públicos que puedan apoyar políticamente la iniciativa y, por tanto, fortalecerla.

Los motivos inherentes a la participación se basa en un proyecto cultural de contenido socioeconómico para la ciudad cuyas expectativas difundidas abarcan desde convertir a Córdoba en el referente de la cultura europea, animando a la cultura a los ciudadanos y ofreciendo la mejor oferta cultural, hasta promover el disfrute de las nuevas infraestructuras culturales a que se brindarán a la ciudad, rentabilizando las visitas turísticas a la ciudad, así como la generación de empleo asociada a la capitalidad cultural (AYUNTAMIENTO DE CÓRDOBA, s.f.b).



Material promoción Córdoba 2016  
Fuente: AYUNTAMIENTO DE CÓRDOBA, s.f.a, s.f.b.

integración americana y de valoración del patrimonio cultural de la región en el ámbito de todos los países miembros de la Organización de los Estados Americanos – OEA y viene desde 2000 realizando esa iniciativa. En Brasil, a partir de 2003 es lanzado el proyecto de “Capital Brasileña de la Cultura”, con la finalidad de elegir anualmente una ciudad brasileña como referencia cultural del país, por intermedio de la organización no gubernamental CBC – ‘Capital Brasileira da Cultura’ que cuenta con el apoyo gubernamental del Gobierno Federal de Brasil, a través de sus ministerios de Cultura y de Turismo. Las dos primeras ciudades brasileñas de la cultura – Olinda y São João del Rey – son ciudades históricas, declaradas Patrimonio Nacional y la primera, Patrimonio de la Humanidad. Cf. <<http://www.capitalbrasileiradacultura.org/cbc/>> [08.10.07]



Expone en su defensa 10 razones para lograr el reto de 2016 como son (AYUNTAMIENTO DE CÓRDOBA, s.f.a):

- (i) el legado de su historia de más de 2000 años de antigüedad;
- (ii) ser un Patrimonio de la Humanidad;
- (iii) tener una oferta cultural singular durante todo el año;
- (iv) poseer ricas tradiciones que siguen vivas;
- (v) posibilitar una actividad turística para una gama diversificada de visitantes;
- (vi) una preocupación con el medio ambiente;
- (vii) ser una ciudad solidaria basada en el respecto a la diversidad cultural y a la tolerancia;
- (viii) una convivencia con la ciudadanía pautada en la participación y en la democracia;
- (ix) una ciudad abierta y comunicada, bien conectada y con una ubicación privilegiada;
- (x) apostar por la innovación que se plasma en su parque científico-tecnológico.

Trasladada a otras latitudes, como Brasil, la iniciativa busca difundir en su ideario “las ventajas para la ciudad elegida, [que] no se circunscribe solo al periodo de un año [cuando se realiza la programación de la candidatura victoriosa] pues, [se defiende que] las acciones desarrolladas por la ciudad en la condición de capital cultural darán como resultado en beneficios que permanecerán en ella para los años futuros [como] (< <http://www.capitalbrasileiradacultura.org/cbc/>>):

- (i) Proyección de la ciudad como referencia de la cultura nacional;
- (ii) Aumento del flujo turístico motivado por la divulgación de los atractivos locales (cultura, historia, ecología etc.);

- (iii) Participación de la comunidad en el proyecto, incentivando la ciudadanía;
- (iv) Atracción de inversiones privadas en el sector del turismo y servicios, generando empleo y renta;
- (v) Identificación cultural de los ciudadanos con su ciudad, aumento de la autoestima;
- (vi) Incorporación de eventos al calendario cultural de la ciudad de modo permanente;
- (vii) Recuperación del Patrimonio Histórico;
- (viii) Creación de nuevos polos de actividad artística y cultural;
- (ix) Establecimiento de nuevas vías de comunicación y relación con otras ciudades en el país y en el exterior”.

Efectivamente, el desarrollo de esa iniciativa en Europa a lo largo de más de dos décadas ha puesto en evidencia la necesidad de singularización de las ciudades, apoyando sus políticas en la identidad cultural, dotándose de una imagen propia aplicada a lo que podría llamarse de ‘lo intangible’, lo que correspondería considerar que valores son atinentes a la realidad y a la vida cotidiana y a la historia ciudadana, en cuanto dimensión inmaterial de un patrimonio cultural quizás a percibir y valorar.

Ese esfuerzo de reconocimiento de la ciudad y de su identificación – “somos así” – significa proyectar un imaginario para sí misma y para el mundo, destacándose, en su relación pasado/presente, su forma de vida actual, su nivel de bienestar, su cultura y valores, su herencia patrimonial, en definitiva, su patrimonio cultural material e inmaterial presentes en el cotidiano de la ciudad. Asimismo, corresponde a su relación presente/futuro, sus expectativas, deseos y pensamiento hacia el por venir, su actitud precursora, de vanguardia y en las iniciativas contemporáneas de calidad que han de incorporarse al patrimonio cultural heredado. Se trata de una gran oportunidad de hacerse presente, vinculando pasado a la visión de futuro deseada, aprovechándose del reclamo turístico que pueda suscitar.



*Las iniciativas recientes que se están llevando a cabo en Palma de Mallorca demuestran que es factible diversificar las señas de identidad local como fuente de expresión de valores culturales que pueden agregar sentido e interés hacia el desarrollo turístico de la ciudad, que en el caso del turismo local sigue todavía muy vinculado a los segmentos de sol y playa y náutico. Las intervenciones en la Catedral de Palma y su entorno son un ejemplo en esa dirección al valorar su historia, su cultura, sus monumentos, sus tradiciones, su gastronomía...*

*Vista del Parc de la Mar, con la Seu (Catedral) destacada.*

*Foto 96: AJUNTAMENT DE PALMA, 2007a, 2007b; IBATUR, 2007; CATEDRAL DE PALMA, 2007.*

El turista cultural, por así decirlo, no desea estar en parques temáticos cuando visitan ciudades históricas, sino introducirse, de algún modo y a un determinado nivel, en la vida del ciudadano local, en su historia, acercarse a su experiencia, haciéndola suya. Embeberse en las emociones del ambiente, implicarse en su atmósfera, percibir una forma de vida propia, ajena a la suya, vivenciándola a partir de los sentidos por lo que le es ofrecido, reconociendo, por fin, modos particulares de disfrute de la vida. En ello reside toda la experiencia cultural que podrá apropiarse y lo que el mercado turístico demanda cada vez más.

De ahí que constituir destinos patrimoniales, en los marcos conceptuales aquí defendidos, resulta oportuno por todo lo positivo que conlleva. Exceptuando los problemas que puedan darse, mucho más por mala planificación y gestión, o por su propia ausencia o insuficiencia, se valora el gran potencial que poseen las ciudades históricas y, en especial, aquellas reconocidas como Patrimonio de la Humanidad, por su inserción en el mapa cultural mundial, objetos de curiosidad, de

alumbramiento, de deseo y de prestigio que a la gran mayoría despierta interés por conocer.

Los efectos que produce el reconocimiento de una ciudad como patrimonial generan oportunidades pero a la vez más responsabilidades en su tutela y gestión que, conforme indica Troitiño, pueden sistematizarse en los siguientes (TROITIÑO VINUESA, 1996: 37:

- (i) “reconocimiento de un valor cultural extraordinario o sobresaliente cuya conservación y tutela desborda el campo de las responsabilidades individuales y locales, entrando de lleno en el terreno de las responsabilidades colectivas;
- (ii) sitúa el núcleo declarado dentro de una red – la de los conjuntos históricos – que sobresale por sus valores arquitectónicos y urbanísticos;
- (iii) propicia una inserción más favorable en los circuitos y rutas del turismo cultural;
- (iv) refuerza o afianza la imagen del núcleo histórico con carácter “simbólico-cultural”;
- (v) propicia vías de acceso, algo más fáciles, a las ayudas [gubernamentales]<sup>119</sup> en el terreno de la conservación y rehabilitación”, (...) posibilidades que son “frecuentemente más teóricas que reales ante las limitadas infraestructuras de gestión con las que cuentan muchos conjuntos históricos”.

Para la realidad brasileña, cabe hacer mención a los desafíos actuales de la preservación, en cuanto cuestiones pendientes y candentes (ARANTES y BRITO, 2005):

- (i) A pesar de las innumerables dificultades relacionadas con la inadecuada infraestructura de gestión, en la búsqueda de la preservación el patrimonio cultural brasileño, presionadas por tantas

<sup>119</sup> Indicadas para el caso español como las que tienen origen en el contexto europeo, estatal y autonómico. Cf. TROITIÑO VINUESA, 1996.



circunstancias, las instituciones que vienen desarrollando acciones de preservación de ese patrimonio<sup>120</sup>, se empeñan en mantener la respetabilidad que construyeron a lo largo de sus trayectorias;

- (ii) La coyuntura actual de reforzamiento de una nueva visión de la cultura brasileña como clave e indispensable en la estructuración del país y de su identidad, pone de relieve la oportunidad impar de consolidación y ampliación de las instituciones y organizaciones de la sociedad civil, responsables del patrimonio cultural.

A raíz de ello, muchos desafíos se presentan con vistas a desarrollar una postura innovadora capaz de reconocer las potencialidades inherentes a ese patrimonio para su adecuada inserción en la vida contemporánea como un activo de la sociedad y un bien vivo que forma parte de la misma, como son (ARANTES Y BRITO, 2005):

- (i) “Garantizar la ampliación del objeto [de reconocimiento] y la democratización [del acceso] del público-objetivo: hacer tal recorrido y construir accesos adecuados es un desafío importante, tanto para el Estado como para la Sociedad, porque provoca cambios radicales, sobretudo en las instituciones públicas involucradas, que pasan a relacionarse sistemáticamente con segmentos hasta entonces excluidos [o ignorados] de las acciones de preservación. [En función de ello], se crea la necesidad de construir una nueva relación con el público, más participativa y más directa junto a los segmentos sociales [especialmente aquellos] diferenciados en términos étnicos y socioeconómicos. Además, se altera radicalmente la geopolítica del patrimonio, poniendo en valor regiones más tardíamente incorporadas a la vida cultural del país en su conjunto, así como los

territorios localizados en los intersticios de las áreas que presentan concentraciones patrimoniales ya consagradas;

- (ii) Valorizar el sentido político del patrimonio: aspecto inevitable de la problemática contemporánea del patrimonio es el sentido legitimador que la atribución de valor patrimonial, operada por los agentes gubernamentales por intermedio del registro y del *tombamento* viene adquiriendo en la sociedad. La protección de determinado bien en cuanto patrimonio nacional repercute positiva y eficientemente bien en el enfrentamiento de las diferencias sociales y culturales, como es el caso de las acciones afirmativas, en razón de su aspecto legitimador de las referencias culturales de los varios grupos constitutivos de la sociedad. Así, al reconocer referencias culturales de grupos sociales hasta entonces no contemplados en el conjunto de bienes culturales protegidos o salvaguardados, espacios de afirmación social son constituidos, bajo el reconocimiento del Estado, haciendo más democrático y plural ese conjunto de bienes y legitimando procesos y productos sociales hasta entonces no valorizados por el Estado y el conjunto de la sociedad brasileña;
- (iii) Considerar el patrimonio como riqueza: en la esfera de la economía, vale recordar, que la preservación del patrimonio en nivel federal ha consagrado de modo pionero, por medio del *tombamento*, el primado del interés público sobre la propiedad privada, es decir, el principio de la función social de la propiedad. De ese punto de vista, también, hay que resaltar la participación del patrimonio en la construcción del valor cultural agregado, tanto en lo que respecta al mercado inmobiliario, como al comercio de obras de arte y antigüedades, y en el desarrollo de bienes y servicios. El valor cultural asociado al patrimonio viene convirtiéndose

<sup>120</sup> El propio IPHAN y las instituciones estatales y municipales.



un importante componente del valor de cambio, tanto en las relaciones de consumo, como en los servicios turísticos y de otros sectores de la economía que se hacen cada vez más 'culturales'. En ese proceso de transformación de diferencias culturales en diferenciales de mercado, y en una coyuntura en que las tecnologías de comunicación y transporte tienden a comprimir y anular las distancias físicas, el mundo se queda cada vez menor. En esa coyuntura, las diferencias singulares resultan un recurso estratégico para el desarrollo económico, político y social. Por lo tanto, es preciso administrar esos recursos de modo que se evite su agotamiento o que se banalizacen, anulando su aspecto diferenciado, así como se garantice a las generaciones futuras el acceso al patrimonio construido por las generaciones anteriores;

- (iv) Responsabilidades concurrentes: el IPHAN, además de construir su propio espacio y legitimidad institucionales, ha inspirado y orientado [en Brasil] la formación de instituciones estatales y municipales en diversos puntos del país. La existencia de esas instituciones, así como la inclusión de la preservación en los planes directores municipales, configura hoy en día lo que podría ser designada como 'esfera pública institucional del patrimonio'. Esa tendencia hace progresivamente viable estructurar ese campo como dominio de responsabilidades concurrentes de los entes federados, conforme establece la Constitución Federal, mediante la conformación de un pacto federativo volcado hacia la construcción de una gestión compartida del patrimonio cultural. Con todo, aun perdura y es involuntariamente realimentada la expectativa – confortable para algunos agentes políticos y económicos – de que el agente federal, es decir, el IPHAN, sea una entidad proveedora, omnipresente y omnipotente. Tarea urgente es, por tanto, identificar posibilidades específicas de cada una de las esferas de poder público, en el sentido de construir e



*Diseño de Álvarez Gámez, J. Año 1961.*



*Diseño de García Fernández, A.A. Año 1964. Carteles de las Ferias primaverales de Sevilla adquiridos en tienda de recuerdos de la ciudad, donde se reconocen íconos de la cultura sevillana que expresan sus señas de identidad: la Giralda, manifestación del patrimonio cultural material y el flamenco – representado aquí por un modo de vivir y ser del sevillano – manifestación del patrimonio cultural inmaterial.*

*Fuente: RECARSE, 2007.*

implementar mecanismos e instrumentos de gestión [idóneos, es decir] eficientes, eficaces y efectivos de articulación y concertación entre la Unión [el Gobierno federal], los estados y los municipios, así como ampliar la interfaz con la sociedad.

Por lo pronto, cualquier avance en Brasil relacionado con la potenciación de las ciudades históricas como destinos patrimoniales, en los términos indicados, significará mejorar los nexos entre patrimonio y desarrollo, entre lo público y lo privado, entre especialidad y transversalidad y, por último, entre corresponsabilidad y concertación, aspectos que, según sus particularidades, son también extensibles a la realidad española.



## 2. REQUISITOS: GESTIÓN DE LAS COMPETENCIAS EN DESTINOS PATRIMONIALES

El esfuerzo por contrastar aquello que se escucha, con lo que se lee y con lo que se ve, obliga a reconocer que hay que primar una gestión sostenible, tal como se ha indicado, eficiente, eficaz, efectiva y responsable de los recursos disponibles y de los que se pueda disponer para el desarrollo de destinos patrimoniales.

Ello significa que gran parte de los problemas existentes, en grados diferenciados y con sus matices, tanto en Brasil como en España, son oriundos y tiene su incidencia en la propia gestión, aquí entendida en su ciclo completo, es decir, planeamiento, desarrollo, ejecución, seguimiento y evaluación.

A raíz de ello, resulta casi natural que se haga un esfuerzo de primar por la gestión de las competencias en el momento de desarrollar políticas para la constitución de destinos patrimoniales en cuanto productos turístico-culturales de primera magnitud.

Así, algunas claves son fundamentales para afrontar ese desafío:

- (i) Al poder público cabe fomentar las iniciativas: tanto gubernamentales, como del sector privado, de manera que se estimulen y orienten los procesos de formulación e implementación de políticas públicas y de acciones de la iniciativa privada, en un proceso interactivo permanente entre la administración, el sector empresarial y la sociedad civil organizada;
- (ii) el patrimonio cultural más allá de bien cultural tiene potencialmente la posibilidad de convertirse en un recurso turístico diferenciado: su naturaleza

particular y no renovable, sin embargo, exige cuidados y desvelo;

- (iii) el patrimonio cultural es un activo importante para la sociedad en su conjunto: no puede ser objeto de banalización como mero producto de consumo, sin las implicaciones que su propia naturaleza conlleva, ya que tiene la potestad de constituirse en un recurso para el desarrollo socioeconómico y turístico-cultural sostenible, como los sitios reconocidos como Patrimonio Cultural del país y aquellos incluidos en la Lista del Patrimonio Mundial de la UNESCO;
- (iv) el turismo en el mundo tiende a la diversificación de la oferta: tanto en Brasil como en España, la percepción y la toma de conciencia sobre esa realidad es un hecho, a pesar de que se presenten en grados variables las iniciativas concretas, lo que indica que todavía hay mucho por hacer en ambas realidades, según las dinámicas distintas existentes e inherentes a cada una, en que pese a los avances ya producidos, por ejemplo, en el territorio español en ese campo;
- (v) constituir destinos patrimoniales implica invertir en conocimiento: la especificidad que la actividad comporta demanda niveles de capacitación más elevados para su pleno y adecuado desarrollo, tanto para la actividad turística en sí misma, como para las acciones sostenibles de preservación del patrimonio cultural, lo que tanto en uno como en otro caso precisa generar información cualificada de las ciudades, de sus atractivos y sus entornos;
- (vi) el turismo, más allá del ocio y entretenimiento, es una actividad educativa: educar para el patrimonio por intermedio del turismo es estratégico, donde el proceso educacional debe producirse de modo natural, experimentado y placentero;
- (vi) los destinos patrimoniales deben ser sostenibles: exige inversión en la producción de conocimientos, en la preservación y salvaguardia del patrimonio cultural material e inmaterial, en la provisión de equipamientos y servicios turístico-culturales de calidad y



- en la presentación e interpretación de los productos turístico-culturales;
- (vii) la constitución de destinos patrimoniales depende de la gobernanza instituida para lograrlo: su desarrollo está condicionado a la existencia de adecuadas infraestructuras de gestión, integrando temáticas – típicamente transversales – y compartiendo responsabilidades – fundamentalmente sectoriales – en un marco de competencias que prime la racionalidad y austeridad en el gasto público, la convergencia de esfuerzos en el establecimiento de iniciativas prioritarias y la coordinación en la ejecución de las tareas que correspondan a cada parte involucrada;
- (ix) si la infraestructura de acogida turística es necesaria para cualquier destino, en ciudades históricas es un imperativo: la motivación central de la visita, al basarse en el conocimiento del patrimonio y de la historia del lugar, exige la existencia de infraestructura de acogida de visitantes que les permita acercarse a la historia de la ciudad, la cual podrá estar solucionada mediante la instalación de un centro de acogida de visitantes, con un centro de interpretación de la ciudad, en forma de museo de la ciudad – o asociado a uno –, de centro de referencia de la memoria urbana o de otra organización que atienda a los reclamos antes indicados;
- (x) el marketing de la ciudad histórico-turística se impone como una estrategia de posicionamiento y de promoción turístico-cultural como objetivo central: debe constituirse en herramienta para la comunicación inteligente de lo intangible – naturaleza simbólica – existente en la localidad, incrementando su notoriedad y/o la mejora de su imagen<sup>121</sup>, como ventaja comparativa a que debe

jugar como fuente de inspiración/motivación e interés en un mercado cada vez más competitivo o en su propia inserción en un nicho de mercado todavía no ocupado pero latente.

Teniendo en cuenta las claves antes indicadas, las ciudades históricas como destinos patrimoniales deben ser objeto de certificación específica, lo que significa que el desarrollo de destinos patrimoniales debe suponer la calidad en todo el sistema de turismo cultural que se establezca en esas localidades, constituyéndose en una herramienta para acreditar sitios urbanos patrimoniales como destinos culturales sostenibles de dominante patrimonial.

Se considera necesaria esta certificación dada la especificidad de la materia. Teniendo en cuenta la experiencia acumulada en España con la implantación del Sistema de Calidad Turística Español – SCTE, desde los años 90, donde se ha dado “importancia a la calidad como garantía de diferenciación, frente al aumento de la oferta de otros destinos turísticos emergentes competidores” (ICTE, 2007: 08), se verifica que las ciudades históricas como destinos turísticos no están entre los sectores que integran este sistema para la certificación, lo que desde la realidad española podría constituirse en un sector más para la certificación “Q” ya consolidada en el país, o quizás, y ese es un planteamiento más audaz, establecer una certificación “P”, de ‘PATRIMONIO’ para aquellos destinos certificados como patrimoniales por atender a una serie de requisitos, en cuanto marca de excelencia en ciudades históricas que desarrollan un turismo cultural de dominante patrimonial de calidad, estableciendo, igualmente su normalización, promoción, formación y asistencia técnica especializada.

Este planteamiento podría ser extensible a Brasil y a otras latitudes.

En la tabla 08 se presenta una síntesis de variables básicas, consideradas necesarias para una certificación “P” susceptible de aplicación, así como indicación de sus instrumentos de verificación.

<sup>121</sup> Como indican los estudios producidos por el Proyecto ATLANTE, aunque en la promoción turística se tenga como orientación básica el aumento del número de visitantes al destino en cuestión, al considerarse las ciudades históricas como el objeto central de la acción promocional, sus objetivos específicos deben fijarse en términos de incremento de la notoriedad de la ciudad, es decir, del grado en que la ciudad es reconocida o

recordada por los visitantes, y/o de la mejora de la imagen de la ciudad posea, al hacer referencia a las asociaciones que la ciudad destino tiene en la mente de los visitantes, tanto actuales como potenciales (ATLANTE, 2005c).



*Sugerencia de la marca "P" para la certificación de Destinos Patrimoniales, como ocurre con la marca "Q" existente en España para la certificación de calidad en destinos turísticos españoles.*

Considerando tales claves respecto a la certificación de destinos patrimoniales y haciendo un ejercicio de su transposición a la realidad de los casos estudiados – sin la debida aplicación de los instrumentos de verificación planteados, lo que exigiría análisis específicos no disponibles o inexistentes –, no se puede decir que haya, en dichos términos, destinos patrimoniales, sea en Brasil sea en España. Obviamente, cabe hacer la reserva de que, los casos estudiados en España presentarían pautas más próximas de los planteamientos propuestos en esta investigación, dado el avance en algunos aspectos indicados, como las infraestructuras de acogida, los sistemas de información, la promoción y marketing turístico y la base logística existente. En cambio, en Brasil dichos aspectos se hallan todavía en situación muy incipiente. Sin embargo, son deducciones que merecen una incursión más detenida para una evaluación más precisa de cada situación.

Considerando el sistema "Q" existente en España, otra posibilidad con vistas a la certificación en este campo sería la creación de un Comité Técnico de Normalización – CTN para el Patrimonio, dada su naturaleza y, obviamente, las particularidades que podría tener, con normativa propia, teniendo en cuenta el marco español, o el comunitario europeo o aún el internacional.

La experiencia reciente en el ámbito del SICTED – Sistema de Calidad Turística en Destino, en el marco del Plan Integral de

Calidad Turística Española – PCTE 2000-2006, corrobora con los planteamientos presentados en esta investigación que residen en la necesidad de la cualificación de los destinos patrimoniales, visto que los esfuerzos que se están haciendo, desde 2004, con la creación del Club de Producto Ciudades Patrimonio, como indica García Hernández, podrá "mejorar la competitividad turística de las ciudades miembro, [así como] buscar la excelencia para el conjunto de la actividad a nivel de destino, [además de] impulsar la calidad turística y homogeneizar pautas de funcionamiento" (GARCÍA HERNÁNDEZ, 2007: 16).

El "club de producto" tiene como principio la conformación de un conjunto de destinos que ofrecen un producto semejante y que se organizan de modo cooperativo para obtener ventajas comparativas en relación a otros destinos. En este sentido, la temática patrimonial posee un llamamiento no despreciable y se define mediante contornos inconfundibles<sup>122</sup>.

<sup>122</sup> Las iniciativas de asociación de las ciudades históricas en Brasil es todavía muy reciente. Al igual que ocurre en España, conforme ya indicado, en Brasil, las ciudades Patrimonio de la Humanidad se han asociado para tratar de problemas comunes de forma conjunta y articulada, por intermedio de la *Organização das Cidades Brasileiras Patrimônio Mundial – OCBPM* (2003). Esa organización, inspirada en su congénere internacional, la Organización de las Ciudades Patrimonio Mundial – OCPM (1993), todavía no ha llegado a demostrar su razón de ser, quizás, por la falta de mayores conexiones entre los diversos gestores locales de las nueve ciudades brasileñas adheridas o por los reducidos medios financieros para fomentar niveles de intercambio y cooperación nacional e internacional, así como de acciones conjuntas para hacer frente a demandas de naturaleza política, técnica y financiera, consideradas de interés común. Constituyen la OCBPM (2007) las Alcaldías de São Luís (que la preside), Ouro Preto, Olinda, Salvador, Brasília, Goiás, Diamantina, Congonhas y São Miguel das Missões. Cf. PREFEITURA DE SÃO LUÍS, s.f. Por otro lado, cabe mencionar también la constitución de la Asociación de las Ciudades Históricas de Minas Gerais – ACHMG (2003), de la cual, Ouro Preto participa juntamente con más 27 ciudades de aquel estado de la federación, de las cuales 06 son ciudades Patrimonio Nacional: Mariana, Tiradentes, São João del Rey, Serro, Diamantina y Congonhas, estas dos últimas con bienes reconocidos Patrimonio de la Humanidad. Esa Asociación tiene como objetivo promover el arte, la cultura, el patrimonio y el turismo en las ciudades integrantes. Una de las actuaciones más trascendentes tiene relación con el desarrollo del destino "Ciudades Históricas de Minas Gerais", proyecto apoyado por el Ministerio de Turismo de Brasil que visa cualificarlo, estructurarlo y promoverlo mediante una inversión de 6 millones de reales (cerca de 3,5 millones de euros). Cf. ACHMG, s.f.



**TABLA 08 – VARIABLES BÁSICAS PROPUESTAS PARA EL ESTABLECIMIENTO DEL SISTEMA DE CERTIFICACIÓN “P”**

CONCEPTO	CARACTERÍSTICAS
<b>RECONOCIMIENTO OFICIAL</b>	<p>La existencia de reconocimiento oficial del bien, en el caso, de la ciudad histórica, como un Patrimonio Cultural, confiere notoriedad y, por lo general, interés, que son, sin lugar a dudas, elementos de importancia en la conformación de destinos turísticos de dominante patrimonial.</p> <p>Fuente de verificación: Existencia de declaratoria oficial de reconocimiento del bien como un Patrimonio Cultural (Local, Regional, Nacional y Mundial).</p>
<b>PATRIMONIO CULTURAL MATERIAL PRESERVADO</b>	<p>La conservación de los bienes culturales materiales es condición <i>sine qua non</i> para la puesta en valor turístico de recursos culturales y va relacionada, por un lado, con la integridad del bien, que indica las posibilidades de la visita y, por otro, con el disfrute adecuado del bien, es decir, al modo en como están presentados y acondicionados los recursos culturales en cuanto productos turístico-culturales y como esta presentación y acondicionamiento favorece a la preservación del bien.</p> <p>Fuente de verificación: Informes de inspección a bienes culturales planteados u objetos de visita turística.</p>
<b>PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL SALVAGUARDADO</b>	<p>La pervivencia de las manifestaciones y prácticas culturales autóctonas asociadas a los espacios donde se produce la actividad turística, posibilitando su conocimiento, formas de transmisión y reproducción, es fundamental para asegurar la vivacidad y dinamismo de las relaciones socioculturales locales, lo que confiere vitalidad e identidad propios al sitio, elementos que confieren autenticidad al bien que importa conocer y salvaguardar, así como de generación de interés, motivación y curiosidad para el visitante que se moviliza por un acercamiento más activo al local.</p> <p>Fuente de verificación: Inventario de referencias culturales y su incidencia en la ciudad histórico-turística e Informes de Evaluación de la autenticidad de bienes culturales inmateriales integrantes del conjunto de productos culturales locales para consumo turístico.</p>
<b>INFRAESTRUCTURA DE ACOGIDA EN PLENO Y ADECUADO FUNCIONAMIENTO</b>	<p>La existencia de los equipamientos específicos en atención a las funcionalidades turísticas en ciudades históricas que van desde un centro de acogida de visitantes, como punto de llegada y recepción local al sitio; un centro de interpretación de la ciudad, en local estratégicamente bien ubicado, de forma que permita un breve acercamiento a la ciudad, su historia, evolución e hitos culturales de interés, así como una correcta distribución del flujo de visitantes en la ciudad histórico-turística; un museo de la ciudad, para un acercamiento más detenido de su historia urbana; y oficinas de información turística localizadas estratégicamente para un fácil acercamiento a las informaciones y orientaciones turístico-culturales y de los servicios urbanos relacionados por parte tanto de visitantes como de residentes.</p> <p>Fuente de verificación: Informe de Evaluación de los Equipamientos existentes y Encuestas de satisfacción de visitantes y residentes.</p>
<b>SISTEMA DE INFORMACIÓN CUALIFICADA IMPLANTADO</b>	<p>Existencia de un sistema de información cualificado y jerarquizado de la ciudad (teniendo en cuenta, la ciudad histórico-turística y sus recursos turístico-culturales) y de la base logística existente, atendiendo, por un lado, a aspectos de legalidad, visibilidad, legibilidad, y seguridad y, por otro, a la percepción y visualización de la ciudad, de su historia, trayectoria, valores y manifestaciones culturales, modos de vivir y de ser etc.</p> <p>Fuente de verificación: Informe sobre el funcionamiento de los diversos soportes de información en la ciudad, con atención a la señalización urbano-turístico-cultural, a los contenidos de los materiales informativos y sus medios de comunicación y Encuesta de satisfacción de visitantes y residentes.</p>
<b>PROGRAMA DE PROMOCIÓN, DIFUSIÓN Y MARKETING IMPLEMENTADO</b>	<p>El desarrollo de una estrategia de marketing basada en destacar los valores y recursos culturales existentes, debidamente presentados y acondicionados a la visita turística y su disfrute, así como al establecimiento y difusión de un calendario de oferta turístico-cultural de alcance compatible a los recursos culturales existentes es una garantía para que los servicios culturales desarrollados puedan generar, de modo efectivo, una marca propia y una fidelización del destino.</p> <p>Fuente de verificación: Informe sobre los Planes de Marketing desarrollados y Encuesta de satisfacción de residentes y visitantes.</p>
<b>INFRAESTRUCTURA DE GESTIÓN PERMANENTE Y ADECUADA A LA COMPLEJIDAD DE LA CIUDAD HISTÓRICA</b>	<p>Los requisitos de organización administrativa, aunque puedan significar el soporte político-institucional para el alcance de las condiciones necesarias al desarrollo del destino, son considerados un imperativo para el mantenimiento y progresiva mejora del mismo, de manera que le confiera competitividad sin pérdida de los atributos culturales esenciales – autenticidad e integridad –, teniendo en cuenta los mecanismos e instrumentos de gestión desarrollados e implementados, así como la logística administrativa correspondiente para su puesta en funcionamiento. Sin embargo, depende de cada situación específica donde se actúe.</p> <p>Fuente de verificación: Informes de Progreso y de Evaluación de Desempeño de la Gestión de la Ciudad Histórica.</p>
<b>BASE LOGÍSTICA TURÍSTICA DE CALIDAD EN PLENO Y ADECUADO FUNCIONAMIENTO</b>	<p>Existencia de prestaciones y servicios turísticos bien evaluados, mediante sistema de calidad propio para el sector – conforme la certificación “Q”, por ejemplo – constituyéndose en una base logística adecuada para las necesidades de alojamiento, alimentación, ocio, compras, entre otros, así como existencia de infraestructuras urbanísticas adecuadas que faciliten el acceso y la movilidad a y dentro de la zona de interés turístico. No se trata de variable exclusiva para la certificación “P”, pero se constituye en variable imprescindible para cualquier destino turístico.</p> <p>Fuente de verificación: Informes de las condiciones funcionales de las actividades inherentes a los servicios y prestaciones turísticos, Informes del funcionamiento de las infraestructuras urbanísticas relacionadas y Encuestas de satisfacción de visitantes y residentes.</p>

Fuente: elaboración propia.



Para el desarrollo de destinos patrimoniales, se considera pertinente hacer un abordaje previo de identificación y evaluación de las condiciones preexistentes en el sitio urbano patrimonial, así como de sus potencialidades para transformarse en un destino patrimonial.

Por tanto, se considera como parámetros para la planificación de ciudades históricas como destinos patrimoniales la caracterización del objeto patrimonial y su tutela, de los recursos turísticos potenciales y el consumo deseado, así como de la gestión pretendida y sus medidas operativas.

Teniendo en cuenta estos parámetros, y con carácter orientativo, se hace posible establecer un “Guión para el análisis de la problemática de la gestión de sitios históricos urbanos con vistas a su manejo desde la perspectiva turística”, llegándose, al menos, a los siguientes puntos:

(i) Caracterización del objeto patrimonial y su tutela:

- Tipología del objeto declarado:

- a) territorialidad (base territorial): si urbano o rural;
- b) espacialidad: compacto o disperso;
- c) estructura física: si se trata de monumento y su entorno, conjunto histórico, centro histórico o ciudad histórica.

- Tipología de la gestión de la tutela del bien:

- a) origen: eminentemente local, regional o estatal (o federal, en el caso de países federativos);
- b) competencia: si concurrente, compartida o exclusiva;
- c) naturaleza: si gubernamental, privada, comunitaria o mixta.

(ii) Caracterización del recurso turístico y su consumo:

- Tipología del recurso turístico (considerando su percepción y preparación como recurso cultural para el destino):

- a) recurso vivo – integrado en el contexto donde se ubica;
- b) recurso musealizado;
- c) recurso mixto.

- Tipología del uso turístico pretendido (desde el planeamiento)<sup>123</sup>:

- a) uso de baja intensidad: visita de corto plazo, con conocimiento superficial sobre el bien – de naturaleza incidental;
- b) uso de media intensidad: visita de medio plazo, con conocimiento más detallado sobre el bien;
- c) uso de alta intensidad: visita de largo plazo, con conocimiento más profundo y más allá del propio sitio (bien), comprendiendo lo que hay en sus alrededores, lo que demanda más tiempo.

- Tipología de usuarios:

- a) origen: si locales, nacionales o extranjeros;
- b) perfil: edad, género, nivel de estudios y de ingresos, etc.;
- c) motivación: ocio, conocimiento, investigación u otro.

- Tipo de Frecuentación/ Flujo de visitantes:

- a) estacional;
- b) a lo largo del año;
- c) en fechas/calendario específico y con foco.

- Tipología de problemas inherentes a la visita (existentes o potenciales):

- a) físico-ambientales estructurales: asociados a la materialidad, accesibilidad, entre otros;
- b) conceptuales/ aspectos culturales: carga simbólica, reconocimiento

<sup>123</sup> Esa variable debe ser objeto específico de evaluación, conforme la tipología del objeto declarado.



- de valores, autenticidad etc.;
  - c) económicos: relacionado a la intensificación del uso (masificación) o bajo aprovechamiento (marginación);
  - d) funcionales: monocultivo turístico, vaciamiento funcional y abandono, saturación y congestión.
- (iii) Caracterización de la gestión pretendida y sus medidas operativas:
- Mecanismos de gestión (evaluación y diseño, si se trata):
    - a) intra-institucional;
    - b) interinstitucional.
  - Instrumentos de gestión (evaluación y diseño, si se trata):
    - a) normativos: leyes, decretos, reglamentos etc. relacionados;
    - b) estratégicos: planes y programas correlatos;
    - c) operacionales: proyectos, estudios y actividades.
      - Operatividad del proceso:
        - a) funcionamiento: racionalidad, organicidad, transversalidad y coordinación u otra situación a destacar;
        - b) logística necesaria: espacio, equipamientos, mobiliario etc.;
        - c) interacción: intercambio, colaboración, cooperación y difusión necesarios;
      - d) resultados: eficiencia, eficacia y efectividad en las acciones.

Por fin, teniendo en cuenta que tales requisitos se presentan como indispensables en el proceso de formulación de políticas, planificación y gestión de destinos patrimoniales, para su seguimiento y perfeccionamiento permanente, se considera fundamental la institución de un observatorio de gestión de las competencias en destinos patrimoniales que más allá de observatorios turísticos, realice el seguimiento de la actividad turística, promueva estudios

analíticos y estratégicos para el desarrollo y perfeccionamiento de la actividad bajo la triple vertiente, es decir, patrimonio cultural, turismo y desarrollo urbano/territorial y valore el destino en función del mantenimiento de su certificación de calidad. En definitiva, que entienda la realidad y sugiera claves para hacer funcionar el complejo sistema de competencias existente.

Dicho observatorio necesitaría ser constituido bajo algún instrumento formal de participación y compromiso de las áreas involucradas, incorporando además al sector empresarial correspondiente, de modo que refleje las necesidades, las demandas y el contexto en que el observatorio viniera a actuar<sup>124</sup>. Su composición naturalmente podría ser variable, desde que considerara dicho diseño básico para su constitución<sup>125</sup>.

A título indicativo, se consideran claves para el seguimiento de la implantación de destinos patrimoniales en ciudades históricas el establecimiento de indicadores, tanto de gestión como de preservación y salvaguardia, teniendo en cuenta, a partir de los valores de autenticidad e integridad, los motivos y argumentos que sostuvieron su reconocimiento como bienes culturales en sus respectivos ámbitos político-territoriales.

Tomando como base las ciudades con bienes culturales reconocidos como Patrimonio de la Humanidad<sup>126</sup>, se considera fundamental en ese seguimiento, evaluar en que medida se está asegurando el valor universal excepcional atribuido al sitio histórico urbano, valor de una

<sup>124</sup> El Consorcio de Santiago de Compostela ha planteado la implantación de un Observatorio Urbano, en asociación con la Universidad de Santiago de Compostela, como un instrumento de gestión más allá de instrumento de conocimiento teórico, de modo que favorezca una visión permanente de la evaluación de la ciudad y de su actuación bajo el desarrollo de indicadores mixtos de 7 grandes áreas temáticas: turismo, sociofuncional, patrimonio y oferta cultural, estructura física, espacio público, movilidad y medio ambiente urbano, comunicación y visibilidad y, valoración de políticas públicas (CONSORCIO DE SANTIAGO, 2007).

<sup>125</sup> Ello puede dar soporte al cambio de mentalidad en el proceso de gestión turística sostenible pretendido para las ciudades históricas, cuya práctica implique cada vez más en la construcción de consensos en la administración pública y de ésta con el tejido empresarial que, conforme indica García Hernández, se base en el "convencimiento de que el cambio de modelo de intervención turística en destino pasa también por la modificación de la 'cultura turística' de los empresarios locales" (GARCÍA HERNÁNDEZ, 2007: 24).

<sup>126</sup> Las ciudades analizadas tienen bienes con ese rango de reconocimiento.



importancia cultural extraordinaria que trasciende a las fronteras nacionales y se reviste de carácter inestimable para las actuales y futuras generaciones de toda la humanidad, valor ese de carácter histórico, artístico o científico<sup>127</sup>.

Para ello, indicadores de impacto sobre el estado de permanencia de las estructuras materiales e inmateriales integrantes del sitio histórico urbano declarado, así como indicadores de desempeño de la gestión desarrollada hacia él son fundamentales<sup>128</sup>.

De ese modo, cabe destacar aspectos relacionados como amenaza, daño o pérdida del valor universal excepcional atribuido, teniendo en cuenta (BRITO, 2006a)<sup>129</sup>:

- La integridad del área: evaluar en que medida las acciones desarrolladas aseguran su significado cultural/naturaleza simbólica (intangible), es decir, la capacidad de aprehender, tanto por el residente como por el visitante, el carácter intacto del objeto y de sus atributos simbólicos, los cuales dependen del examen minucioso de las condiciones de integridad que, aunque, posean una carga subjetiva, puedan ser acotados en función de tener:
  - a) todos los elementos necesarios para expresar el valor universal excepcional indicado y reconocido;
  - b) dimensión suficiente para expresar una representación completa de las características y de los procesos que transmiten la importancia del objeto;

c) efectos negativos o no derivados del desarrollo de acciones o de su ausencia o escasez.

- La autenticidad del área: evaluar en que medida las acciones desarrolladas aseguran su acreditación histórica/naturaleza objetiva (tangibilidad), es decir, la capacidad de comprender, tanto por el residente como por el visitante, el valor atribuido al bien cultural declarado conforme el grado de credibilidad y de veracidad que se atribuya a las fuentes de información relativas a ese valor, las cuales dependen del conocimiento y de la comprensión de esas fuentes de información en lo referente a las características originales y subsecuentes del objeto, y a su significado cuyas referencias se constituyan en las bases necesarias para la evaluación de todos los aspectos de autenticidad en atributos como:

- a) forma y concepción;
- b) materiales y sustancia;
- c) uso y función;
- d) tradiciones, técnicas y sistemas de gestión;
- e) carácter y espíritu local.

Estos aspectos señalados deben ser objeto de consideración en el momento de detallar un sistema de indicadores para tal finalidad. Para el caso en cuestión, se estima como necesaria la elaboración de estudios específicos que posibiliten establecer factores que directamente impacten en dichos valores universales excepcionales atribuidos y que, a título de ejemplo, pueden ser sugeridos en relación con los sitios históricos urbanos – SHU, algunos indicadores de permanencia, conforme Tabla 09 (BRITO, 2006a: 06).

<sup>127</sup> Ese valor atribuido, en el caso del patrimonio cultural, establecido por el Comité del Patrimonio Mundial de la UNESCO, corresponde a los criterios, conforme destacados en la Tabla 03 de esta investigación.

<sup>128</sup> Se consideran aquí, también, los indicadores de desarrollo sostenible para destinos turísticos propuestos por la OMT (OMT, 2005).

<sup>129</sup> Basados en las siguientes referencias documentales: BRITO, 2005; CPM/ UNESCO, 2006; UNESCO, 2006, IAPH y CPM/UNESCO, 1999; OMT, 2005.



**TABLA 09 – INDICADORES DE PERMANENCIA DE LOS VALORES UNIVERSALES EXCEPCIONALES DE CIUDADES HISTÓRICAS (SHU)**

<b>Componente de la Cuestión</b>	<b>Indicador</b>	<b>Fuente de Verificación</b>	<b>Índice</b>
Fomento a la financiación de la preservación del SHU	Fondos asignados anualmente a acciones de conservación, restauración y mantenimiento de bienes culturales	Leyes Presupuestarias y programaciones gubernamentales de inversión	Fondos asignados para la preservación del SHU/ inversión pública en materias trasversales al desarrollo urbano y territorial relacionadas al SHU
Amenazas a la integridad y autenticidad de los bienes constituyentes del SHU	Aumento o Disminución de las amenazas y tipos de las mismas que ponen en peligro la finalidad y el uso originario del SHU	Informes de Impacto Ambiental, de Instrumentos de Gestión Territorial y Urbana, Proyectos de Intervención etc.	Operaciones o intervenciones consideradas de riesgo para la integridad y autenticidad de los bienes constituyentes del SHU/todas las operaciones o intervenciones realizadas en el SHU
Pérdida de edificios antiguos con valor patrimonial	Número/porcentaje de edificios descaracterizados, arruinados o demolidos	Informes de Fiscalización de la Administración competente	Número de descaracterizaciones, arruinamientos o demoliciones constatadas/ Número total de edificios incluidos en el SHU
Intensidad del uso turístico del SHU	Afluencia total de turistas	Informes de las Administraciones Turísticas y de Patrimonio Cultural referentes a número de visitantes, su origen, y por temporada	Número de visitantes al SHU/temporada
	Número de Operadores Turísticos con licencia en el SHU	Informe de las Administraciones Turísticas sobre las licencias emitidas	Licencias emitidas en el año a operadores turísticos/Licencias en vigencia en los últimos 5 años

Fuente: elaboración propia.

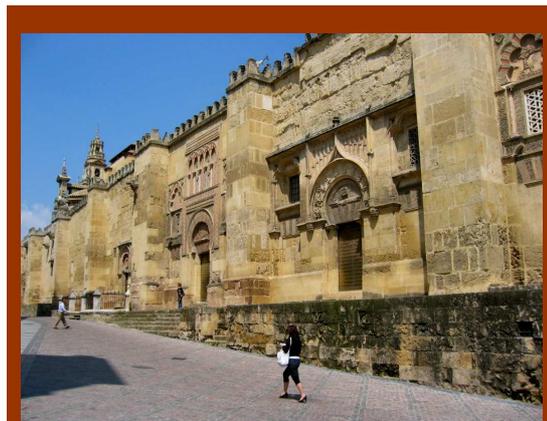


En cuanto a los indicadores de desempeño de la gestión propuesta – en su triple alianza – el desarrollo de instrumentos de evaluación en los ámbitos patrimonial, urbano/territorial y turístico, se hacen necesarios, considerando<sup>130</sup>:

- La Capacidad de gestión desarrollada: evaluar en qué medida se ha promovido la adopción de providencias para garantizar el desarrollo institucional de los agentes estatales – por lo menos – para la labor correspondiente en función de las responsabilidades asumidas, derivadas de la declaratoria y en qué medida se han implementado acciones para garantizar la mejora de la labor correspondiente en función del esfuerzo pretendido en estructurarse y desarrollarse como destino patrimonial, especialmente si se trata de ciudad declarada o con bien/bienes reconocido(s) como Patrimonio de la Humanidad;
- Comunicación: evaluar en qué medida se han desarrollado medios de comunicación suficientes y eficaces para la sensibilización e información del público sobre el valor del bien o de los bienes declarados Patrimonio Mundial, las acciones desarrolladas hacia él/ellos, así como para incentivar su participación y su apoyo a esa labor; asimismo, en que medida, se han llevado a cabo acciones de interpretación del patrimonio cultural existente, especialmente en función de su reconocimiento mundial y de su puesta en valor como producto turístico-cultural, es decir, si se ha transmitido bien al residente y al visitante su valor universal excepcional en cuanto contribución al proceso de civilización de la Humanidad<sup>131</sup>;
- Mecanismos e Instrumentos de Gestión existentes: evaluar en qué medida los mecanismos e instrumentos de gestión existentes son suficientes y eficaces para

lograr sus objetivos, es decir, lograr preservar los bienes declarados, teniendo en cuenta los valores asignados, así como su adecuada transmisión para las actuales y futuras generaciones, de modo que, dado el caso, el turismo se constituya, de hecho, en una estrategia a ella asociada, en cuanto vía para la sensibilización, difusión y comprensión de los valores universales excepcionales atribuidos;

- Fomento a la Preservación y Salvaguardia: evaluar en qué medida la declaratoria de Patrimonio Mundial ha fomentado la preservación del bien e insertado el mismo en el circuito turístico regional, nacional e internacional y, hasta que punto esa actividad turística ha estimulado medidas de puesta en valor capaz de transformarlos en productos turístico-culturales de primer orden y de facilitar su permanencia y resignificación o, en cambio, su transformación y banalización.



*La Mezquita-Catedral de Córdoba, un interesante ejemplo para la comprensión de los aspectos relacionados a la autenticidad e integridad del valor universal excepcional atribuido por las aportaciones que ha recibido a lo largo de su historia.*

*Foto 97: BRITO, M., 2007.*

<sup>130</sup> Cf. CPM/UNESCO, 2005.

<sup>131</sup> Conforme establece la Declaración de Budapest sobre el Patrimonio Mundial, de 28 de junio de 2002 (CPM/UNESCO, 2005).



La Iglesia de São Francisco de Assis, en Ouro Preto.

Foto 98: BRITO, M., 2007.



Pintura del Techo de su Nave, del pintor Athaide.

Foto 99: MUSEU ALEIJADINHO, 2005.



Su Altar Mayor. Imagen 2: São Francisco de Assis.

Foto 100: MUSEU DO ALEIJADINHO, 2005.

*Los recursos culturales en Ouro Preto todavía no están debidamente acondicionados para una adecuada visita turística, pues no favorecen una comunicación efectiva con el público sobre la historia y la cultura local.*

A título de ejemplo, pueden ser sugeridos, para reflexión, algunos indicadores de desempeño de la gestión, tal como se indican en la Tabla 10.

Por último, como paso necesario para el seguimiento de lo propuesto, cabe, mediante la realización de estudios específicos, la determinación de otros indicadores, teniendo en cuenta las fuentes de verificación, la sistemática de producción y análisis de la información correspondiente, los mecanismos e instrumentos de monitoreo y evaluación y la financiación del sistema de indicadores a ser creado, fomentado y desarrollado para tal fin<sup>132</sup>.

En función de la investigación realizada, pero sin agotar las posibilidades en que se puede abordar la cuestión, cabe indicar una serie de medidas operativas consideradas pertinentes que puedan orientar la gestión de las ciudades históricas factibles de hacerse destinos turísticos de dominante patrimonial, tanto para el caso español como brasileño, trasladable, en sus rasgos más generales, al menos, para el universo iberoamericano.

Las medidas operativas sugeridas encierran una lógica en que se considera la base territorial en cuestión – las ciudades históricas – con vistas a promover una gestión de las competencias que, por lo general, corresponde al establecimiento de una alianza estratégica y, en consecuencia, de un sistema de gestión, abarcando los sectores cultura/patrimonio, urbanismo/territorio y turismo en ciudades históricas, de modo que se alcancen unos patrones mínimos de cualificación del destino. Así, pueden ser destacadas algunas medidas operativas conforme a la Tabla 11.

Se cree que la atención a esas acciones/actuaciones conllevaría, al menos, la obtención, tal como se ha sugerido, de la certificación “P”, es decir de Destino Patrimonial de Calidad a la ciudad histórica en cuestión, por atender a los preceptos por los que se abogan los documentos internacionales referenciales como la Carta de Turismo Cultural del ICOMOS, la Convención del Patrimonio Mundial (cuando se trate), la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial, la Carta de Turismo Sostenible de la OMT, entre otros<sup>133</sup>.

<sup>132</sup> Como, por ejemplo, los instrumentos de medición sugeridos para un turismo más sostenible, propuesto por la OMT/PNUMA (2006).

<sup>133</sup> Cf. Además las Cartas Patrimoniales referentes a los temas asociados a la gestión del patrimonio cultural urbano (IPHAN, 2004a).



**TABLA 10 – INDICADORES DE DESEMPEÑO DE LA GESTIÓN DE CIUDADES HISTÓRICAS (SHU)**

<b>Componente de la Cuestión</b>	<b>Indicador</b>	<b>Fuente de Verificación</b>	<b>Índice</b>
Nivel de satisfacción de la comunidad con relación al SHU declarado	Nivel de Satisfacción de los residentes con la declaración de Patrimonio Mundial	Encuestas	Número de ciudadanos de acuerdo con la declaración/ Población residente en el SHU
	Nivel de reclamaciones presentadas por los residentes	Notificaciones a la Administración	Número de Reclamaciones/ Población residente en el SHU
Desarrollo de la Base jurídica de la protección del SHU	Número y tipo de nuevas leyes o enmiendas u otros instrumentos aprobados para conservar estructuras en sus escalas respectivas	Recogida o recopilación de datos en los Boletines Oficiales del Estado u otro instrumento similar	Número de Instrumentos Legales relacionados al fomento de la conservación/Instrumentos legales de base territorial relacionados con el desarrollo urbano del SHU declarado y su entorno
Contribución de actividades económicas, como el turismo, a la conservación de monumentos y espacios públicos en su entorno	Tarifas aplicadas a los visitantes, contribuciones o impuestos del turismo destinados al mantenimiento del sitio	Recogidas o recopilación de datos junto a las Administraciones Turísticas y de Patrimonio Cultural relacionadas	Suma de todos los ingresos derivados de la actividad turística dirigidos a la conservación del SHU/total de los ingresos generados por la actividad turística en todo su sistema en el destino – SHU.
Cooperación e intercambio para la preservación de los SHUs	Nivel de Intercambio de Experiencias para el desarrollo institucional de las Administraciones competentes de la gestión del SHU declarado/ reconocido	Recogidas o recopilación de datos junto a las Administraciones competentes de la gestión del SHU declarado/ reconocido	Acuerdos de cooperación e iniciativas de intercambio realizados en materia de preservación/total de los acuerdos de cooperación e iniciativas de intercambio realizados en los sectores de la gestión del término municipal donde se ubica el SHU declarado/ reconocido

Fuente: elaboración propia.



Cabe decir que, a pesar de tratar la cuestión desde la base territorial local, donde se ubican los recursos culturales convertidos en productos turístico-culturales, en casos estratégicos específicos y con vistas a considerar las ventajas añadidas, podrían ser desarrolladas, a escala territorial de rango superior, acciones/actuaciones de cooperación, basadas en ámbitos de nivel regional, a partir de circuitos turístico-culturales – itinerarios –, especialmente, en acciones/actuaciones de comunicación física – vialidad, accesibilidad y movilidad – y virtual – Internet.

Estos circuitos, constituidos por municipios próximos entre sí, asociados en función de sus intereses y de la posibilidad de explorar turísticamente sus recursos naturales y culturales podrán engendrar sistemas de gestión compartidos, según su naturaleza y ventajas asociadas que indiquen una gestión más sostenible, es decir, eficiente, eficaz, efectiva y responsable.



*Material promocional difundido en la ciudad de Ouro Preto con el objetivo de fomentar el turismo en la ciudad y región.  
Foto 101,102: BRITO, M., 2006.*



**TABLA 11 – MEDIDAS OPERATIVAS HACIA EL ESTABLECIMIENTO DE DESTINOS PATRIMONIALES**

Medidas Operativas	Proceso desencadenado	Producto resultante
Constitución de un Grupo de Trabajo “Patrimonio, Turismo y Desarrollo” para reconocimiento y delimitación conjuntos del área de la ciudad histórico-turística.	Reuniones de trabajo, visitas de campo, intercambio de informaciones y armonización de conceptos y perspectivas.	Estudio de Delimitación del área de la Ciudad Histórico-Turística <sup>134</sup> .
Creación de Consorcio de la Ciudad	Negociaciones entre los niveles de Gobierno para firma de instrumento interadministrativo para gestionar las acciones y actuaciones en Patrimonio, Desarrollo Urbano y Turismo en la Ciudad Histórico-Turística.	Instrumento jurídico de constitución del Consorcio.
Creación de Mesas de Concertación y Seguimiento	Negociaciones entre el Sector Público y el Sector Empresarial y Comunitario para la discusión de las iniciativas, su seguimiento y evaluación, así como para el desarrollo de las actuaciones.	Acuerdos – Pactos – de Concertación.
Fomento a la Gestión Compartida, transversal e integrada de la Ciudad Histórico-Turística	Recogida de informaciones; Análisis situacionales del objeto de estudio, incluyendo la evaluación de los recursos culturales y su entorno para la planificación de productos turístico-culturales; realización de audiencias públicas; establecimiento de actuaciones sinérgicas básicas consensuadas; desarrollo de programas de capacitación de los agentes participantes.	Plan Estratégico y de Gestión de la Ciudad Histórico-Turística. <sup>135</sup>
Implementación de actuaciones sinérgicas básicas	Desarrollo de proyectos, al menos, de los siguientes campos: - Acogida: articulación interna para la mejoría de la accesibilidad física e intelectual al sitio;	Centro y Unidades de Recepción de Visitantes asociado a Centro de Interpretación de la Ciudad Histórica <sup>136</sup> .
	- Investigación permanente y prospectiva: colaboración entre el Consorcio y la Universidad local/de la región;	Observatorio de Gestión de Competencias de la Ciudad Histórico-Turística.

<sup>134</sup> Para actuación preferente, pero no exclusiva y restringida a esa área delimitada.

<sup>135</sup> A la luz del Plan de Preservación, concebido para aplicación en las ciudades históricas brasileñas.

<sup>136</sup> Las Unidades de Recepción obligatorias deben estar ubicadas en las principales puertas de acceso de gran flujo de personas a la ciudad, como aeropuertos y puertos, si los hay, estaciones de autobuses y de ferrocarril, igualmente. Ya el Centro de Interpretación de la Ciudad Histórica podría estar vinculado al Centro de Recepción de Visitantes y, si es posible, a un Museo de Historia de la Ciudad.



**TABLA 11 – MEDIDAS OPERATIVAS PARA EL ESTABLECIMIENTO DE DESTINOS PATRIMONIALES (cont.)**

Medidas Operativas	Proceso desencadenado	Producto resultante
Implementación de actuaciones sinérgicas básicas	- Intervenciones de Puesta en Valor Cultural y Turístico:	Programa de Rehabilitación Urbana. <sup>137</sup> Programa de Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial. Plan de Interpretación de la Ciudad Histórico-Turística. Plan de Marketing de la Ciudad Histórico-Turística. Plan de Dotación y Equipamientos asociados <sup>138</sup> .
	- Fomento y desarrollo socio-cultural: precauciones frente a la espectacularización, es decir, a la excesiva tematización; incorporación de segmentos sociales al sistema turístico en cuestión; valorización y respecto a referencias culturales locales	Eventos culturales de calendario fijo Acciones de Educación Patrimonial y para el Turismo Sostenible
	- Incentivo Empresarial: estímulos al sector empresarial	Programas de Capacitación Empresarial para el Turismo Sostenible. Programa de Mejora/Calidad de la Planta Hotelera, de Restauración y Servicios Turísticos.

Fuente: elaboración propia.

<sup>137</sup> Incluyendo, al menos, acciones de: Recuperación del Patrimonio Material; Mejora de la Infraestructura urbana y Mejora de la Infraestructura de Gestión.

<sup>138</sup> Como el Museo de la Ciudad, el Centro de Congresos y las Oficinas de Información Turística.

[http://www.uib.es/catedra\\_iberamericana](http://www.uib.es/catedra_iberamericana)



#### CUADRO 19: EL “CIRCUITO DO OURO” Y EL SISTEMA TURÍSTICO DE OURO PRETO



Mapa indicativo de la región del “Círculo do Ouro” en el Estado de Minas Gerais, Brasil.

Fuente: IDASBRASIL.COM, s.f.

El “Círculo do Ouro” responde a una política de fomento (desde 1990), por parte del Estado de Minas Gerais (Secretaría de Turismo) en Brasil, para la instalación de regiones turísticas que tomen por base determinados factores que pudieran agregar municipios en favor de su desarrollo. Así, “a la medida que se estimulaban las tradicionales ciudades y localidades turísticas (...) promoviendo una revisión de sus posicionamientos y acciones en relación con el turismo, se vislumbraba la generación de oportunidades también para los municipios vecinos” que “pasarían no solo a explorar sus respectivas potencialidades, sino también a contribuir para la diversificación de la actividad y o de la infraestructura turística de su región”, estimulándose el asociacionismo (SENAC/MG, 2002: 01).

El “Círculo do Ouro” constituido por ciudades históricas del siglo XVIII, vinculadas al periodo de explotación del oro en la región, está formado por 20 municipios, de los cuales, Ouro Preto. (SETUR/MG, s.f.). Ese circuito fue certificado por la SETUR/MG en 2005 y a administrado por la “Associação do Circuito do Ouro” – ACO, una entidad sin ánimo de lucro, constituida por representantes de los municipios adheridos. Viene desarrollando, especialmente, iniciativas dirigidas a promover la difusión de los atractivos en el circuito y el intercambio de informaciones y experiencias entre los municipios integrantes, en el caso, en especial, mediante el Proyecto ‘Círculo del Conocimiento’ (ASN, 2007). Ese circuito turístico cuenta, además, con un agente promotor, el “Ouro Preto e Circuito do Ouro Convention Bureau, que tiene como denominación jurídica la de Instituto de Turismo e Eventos de Ouro Preto e Circuito do Ouro”, entidad privada que hace de puente entre operadores de turismo y organizadores de eventos y los establecimientos afiliados como hoteles, restaurantes, proveedores de servicios, entre otros (IDASBRASIL.COM, s.f.).

Se verifica el poder catalizador que posee la ciudad de Ouro Preto como destino turístico referente en la región. Su potencial turístico es reconocido y de él se busca obtener ventajas

que puedan no solo favorecerlo como destino final sino como puente para otros destinos asociados.

Así, el Sistema Turístico de Ouro Preto se hace cada vez más complejo y difuso por, quizás, la inexistencia de un proceso de reticulación de las innumerables iniciativas en curso, no siempre articuladas y pendientes de mejoras funcionales, tanto en la propia ciudad como en los itinerarios y circuitos de los cuales forma parte y es, a menudo, elemento inductor. Ello corresponde tanto a los canales de promoción y distribución – agencias de viaje, touroperadores, redes hoteleras y empresas de transportes – terrestres y aéreas, como a las administraciones públicas involucradas en su proceso de planificación y gestión turística (BRITO, M. ET AL, 2006b). Como “Municipio Turístico”, es decir, un municipio que se consolida por su capacidad de generar desplazamientos y estancias de flujo permanente, a partir de un conjunto de factores y variables que abarcan características físico-geográficas, histórico-culturales y económicas (EMBRATUR, 2002), hace falta, todavía, desde el punto de vista de la operación turística, acondicionar los atractivos turísticos, presentarlos de modo adecuado tanto para residentes como visitantes, intensificar el proceso de cualificación profesional de todos los agentes turísticos actuantes, articular acciones de recuperación patrimonial a actuaciones de mejoría de las condiciones infraestructurales urbanas, así como promover su difusión a diversos niveles y escalas, a fin de poner en evidencia los valores culturales existentes y hacerlos de hecho productos turístico-culturales, todavía una asignatura pendiente, no sólo para el turismo interno como para el turismo internacional.

En definitiva, se espera que para los turistas, las visitas se hagan más diversificadas y atrayentes y que a las comunidades se les proporcionen nuevas posibilidades en relación con el empleo y la renta, con reflejos positivos en la calidad de vida de esas poblaciones. Se puede afirmar que, de un modo general, en función de las asociaciones establecidas y de las alianzas ya construidas, hay un expresivo grado de confianza entre los actores sociales que vienen actuando en la construcción de los instrumentos de fomento, de gestión, de difusión y promoción, sea de Ouro Preto sea de la región (BRITO, M. ET AL, 2006a).



Vista parcial de Ouro Preto. Foto 103: CVC, 2006.



---

**P**ARTE **IV**  
**CONSIDERACIONES**  
**FINALES:**  
**A MODO DE**  
**CONCLUSIÓN**





**A**unque el turismo sea una actividad

inminentemente de carácter privado, su desarrollo en sitios patrimoniales debe darse acusadamente bajo la atención y el fomento del sector público, por los intereses de carácter colectivo que supone la puesta en valor del patrimonio cultural existente.

A raíz de ello, esta investigación se ha centrado principalmente en la actuación del sector público, con sus obvias consecuencias para la iniciativa privada, teniendo en cuenta los mecanismos e instrumentos de gestión que puedan estar al servicio del desarrollo turístico de sitios patrimoniales, siempre de cara a su preservación, salvaguardia y puesta en valor.

Si bien pueda ya estar asumida en algunas latitudes la cuestión de la puesta en valor turístico de sitios patrimoniales, no se puede afirmar que su comprensión sea compartida universalmente.

Para ello, se puede hacer una síntesis de las claves principales para el establecimiento de ciudades históricas como destinos patrimoniales, entre ellas:

- (i) las iniciativas de adecuación de ciudades históricas al consumo turístico debe ser objeto y premisa para el desarrollo sostenible de esa actividad;
- (ii) el proceso de conocimiento previo, sobre la marcha y tras las actuaciones llevadas a cabo es fundamental para alcanzar respuestas innovadoras y resultados adecuados, acotados a la justa medida de las posibilidades del patrimonio cultural en cada situación específica;
- (iii) el desarrollo efectivo de las acciones deseadas, de cara a promover el turismo cultural, por excelencia y como actividad principal, y los demás segmentos turísticos, con carácter complementario, debe apoyarse siempre en una base territorial definida, por lo que es fundamental considerar aquellas

iniciativas que son necesarias al núcleo espacial de esa base territorial preestablecida – la ciudad histórico-turística – sin olvidar aquellas que son suplementarias, pero no menos importantes, en función de la visión de conjunto y de la perspectiva del sistema turístico en cuestión;

- (iv) el consumo de productos turístico-culturales supone una acción interactiva de mayor o menor grado entre visitantes y residentes y de estos con los productos en cuestión, lo que demanda un proceso continuo y permanente de comunicación para hacer sostenible la actividad, conferir niveles aceptables de satisfacción de ambas partes y asegurar la preservación y salvaguardia del patrimonio cultural;
- (v) en un mundo competitivo, promover destinos turísticos exige creatividad, innovación y competencia, por lo que la singularidad de los sitios patrimoniales resulta un distintivo que importa realzar, pero no es condición suficiente para hacerlo exitoso;
- (vi) el desarrollo planificado de la actividad turística en esas localidades puede ser un argumento para el desarrollo estratégico urbano de la ciudad, lo que no puede ser tratado de modo aislado ni puntual;
- (vii) apostar por la calidad en esa área demanda conocimiento especializado y experiencia en el campo del patrimonio, por lo que exige por parte de los gestores turísticos mayor interacción con los gestores patrimoniales y, de estos últimos, mayor apertura conceptual para contribuir en el proceso de puesta en valor del patrimonio cultural urbano;
- (viii) un buen proyecto turístico en una ciudad histórica depende de la existencia de un buen



proyecto cultural y de un buen proyecto urbano, por lo que puede constituirse en un oportuno eslabón para promoverlos si son una asignatura pendiente para una localidad específica;

(ix) los conflictos, si son evidenciados, pueden ser reducidos desde la gestión urbana de sitios patrimoniales si se asume como premisa para su permanencia la necesidad de aliar las acciones de preservación a la dinámica urbana de la ciudad, especialmente en función de las funcionalidades que la actividad turística demanda y de sus repercusiones en el territorio donde se manifiesta – tanto en el área nuclear como en su entorno inmediato;

(x) el turismo puede y, en el caso en cuestión, debe aliarse a las estrategias de difusión del patrimonio, constituyéndose como una vía para la sensibilización, el descubrimiento, el conocimiento y la defensa del patrimonio cultural, todo lo contrario, cuando se hace un mero instrumento de explotación económica de los recursos existentes, postura acusadamente insostenible, reprochable y condenable;

(xi) el desarrollo de destinos patrimoniales exige información cualificada – existente o que deberá ser producida –, planificación transversal – esencialmente multisectorial, enmarcada en los ámbitos del patrimonio, urbanismo y turismo – e infraestructura de gestión compatible con la complejidad de cada caso, inherente a la tipología de bien cultural en cuestión;

(xii) el éxito en la conformación de destinos patrimoniales depende de una disposición real para el diálogo y negociación entre las partes involucradas, así como de

una postura incremental para incorporar contribuciones que se sumen al compromiso de proveer tanto a los ciudadanos locales como a los ciudadanos del mundo – los turistas – el buen vivir y la buena convivencia en las ciudades.

Por último, desde la perspectiva de la preservación y salvaguardia del patrimonio cultural, cabe avanzar en las iniciativas llevadas a cabo, más en Brasil que en España, como una oportunidad que brindan las políticas turísticas para las ciudades históricas que se basen por la sostenibilidad, por la cualificación y por un escrupuloso respeto a los valores del patrimonio cultural, a su autenticidad e integridad y que, de este modo, pueden constituirse en importante motor para su desarrollo.



## **A**BREVIATURAS

**ACHMG** – Associação das Cidades Históricas de Minas Gerais

**AIP** – Asociación para la Interpretación del Patrimonio

**ANCSA** – Associazione Nazionale Centri Storico Artistici

**ASN** – Agência Sebrae de Notícias

**BID** – Banco Interamericano de Desarrollo

**BNB** – Banco do Nordeste do Brasil S.A.

**BOE** – Boletín Oficial del Estado

**BOJA** – Boletín Oficial de la Junta de Andalucía

**CEE** – Conferencia Episcopal Española

**CEPAL** – Comisión Económica para América Latina y el Caribe

**CERC** – Centro de Estudios y Recursos Culturales

**CET** – Consejo Español de Turismo

**CET/UnB** – Centro de Excelência em Turismo/Universidade de Brasília

**COAS** – Colegio Oficial de Arquitectos de Sevilla

**CPM** – Centro del Patrimonio Mundial de la UNESCO

**CS** – Consejo Social de la Ciudad de Granada

**EBT** – Escritório Brasileiro de Turismo

**EMBRATUR** – Instituto Brasileiro de Turismo

**FEDETO** – Federación Empresarial Toledana

**FIDAS** – Fundación para la Investigación y Difusión de la Arquitectura de Sevilla

**FGV** – Fundação Getúlio Vargas

**FUNDARPE** – Fundação do Patrimônio Histórico e Artístico de Pernambuco

**FUNDICOT** – Asociación Interprofesional de Ordenación del Territorio

**GDF** – Governo do Distrito Federal



- 
- IAPH** – Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico
- IBGE** – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
- ICOMOS** – Consejo Internacional de Monumentos y Sitios
- ICOMOS/CB** – Conselho Internacional de Monumentos e Sítios, Comitê Brasileiro
- ICTE** – Instituto para la Calidad Turística Española
- INBISU** – Inventário Nacional de Bens Imóveis em Sítios Urbanos
- INE** – Instituto Nacional de Estadística
- IPHAN** – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
- IPHE** – Instituto del Patrimonio Histórico Español
- LPHE** – Ley del Patrimonio Histórico Español
- MICT** - Ministério da Indústria, Comércio e Turismo
- MINC** – Ministério da Cultura
- MTUR** – Ministério do Turismo
- OCBPM** – Organização das Cidades Brasileiras Patrimônio Mundial
- OCPM** – Organización de las Ciudades Patrimonio Mundial
- OMT** – Organización Mundial de Turismo
- ONU** – Organización de las Naciones Unidas
- PCH** – Programa de Cidades Históricas
- PDT** – Plan de Dinamización Turística
- PET** – Plan de Excelencia Turística
- PDPT** – Plan de Dinamización de Producto Turístico
- PGOU** – Plan General de Ordenación Urbana
- PICTE** – Plan Integral de Calidad del Turismo Español
- PNMT** – Programa Nacional de Municipalização do Turismo
- PRODETUR** – Programa de Desenvolvimento do Turístico
- PRONAC** – Programa Nacional de Apoio à Cultura
- PPSH** – Plano de Preservação de Sítio Histórico Urbano
- PsiCOM** – Unidad de Psicología del Consumidor y Usuario de la Universidad de Santiago de Compostela
- RAE** – Real Academia Española
- REP. ESPAÑA** – Representación en España de la Comisión Europea
- SCE/DePHA** – Secretaria de Cultura e Esportes/Departamento de Patrimônio Histórico e Artístico
- SCTE** – Sistema de Calidad Turística Española
- SENAC/MG** – Serviço Nacional do Comercio do Estado de Minas Gerais
- SETC** – Secretaría de Estado de Turismo y Comercio, del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio
- SETUR/MG** – Secretaria de Turismo do Governo do Estado de Minas Gerais
- SGT** – Secretaría General de Turismo, de la Secretaría de Estado de Turismo y Comercio del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio
- UCM** – Universidad Complutense de Madrid
- USC** – Universidad de Santiago de Compostela
- UNESCO** – Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura



# **E**XPERTOS ENTREVISTADOS



## EN BRASIL

**Airton Pereira**, Secretario Nacional  
*Secretaria Nacional de Políticas de Turismo del  
Ministério do Turismo*

**Aluísio Braga**, Coordinador *PRODETUR*  
*Instituto Estadual do Patrimônio Histórico e  
Artístico de Minas Gerais – IEPHA/MG*

**Benedito Tadeu de Oliveira**, Jefe  
*Escritorio Técnico del IPHAN en Ouro Preto*

**Benita Monteiro**, Coordinadora General de  
Regionalización  
*Departamento de Estruturação, Articulação e  
Ordenamento Turístico  
Secretaria Nacional de Políticas de Turismo del  
Ministério do Turismo*

**Clerton Martins**, Profesor Titular de Postgrado  
en Psicología y Graduación en Psicología y  
Turismo  
*Universidade de Fortaleza – UNIFOR*

**Dalmo Vieira Filho**, Director del  
*Departamento de Patrimonio Material e  
Fiscalização  
Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico  
Nacional del Ministério da Cultura –  
IPHAN/MinC*

**Gabriel Simões Gobbi**, Secretario Municipal y  
Coordinador Local del Programa Monumenta  
*Prefeitura de Ouro Preto – Secretaria de  
Patrimônio e Desenvolvimento Urbano*

**José Moreira de Souza**, Investigador  
*Escola de Governo de la Fundação João  
Pinheiro*

**Jurema Machado**, Coordinadora de Cultura  
*Unesco – Representação en Brasil*

**Leonardo Barreto de Oliveira**,  
Superintendente Regional  
*13ª Superintendência Regional del IPHAN en  
Minas Gerais*

**Luiz Fernando de Almeida**, Presidente  
*Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico  
Nacional del Ministério da Cultura –  
IPHAN/MinC*

**Mara Flora Lottici Krahl**, Coordinadora  
General de Segmentación  
*Departamento de Estruturação, Articulação e  
Ordenamento Turístico  
Secretaria Nacional de Políticas de Turismo del  
Ministério do Turismo*



---

**Marcia Sant'Anna**, Directora del  
*Departamento de Patrimônio Imaterial*  
*Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico*  
*Nacional del Ministério da Cultura –*  
*IPHAN/MinC*

**Marília Machado Rangel**, Técnica  
*Instituto Estadual do Patrimônio Histórico e*  
*Artístico de Minas Gerais – IEPHA/MG*

**Mauro Werkema**, Asesor del Gabinete  
Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado  
de Minas Gerais

**Rohey Flavio Ribeiro**, Jefe del Núcleo de  
Estudios, Investigaciones e Informaciones  
*Instituto Estrada Real – IER*

**Tânia Brizolla**, Directora del *Departamento de*  
*Estruturação, Articulação e Ordenamento*  
*Turístico*  
Secretaria Nacional de Políticas de Turismo del  
*Ministério do Turismo*

**Tânia Machado**, Presidente  
*Instituto Centro de Capacitação e Apoio ao*  
*Empendedor – Mãos de Minas*

**Thays Pessotto Zugliani**, Coordinadora  
General de Promoción del Patrimonio Cultural  
*Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico*  
*Nacional del Ministério da Cultura –*  
*IPHAN/MinC*

**Vittório Lanari Júnior**, Secretario Municipal  
*Prefeitura de Ouro Preto – Secretaria de*  
*Turismo, Indústria e Comércio/Secretaria de*  
*Cultura e Patrimônio*



## EN ESPAÑA

**Ana Sanchez**, Coordinadora del 1% Cultural  
Ministerio de Cultura

**Ángel Panero Pardo**, Director de la Oficina  
Técnica  
Consortio de Santiago

**Antonio Muñoz Martínez**, Director de  
Planificación y Ordenación Turística  
Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de  
la Junta de Andalucía

**Antonio Ramo**, Gerente  
Turismo de Córdoba Patronato Provincial

**Anxel Viña Carregal**, Redactor del Plan  
General de Ordenación de Santiago de  
Compostela  
Redactor del Plan Especial de la Ciudad  
Histórica  
Redactor de la Revisión del Plan General  
vigente  
*Oficina de Planeamento, S.A.*

**Carlos Moreno Moragas**, Jefe del Centro de  
Formación y Difusión  
Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico –  
IAPH  
Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía

**Carlos Sanchez**, Técnico del Área de Difusión  
del Servicio de Investigación  
Dirección General de Bienes Culturales  
Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía

**Dolores Brandis**, Profesora Titular e  
Investigadora  
Grupo de Investigación “Turismo, Patrimonio y  
Desarrollo”  
Departamento de Geografía Humana  
Universidad Complutense de Madrid

**Felipe Arias Vilas**, Director General de  
Patrimonio Cultural  
*Consellería de Cultura e Deporte*  
Xunta de Galicia

**Flavia Ramil**, Jefa de área de Turismo y  
Promoción  
Turismo de Santiago de Compostela

**Florencio J. Aspás Jiménez**, Jefe del Área de  
Planificación del Departamento de Protección  
Dirección General de Bienes Culturales  
Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía

**Francisco Daroca Bruno**, Redactor del Plan  
Especial del Centro Histórico de Córdoba



Coordinador del Área de Rehabilitación  
Concertada Ajerquía Norte  
Oficina de la Junta de Andalucía/Ayuntamiento  
de Córdoba

**Francisco Cariacedo Doce**, Director-Gerente  
Fundación *Cidade da Cultura* de Galicia

**Francisco Redondo**, Director de Información  
Turística  
Consortio de Turismo de Córdoba

**Gabriel Ferreras Romero**, Técnico del  
Servicio de Investigación del Centro de  
Intervención  
Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico –  
IAPH  
Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía

**Gervasio Fernández Riol**, Gerente  
Consortio de Toledo

**Gorka Lerchundi Rebollo**, Técnico  
Departamento de Promoción Turística y  
Comercialización  
Turismo de la Provincia de Sevilla  
Diputación de Sevilla

**Gracia Peregrin**, Jefe del Centro Municipal de  
Recepción Turística  
Turismo Ciudad de Granada  
Ayuntamiento de Granada

**Ignacio Álvarez Ahedo**, Jefe de Planificación y  
Licencias del Área de Urbanismo  
Ayuntamiento de Toledo

**Inmaculada de la Rosa Casín**, Técnica  
Departamento de Promoción Turística y  
Comercialización  
Turismo de la Provincia de Sevilla  
Diputación de Sevilla

**Javier Fernández Muñoz**, Arquitecto de la  
Oficina  
*Oficina Municipal da Cidade Histórica e de  
Rehabilitación*/Concejalía de Casco Histórico,  
Urbanismo y Patrimonio

**José Carlos Cuerda**, Asesor  
Gerencia Municipal de Urbanismo  
Ayuntamiento de Sevilla

**José Castillo Ruiz**, Profesor Titular  
Departamento de Historia del Arte  
Universidad de Granada

**José Luis Villegas Zea**, Director del Plan  
Estratégico

Ayuntamiento de Córdoba

**José Manuel Villanueva**, Gerente  
Consortio de Santiago

**José María Cabeza Méndez**, Director  
Patronato del Real Alcázar y Casa Consistorial  
de Sevilla

**Juan Manuel Becerra García**, Jefe del  
Servicio de Protección del Patrimonio Histórico  
Dirección General de Bienes Culturales  
Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía

**Juan Manuel Segura Bueno**, Director de  
Servicio  
Fundación Albaicín

**Julia Saiz-Pardo**, Jefe del Departamento de  
Difusión  
Fundación El Legado Andalusi

**Kurt Grötsch**, Director  
Museo del Baile Flamenco

**Manel Miro Alaix**, Especialista  
*STOA – Patrimoni, Turisme i Museografia*

**Manuel de la Calle Vaquero**, Profesor e  
Investigador  
Grupo de Investigación “Turismo, Patrimonio y  
Desarrollo”  
Departamento de Geografía Humana  
Universidad Complutense de Madrid

**Manuel Muñoz**, Director de Marketing  
Turismo Andaluz S.A.

**Manuel Pérez Pérez**, Coordinador  
Proyecto Córdoba 2016 - Oficina Capitalidad  
Cultural Europea  
Ayuntamiento de Córdoba

**María del Carmen Barroso Barrero**, Jefe de  
Área de Planes Turísticos  
Subdirección General de Calidad e Innovación  
Turísticas  
Secretaría General de Turismo  
Ministerio de Industria, Turismo y Comercio

**María del Mar Villafranca Jiménez**, Directora  
Patronato de la Alambra y Generalife  
Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía

**María García Hernández**, Profesora e  
Investigadora  
Grupo de Investigación “Turismo, Patrimonio y  
Desarrollo”  
Departamento de Geografía Humana



---

Universidad Complutense de Madrid

**Marian Capon**, Técnica  
Consortio Turismo de Sevilla  
**Martín Torres Márquez**, Director Académico  
Escuela Superior de Turismo de Córdoba

**Miguel Ángel Troitiño Vinuesa**, Catedrático  
de Geografía Humana  
Grupo de Investigación “Turismo, Patrimonio y  
Desarrollo”  
Departamento de Geografía Humana  
Universidad Complutense de Madrid

**Nicolás Torices Abarca**, Técnico en  
Patrimonio Histórico  
Instituto Municipal de Rehabilitación del  
Ayuntamiento de Granada

**Paloma Acuña Fernández**, Directora General  
Real Fundación de Toledo

**Paloma Gutiérrez Paz**, Jefa de la Oficina de la  
Concejalía de Turismo  
Ayuntamiento de Toledo

**Pedro Caro González**, Gerente de la Oficina de  
Gestión del Centro Histórico  
Ayuntamiento de Córdoba

**Pilar Lázaro**, Jefe del Área de Referencia  
Archivo General de Indias

**Rafael Pérez de la Concha Camacho**, Jefe de  
la Unidad de Turismo y Patrimonio de la  
Humanidad  
Ayuntamiento de Córdoba

**Ricardo Blanco Portillo**, Jefe de área de  
Cooperación Interempresarial  
Subdirección General de Calidad e Innovación  
Turística  
Secretaría General de Turismo  
Ministerio de Industria, Turismo y Comercio

**Román Fernández Baca-Casares**, Director  
Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico –  
IAPH  
Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía

**Susana Torres Torres**, Jefe de Planificación  
Estratégica  
Paradores

**Virginia Luque**, Profesora del Taller de  
Empleo Cultura-Desarrollo-Territorio  
Instituto Municipal de Desarrollo Económico y  
Empleo de Córdoba

**Xavier Valiño García**, Subdirector General de  
Ordenación del Turismo  
*Consellería de Innovación e Industria*  
Xunta de Galicia

**Xosé M. Santos Solla**, Director  
Centro de Estudos e Investigacións Turísticas  
Universidade de Santiago de Compostela



## **B**IBLIOTECAS Y CENTROS DE DOCUMENTACIÓN CONSULTADOS

**Biblioteca Aloísio Magalhães, del  
IPHAN/MINC**

SBN, Edf. Central Brasília, 2º Subsolo  
Brasília, DF – BRASIL  
CEP. 70.040-904

**Biblioteca Complutense de la Facultad de  
Geografía e Historia de la UCM**

Calle Profesor Aranguren, s/n, Campus de  
Moncloa  
Madrid – ESPAÑA  
CP. 28040

**Biblioteca del Centro de Documentación del  
IAPH**

Camino de los Descubrimientos, s/n  
Sevilla – ESPAÑA  
CP. 41092

**Biblioteca del Centro de Excelencia en  
Turismo/UnB**

Campus Universitário Darcy Ribeiro  
Gleba A, Asa Norte  
Brasília, DF – BRASIL  
CEP. 70.910-900

**Biblioteca del Instituto del Patrimonio  
Histórico Español – IPHE**

Calle El Greco, 4, Ciudad Universitaria  
Madrid – ESPAÑA  
CP. 28040

**Centro de Documentación de la Consejería  
de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta  
de Andalucía**

Calle Juan Antonio de Vizarrón, s/n, Edf. Torre  
Triana, Isla de la Cartuja  
Sevilla – ESPAÑA  
CP. 41092

**Centro de Documentación de la OMT**

Calle Capitán Haya, 42  
Madrid – ESPAÑA  
CP. 28020

**Centro de Documentación de Turespaña**

Calle José Lázaro Galdiano, 6  
Madrid – ESPAÑA  
CP. 28071

**Centro de Documentación del Ministerio de  
Cultura**

Plaza del Rey, 1  
Madrid – ESPAÑA  
CP. 28004

**Centro de Documentación de la  
Representación de la Comisión Europea en  
España**

Paseo de la Castellana, 46  
Madrid – ESPAÑA  
CP. 28046



## **A**CTIVIDADES COMPLEMENTARIAS A LA INVESTIGACIÓN DESARROLLADAS

### **ACTIVIDADES PREVIAS A LA INVESTIGACIÓN EN BRASIL**

#### **Curso de Postgrado en Sistemas Turísticos**

Centro de Excelência Turística da  
Universidade de Brasília.  
Brasília - Brasil  
24.04 a 11.05.06  
Realización del Curso

#### **Festival de Inverno de Ouro Preto e Mariana**

20 a 23.07.2006  
Ouro Preto – Brasil  
Asistencia al Festival

#### **12º Congresso Brasileiro de Folclore**

Comissão Nacional de Folclore/Comissão  
Norte-Rio Grandense de Folclore  
Natal - Brasil  
29.08 a 01.09.2006  
Asistencia al Congreso

#### **Curso-Taller sobre Folclore e Turismo Cultural**

Comissão Nacional de Folclore/Comissão  
Norte-Rio Grandense de Folclore  
Natal - Brasil  
30.08 a 01.09.2006  
Realización del Curso

#### **1º Encontro Nacional de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil**

Ministério do Turismo  
Conselho Nacional de Turismo  
Câmara Temática de Regionalização  
Brasília - Brasil  
17 a 18.10.2006  
Asistencia al Encuentro

#### **Mesa Especial do Plano Nacional de Cultura – PNC sobre “Cultura e Turismo”**

Ministério da Cultura  
Secretaria de Políticas Culturais  
Brasília - Brasil  
26.10.2006  
Coordinación Técnica

### **ACTIVIDADES DESARROLLADAS EN ESPAÑA**

#### **FITUR 2007 – Feria Internacional de Turismo**

Instituto Ferial de Madrid – IFEMA  
Madrid – Espana  
02 a 04.02.2007  
Visita Técnica a la Feria



**Curso-Taller de “Capacidad de Acogida Turística en Destinos y Espacios Patrimoniales”**

Universidad Complutense de Madrid/  
Asociación Española de Gestores de Patrimonio Cultural – AEGPC/Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico – IAPH  
Sevilla – España  
12 a 14.02.2007  
Realización del Curso

**Plan Estratégico de Granada 2007**

Consejo Social de la ciudad de Granada  
Granada – España  
13.04.2007  
Asistencia a la presentación del Plan

**FERANTUR 2007 – Feria Andaluza de Turismo y Desarrollo Rural**

Palacio de Exposiciones y Congresos de Sevilla  
– FIBES  
Sevilla – España  
22 a 25.03.2007  
Visita Técnica a la Feria

**Jornadas Técnicas de presentación del Proyecto Europeo PICTURE – Pro-Active**

Managment of the Impact Cultural Tourism Upon Urban Resources and Economies  
Universidad de Liège y  
Universidad Autónoma de Madrid  
Madrid – España  
25.04.2007  
Asistencia a las Jornadas

**I Congreso Nacional de Planificación, Dinamización y Calidad en Destinos Turísticos**

Sala de Actos de la Diputación Provincial de Córdoba  
Córdoba – España  
03 a 04.05.2007  
Asistencia

**Curso “Interpretación del Patrimonio, una disciplina para comunicar e inspirar”**

Asociación para la Interpretación del Patrimonio Cultural – AIP/Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico – IAPH  
Huelva – España  
07 a 11.05.2007  
Realización del Curso

**Jornadas sobre “Rehabilitación y Conservación del patrimonio histórico y urbano en pequeños y mediados municipios: turismo y desarrollo rural”**

Sede da la Federación Española de Municipios y Provincias – FEMP

Madrid – España  
06 a 08.06.2007  
Realización de las Jornadas

**Curso sobre “La Gestión del Patrimonio Mundial”**

Ministerio de Cultura  
Dirección General de Bellas Artes y Bienes Culturales  
Subdirección General de Protección del Patrimonio Histórico  
Madrid – España  
15 a 26.10.2007  
Realización del Curso

**Jornadas sobre “Gestión Turística de Edificios Históricos”**

Fundación de Casas Históricas y Singulares  
Fundación Caja Madrid  
Ministerio de Industria, Turismo y Comercio  
Madrid – España  
11 a 12.12.2007  
Asistencia a las Jornadas



## BIBLIOGRAFÍA

AA.VV. (s.f.): Caminhos Geraes. Ouro Preto. Vila Rica da Humanidade. Ouro Preto.

ACHMG (s.f.): [22-11-07]. Associação das Cidades Históricas de Minas Gerais. <<http://www.cidadeshistoricasmg.com.br/>>

AJUNTAMENT DE PALMA. (2007a): [22-11—07]. Ajuntament de Palma. Palma 365. Cultura. Tota tan a prop. <<http://www.palmademallorca.es/>>

AJUNTAMENT DE PALMA. (2007b): Palma 365. Cultura. Palma.

ALCONCHEL, G. (2007): “Agencia Andaluza para el desarrollo del Flamenco” En Revista Cultura. 03, Año 2, Junta de Andalucía/Consejería de Cultura, Sevilla, pp. 24-27.

ANCSA (1970): Per una revisione critica del problema dei Centri Storici. Atti del Seminario di Studio dell’ANCSA, Gubbio.

BOJA (1991) Ley nº 1: Ley de Patrimonio Histórico de Andalucía. 3 de julio de 1991.

ARANTES, A. A. y BRITO, M. (2005): A preservação do patrimônio cultural no Brasil. Texto elaborado para a Conferência Nacional de Cultura. Ministério da Cultura/IPHAN, Brasília.

ASHWORTH, G. J. (2003): “La Ciudad Histórico-Turística: desarrollo y sostenibilidad” En Patronato Provincial de Turismo de Granada. Desarrollo Turístico Integral de Ciudades Monumentales. Congreso Internacional. Granada, pp. 291-311.

ASN. (2007): [25-11-07]. Seminário em Minas debate turismo e patrimônio. Empresários discutem sobre a realidade e a potencialidade da atividade turística no Circuito do Ouro Preto. Notícia en 22.11.07. <<http://clipmail2.interjornal.com.br/>>

ATLANTE (2005a): Desarrollo Turístico Sostenible en Ciudades Históricas. Ayuntamiento de Santiago de



Compostela/Ayuntamiento de Lugo.  
Santiago de Compostela.

ATLANTE (2005b): Modelos de Gestión: soluciones institucionales para las ciudades históricas; Modelos de Gestão: soluções institucionais para as cidades históricas. Ayuntamiento de Santiago de Compostela/Câmara Municipal do Porto. Santiago de Compostela.

ATLANTE (2005c): Promoción Turística conjunta de ciudades atlánticas “Patrimonio de la Humanidad”. Ayuntamiento de Lugo/Universidad de Santiago de Compostela. Santiago de Compostela.

AYUNTAMIENTO DE CÓRDOBA.  
(2007): Córdoba en mayo 2007. Córdoba.

AYUNTAMIENTO DE CÓRDOBA.  
(s.f.a): 10 razones para llegar al 2016 con buena nota. Córdoba.

AYUNTAMIENTO DE CÓRDOBA.  
(s.f.b): Córdoba 2016. Ciudad Europea de la Cultura. ¿Qué es? Córdoba.

AYUNTAMIENTO DE CÓRDOBA.  
(s.f.c): Proyecto Concienciación del Patrimonio dirigido a los niños y niñas de Córdoba. Dirección de Cultura, Turismo, Educación e Infancia. Córdoba.

AYUNTAMIENTO DE CÓRDOBA/  
GERENCIA MUNICIPAL DE  
URBANISMO, 2003. Plan Especial de  
Protección del Conjunto Histórico de  
Córdoba. Córdoba.

AYUNTAMIENTO DE GRANADA  
(2006): Granada. Guía de Recursos  
Turísticos. Cultura, Turismo, Tradición y  
Gastronomía 2006. Granada.

AYUNTAMIENTO DE SEVILLA. (2006):  
Plan de Ordenación Urbanística de Sevilla.  
2006. Sevilla.

AYUNTAMIENTO DE SEVILLA. (s.f.):  
Pacto por el turismo de Sevilla. Sevilla.

AYUNTAMIENTO DE TOLEDO ET  
ALL. (2000). Todelo y su futuro. El Plan  
Especial del Casco Histórico. Toledo.

BANDARIN, F. (2005): “Prólogo”. En  
Pedersen, A. Gestión del turismo en sitios  
del Patrimonio Mundial: Manual práctico  
para administradores de sitios del  
Patrimonio Mundial. Centro del  
Patrimonio Mundial de la UNESCO, Paris.

BENI, M. C. (2006): Análise estrutural do  
Turismo. Ed. Senac, 11ª Edición, Revista y  
Atualizada, São Paulo.

BNB (2005a): Relatório Final de Projeto.  
*Project Completion Report – PCR*.  
Programa De Desenvolvimento Do  
Turismo No Nordeste. Primeira Fase.  
Prodetur/NE I. Memorando do Banco do  
Nordeste do Brasil S.A. Órgão Executor.  
Empréstimo 841/OC-BR. Projeto BR-0204.  
Apresentado ao Banco Interamericano de  
Desenvolvimento (BID). Fortaleza.

BNB (2005b): Relatório Final de Projeto.  
*Project Completion Report – PCR*.  
Programa De Desenvolvimento Do  
Turismo No Nordeste. Primeira Fase.  
Prodetur/NE I. Memorando do Banco do  
Nordeste do Brasil S.A. Órgão Executor.  
Empréstimo 841/OC-BR. Projeto BR-0204.  
Apresentado ao Banco Interamericano de  
Desenvolvimento (BID). Anexos do  
Memorando do Executor. Fortaleza.

BNB. (s.f.): [06-09-07]. Prodetur.  
Apresentação. Ampliando as atividades  
turísticas do Nordeste.<<http://www.bnb>.

BÓVEDA FARRÉ, M. (2000): “El turismo  
cultural en La Unión Europea: dimensión y  
significado”. En Fundación del Patrimonio  
Histórico de Castilla y León. Turismo  
Cultural: el patrimonio histórico como  
fuente de riqueza. Valladolid, pp. 53-67.

BRASIL (1991) Lei nº 8.313: Restabelece  
os princípios da Lei nº 7.505/1986, institui  
o Programa Nacional de Apoio à Cultura –  
PRONAC e dá outras providências. Diário  
Oficial da União. 24 de dezembro de 1991.



BRASIL. (1937) Decreto-Lei nº 25: Organiza a proteção do patrimônio histórico e artístico nacional. Diário Oficial da União. 06 de dezembro de 1937.

BRASIL. (2001) Lei nº 10.257: Regulamento os arts. 182 e 183 da Constituição Federal, estabelece diretrizes gerais da política urbana e dá outras providências. Diário Oficial da União. 10 de julho de 2001.

BRASIL. (2006) Decreto nº 5.761: Regulamenta a Lei nº 8.313/1991, estabelece a sistemática de execução do Programa Nacional de Apoio à Cultura – PRONAC e dá outras providências. Diário Oficial da União. 28 de abril de 2006.

BRITO, M. (1992): Gestión de Núcleos Históricos: un caso de Administración, Financiación y Programación de la Actuación Urbanística. Universitat Politècnica de Catalunya. E.T.S. Arquitectura de Barcelona. Tesis Doctoral. Barcelona.

BRITO, M. (1998): “Gerenciamento de Núcleos Históricos: gestão do desenvolvimento versus gestão da estagnação” En GDF. SCE/DePHA. A Construção da Cidade. Brasília, pp. 98-113.

BRITO, M. (2002): Pressupostos da Reabilitação Urbana de Sítios Históricos no Contexto Brasileiro. En IPHAN. Anais do Seminário Internacional de Reabilitação Urbana de Sítios Históricos. Brasília.

BRITO, M. (2004a): “Eu preservo, tu preservas, ele preserva...modos e jeitos de fazer” En Chronica Brasil. Anais dos Tempos de Agora. 3 (set). Goiânia, p. 24.

BRITO, M. (2004b): “Gestão compartilhada do patrimônio cultural urbano” En Chronica Brasil. Anais dos Tempos de Agora. 2 (ago). Goiânia, p. 27.

BRITO, M. (2004c): “Gestão compartilhada: os Planos de Preservação de Cidades Históricas”. En ICBC. Anais do 1º Encontro Nacional do Ministério Público na

Defesa do Patrimônio Cultural. Goiânia, pp. 139-146.

BRITO, M. (2004d): O Plano de Preservação de Sítios Históricos Urbanos: um instrumento para a gestão compartilhada do patrimônio cultural urbano. Fórum de Cidades Patrimônio Mundial: Turismo, Cultura e Desenvolvimento. São Luís.

BRITO, M. (2006a): Construcción de indicadores de conservación y gestión de ciudades históricas inscritas en la Lista del Patrimonio Mundial. Aproximaciones iniciales. Sevilla.

BRITO, M. (coord.) (2005): Plano de Preservação Sítio Histórico Urbano. Termo Geral de Referência. IPHAN. Ministério da Cultura, Ed. revisada e aumentada, Brasília. BRITO, M. (coord.). (2006b): Relatório da Oficina Especial do Plano Nacional de Cultura. Tema: “Cultura e Turismo”. Ministério da Cultura. Brasil. Brasília.

BRITO, M. ET AL. (2006a): Conhecimento dos ambientes do Sistema Turístico de Ouro Preto como Destino e os relacionamentos estratégicos entre os seus atores sociais. Trabalho de Avaliação. Centro de Excelência em Turismo/ Universidade de Brasília. Brasília.

BRITO, M. ET AL. (2006b): Mapeamento de Elementos que fazem parte do Sistema Turístico de Ouro Preto Como Destino Turístico. Trabalho de Avaliação. Centro de Excelência em Turismo/ Universidade de Brasília. Brasília.

BURNS, P. M. (2002): Turismo e Antropologia: uma introdução. Trad. Dayse Batista, Ed. Chronos, Coleção Tours, São Paulo.

CALLE VAQUERO, M. (1999): Incidencias económicas y funcionales del turismo en las ciudades históricas. Universidad Complutense de Madrid. Facultad de Geografía e Historia. Departamento de Geografía Humana. Tesis Doctoral. Madrid.



CALLE VAQUERO, M. (2002): La Ciudad Histórica como destino turístico. Editorial Ariel, Barcelona.

CAMAREDO IZQUIERDO, C. y GARRIDO SAMANIEGO, M. J. (2004): Marketing del patrimonio cultural. Ed. Pirámide y ESIC Editorial, Madrid.

CASA DE LUCIO COSTA (s.f.): Lucio Costa. Presentación Powerpoint. s.l.

CASTILLA-LA MANCHA. (1990) Ley nº 4: Ley de Patrimonio Histórico de Castilla-La Mancha. Diario Oficial de Castilla-La Mancha. 13 de junio de 1990.

CATEDRAL DE MALLORCA. (2007): [22-11-07]. Catedral de Mallorca. <<http://www.catedraldemallorca.org/>>

CAZES, G. (1998): “La renovación del Turismo Urbano. Problemática de Investigación”. En Marchena Gómez, M. (ed.) Turismo urbano y patrimonio cultural. Una experiencia europea. Colección Documentos. Diputación de Sevilla. Turismo de Sevilla, Patronato Provincial. Sevilla.

CEE. (1997): Acuerdo de Colaboración para el Plan Nacional de Catedrales. Boletín Oficial de la Conferencia Episcopal Española. Marzo de 1997.

CEHOSCA. (2007): “As festas gastronómicas de Galicia uniránse en Santiago na primeira semana de xullo”. Em Periódico de la Confederación de Empresários de Hostelería de Galicia. Ano I, junio, nº 001. Santiago de Compostela.

CEPAL (1994): [21-11-07]. Proyecto de Gestión Urbana en Ciudades Intermedias en América Latina y el Caribe. Estudio de caso: Ouro Preto. < <http://www.eclac.org/dmaah/gucif/opragh.htm>>

CET/SETC. ESPAÑA (2006): Horizonte 2020 del Turismo Español. Documento Base. Turismo 2020. Plan del Turismo Español 2020. Madrid.

CHALINE, C. (1981): La Dinámica Urbana. Instituto de Estudios de Administración Local. Madrid.

CHIAS MARKETING. (2005a): Plano Cores do Brasil. Marketing Turístico Nacional. Apresentação. São Paulo.

CHIAS MARKETING. (2005b): Plano Cores do Brasil. Marketing Turístico Nacional. Fase II e III – Estratégias e Plano Operacional. São Paulo.

CHIAS MARKETING. (s.f.): Plano Aquarela. Marketing Turístico Internacional do Brasil. Ministério do Turismo, Embratur. São Paulo.

COAS/FIDAS/AYUNTAMIENTO DE SEVILLA. (2006): Invictro. El concurso de la arquitectura en la ciudad histórica. Sevilla.

COMISIÓN EUROPEA (2002): Construir la Europa de los pueblos. La Unión Europea y la cultura. Bruselas.

COMISIÓN EUROPEA (2003): Orientations de base pour la durabilité du tourisme européenne. Communication de la Commission 716. Bruselas.

COMISIÓN EUROPEA (2004): Al servicio de las regiones. Unión Europea. Política Regional. Bruselas.

COMISIÓN EUROPEA (2006): Une nouvelle politique européenne du tourisme: renforcer le partenariat pour le tourisme en Europe. Communication de la Commission 134. Bruselas.

COMISIÓN EUROPEA/REP. ESPAÑA. (2006): “Información sobre Políticas Comunitarias.” En Unión Europea. Dígame! Guía de Información Europea en España. 16ª Edición. Madrid.

CONCELLO DE SANTIAGO. (s.f.): OCiHR. Oficina Municipal da Cidade Histórica e de Rehabilitación. Arquitectura. Arqueología. Información. Rehabilitación. Subvencións. Axudas. Licenzas. O Concello de Santiago pon en marcha a



OCiHR para renovar Santiago entre todos.  
Santiago de Compostela.

CONSEJO SOCIAL DE LA CIUDAD DE GRANADA/AYUNTAMIENTO DE GRANADA. (2007): Plan Estratégico de Granada 2007. Documento Marco. Cultura, Ingenio, Vida. Granada.

CONSORCIO DE SANTIAGO y USC/PsiCOM. (2007): Avaliação das Políticas Públicas do Consorcio de Santiago de Compostela (1992-2006). Santiago de Compostela.

CONSORCIO DE SANTIAGO. (2003): Memoria de Actividades del Consorcio de la Ciudad de Santiago en el año 2003. Santiago de Compostela.

CONSORCIO DE SANTIAGO. (2004): Real Patronato de la Ciudad de Santiago de Compostela. Programación 2004-2013. Santiago de Compostela.

CONSORCIO DE SANTIAGO. (2006): [24-11-07]. Consorcio de Santiago. <<http://www.consorcio-santiago.org/>>

CONSORCIO DE SANTIAGO. (2007): Presupuesto de Gastos por Programas. Santiago de Compostela.

CONSORCIO DE TOLEDO. (2002): Consorcio de Toledo. Reales Decretos de constitución y organización del Real Patronato de la Ciudad de Toledo. Estatutos del Consorcio. Reglamento de Organización y Régimen Jurídico de la Comisión Ejecutiva. Toledo.

CONSORCIO DE TOLEDO. (2003-2004): [26-11-07]. Consorcio de Toledo. <<http://www.consorcioletoledo.com/>>

CONSORCIO DE TOLEDO. (2007): Consorcio de Toledo. Memoria 2006. Toledo.

CONSORCIO DE TOLEDO. (s.f.): Descubra otro Toledo. Rutas del Patrimonio Desconocido. Toledo.

CONSORCIO TURISMO DE SEVILLA. (2004): Calles con Sabor. Sevilla.

CONSORCIO TURISMO DE SEVILLA. (2006): Balance anual de 2006 del Turismo de Sevilla. El Ayuntamiento informa. Indicadores turísticos de la Ciudad de Sevilla. Sevilla.

CONSORCIO TURISMO DE SEVILLA. (2007): Anuario. Consorcio Turismo de Sevilla. Año 2006. Sevilla.

CONSORCIO TURISMO DE SEVILLA. (s.f.a): Guía de Turismo Accesible de Sevilla. Sevilla para todos. Sevilla.

CONSORCIO TURISMO DE SEVILLA. (s.f.b): Guía turística de Sevilla. Sevilla.

CONSORCIO TURISMO DE SEVILLA. (s.f.d): Plan de Desarrollo Turístico de Sevilla. Vol. I y II. Sevilla.

CONSORCIO TURISMO DE SEVILLA. (s.f.c): Pacto por el turismo de Sevilla. Sevilla.

CORTES PUYA, Trinidad. (2001): Recuperación del Patrimonio Cultural Urbano como Recurso Turístico. Universidad Complutense de Madrid. Facultad de Geografía e Historia. Departamento de Geografía Humana. Tesis Doctoral. Madrid.

CPM/UNESCO. (2005): Textos Fundamentais da Convenção do Património Mundial de 1972. Paris.

CPM/UNESCO. (2006): Textos Básicos de la Convención del Patrimonio Mundial de 1972. Paris.

CS/AYUNTAMIENTO DE GRANADA. (2007): Plan Estratégico de Granada. Documento Marco. Granada.

CVC. (s.f.): [10-11-07]: CVC. <[http://www.cvc.com.br/site/\\_destinos](http://www.cvc.com.br/site/_destinos)>  
DE FRANCISCO, C. (coord.) (2006): Sevilla. Guía. Ediciones Aldeasa, Sevilla.

DONAIRE, J. A. (1998): La geografía del turismo después del fordismo. Turistas en las fábricas, turistas en los centros comerciales. En Territórios do lazer e do turismo. Ediciones Afrontament. Porto.



- DUARTE, R. (2005): Novas abordagens do tombamento federal de sítios históricos – política, gestão e transformação: a experiência cearense. Universidade de São Paulo. Faculdade de Arquitetura e Urbanismo. Mestrado em Planejamento Urbano. Dissertação. São Paulo.
- DUTRA, O. (2004): Apresentação. En MCidades: Plano Diretor Participativo. Guia para a elaboração pelos Municípios e Cidadãos. Brasília.
- VILLA-REAL, R. (1997): La Alhambra contada a los niños. Ediciones Miguel Sánchez, C. B. Granada.
- LAMILLAR, J. (2000): El Alcázar contado a los niños. Ediciones Miguel Sánchez, C. B. Granada.
- BAENA ALCÁNTARA, M .D. (2000): La Mezquita de Córdoba contada a los niños. Ediciones Miguel Sánchez, C. B. Granada.
- AGUADO MOLINA, M. (2003): Toledo contado a los niños. Ediciones Miguel Sánchez, C. B. Granada.
- EDILUX (2002): Alhambra de perto. Guia Visual da Visita à Alhambra e ao Generalife. Versão portuguesa. Granada.
- EJARQUE, J. (2005): Destinos turísticos de éxito. Diseño, creación, gestión y marketing. Ediciones Pirámide, Madrid.
- EMBRATUR. (2002): Municípios Turísticos. Deliberação Normativa nº 432, de 28 de novembro de 2002. Brasília.
- ESPAÑA (2001) Convenio de Colaboración entre el Ministerio de Economía, la Consejería de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía, el Ayuntamiento de Córdoba y la Confederación de Empresarios de Córdoba, para el desarrollo de un Plan de Excelencia Turística en Córdoba. Madrid. 01 de diciembre de 2001.
- ESPAÑA (2005) Orden del Ministerio de Cultura nº 596: Dispone la publicación del Acuerdo de la Comisión Interministerial para la coordinación del uno por cien cultural, por el que adoptan los criterios de coordinación de la gestión del uno por cien cultural. Boletín Oficial del Estado. 15 de marzo de 2005.
- ESPAÑA (2006): Orden del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio nº 1763: Regula la declaración de fiestas de interés turístico nacional e internacional. Boletín Oficial del Estado. 07 de junio de 2006.
- ESPAÑA (2007) Ley nº 8: Ley de Suelo. Boletín Oficial del Estado. 29 de mayo de 2007.
- ESPAÑA. (1976) Real Decreto nº 1346: Texto Refundido de la Ley sobre Régimen del Suelo y Ordenación Urbana. Boletín Oficial del Estado. 09 de mayo de 1976.
- ESPAÑA. (1978) Real Decreto nº 2159: Reglamento de Planeamiento para el desarrollo y aplicación de la Ley del Suelo. Boletín Oficial del Estado. 23 de junio de 1978.
- ESPAÑA. (1985) Ley nº 16: Ley de Patrimonio Histórico Español. Boletín Oficial del Estado. 29 de junio de 1985.
- ESPAÑA. (1990) Ley nº 4: Ley de Presupuestos Generales del Estado para 1990. Boletín Oficial del Estado. 30 de junio de 1990.
- ESPAÑA. (1992) Real Decreto Legislativo nº 1: Texto Refundido de la Ley sobre Régimen del Suelo y Ordenación Urbana. 30 de junio de 1992.
- ESPAÑA. (1998) Ley nº 6: Ley sobre Régimen del Suelo y Valoraciones. Boletín Oficial del Estado. 14 de abril de 1998.
- ESTANISLAU, L. A. y NUNES, J. W. (1987): ProMemória do Matadouro de Peixinhos. Fundação Nacional PróMemória/Centro Nacional de Referência Cultural, Brasília.
- ESTEBAN CURIEL, J. (2007): La demanda del turismo cultural y su vinculación con el medio ambiente urbano: los casos de Madrid y Valencia.



Universidad Complutense de Madrid.  
Facultad de Ciencias Políticas y Sociología.  
Instituto Universitario de Ciencias Ambientales (IUCA). Tesis Doctoral.  
Madrid.

FERNADEZ ZAMORA, A. (2006).  
Turismo y Patrimonio Cultural.  
Universidad de Jaén, Jaén.

FUNDACIÓN EL LEGADO ANDALUSÍ.  
(2006): Real Alcázar de Sevilla. Espacio  
para el conocimiento. Sevilla.

FUNDACIÓN EL LEGADO ANDALUSÍ.  
TURISMO ANDALUZ S.A. (2002): Ruta  
del Califato. Itinerario Cultural Europeo.  
Publicaciones Generales. Guías. 2ª Edición.  
Málaga.

FUNDACIÓN EL LEGADO ANDALUSÍ.  
TURISMO ANDALUZ S.A. (s.f.): Ruta del  
Califato. Itinerario Cultural Europeo. Guías  
Prácticas. Rutas. Málaga.

FUNDACIÓN REAL MAESTRANZA DE  
CABALLERÍA DE SEVILLA. (2005):  
Guía de la Casa y Plaza de Toros. Real  
Maestranza de Caballería de Sevilla. 2ª  
Edición revisada y ampliada. Sevilla.

GALICIA (1995) Ley nº 8: Ley de  
Patrimonio Cultural de Galicia. Diario  
Oficial de Galicia. 8 de noviembre de 1995.

GARCÍA HERNÁNDEZ, M. (2000):  
“Turismo y medio ambiente en ciudades  
históricas. De la capacidad de acogida  
turística a la gestión de los flujos de  
visitantes”. En Anales de Geografía de la  
Universidad Complutense. 20. Madrid,  
pp.131-148.

GARCÍA HERNÁNDEZ, M. (2001):  
Turismo y Conjuntos Monumentales:  
Capacidad de Acogida Turística y Gestión  
de Flujos de Visitantes. Universidad  
Complutense de Madrid. Facultad de  
Geografía e Historia. Departamento de  
Geografía Humana. Tesis Doctoral. Madrid.  
GARCÍA HERNÁNDEZ, M. (2003):  
“Gestión de Flujos de Visitantes en las  
Ciudades Monumentales”. En Patronato  
Provincial de Turismo de Granada.

Desarrollo Turístico Integral de Ciudades  
Monumentales. Congreso Internacional.  
Granada, pp. 333-354.

GARCÍA HERNÁNDEZ, M. (2007):  
Cambios recientes en el modelo de  
intervención pública en materia turística a  
escala local. El caso de las Ciudades  
Patrimonio de la Humanidad de España.  
UCM, Madrid. Texto inédito.

GIL CALVO, E. (2006): Ciudadanía y  
espacio público. CERC. Interacción'06.  
Políticas culturales de proximidad.  
Barcelona.  
[gov.br/content/aplicacao/PRODETUR/  
Apresentacao/gerados/apresentacao.asp](http://gov.br/content/aplicacao/PRODETUR/Apresentacao/gerados/apresentacao.asp)>

GOVERNO DE MINAS/MTUR. BRASIL.  
(s.f.a): Minas Gerais. Circuitos Turísticos.  
Bem-vindo! Belo Horizonte.

GOVERNO DE MINAS/MTUR. BRASIL.  
(s.f.b): Pelos caminhos de Ouro Preto.  
Roteiro Turístico. Belo Horizonte.

GREFFE, X. (2003) “¿Es el patrimonio un  
incentivo para el desarrollo?”. En IAPH.  
Boletín del Instituto Andaluz de Patrimonio  
Histórico, nº 42, Sevilla, pp. 43-50.

GRÖTSCH, K. (2005): “Musealizar lo  
imposible – Intangibles”. En Areté  
Documenta, Asociación Española de  
Gestores de Patrimonio Cultural. nº 21:  
Patrimonio Inmaterial(dic). Madrid, pp. 65-  
88.

HALL, C. M. (2004): Planejamento  
Turístico: políticas, processos e  
relacionamentos. Trad. Edite Sciulli, 2ª ed,  
Ed. Contexto, Coleção Turismo Contexto,  
São Paulo.

HOSTELTUR. (2007a): [09-11-07]: El  
Plan Turismo Español Horizonte 2020  
contará con más de 1.500 millones de euros  
anuales. Actualidad y política turística.  
Nacional. < [http://www.hosteltur.com/  
noticias/47588\\_plan-turismo-espanol-  
horizonte-2020-contara-mas-1500-m-  
anuales.html](http://www.hosteltur.com/noticias/47588_plan-turismo-espanol-horizonte-2020-contara-mas-1500-m-anuales.html)>

HOSTELTUR. (2007b): [28-06-07]: La  
Mesa de Directores Generales de Turismo



apueba 17 planes de dinamización en 14 comunidades. Actualidad y política turística. Nacional. <[http://www.hosteltur.com/noticias/43645\\_mesa-directores-generales-turismo-apueba-17-planes-dinamizacion-14-comunidades.html](http://www.hosteltur.com/noticias/43645_mesa-directores-generales-turismo-apueba-17-planes-dinamizacion-14-comunidades.html)>

HUERTAS, F. (1995): Entrevista com Carlos Matus. O Método PES. Trad. Giselda B. Sauveur, Edições Fundap, São Paulo.

IAPH y CPM/UNESCO. (1999): Indicadores para evaluación del estado de conservación de Ciudades Históricas. Comares Editorial, Sevilla.

IBATUR. (2007): [22-11-07]. Illes Balears. <<http://www.illesbalears.es/>>

IBGE. (2007): [31-10-07]: IBGE Cidades@. <<http://www.ibge.gov.br/cidadesat/>>

ICOMOS. (1976): Carta de Turismo Cultural. Seminario Internacional de Turismo Contemporáneo y Humanismo. Bruselas.

ICOMOS. (1999): Carta Internacional de Turismo Cultural. La Gestión del Turismo con Patrimonio Significativo. 12ª Asamblea General. México.

ICOMOS/CB. (1987): Carta de Petrópolis. Princípios básicos para preservação e revitalização de centros históricos. Petrópolis.

ICTE (2007): O Sistema de Calidad Turística Española. Q. Unha Certificación necesaria. Editur, Barcelona.

IDASBRASIL.COM. (s.f.): [25.11.07]. Circuito do Ouro. <<http://www.idasbrasil.com.br/idasbrasil/circuitos/port/ouro.asp>>

INE. (2006): [30-10-07]. INEBase. <<http://www.ine.es/>>

INSTITUTO ESTRADA REAL. BRASIL. (2005): Estrada Real. História, Cultura & Aventura. Série Guias Empresa das Artes

de Turismo no Brasil. Empresa das Artes, São Paulo.

INSTITUTO ESTRADA REAL. BRASIL. (s.f.a): [14-11-07]: <<http://www.estradareal.org.br/>>

INSTITUTO ESTRADA REAL. BRASIL. (s.f.b): Estamos no Caminho certo. Belo Horizonte.

INSTITUTO ESTRADA REAL. BRASIL. (s.f.c): Produção associada ao Turismo. Belo Horizonte.

INSTITUTO ESTRADA REAL. BRASIL. (s.f.d): Café Estrada Real. Belo Horizonte.

IPHAN. (2004a): Cartas Patrimoniais. Isabelle Cury (org.) 3ª Edição rev. e aum. Rio de Janeiro.

IPHAN. (2004b): Diretrizes do Departamento de Patrimônio Material e Fiscalização para o Plano de Ação 2004. Brasília.

IPHAN. (2005): Prêmio Rodrigo Melo Franco de Andrade para ações de preservação do patrimônio cultural brasileiro. Edição 2005. Brasília.

IPHAN. (2006a): Os sambas, as rodas, os bumbas, os meus e os bois. A Trajetória da salvaguarda do patrimônio cultural imaterial no Brasil. 1936/2006. Brasília.

IPHAN. (2006b): Ouro Preto. Inventário Nacional de Bens Imóveis em Sítios Urbanos – INBISU. Mapeamento. Rio de Janeiro.

IPHAN. (2006c): Prêmio Rodrigo Melo Franco de Andrade para ações de preservação do patrimônio cultural brasileiro. 19ª Edição/2006. Brasília.

IPHAN. (2007): [21-11-07]. Prêmio Rodrigo Melo Franco de Andrade. Peça promocional. <<http://www.iphan.gov.br/>>

IPHAN. (s.f.): [31-10-07]. Ouro Preto. Patrimônio Mundial. <<http://www.iphan.gov.br/>>



- IPHE. (2002): El Plan de Catedrales. Bienes Culturales. Revista del Instituto del Patrimonio Histórico Español. Nº 1. Madrid.
- IVARS, J. A. (2003): Planificación turística de los espacios regionales en España. Editorial Síntesis S.A., Agència Valenciana del Turisme. Madrid.
- JANSEN-VERBEKE, M. (1997). "Urban tourism. Managing resources and visitors." En Wahab, Salah y Prigam, John J. (eds). Tourism development and growth: the challenge of sustainability. Routhledge, Londres y Nueva York, pp. 237-256.
- JUNTA DE ANDALUCÍA/CONSEJERÍA DE OBRAS PÚBLICAS Y TRANSPORTES. (2007): Plan de Actuaciones en el Puente Romano y Entornos de la Puerta del Puente y La Calahorra de Córdoba. Sevilla.
- JUNTA DE ANDALUCÍA/CONSEJERÍA DE TURISMO, COMERCIO Y DEPORTE. (2005): Plan Director de Marketing. Andalucía. 06PDM08. Sevilla.
- JUNTA DE ANDALUCÍA/CONSEJERÍA DE TURISMO, COMERCIO Y DEPORTE. (2007): Boletín de Indicadores Turísticos de Andalucía. Nº 44, Junio. Sevilla.
- LONDRES, M. C. (2000): "Referências Culturais: Base para Novas Políticas de Patrimônio." En MINC/IPHAN. Manual de Publicação do Departamento de Identificação e Documentação. Brasília.
- LONDRES, M. C. (1997): O Patrimônio em processo: trajetória da política federal de preservação no Brasil. Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ/Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – IPHAN, Rio de Janeiro.
- LOPES FILHO, H. P. (1990): Uma visão sobre os bens culturais. Do Valor Cultural. FUNDARPE, Recife.
- MACHADO, J. (2001): A Experiência do GAT – Grupo de Assessoramento Técnico. 1993-1996. s.l.
- MALKIN, R. (1999): "Los Pioneros". En UNESCO. Correo de la UNESCO, julio/agosto, Paris, pp. 24-25.
- MARCHENA GÓMEZ, M. (1998): "Patrimonio y Ciudad: nuevos escenarios de promoción y gestión del Turismo Urbano Europeo". En Marchena Gómez, M. (ed.) Turismo urbano y patrimonio cultural. Una experiencia europea. Colección Documentos. Diputación de Sevilla. Turismo de Sevilla, Patronato Provincial. Sevilla.
- MARCOS, A. (2007): "Museo del Baile Flamenco" En Revista Cultura. 02, Año 2, julio. Junta de Andalucía/Consejería de Cultura, Sevilla, pp. 28-29.
- MARTÍN, M. (2003): "Interpretación y otras cuestiones en la planificación turística de las ciudades monumentales" En Patronato Provincial de Turismo de Granada. Desarrollo Turístico Integral de Ciudades Monumentales. Congreso Internacional. Granada, pp. 73-120.
- MARTÍN, M. (2007): "Interpretación del Patrimonio y gestión de recursos culturales para el desarrollo del territorio". En AIP/IAPH. Interpretación del Patrimonio, una disciplina para comunicar e inspirar. Huelva.
- MARTÍNEZ SAIZ, P. (2000): "Las Ciudades Europeas de la Cultura y Compostela 2000" En Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y León. Turismo Cultural: el patrimonio histórico como fuente de riqueza. Valladolid, pp. 325-342.
- MCIDADES. BRASIL. (2004): Plano Diretor Participativo. Guia para a elaboração pelos Municípios e Cidadãos. Brasília.
- MCIDADES. BRASIL. (2005): Plano Diretor Participativo. Brasília.
- MCU. ESPAÑA. (s.f.): [30-10-07]. Patrimonio Mundial en España. <<http://www.mcu.es/patrimonio/MC/PME/BienesDec/BienesDeclarados.html>>



- MENESES, J. N. C. (2006): História & Turismo Cultural. Autêntica Ed., Belo Horizonte.
- MICT. BRASIL (1996): Política Nacional de Turismo: diretrizes e programas 1996-1999. Brasília.
- MILET, V. (1988): A Teimosia das Pedras. Um estudo sobre a preservação do patrimônio ambiental do Brasil. Prefeitura Municipal de Olinda/Mestrado de Desenvolvimento Urbano, Recife.
- MINISTERIO DE FOMENTO. ESPAÑA. (2003): Plan de Catedrales, incluidas las basílicas y colegiats de especial singularidad. Madrid.
- MIRANDA, M. P. S. (2007): Proteção do Patrimônio Cultural. Direito & Justiça, Belo Horizonte.
- MTUR. BRASIL (2003a): Plano Nacional de Turismo. Diretrizes, Metas e Programas. 2003-2007. Brasília.
- MTUR. BRASIL (2003b): Programa Nacional de Regionalização do Turismo. Roteiros do Brasil. Brasília.
- MTUR. BRASIL (2006a): Diretrizes para o desenvolvimento do Turismo Cultural no Brasil (texto inédito). Brasília.
- MTUR. BRASIL (2006b): Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil. Brasília.
- MTUR. BRASIL (2006c): Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil. Roteiros Turísticos para obtenção de padrão de qualidade internacional. Brasília.
- MTUR. BRASIL (2006d): Segmentação do Turismo. Marcos Conceituais. Brasília.
- MTUR. BRASIL (2006e): Turismo Cultural. Orientações Básicas. Brasília.
- MTUR. BRASIL. (2007a): Plano Nacional de Turismo. 2007/2010. Uma Viagem de Inclusão. Brasília.
- MTUR. BRASIL. (2007b): Relatório de Atividades. 2º Salão de Turismo. Roteiros do Brasil. Brasília.
- MTUR. BRASIL. (s.f.): Destinos do Turismo Brasileiro. Desenvolvimento Local e Inclusão Social. Brasília.
- MUSEU DO ORATÓRIO. (s.f.): [13-11-07]. <<http://www.oratorio.com.br/>>
- NATIONAL GEOGRAPHIC. ESPAÑA. (2007): España. Patrimonio de la Humanidad. Edición Especial. RBA. Grupo Editorial. Barcelona.
- OMT. (1993): Definiciones relativas a las estadísticas del turismo. Madrid.
- OMT. (1995): Carta de Turismo Sostenible. Conferencia Mundial de Turismo Sostenible. Lanzarote.
- OMT. (1999), ONU (2001): Código Ético Mundial para el Turismo. Santiago de Chile.
- OMT. (2003): Guia de Desenvolvimento do Turismo Sustentável. Trad. Sandra Netz, Bookman, Porto Alegre.
- OMT. (2005): Indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos. Guía práctica. Madrid.
- OMT. (2007): Declaración de Hammamet. Quinto Foro Internacional para Parlamentarios y Autoridades Locales. Túnez.
- OMT/PNUMA. (2006): Por un turismo más sostenible. Guía para responsables políticos. Madrid/Paris.
- PARADORES. (2007a): [02-10-07] < <http://www.parador.es/>>
- PARADORES. (2007b): Paradores. Memoria Anual. *Anual Report*. 06. Madrid.
- PARADORES. (s.f.a): Paradores-Escuela. Aprender al excelencia. Madrid.



- PARADORES. (s.f.b): Plan Estratégico 04>08. Optimización en la gestión de los recursos. Madrid.
- PATRONATO DE LA ALHAMBRA Y GENERALIFE. (1999): Estudio previo para la revisión del Plan Especial de La Alambra y Alijares. Documento previo de síntesis y diagnóstico. Estudio dirigido por Miguel Ángel Troitiño Vinuesa. Granada.
- PATRONATO DE LA ALHAMBRA Y GENERALIFE. (2007a): Plan Director de La Alhambra. Granada.
- PATRONATO DE LA ALHAMBRA Y GENERALIFE. (2007b): Plan Director de La Alhambra. Documento de Síntesis. Granada.
- PATRONATO DEL REAL ALCÁZAR DE SEVILLA. (2005): El Real Alcázar de Sevilla. Sevilla.
- PEDERSEN, A. (2005): Gestión del turismo en sitios del Patrimonio Mundial: Manual práctico para administradores de sitios del Patrimonio Mundial. Centro del Patrimonio Mundial de la UNESCO, Paris.
- PET TOLEDO. (2005): El Plan de Excelencia Turística de Toledo. 2000-2005. Toledo.
- POON, A. (1993): Tourism Technology and Competitive Strategies. CAB International, Wallingford.
- PREFEITURA DE OURO PRETO. (s.f.): Ouro Preto. História para viver e para contar. Ouro Preto.
- PREFEITURA DE SÃO LUÍS. (s.f.): [22-11-07]. < <http://www.saoluis.ma.gov.br/>>
- PRIBERAM (2007): [14.08.07]. Língua Portuguesa On-line. [web em línea] <http://www.priberam.pt/dlpo/dlpo.aspx>.
- PROGRAMA MONUMENTA/MINC. (s.f.): [19-11-07]: Programa Monumenta. <<http://www.monumenta.gov.br/>>
- RAE. (2007): Diccionario de la Lengua Española. 22ª Edición. Madrid.
- RAMOS ILLAN, J. y ROLDAN VERDEJO, P. J. (1988): “Consideraciones sobre los Valores Histórico y Artístico en los bienes muebles e inmuebles”. En Revista de Derecho Urbanístico. 106 (ene/feb). Madrid, pp. 41-52.
- RANGEL, M. M. (2004): A Municipalização da Proteção do Patrimônio Cultural em Minas Gerais. IEPHA/MG, Belo Horizonte.
- REAL FUNDACIÓN DE TOLEDO. (2007): Memória 2006. Real Fundación de Toledo. Toledo.
- REAL FUNDACIÓN DE TOLEDO. (s.f.): [26-11-07]. <<http://www.realfundaciontoledo.es/html/index.html>>
- ROBINSON, M. (1996): Tourism and Culture. Centre for Travel and Tourism, Newcastle.
- ROCHA, A. (s.f.): “Poesia em suspensão. Sino de bronze, neblina de prata, ouro preto”. En Revista Sagarana. Turismo e Cultura em Minas Gerais. Vereda Jornalismo Ed., nº 22. Belo Horizonte, pp.31-43.
- ROJAS, E. (2004): Volver al Centro: la recuperación de áreas urbanas centrales; con la colaboración de Eduardo Villaescusa y Emiel Wegelin. Banco Interamericano de Desarrollo – BID. Washington, D.C.
- ROMERO MORAGAS, C. (2001): “Ciudad, cultura y turismo: calidad y autenticidad.” En IAPH. Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico. Dossier: Turismo en Ciudades Históricas. nº 36, Sevilla, pp. 100-109.
- RUIZ PÉREZ, P. (2004): Documento Córdoba. Turismo Sostenible en Ciudades Patrimonio. Ayuntamiento de Córdoba, Córdoba.
- SANT’ANNA, M. (1995): Da Cidade-Monumento à Cidade-Docemento. A Trajetória da Norma de Preservação de Áreas Urbanas no Brasil (1937-1990). Universidade Federal da Bahia. Faculdade



de Arquitetura. Mestrado em Arquitetura e Urbanismo. Dissertação. Salvador.

SANT'ANNA, M. (2004): A Cidade-Atração: A norma de preservação de centros urbanos no Brasil dos anos 90. Universidade Federal da Bahia. Faculdade de Arquitetura. Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo. Tesis Doctoral. Salvador.

SEMANA SANTA.org: [05-11-07]. <<http://semanasanta.andalunet.com/hermandades/lamacarena.htm>>

SENAC/MG. (2002): [25-11-07]. Descubra Minas. <[http://www.descubraminas.com.br/destinosturisticos/lst\\_circuito.asp](http://www.descubraminas.com.br/destinosturisticos/lst_circuito.asp)>

SETC, [s.f.]: [04-09-07]. Destinos. Planes en Destino. <<http://www.mcx.es/turismo/>>

SETC. (2000): PICTE 2000 – Plan Integral de Calidad del Turismo Español (2000-2006). Madrid.

SETUR/MG. (s.f.): [25-11-07]. Circuitos Turísticos. <[http://www.turismo.mg.gov.br/circuitos\\_turisticos.php](http://www.turismo.mg.gov.br/circuitos_turisticos.php)>

SILVA, M. G. L. (2004): Cidades Turísticas: identidades e cenários de lazer. Série Turismo. Aleph, São Paulo.

SILVEIRA, C. E., PAIXÃO, D.L.D. y COBOS, V. J. (2006): “Políticas Públicas de Turismo e a Política no Brasil: singularidades e (des)continuidade” En *Ciência & Opinião*, v. 3, n. 1 (jan./jun). Curitiba, pp. 120-135.

SOUZA, J. M. (2006): Diversidade cultural e desenvolvimento sustentável. A contribuição dos estudos de folclore. XII Congresso Brasileiro de Folclore. Folclore e Turismo: cenário de Inclusão Social. Natal.

SWARBROOKE, J. (2000): Turismo Sustentable: turismo cultural, ecoturismo, ética, vol. 5. Trad. Saulo Krieger, Ed. Aleph, São Paulo.

TILDEN, Freeman. (2006): La Interpretación de nuestro patrimonio. AIP, Edición para el Español, Sevilla.

TORRES BERNIER, E. (2003): “Planteamientos generales sobre el Turismo en las Ciudades Monumentales” En Patronato Provincial de Turismo de Granada. Desarrollo Turístico Integral de Ciudades Monumentales. Congreso Internacional. Granada, pp. 23-43.

TROITIÑO VINUESA, M. A. (1996): “Las Ciudades Españolas Patrimonio de la Humanidad: problemática y realidad actual”. En Gerencia de Urbanismo/Ayuntamiento de Córdoba. Córdoba. Patrimonio Cultural de la Humanidad. Una aproximación geográfica. IV Jornadas de Geografía, Ordenación del Territorio y Medio Ambiente. Córdoba.

TROITIÑO VINUESA, M. A. (1998): “Turismo y desarrollo sostenible en ciudades históricas”. En *Ería* nº 47, Oviedo, pp. 221-227.

TROITIÑO VINUESA, M. A. (2000a): “Ciudades Históricas y Turismo: los desafíos de la sostenibilidad” En *Revista de Arqueología, Arte y Urbanismo*. Número 4: Mérida. Ciudad y Patrimonio. Separatas. Mérida, pp. 93-107.

TROITIÑO VINUESA, M. A. (2000b): “El turismo cultural en las Ciudades Españolas Patrimonio de la Humanidad”. En Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y León. Turismo Cultural: el patrimonio histórico como fuente de riqueza. Valladolid, pp. 113-138.

TROITIÑO VINUESA, M. A. (2002a): “Ciudades Españolas Patrimonio de la Humanidad: Desafíos de Interpretación y de Gestión”. En IAPH. Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico. Dossier: Patrimonio Mundial 1972-2002. nº 40/41, Sevilla, pp. 153-165.

TROITIÑO VINUESA, M. A. (2002b): “El patrimonio arquitectónico y urbanístico como recurso turístico”. En García Marchante, J. S.; Potayos, C. (coords.): *La función social del patrimonio histórico: el turismo cultural*. Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha, Cuenca, pp. 09-32.



- TROITIÑO VINUESA, M. A. (2002c): "El Turismo y Recuperación Urbana". En Campos Romero, M. L. (coord.): El Turismo en Castilla-La Mancha. Análisis y prospectiva. Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha, Cuenca, pp. 29-43.
- TROITIÑO VINUESA, M. A. (2003): "La protección, recuperación y revitalización funcional de los centros históricos". Instituto de Estudios Socioeconómicos de Cajamar. Colección Mediterráneo Económico, nº 3, "Ciudades, Arquitectura y Espacio Urbano". Almería, pp. 131-160.
- TROITIÑO VINUESA, M. A. (2003): "Turismo y Conjuntos Monumentales: desafíos de interpretación y gestión". En Patronato Provincial de Turismo de Granada. Desarrollo Turístico Integral de Ciudades Monumentales. Congreso Internacional. Granada, pp. 273-290.
- TROITIÑO VINUESA, M. A. (2005a): "Potencialidades y límites en el uso turístico del patrimonio cultural". En Instituto de Turismo Responsable. Forum Mundial de las Culturas Barcelona 2004. Diálogo sobre Turismo, Diversidad Cultural y Desarrollo Sostenible. Barcelona, pp. 83-88.
- TROITIÑO VINUESA, M. A. (coord.) (2005b): Estudio sobre la Situación y Evaluación de las Perspectivas del Sector Turístico de Toledo. Plan de Excelencia Turística de Toledo. Ayuntamiento de Toledo. UPC/Grupo de Investigación "Turismo, Patrimonio y Desarrollo". Madrid.
- TURESPAÑA. (2001): Turismo Cultural. Serie: Estudios de Productos Turísticos. nº 03. Madrid.
- TURESPAÑA. (2002): Plan de Impulso al Turismo Cultural e Idiomatico. Serie: Estudios de Productos Turísticos. nº 06. Madrid.
- TURESPAÑA. (2006): Documento para elaboración del Plan de Objetivos para la Promoción Exterior del Turismo 2007. Documento resumen. Madrid.
- TURGALICIA. (2004): Galicia. Fiestas, ferias y romerías. Santiago de Compostela.
- TURGALICIA. (2006): Galicia. El Camino de Santiago. Santiago de Compostela.
- TURGALICIA. (2007): Ciudades para disfrutar. Santiago de Compostela.
- TURISMO ANDALUZ S. A. (2006): Guía práctica provincias/Mapa Córdoba. Málaga.
- TURISMO ANDALUZ S. A. (2006): Guía práctica provincias/Mapa Granada. Málaga.
- TURISMO ANDALUZ S. A. (2006): Guía práctica provincias/Mapa Sevilla. Málaga.
- TURISMO ANDALUZ S. A. (2006): Guía práctica. Andalucía. Málaga.
- TURISMO ANDALUZ S. A. (2006): Plan Director de Marketing 2006-2008. Plan de Acción 2007. Andalucía. Málaga.
- TURISMO ANDALUZ S. A. (2007): Guía práctica ciudades/Mapa Córdoba. Málaga.
- TURISMO ANDALUZ S. A. (2007): Guía práctica ciudades/Mapa Sevilla. Málaga.
- TURISMO ANDALUZ S. A. (2007): Guía práctica ciudades/Mapa Sevilla. Málaga.
- TURISMO ANDALUZ S. A. (2007): Mapa Cultural. Andalucía. Málaga.
- TURISMO ANDALUZ S.A. (2007): Guía práctica ciudades/Mapa Granada. Málaga.
- TURISMO DE GRANADA. (2000): Conocer Granada con ventajas. Granada.
- TURISMO DE GRANADA. (2007): Granada. Guía de recursos turísticos. Granada.
- TURISMO DE GRANADA. (s.f.): Granada. Sensaciones. Granada.
- TURISMO DE LA PROVINCIA DE SEVILLA. (2004): Manual de Gestión Local del Turismo. Directrices para



Agentes Públicos de la Provincia de Sevilla.  
1ª Edición. Sevilla.

TURISMO DE SEVILLA CONVENTION  
BUREAU. (2006): Feria de Sevilla 2006.  
Vamos a la Feria. Sevilla.

UNESCO y CAIXA ECONÔMICA  
FEDERAL. (2004): Patrimônio Mundial no  
Brasil. Brasília.

UNESCO. (1997): Culture, tourism,  
development: crucial issues for the XXIst  
century. Paris.

UNESCO. (1999): El Correo de la  
UNESCO, julio/agosto, Paris.

UNESCO. (2003): Catedral, Alcázar y  
Archivo de Indias. Aplicación de la  
Convención para la Protección del  
Patrimonio Mundial por el Estado  
Miembro. Sevilla.

UNESCO. (2004): Informe Mundial sobre a  
Cultura 2000: diversidade cultural, conflito  
e pluralismo. Ed. Moderna, São Paulo.

UNESCO. (2006a): Patrimonio Mundial  
2006-2007. Paris.

UNESCO. (2006b): Tourisme, culture et  
développement durable. Paris.

UNESCO. (s.f.): [01-11-07]. World  
Heritage List.<  
<http://whc.unesco.org/en/list>>

VALLS, J. (2006): Gestão integral de  
destinos turísticos sustentáveis. Trad.  
Cristiano Vasques y Liana Wang, FGV  
Editora, São Paulo.

VELASCO GONZÁLEZ, M. (2005):  
“¿Existe política turística? La acción  
pública en materia de turismo en España  
(1951-2004)”. En Política y Sociedad, Vol.  
42, Núm. 1. Madrid, pp. 169-195.

VIAJAR (s.f.): Las Rutas de Paradores.  
Guía Viajar. 28 rutas para recorrer España  
de Parador en Parador. Madrid.

VIÑALS BLASCO, M. J. (2001): “La  
Historia del Turismo”. En Barrado, Diego  
A. y Calabuig, J. (eds.) Geografía mundial  
del turismo. Editorial Síntesis, S. A.,  
Madrid, pp. 31-60.

VIÑAS CARREGAL, A. (1994): “El Plan  
General Municipal de 1989. El contexto  
planificador de la intervención en la  
Ciudad Histórica de Santiago de  
Compostela. En Consorcio de Santiago.  
Compostela. Rupturas. Santiago de  
Compostela, pp. 05-17.

VINCENTE, S. (2006): “Por que o  
Congresso Brasileiro de Folclore em  
Natal?” En XII Congresso Brasileiro de  
Folclore. Folclore e Turismo: cenário de  
Inclusão Social. Natal.

WILLIAMS, A. M. (1998): “Patrimonio y  
turismo urbano en el Reino Unido”. En  
Marchena Gómez, M. (ed.) Turismo urbano  
y patrimonio cultural. Una experiencia  
europea. Colección Documentos.  
Diputación de Sevilla. Turismo de Sevilla,  
Patronato Provincial. Sevilla, pp. 119-133.

XUNTA DE GALICIA, XACOBEO.  
(2006): Los Caminos de Santiago en  
Galicia. Camino Primitivo. Santiago de  
Compostela.

YA.COM. (2006): [15-11-07]: El Plan de  
Excelencia Turística todavía no ha  
concluido proyectos de 2003. Córdoba.  
<<http://noticias.ya.com/local/andalucia/18/04/2006/plandeexcelenciaturistica-pet-proyectos.html>>.

YUNIS, E. (2004): “Desarrollo Sostenible y  
Turismo”. En Fundación Fida. Papeles para  
la sostenibilidad. Turismo y Desarrollo  
Sostenible. Madrid, pp. 21-39.



# **L**ISTA DE CUADROS, TABLAS, ESQUEMAS Y FOTOS



---

## CUADROS

---

- Cuadro 01 – Ciudades Objeto de Estudio.  
Cuadro 02 – La Semana Santa de Sevilla.  
Cuadro 03 – El Patrimonio Contemporáneo.  
Cuadro 04 – Sevilla y la apuesta por su desarrollo turístico en el Plan General de Ordenación Urbanística de 2006.  
Cuadro 05 – Hitos monumentales y desarrollo turístico.  
Cuadro 06 – Patrimonio Inmaterial y Turismo.  
Cuadro 07 – Toledo y la Planificación de su Casco Histórico.  
Cuadro 08 – El Plan de Protección del Conjunto Histórico de Córdoba.  
Cuadro 09 – El Xacobeo.  
Cuadro 10 – El Centro de Interpretación para una Ciudad Histórica: El caso de Toledo.  
Cuadro 11 – Marketing Turístico en España: una herramienta para la difusión y promoción de las Ciudades Históricas.  
Cuadro 12 – Marketing Turístico en Brasil: a pasos largos hacia nuevos tiempos.  
Cuadro 13 – Sitios del Patrimonio Mundial.  
Cuadro 14 – Planes de Excelencia Turística en Ciudades Españolas Patrimonio de la Humanidad.  
Cuadro 15 – Planificación Estratégica en Granada.  
Cuadro 16 – Ouro Preto y su Gestión Urbana y Patrimonial.  
Cuadro 17 – Los Consorcios como Mecanismos de Gestión en las Ciudades Españolas.  
Cuadro 18 – Ciudades Españolas investigadas y su Patrimonio Cultural Urbano.  
Cuadro 19 – El “Circuito do Ouro” y el Sistema Turístico de Ouro Preto.

---

## TABLAS

---

- Tabla 01 – Caracterización del Objeto Patrimonial. Sitios Investigados con Bienes Culturales declarados Patrimonio Cultural de la Humanidad.  
Tabla 02 – Motivos de elección de Andalucía como Destino Turístico. 2001-2006.  
Tabla 03 – Criterios de Valor Universal Excepcional atribuidos al Patrimonio Cultural en la Lista del Patrimonio Mundial en relación a los Sitios investigados.  
Tabla 04 – Los Instrumentos de la Política de Destinos Turísticos desarrollados. Características positivas y negativas de los Planes en Destino – PCTE 2000.  
Tabla 05 – Paradores ubicados en las Ciudades investigadas.  
Tabla 06 – Financiación en recuperación del Patrimonio – Programa PRODETUR I – Brasil. Periodo: 1994-2004. En Millones de Dólares Americanos.  
Tabla 07 – Instrumentos de Planificación existentes, disponibles o planteados para promover el desarrollo de iniciativas en Ciudades Históricas.  
Tabla 08 – Variables básicas propuestas para el establecimiento del sistema de certificación “P”.  
Tabla 09 – Indicadores de Permanencia de los Valores Universales Excepcionales de Ciudades Históricas (SHU).  
Tabla 10 – Indicadores de Desempeño de la Gestión de Ciudades Históricas (SHU).  
Tabla 11 – Medidas Operativas para el establecimiento de Destinos Patrimoniales.

---

## ESQUEMAS

---

- Esquema 01 – Segmentación del Mercado Turístico.  
Esquema 02 – Estructuración del Producto Turístico.  
Esquema 03 - Vista parcial de la estructura del Conjunto Monumental de La Alhambra, en Granada.  
Esquema 04 - Detalle de los Palacios Nazaríes, con la única entrada al recinto, lo que facilita el control de visitantes.  
Esquema 05 – Configuración de la Ciudad Histórico-Turística.  
Esquema 06 – Configuración de la tríplice alianza en la gestión de la Ciudad Histórico-Turística.



- Foto 01 – Vista de Ouro Preto, con destaque del Museo de la Inconfidencia y de la iglesia de N. S. do Carmo, al fondo.
- Foto 02 – Vista de la ciudad de Córdoba, con la Mezquita-Catedral al fondo.
- Foto 03 – Vista del interior de La Alhambra.
- Foto 04 – Vista general de la ciudad de Santiago, con la Catedral al fondo.
- Foto 05 – Vista del casco antiguo de la ciudad de Toledo, con el Alcázar al fondo.
- Foto 06 – Vista de la Catedral de Sevilla y la Giralda.
- Foto 07 – Museo de la Inconfidencia, en la antigua “Casa de Câmara e Cadeia”, en el corazón de la ciudad de Ouro Preto, cuenta parte de la historia de la ciudad, con foco en el movimiento local de independencia del Brasil colonial de la Metrópolis portuguesa.
- Foto 08 – Procesión en la Semana Santa, “La Madrugá” (Viernes Santo), con la Virgen de la Macarena en su recorrido de regreso a su Basílica.
- Foto 09 – El “Botafumeiro” (un enorme incensario), en el ápice de la misa de los peregrinos, en la Catedral de Santiago de Compostela, en Galicia, España.
- Foto 10 – Museo Guggenheim de Bilbao.
- Foto 11 – Ciudad de las Artes y de las Ciencias, en Valencia.
- Foto 12 – Vista del Sector Cultural de la “Esplanada dos Ministérios”, en Brasilia, con el nuevo Museo Nacional y la Catedral al fondo, ambos proyectos del arquitecto Oscar Niemeyer.
- Foto 13 – Vista parcial del interior del nuevo Museo Nacional en Brasilia, Brasil.
- Foto 14 – Casco antiguo de Sevilla, con la Giralda al fondo en destaque.
- Foto 15 – Calle en el centro histórico de Córdoba – la Judería – con explícita transformación funcional a favor del turismo.
- Foto 16 – El barrio del Albaycín, donde ya se verifica progresiva transformación funcional a favor del turismo.
- Foto 17 – Vista de Santiago de Compostela, en la zona de Porta de Faxeiras, al borde de la Ciudad Vieja.
- Foto 18 – Vista de la Plaza de Zocodover, en el casco antiguo de Toledo.
- Foto 19 – Feria de artesanía, en especial de la “pedra-sabão” – una piedra muy blanda encontrada en la región – en el Largo do Coimbra, en Ouro Preto.
- Foto 20 – Ouro Preto y el movimiento confuso de turistas por el centro de la ciudad. En destaque, la Iglesia de São Francisco de Assis.
- Foto 21 – Detalle de las Murallas y de la Puerta del León, entrada principal de visitantes al recinto del Real Alcázar de Sevilla, que está considerado como el Palacio Real en uso más antiguo de Europa.
- Foto 22 – Hacinamiento en las calles del centro histórico de Santiago de Compostela.
- Foto 23 – La Sinagoga, en la Judería, núcleo de población más primitivo de Córdoba, de estrechas callejas de herencia musulmana, donde la aglomeración de grupos de turistas dificultan cualquier concentración y aprehensión del espacio y su ambiente, pone en riesgo el disfrute y la conservación a la larga del edificio.
- Foto 24 – Entrada a los Palacios Nazaríes (sala del Mexuar, el antiguo Tribunal Real), en La Alhambra, Granada, hoy por hoy, bajo una gestión de su capacidad de acogida, mediante la gestión de flujos de visitantes.
- Foto 25 – El “monocultivo turístico” de algunas zonas centrales de Toledo pone en riesgo la necesaria multifuncionalidad urbana en un área todavía poco poblada.
- Fotos 26 y 27 – Ejemplos de material producido sobre la ciudad de Córdoba, su patrimonio y personajes, una verdadera invitación al conocimiento y al descubrimiento y a la diversión.
- Foto 28 – Centro de Información Turística instalado en el centro de la ciudad de Ouro Preto, punto focal de llegada de visitantes. En el caso, se trata de la reconstrucción – en sus aspectos externos – del edificio colonial que había en el local y que ha sido destruido en función de un incendio.
- Foto 29 – Espacio expositivo de divulgación y presentación de las intervenciones a los ciudadanos que ha sido instalado en el local, constituyéndose en interesante iniciativa de sensibilización local.
- Foto 30 – Maqueta del Proyecto: Juan Cuenca, arquitecto y Gonzalo Moreno, ingeniero de caminos.
- Foto 31 – obras de restauración del puente romano, elemento fundamental del eje monumental, un elemento de especial importancia para la ciudad no sólo como gran ejemplar de la arquitectura e ingeniería civil, sino también por su función de vía de comunicación e intercambio comercial.
- Foto 32 – las corridas de toros, una expresión inequívoca de la ciudad.
- Foto 33 – La culinaria “mineira” es uno de los referentes más apreciados para quién visita Ouro Preto.



- Foto 34 – En Ouro Preto, la Procesión del Entierro, en la Semana Santa, es una tradición que viene del siglo XVIII y que todavía pervive en la ciudad.
- Foto 35 – La Plaza del Obradoiro, en Santiago de Compostela.
- Foto 36 y 37 – Vistas del tranvía: cerca de la Puerta de Jerez y en la Plaza Nueva, en el centro histórico de Sevilla.
- Foto 38 y 39 – La Alameda de Hércules en obras: resultados todavía por evaluar.
- Foto 40 – Uno de los puntos de control en el interior del recinto de La Alhambra, proporcionando una mejor gestión de los flujos de visitantes.
- Foto 41 – Los Jardines del Partal, con la Torre de las Damas al fondo, espacio para deambulación libre, especialmente, tras la visita a los Palacios Nazaríes, en La Alhambra, Granada.
- Foto 42 – Vista de la Catedral de Toledo, ícono de la ciudad.
- Foto 43 – Calleja de las Flores en la Judería, en Córdoba.
- Foto 44 – Típico patio cordobés.
- Foto 45 – La Catedral de Santiago de Compostela.
- Foto 46 – Ejemplo de señalización de locales en Ouro Preto: una respuesta a las necesidades de indicación al público en general de las actividades y servicios que prestan, teniendo en cuenta las restricciones de un paisaje urbano de potente contenido cultural.
- Foto 47 – Calle comercial de Ouro Preto.
- Foto 48 – Señalización turística en Ouro Preto.
- Foto 49 – Ouro Preto, una de las ciudades brasileñas donde se llevó a cabo en los años 70 del siglo xx el Programa de Ciudades Históricas – PCH que tenía el turismo como vertiente principal para inversión en el patrimonio cultural de la ciudad.
- Foto 50 – Entrada al Centro de Interpretación.
- Foto 51 – Vista del interior del Centro de Interpretación.
- Foto 52 – Vista del interior del recinto, donde se puede ver una imagen de la ciudad y una serie de documentos que explican su historia y evolución.
- Foto 53 – Maqueta de Toledo en el recinto.
- Foto 54 – Centro de Recepción de Visitantes en obras.
- Foto 55 – Guías turísticas de Andalucía – región, provincias y ciudades.
- Foto 56 – Ejemplo de uno de los “argumentos emocionales” desarrollado en el Plan “Cores”.
- Foto 57 – La relación entre espacio público y privado no siempre está bien establecida, pudiendo generar conflicto por el uso del espacio. Un ejemplo de terraza en la Plaza de las Tendillas, en Córdoba.
- Foto 58 – En Ouro Preto, el conflicto reside en la disputa por la movilidad en el centro: peatones versus coches, en el reducido espacio de las aceras y calles coloniales.
- Foto 59 – Material didáctico producido por Gabinete Pedagógico de Bellas Artes de Sevilla de las Consejerías de Educación y Cultura de la junta de Andalucía para uso en las escuelas, con cuadernos específicos para el profesorado y para el alumnado.
- Foto 60 – Guía turística didáctica para niños, ampliamente ilustrada y con narrativa estimulante que genera la curiosidad y la fácil comprensión de los hechos.
- Foto 61 – El Museu do Oratorio en la Casa Capitular de la Iglesia de N. S. do Carmo, en Ouro Preto.
- Foto 62 – Material de divulgación de los productos de la “Estrada Real”.
- Foto 63 y 64 – Material promocional de la “Estrada Real”, una iniciativa de desarrollo turístico regional pautada en los valores culturales y ambientales de la zona del interior del estado de Minas Gerais y Río de Janeiro.
- Foto 65 – Ouro Preto.
- Foto 66 – Diamantina.
- Foto 67 – Congonhas do Campo.
- Foto 68 – Mariana.
- Foto 69 – Tiradentes.
- Foto 70 – Paraty.
- Foto 71 – Vista parcial de la ciudad de Ouro Preto, con destaque de su centro.
- Foto 72 – Oficina de Información Turística de Toledo.
- Foto 73 – Campaña para mejora de las pernoctaciones.
- Foto 74 – Las Caballerizas Reales.
- Foto 75 – Folletos promocionales desarrollados: guía cultural, de arquitectura, de parques y jardines, entre otros.
- Foto 76 – Material promocional de Paradores. Campañas, promociones, directorios, entre otros.
- Foto 77 – El centro histórico de la ciudad de Granada, al fondo la Catedral.
- Foto 78 – Detalle de yesería en los Palacios Nazaríes, de La Alhambra.



- 
- Foto 79 – Vista parcial del recinto amurallado y sus jardines.
- Foto 80 – Comisión de Gestión Local de Mariana, ciudad histórica ubicada en el estado de Minas Gerais, en funcionamiento (2001), cuando se implantó el proceso de construcción de la gestión compartida del patrimonio cultural en Brasil.
- Foto 81 – Vista de Ouro Preto, con la Iglesia de N. S. do Carmo al fondo.
- Foto 82 – El crecimiento desordenado en Ouro Preto.
- Foto 83 – Sede del Consorcio de Santiago.
- Foto 84 – Instalaciones del Consorcio de Toledo.
- Foto 85 – El Pabellón Mudéjar, donde se encuentra el Museo de Ates y Costumbres Populares, se halla inserto en el Itinerario Turístico de la Exposición del 29, previsto en el Plan de Desarrollo Turístico 2006-2009.
- Foto 86 – Vista aérea parcial de Santiago de Compostela.
- Foto 87 – Traza de Santiago.
- Foto 88 – Vista aérea parcial de Córdoba.
- Foto 89 – Traza de Córdoba.
- Foto 90 – Vista aérea parcial de Sevilla.
- Foto 91 – Traza de Sevilla.
- Foto 92 – Vista aérea parcial de Granada.
- Foto 93 – Traza de Granada.
- Foto 94 – Vista aérea parcial de Toledo.
- Foto 95 – Traza de Toledo.
- Foto 96 – Vista del Parc de la Mar, con la Seu (Catedral) en destaque.
- Foto 97 – La Mezquita-Catedral de Córdoba, un interesante ejemplo para la comprensión de los aspectos relacionados a la autenticidad e integridad del valor universal excepcional atribuido por las aportaciones que ha recibido a lo largo de su historia.
- Foto 98 – La Iglesia de São Francisco de Assis, en Ouro Preto.
- Foto 99 – Pintura del techo de su Nave, del pintor Athaíde.
- Foto 100 – Su Altar Mayor. Imagen 2: São Francisco de Assis.
- Foto 101 y 102 – Material promocional difundido en la ciudad de Ouro Preto con el objetivo de fomentar el turismo en la ciudad y región.
- Foto 103 – Vista parcial de Ouro Preto.



---

## **D**ATOS DEL INVESTIGADOR Y SUPERVISOR



## EL INVESTIGADOR:

**M**ARCELO BRITO, brasileño, natural

de Recife, Pernambuco, es arquitecto y urbanista, especialista en restauración de monumentos, en planeamiento estratégico, en administración hacia el desarrollo y en cooperación cultural. Con postgrado en sistemas turísticos, tiene formación de tercer ciclo completo, al nivel de Doctorado, realizado en la Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Barcelona, de la Universidad Politécnica de Cataluña, en el campo del conocimiento relacionado con el tema de la investigación – la gestión urbana de ciudades históricas, bajo los auspicios del *Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - CNPq*. Desarrollada en el Programa de Doctorado en Gestión y Valoración Urbana de dicha Universidad, su tesis doctoral versó sobre la gestión de núcleos históricos, desde la perspectiva de la administración, financiación y programación de la actuación urbanística. Realiza su actividad profesional, desde el sector público, desde hace más de veinte años, en que se ha involucrado en procesos de formulación e implementación de políticas públicas con vistas a la preservación del patrimonio cultural, en especial, de sitios urbanos patrimoniales, en interacción con los varios niveles político-administrativos – entes territoriales: federal, del distrito federal, de los estados y de los municipios – y en las diversas áreas transversales que se relacionan con la cuestión – vivienda, desarrollo urbano, ciencia y tecnología, entre otros. Es miembro del Comité Brasileño del Consejo Internacional de Monumentos y Sitios – ICOMOS y ha impartido clases como profesor invitado del Centro de Excelencia en Turismo – CET de la Universidad de Brasilia – UnB sobre la asignatura “Patrimonio Socio-cultural” en el curso de postgrado sobre “Turismo y Desarrollo Sostenible” y sobre “Gestión del Patrimonio Cultural” en el curso de Postgrado de Especialización en Ecoturismo. En la administración pública brasileña, es funcionario público federal de la plantilla del *Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – IPHAN*. Posee experiencia técnica y de gestión, habiendo asumido puestos de representación política, gerencia técnica y coordinación de programas y proyectos, entre otros. A raíz de ello, ha sido Jefe de Gabinete de la Presidencia del IPHAN, Director del Departamento de Patrimonio Material – interino, Coordinador Técnico de Gestión Urbana, Coordinador



---

Nacional del Programa de Rehabilitación Urbana de Sitios Históricos – Urbis, Asesor de Planeamiento del Departamento de Planeamiento y Administración y Superintendente Regional del IPHAN, entre otras funciones. Actualmente, es asesor técnico de la Dirección del Departamento de Patrimonio Inmaterial del IPHAN, donde ha participado en el proceso de constitución del Centro Regional para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial de América Latina – CRESPIAL, institución auspiciada por la UNESCO e instalada en la ciudad de Cuzco, Perú. Ha elaborado una serie de artículos y documentos técnicos sobre el tema de la gestión del patrimonio cultural y ha desarrollado esta investigación en el ámbito del Grupo de Investigación “Turismo, Patrimonio y Desarrollo” de la Universidad Complutense de Madrid.



## EL SUPERVISOR:

### MIGUEL ÁNGEL TROITIÑO

VINUESA, español, natural de El Arenal (Ávila), es geógrafo, doctor en Geografía por la Universidad Complutense de Madrid. De reconocida competencia en su ámbito profesional, es Catedrático del Departamento de Geografía Humana de la Facultad de Geografía e Historia de la UCM, con vasta experiencia de investigación que desarrolla a lo largo de décadas en la Universidad, dirigiendo el Grupo de Investigación: “Turismo, Patrimonio y Desarrollo”. Viene trabajando al nivel de docencia, investigación y planificación en los campos de la geografía urbana, del planeamiento urbanístico, del turismo y de la ordenación del territorio. La búsqueda de vías de encuentro entre la investigación, la planificación y el desarrollo territorial, con principal atención a los problemas de evaluación de recursos y las relaciones entre patrimonio cultural, turismo, territorio y medio ambiente es su preocupación central, lo que ha permitido desarrollar larga experiencia en la planificación en ciudades españolas y ámbitos territoriales de diversas escalas, con especial atención a los problemas de ordenación del territorio, desarrollo local y medio ambiente y al estudio de las relaciones entre turismo y ciudades históricas.

Profesor invitado de diversas universidades españolas y extranjeras, director de trabajos de investigación y tesis doctorales, ha participado en diversos congresos, seminarios y master relacionados con ordenación del territorio, desarrollo local, turismo y medio ambiente, habiendo codirigido durante varios años el seminario sobre Desarrollo Local y Medio Ambiente de la Universidad Internacional Menéndez Pelayo, en Cuenca, así como otros cursos y seminarios. Posee varias publicaciones de artículos en revistas especializadas, además de autor y coautor de diversos libros, además de la coordinación y supervisión de proyectos de cooperación técnica con países iberoamericanos, como Brasil, entre otras actividades. Es vocal de FUNDICOT y miembro del Comité Español de ICOMOS, del Consejo Académico Iberoamericano sobre Conservación de Centros Históricos y Patrimonio Edificado, de la Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo, del Instituto de Estudios Abulenses, del Instituto de Arquitectura de la Universidad de Valladolid, del Consejo Editor de Journal Of Cultural Heritage. Ha ganado los Premios de Investigación Ciudad de Cuenca (1980) y el Nacional de Urbanismo (1981).