

# La consolidació turística de les destinacions patrimonials: una aliança estratègica entre patrimoni i turisme<sup>1</sup>

MIGUEL ÁNGEL TROITIÑO VINUESA  
LIBERTAD TROITIÑO TORRALBA  
Universitat Complutense de Madrid

## 1. Plantejament

Les ciutats històriques i els conjunts patrimonials, en el marc d'un fort creixement del turisme cultural i de ciutat, s'han anat consolidant els darrers anys com a destinacions turístiques malgrat els canvis funcionals i socials de diversa naturalesa, pel fet de tractar-se de realitats territorials complexes on conviuen en tensió permanent, *la tensió del canvi*, velles i noves funcions. En les destinacions patrimonials, les polítiques de protecció i recuperació, per tal que siguin integralment eficaces, s'han de dotar amb instruments capaços de regular la tensió existent entre unes estructures físiques més o menys rígides i unes realitats socioeconòmiques i culturals canviants.

La recuperació i posada en valor dels conjunts patrimonials no han estat exemptes de dificultats, entre altres motius, a causa d'un cert oblit de les dimensions morfològiques, socials, funcionals i paisatgístiques relacionades amb la irrupció del turisme. Per això, sembla raonable formular-se prèviament una pregunta: quin ha de ser el paper de les destinacions patrimonials en les estructures urbanes i territorials del segle XXI? El turisme ha tingut un paper destacat en el desenvolupament econòmic espanyol, així com també en les transformacions territorials i urbanes.

El patrimoni cultural, a més de referència simbòlica i identitària d'un territori, és una part rellevant de la qualitat del sistema territorial, en què la pèrdua de vitalitat, la infrautilització o l'excessiva pressió turística, no solament poden destruir valors sinó també generar enormes hipoteques per al futur. Per tant, *el debat sobre la conservació del patrimoni i la seua utilització turística no ha de dissociar-se dels canvis funcionals, socials i territorials*.

Els conjunts patrimonials, un dels recursos amb possibilitats de reequilibrar i qualificar el sistema turístic espanyol, hauran de seguir esforçant-se per tal de controlar la inserció de les funcions emergents, tant se val si aquestes són de caire turístic o cultural. Així, la revaloració cultural i simbòlica de les ciutats històriques les ha convertides en importants focus d'atracció de visitants, i el seu patrimoni, impulsat pel turisme, transcendeix l'estricta

---

<sup>1</sup> Traducció del castellà de Pau Vidal Alfonso (Universitat Jaume I), dins del Pla estratègic 2009 del departament de Traducció i Comunicació. Revisió de Joan Verdegall (UJI). Aquest treball s'integra dins del projecte d'investigació "Dinámicas recientes y estrategias de intervención en destinos patrimoniales". Ministerio de Educación y Ciencia. Plan Nacional de I+D+I (2004-2007). Referència: SEJ2006-10898/GEOG. Departamento de Geografía Humana U.C.M (2006-2009).

dimensió cultural i es transforma en recurs productiu. El turisme genera canvis funcionals i socials i, d'altra banda, la pressió produïda pels visitants, l'increment del trànsit i l'augment dels llocs d'oci, una vegada se superen determinats límits, generen conflictes i poden propiciar que la població resident abandone els carrers més freqüentats, la qual cosa provocaria processos de despoblació, de ruptura de l'equilibri social i d'indiferència patrimonial.

Les raons que justifiquen la protecció d'una destinació patrimonial, el seu valor cultural, singularitat i autenticitat, són les mateixes per les quals aquest lloc desitja ser visitat per milions de persones (Sanz, 2009). Però, si bé és cert que el desenvolupament del turisme pot contribuir a la seua conservació i revitalització funcional, l'increment dels fluxos visitants, entre els que tenen un fort protagonisme els excursionistes, és una amenaça creixent que exigeix la posada a punt d'una planificació precisa i d'una *gestió adaptada a la seua capacitat d'acollida* (García Hernández, 2003).

L'aïllament de les destinacions patrimonials i el seu tractament al marge dels canvis en les estructures urbanes i territorials, pot haver sigut una de les majors limitacions de les polítiques de protecció i recuperació, així com també de les turístiques, desenvolupades a Espanya durant els darrers anys. La lectura del patrimoni cultural com a font de riquesa obri noves vies d'acció i, en aquest sentit, *el Memoràndum i la Declaració de Viena* (UNESCO, 2005) brinden una molt bona oportunitat per a situar la qüestió funcional i econòmica en el marc del debat sobre la conservació i la gestió del paisatge urbà històric. *La inserció equilibrada del turisme* requereix assumir la singularitat física, simbòlica i funcional de les diferents destinacions (centres i ciutats històriques, paisatges culturals, fites monumentals, conjunts arqueològics, etc.), ja que es tracta de béns col·lectius que pels seus valors estan sota la tutela pública. El *Plan de Turismo Español Horizonte 2020*, formulat en un context de creixement, plantejava la necessitat d'impulsar estratègies qualitatives, consensuades amb els diversos agents socials, per tal de no endinsar-se en el perillós camí de la insostenibilitat que hipotecaria el futur desenvolupament turístic; ara, en un context de crisi, aquests plantejaments resulten encara més necessaris, ja que les crisis se superen amb plantejaments innovadors i no amb la tornada a models que han evidenciat efectes bastant perversos.

## **2. Turisme cultural i recuperació patrimonial: una aliança estratègica**

L'estudi sobre turisme cultural, realitzat per Turespaña l'any 2001, posava de manifest, entre altres qüestions, la dèbil imatge que a nivell internacional tenia Espanya com a destinació de turisme cultural. S'estimaven en 8.500.000 els viatgers culturals per any (3.500.000 espanyols i 5.000.000 estrangers); únicament el 10,6% dels estrangers que visitava Espanya ho feia per motius culturals, i el nostre país solament captava el 8% dels viatges dels europeus per motivació cultural. Aquesta situació era un reflex evident d'unes polítiques turístiques centrades en el turisme de sol i platja, i també de la pobra adequació cultural dels recursos i destinacions patrimonials per a la visita pública.

El nombre de productes turístics i destinacions culturals, segons l'opinió de les agències i operadores de viatges, era reduït. Les vuit destinacions principals (Madrid, Barcelona, Sevilla, Granada, Bilbao, Còrdova, Sant Sebastià i Toledo) concentraven el 70% de les referències. En la darrera dècada s'han incorporat noves destinacions i productes (València

amb la Ciutat de les Arts, Salamanca, Àvila, Segòvia, Valladolid, Mèrida, Conca, etc.). A més a més, les destinacions urbanes en general, i les ciutats històriques en particular, han reforçat i modernitzat la seua planta hotelera i la seua oferta cultural. No obstant això, encara queda un llarg camí per recórrer fins a aconseguir que les destinacions patrimonials ocupen el lloc que els correspon dins del sistema turístic espanyol.

La consideració dels conjunts patrimonials com a recurs turístic ha anat evolucionant des de visions simplistes, on fonamentalment es valoraven i promocionaven les grans fites arquitectòniques i museístiques (l'Alhambra de Granada, la mesquita de Còrdova, el Palacio Real de Madrid, el Museo del Prado, la catedral de Sevilla, la Sagrada Família de Barcelona, el monestir d'El Escorial, etc.) a enriquir l'oferta en considerar dimensions històriques, culturals, morfològiques, econòmiques, socials i simbòliques. El turisme ofereix oportunitats de recuperar el patrimoni urbà, contribueix a la revitalització funcional dels centres i ciutats històriques, genera efectes de naturalesa diversa, socials, funcionals, mediambientals i paisatgístics, i requereix de noves infraestructures i serveis.

Els *Informes de Perspectivas Turísticas de Exceltur* ressalten la preferència creixent del turista per la realització d'activitats esportives i culturals durant les seues vacances, junt amb l'expansió de viatges especialitzats per línies de producte com els circuits culturals o les estades de cap de setmana en ciutats. La construcció de nous equipaments i infraestructures (museus, auditoris, palaus de congressos, parcs culturals, centres d'interpretació, centres de recepció de visitants, etc.) sembla demostrar una adequada resposta a la demanda. Es busca diversificar l'oferta de la destinació i millorar l'experiència del visitant, mitjançant l'oferta de nous atractius i la valoració i potenciació dels recursos culturals, la qual cosa ha permès, al mateix temps, avançar en la desestacionalització.

Espanya compta amb recursos patrimonials suficients com per a ocupar un paper important en el mercat internacional del turisme cultural, però això requereix d'una plena integració de la cultura en l'oferta turística i d'actuacions més potents en l'àmbit de les destinacions i els productes de caire turístic i cultural. En un context turístic expansiu —en 2007 Espanya aconseguí la xifra rècord de 59 milions de turistes— les destinacions urbanes i patrimonials, malgrat l'impacte negatiu dels atemptats de l'11 de setembre de 2001 als Estats Units i de l'11 de març de 2004 a Madrid, han viscut uns anys de fort creixement. No obstant això, aquesta conjuntura començà a manifestar símptomes d'esgotament en 2007, i en 2008 ja experimenta una davallada en el nombre de viatgers i pernoctacions en gran part de les destinacions patrimonials, reflex evident de l'impacte de la crisi econòmica, especialment, en les famílies de rendes mitjanes i baixes.

En 2007 l'entrada de turistes estrangers realitzada per motivació cultural va ser de 7.532.000 (FRONTUR, 2007), amb un fort increment respecte a 2006 (5.652.000). El



Conca. "Ciudad alta",  
cornisa del congost del Huécar.

54,1% dels turistes estrangers van realitzar algun tipus d'activitat cultural durant la seua estada a Espanya. Aquest percentatge s'eleva fins al 58,1% en el cas dels turistes que van venir per motius d'oci, recreació o vacances. Aquestes dades evidencien, sens dubte, el paper destacat de les destinacions i els recursos patrimonials tant per a atraure turisme estranger com per a complementar altres destinacions i, si es dóna el cas, per a qualificar l'estada i prolongar-la.

En 2007, els espanyols realitzàrem un total de 158,1 milions de viatges, 146,8 milions amb destinació a diferents llocs d'Espanya, un 5,7% menys que en 2006; i 11,3 milions a l'estranger, un 5,6% més que en 2006 (Familiar, 2008). Els viatges per motius culturals van ser de 12,2 milions, el 7,7% del total dels viatges realitzats, i un 14,7% en el cas dels viatges efectuats per motius d'oci, recreació o vacances, percentatges lleugerament inferiors als de 2006; la despesa total associada a aquesta pràctica turística va ser de 6.253.100 €, amb una mitjana de 512 € per viatge (EGATUR, 2008). Dels viatges realitzats per motius culturals, el 66,4% van ser a destinacions espanyoles i el 33,6% a destinacions de l'estranger. A Espanya, les comunitats que reben un nombre més gran de viatges culturals són Andalusia (12,9%), Catalunya (7,2%), Castella i Lleó (7%), Comunitat Valenciana (6,6%) i Madrid (5,8%).

Fins l'any 2007, tant en relació amb el turisme internacional com amb l'interior, la conjuntura era favorable per al turisme urbà i les destinacions patrimonials. Així, Madrid, Barcelona, Sevilla i València van veure prolongada la tendència en alça en els seus nivells d'ocupació. No obstant això, en 2008, fonamentalment en l'últim trimestre, la major part de les destinacions ja reflecteixen l'impacte negatiu de la crisi econòmica. En 2008, el nombre de turistes estrangers disminuï en un 2,6% respecte a 2007 i el producte interior brut turístic caigué un 1,1% (Exceltur, 2009).

Espanya, país de gran riquesa i diversitat patrimonial —40 béns inscrits en la llista del Patrimoni de la Humanitat de la UNESCO (2008) i 860 conjunts històrics declarats béns d'interès cultural (BIC) en 2007, amb diversitat de paisatges i d'oferta gastronòmica i cultural— ha vist com els seus grans conjunts patrimonials s'han reforçat com a destinacions turístiques. Si bé algunes ciutats i fites monumentals com per exemple Sevilla, Toledo, Santiago de Compostel·la, l'Alhambra de Granada o la mesquita de Còrdova, s'incorporaren bastant prompte als itineraris dels viatgers il·lustrats i romàntics i, poc després, als circuits urbans per les terres del sud, les nostres destinacions patrimonials, encara que han guanyat pes en el turisme interior, no s'han posicionat de forma potent en el turisme internacional. En un context d'inserció del patrimoni i la cultura en el mercat del turisme de masses, els canvis rellevants de les dues darreres dècades es relacionen, en major o menor mesura, amb el reforçament i diversificació turística de les destinacions urbanes i patrimonials (Troitiño i Troitiño, 2008).

Des de la posada en funcionament dels *Estudios Piloto de Rehabilitación Urbana*, durant els primers anys de la transició democràtica, gràcies als *Programas Urban*, desenvolupats amb suport financer de la UE, s'ha produït un salt qualitatiu en la valoració de la dimensió patrimonial de les ciutats i en els models d'intervenció urbana, i els plantejaments de recuperació i posada en valor han guanyat força. En aquest procés, el turisme, encara que amb incidència desigual en funció del paper de les ciutats històriques com a destinacions turístiques, ha ocupat un lloc important per generar expectatives de negoci i ajudar a visualitzar la dimensió econòmica del patrimoni cultural. En ciutats com ara

Àvila, Alcalá de Henares, Conca, Morella, Còrdova, Cuéllar, Granada, Toledo, Girona, Salamanca, Santiago de Compostel·la, Segòvia, Càceres, Baeza o Albarrasí, s'estan utilitzant els instruments disponibles o impulsant uns altres de nous (empreses mixtes, consorcis, fundacions, etc.) per tal de recuperar el patrimoni i preparar-se com a destinacions turístiques diferenciades i competitives.

El *Plan Integral de Calidad del Turismo Español (2000-2007)* situà entre les seues propostes estratègiques la d'*impulsar el turisme cultural*, en tant que les motivacions culturals estan presents, cada dia amb més força, en els viatges turístics. La despesa turística dels estrangers que visitaren el nostre país per motivació cultural ascendí als 5.954.500 €, la qual cosa suposava una despesa mitjana per viatge de 791 € (EGATUR, 2008). En l'explicació de la dinàmica turística de les destinacions patrimonials ha sigut fonamental, des de finals del segle xx, el caràcter expansiu de la demanda interna, els canvis en el comportament i pràctiques culturals dels turistes, la competitivitat entre destinacions i la irrupció en el mercat de les línies aèries de baix cost, que propicien arribades de turistes estrangers però també eixides d'espanyols cap a destinacions patrimonials de la resta del món, amb un fort protagonisme de les europees.

La inserció de les activitats turístiques en les destinacions patrimonials no ha estat exempta de conflictivitat, si bé és cert que aquesta ha sigut menor en les ciutats amb polítiques més actives i multifuncionals. Així, Santiago de Compostel·la, ciutat pionera en plan-tejaments de rehabilitació integrada i en la posada en funcionament de nous models de gestió (Plan Especial de la Ciudad Antigua, Consorcio de Santiago, Empresa Pública de Turismo INCOLSA, Plan de Excelencia Turística, etc.) ha resolt de forma prou satisfactòria els problemes de recuperació física i funcional, així com els relacionats amb la pressió turística, especialment forta durant els anys *Xacobeo*. Altres ciutats com ara Àvila, Salamanca, Girona, Conca, Lleó, Alcalá de Henares o Baeza també ho estan afrontant de forma apropiada i el turisme ha tingut un paper destacat en els processos de recuperació patrimonial i de dinamització econòmica. En altres casos, com per exemple a Barcelona, el creixement turístic ha sigut espectacular i els seus espais patrimonials comencen a patir els efectes de la saturació provocada per una excessiva pressió (Roig, 2006), la qual cosa evidencia que les destinacions també poden morir d'èxit.



*Les Rambles de Barcelona,  
espai urbà simbòlic subjecte a una  
forta pressió turística.*

Des de mitjan de la dècada dels vuitanta del segle xx, a Espanya s'ha realitzat un considerable esforç en la recuperació del patrimoni i també, encara que en menor mesura, en l'adequació dels recursos culturals i conjunts patrimonials per al turisme de masses. Per a això s'han utilitzat les vies urbanístiques (planejament general i planejament especial), les patrimonials (declaració de BIC, patrimoni cultural de la humanitat, etc.) i les turístiques (plans d'excel·lència i dinamització, plans de qualitat, etc.).

El procés té llums i ombres, però la situació de les nostres ciutats històriques, especialment les de major protagonisme patrimonial i turístic, ha millorat de forma molt significativa. En aquest sentit, han tingut un paper destacat els consorcis de ciutats com ara Santiago, Toledo, Conca o Mèrida, així com alguns patronats, com en el cas de l'Alhambra i el Generalife (Chamorro, 2006). Les ciutats històriques que han realitzat un major esforç en la recuperació i posada en valor del seu patrimoni cultural —Santiago, Girona, Morella, Salamanca, Oviedo, Conca, Barcelona, Cuéllar, Àvila, Baeza, Tarragona, etc.—, s'han vist recompensades amb una significativa millora de la seua posició en el rànquing turístic nacional i internacional, fet que evidencia que l'aliança entre turisme i patrimoni té dimensions estratègiques.

No obstant això, no està resultant fàcil millorar la coordinació institucional, reforçar la participació ciutadana, potenciar la col·laboració pública i privada i reorientar la promoció i el desenvolupament turístic amb nous criteris de sostenibilitat (Troitiño, 2007). El turisme, certament, ha anat guanyant presència en l'agenda política local i s'estan començant a adoptar estratègies urbanes que el consideren com a un factor important de desenvolupament i recuperació. Els canvis en la política turística general han afectat els models d'intervenció turística en les destinacions. Així, el *Plan Futures I* (1992-1996) apostà per la diversificació i la qualificació, i reforçà el pes de la intervenció pública en matèria turística (Velasco, 2004). L'objectiu central hauria d'orientar-se, en el cas de les destinacions patrimonials, a *configurar una estratègia turística integrada* capaç de compatibilitzar la preservació del patrimoni cultural i la seua rendibilització a fi de reduir o minimitzar els riscos de la degradació i la banalització. Aquesta visió i lectura integrada del turisme no impedeix, sinó tot al contrari, incorporar una altra sèrie d'objectius específics del sector com la potenciació i redefinició de la marca de la destinació, la diversificació de l'oferta, la millora de la relació turistes/excursionistes, l'ampliació del temps d'estada, del nivell de despesa o d'una major integració del turisme en l'economia, en el medi urbà, en la vida local, etc.

La formulació i gestió de plans d'excel·lència i dinamització turística ha oferit una oportunitat de canvi en els models d'intervenció turística en les destinacions (Brunet i altres, 2005). A Espanya, des de 1993 fins a 2008, s'han desenvolupat 216 plans de dinamització turística, d'excel·lència turística i de dinamització del producte turístic, amb una inversió total de 538 milions d'euros (Turismo 2020), bona part dels quals han estat destinats a ciutats històriques i destinacions patrimonials. En uns casos s'han aprofitat bé les oportunitats i en altres no tant, com és el cas de Toledo (Troitiño i Troitiño, 2009). Pel que respecta a les ciutats històriques s'han ressaltat com a aspectes rellevants: l'èmfasi que s'atorga a la intervenció en la destinació, l'adopció del discurs de la planificació estratègica en termes de desenvolupament turístic, el reconeixement del paper protagonista de l'administració



*Àvila, terraplè de la muralla habilitat per a la visita pública.*

del paper protagonista de l'administració



local, l'existència de dotacions pressupostàries específiques, la configuració d'òrgans de gestió dels plans i la cerca d'un model de col·laboració pública i privada a fi d'aconseguir una millora turística de caràcter integral (Calle, 2006).

No obstant això, els recursos i destinacions patrimonials encara presenten limitacions en la seua configuració i adequació turística i no sempre estan condicionats i preparats per a la visita pública. Així, a Granada, de 62 monuments amb categoria de béns d'interès cultural, només 17 estaven totalment o parcialment condicionats per a la visita pública, (Troitiño i altres, 1999); a Toledo, sobre un total de 99 BIC, 10 tenien funció turística principal, 7 secundària i 82 incidental (Troitiño Torralba, 2005); a la Comunitat de Madrid, segons l'inventari de funcionalitat turística dels BIC, d'un total de 402 elements patrimonials amb categoria de BIC, 13 tenien funció turística principal, 63 secundària i 326 incidental (Troitiño, Calle, García, 2009).

Durant els darrers vint anys s'ha realitzat un esforç important en l'adequació turística dels recursos i les destinacions patrimonials, en l'ampliació de l'oferta museística, en el reforçament de la dimensió turística d'esdeveniments culturals (Salamanca 2002, Xacobeo 2004, Fòrum de Barcelona, anys Gaudí i Dalí, centenari del Quixot, centenari de Cristòfor Colom, etc.), la projecció internacional de festivals (Almagro, Granada, Mèrida...) i el muntatge d'exposicions d'important projecció turística (*Árbol de la Vida* a Segòvia, *El Retrato Español*, *Testigos de Àvila*, *Kyrios* a Ciudad Rodrigo, *Cristóbal Colón* a Granada, *Goya*, etc.). Hi ha una aposta, tot i que encara un poc tímida, per la diversificació del producte patrimonial clàssic i per la rendibilització econòmica del patrimoni, fet que no ha estat exempt de riscos; un d'aquests, segurament el més greu, ha estat el de l'excessiva *tematització dels conjunts històrics* que, sovint, sol suposar posar-los a disposició del turisme de masses i renunciar a la seua tradicional complexitat social i funcional (Montaner, 2006).

### **3. Focalització de la visita turística i cultural en un nombre reduït de destinacions i fites monumentals**

Els canvis en els hàbits de viatge han provocat variacions en el mercat turístic. Cada vegada és més habitual observar com les ciutats es van incloent dins de les rutes de viatges i el turisme patrimonial va guanyant importància; l'herència del passat ja no suposa un entrebanc sinó que comença a considerar-se com un recurs i una oportunitat, i ha anat adquirint dimensió turística, tot actuant com a referent de les ciutats. D'aquesta manera, avui resulta inevitable identificar les destinacions amb les seues icones patrimonials, Granada amb l'Alhambra, Àvila amb la muralla, Segòvia amb l'aqüeducte i l'Alcázar, Sevilla amb la catedral, Còrdova amb la mesquita-catedral, Santiago amb la catedral, Bilbao amb el Guggenheim, etc.

L'explicació de la dinàmica en el flux de visitants a les principals fites patrimonials no resulta senzilla, ja que juntament amb els factors generals també en juguen altres de caràcter local, no sempre evidents en les dades estadístiques. Entre 2003 i 2007 la xifra de visitants en les catorzes fites considerades, entre les que es troben els monuments més rellevants del nostre país, experimentà un increment de l'11,78%. En 2004 alguns dels monuments registraren una important caiguda en el nombre de visitants respecte a 2003, la casa de la Pedrera a Barcelona (-9,42%) —una caiguda que crida l'atenció per

ser l'any del Fòrum però explicable per haver sigut 2003 l'Any Gaudí—, el Palacio Real de Madrid (-7,08%), el monestir d'El Escorial (-6,5%) i el Palau d'Aranjuez (-4,13%), descensos relacionats amb l'impacte negatiu dels atemptats de l'11 de març a Madrid. Altres monuments tancaren l'any amb un estancament, casos de la catedral de Sevilla, la mesquita de Còrdova i Santo Tomé a Toledo.

La dinàmica 2004/2005 reflectia una situació favorable: vuit de les catorzes fites considerades aconseguïen valors positius, amb l'especial rellevància de la recuperació dels palaus reials de Madrid i Aranjuez (+11,94% i +7,81% respectivament). La pèrdua més considerable la registrà la muralla d'Àvila (-22%), explicable perquè en 2004 en aquesta ciutat va tenir lloc l'exposició d'Edades del Hombre "Testigos", que va suposar un factor d'atracció extraordinari que es va reflectir, com és lògic, en l'increment de visitants al seu principal referent monumental, amb una xifra rècord de 233.591 visites.

Altres fites patrimonials reflectien en 2005 increments menors però significatius en les seues tendències, com ocorregué amb l'Alhambra (1,25%), la catedral de Sevilla (2,39%) o la Sagrada Família de Barcelona (5,11%). Especialment significativa va ser la pèrdua de visitants de l'edifici històric de la Universitat de Salamanca, amb un -8,16%. De l'evolució dels registres de visitants en els principals monuments en 2006 podria deduir-se una recuperació de les destinacions patrimonials. Cal ressenyar que totes les grans fites augmentaven en el nombre de visitants, la majoria va créixer per damunt del 5%, amb resultats més destacats per a la catedral de Sevilla, el Palacio Real de Madrid, l'edifici històric de la Universitat de Salamanca, Santo Tomé de Toledo i la Pedrera de Barcelona.

*Quadre 1. Visitants de les principals fites monumentals espanyoles (2003-2008). Font: Observatorio Turismo Cultural. Grupo de Investigación "Turismo, Patrimonio y Desarrollo". UCM, 2009.*

	2003	2004	2005	2006	%var. 06-05	2007	%var. 07-06	2008	%var. 08-07
<b>Catedral de Sevilla</b>	1.277.032	1.264.667	1.300.883	1.435.910	10,38	1.381.980	-3,76	1.323.479	-4,23
<b>Mesquita de Còrdova</b>	1.047.383	1.040.679	1.122.338	1.204.626	7,33	1.213.152	0,71	1.180.397	-2,70
<b>Alhambra</b>	2.029.322	1.987.686	2.012.596	2.153.491	7,00	2.193.208	1,84	2.176.244	-0,77
<b>Muralla d'Àvila</b>	177.350	233.591	182.073	185.934	2,12	205.180	10,35	163.565	-20,28
<b>Alcázar de Segòvia</b>	541.825	493.758	497.928	504.438	1,31	510.036	1,11	492.963	-3,35
<b>Santo Tomé (Toledo)</b>	418.351	442.242	420.230	457.992	8,99	475.982	3,93	-	-
<b>Sagrada Família de Barcelona</b>	2.056.448	2.260.661	2.376.205	2.542.070	6,98	2.890.030	13,69	2.731.690	-5,48
<b>Palacio Real de Madrid</b>	775.617	720.710	806.775	883.324	9,49	991.999	12,30	958.362	-3,39
<b>Monestir d'El Escorial</b>	539.278	504.238	504.609	521.799	3,41	532.572	2,06	-	-

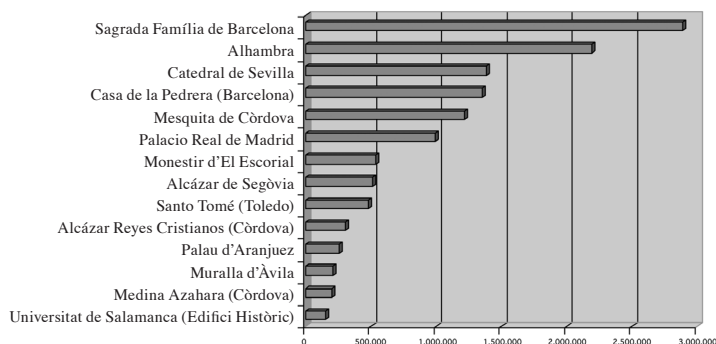


Alcázar Reyes Cristianos (Còrdova)	392.471	341.764	280.584	311.122	0,59	299.561	-3,72	305.665	2,04
Medina Azahara (Còrdova)	183.108	193.035	183.621	193.190	5,21	195.452	1,17	182.876	-6,43
Palau d'Aranjuez	304.616	298.779	322.103	326.481	1,36	254.424	-22,07	-	-
Casa de la Pedrera (Barcelona)*	1.405.426	1.273.037	1.229.496	1.333.356	8,45	1.349.823	1,24	1.293.416	-4,18
Universitat de Salamanca (Edifici Històric)	164.172	151.938	139.536	159.015	9,46	151.386	-4,80	-	-
<b>Total</b>	<b>11.312.399</b>	<b>11.206.785</b>	<b>11.378.977</b>	<b>12.212.748</b>	<b>7,33</b>	<b>12.644.785</b>	<b>3,54</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

En 2007 té lloc, encara que dins d'una conjuntura de creixement, una desacceleració en l'arribada de visitants a les destinacions patrimonials. Així, enfront d'un creixement mitjà del 7,33% en 2006 es passa al 3,54%. Només tres de les catorzes fites considerades mostren notables increments, són les muralles d'Àvila amb un 10,35%, la Sagrada Família de Barcelona amb un 13,69%, i el Palacio Real de Madrid amb un 12,30%; pel que fa a Santo Tomé (Toledo) i el monestir de San Lorenzo de El Escorial, l'augment va ser més moderat, del 3,93% i 2,06% respectivament; valors molt semblants als de 2006 tenen la mesquita de Còrdova, l'Alhambra de Granada, l'Alcázar de Segòvia o la Pedrera de Barcelona; la catedral de Sevilla, l'Alcázar de los Reyes Cristianos de Còrdova i, especialment, el palau d'Aranjuez ja tenen dinàmiques negatives.

Les xifres de visitants de 2008 en totes les fites monumentals de què disposem d'informació ja reflecteixen l'efecte de la crítica conjuntura econòmica que s'està vivint, amb l'excepció de l'Alcázar de los Reyes Cristianos de Còrdova, en el qual es produí un descens en el nombre de visitants, i amb la significativa davallada de les muralles d'Àvila; fet que evidencia la forta dependència de les destinacions patrimonials en relació amb el turisme interior.

Figura 1. Visitants de les fites monumentals, 2007.



#### 4. Visitants i pràctiques turístiques: predomini del visitant individual i aproximació succincta al patrimoni en un context d'oci

A Espanya, la comercialització de les destinacions patrimonials se centra en dos productes bàsics: excursions i circuits de llarga durada (Lobo, 2001). Les excursions són viatges de mig dia o dia sencer que no inclouen pernoctació a la ciutat o ciutats visitades. Des de Madrid, es visiten mitjançant aquesta fórmula San Lorenzo de El Escorial, Segòvia, Àvila, Aranjuez, Alcalá de Henares i, sobretot, Toledo. Des de la costa mediterrània cobren cada dia més importància les visites a llocs com Ronda, Granada, Morella, Tarragona o Girona. Les operadors turístiques tradicionals ofereixen les visites a les ciutats històriques com a excursions opcionals encara que el pes d'operadors "atípiques" és cada dia major.

Els circuits són viatges itinerants de llarga durada, en general de cinc a deu dies. El nombre de localitats visitades és elevat, encara que es pernocta en un nombre molt reduït d'aquestes. En conseqüència, en la major part de les ocasions la visita es redueix a un trànsit ràpid en el marc d'un recorregut molt ampli entre dos punts on es pernocta. Dins dels circuits que es realitzen per Espanya tenen un pes important les ciutats andaluses (Granada, Còrdova, Sevilla, Ronda, etc.), que continuen estant associades en l'imaginari de bona part dels turistes estrangers amb l'essència de l'espanyol. També són especialment visitades les ciutats situades en la zona centre de la Península, fonamentalment el grup que forma part del patrimoni mundial: Àvila, Segòvia, Salamanca, Toledo, Conca i Càceres.

El 63,01% de les persones que visiten l'Alhambra ho fan en viatge individual, a Àvila un 66,15%, i a Toledo i Aranjuez al voltant del 55-60%. Respecte als visitants en viatge col·lectiu, la proporció varia notablement d'una ciutat a una altra. En línies generals, com més popular és una destinació major presència té de visitants en viatge organitzat per un operador turístic. Així, mentre que a l'Alhambra suposen el 32% de l'afluència global, a Aranjuez només representen un 2%.

Normalment les ciutats històriques registren *estades de durada reduïda*. Encara que açò no ocorre en tots els casos, en línies generals l'afluència de visitants es caracteritza per un *fort pes de l'excursionisme*. Encara més, diferents estimacions apunten que el creixement del turisme cultural es tradueix fonamentalment en un augment del nombre d'excursionistes i no tant en termes del turisme tradicional. Les ciutats espanyoles registren valors alts, encara que varien en funció de paràmetres com la popularitat turística i el seu context territorial. A Aranjuez, el 90,91% dels visitants són excursionistes, a Àvila ho són el 68,05%, percentatge àmpliament superat en el cas dels visitants que realitzen el seu viatge en grup organitzat (91%). A Granada i Salamanca la xifra es redueix fins al 30-35%; en tractar-se de dos grans nuclis d'allotjament turístic, un a l'interior d'Andalusia i l'altre a Castella.

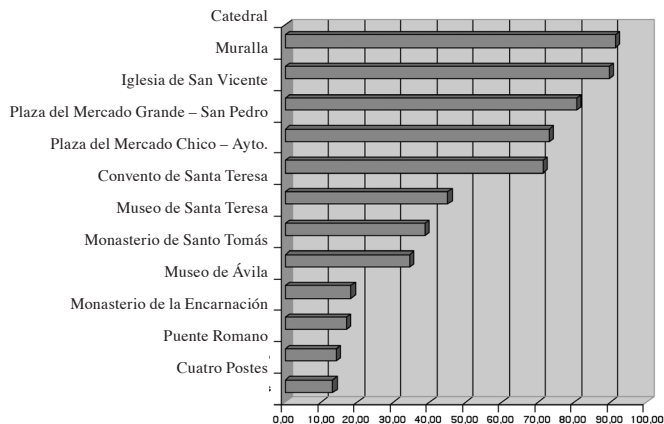
De forma paral·lela, el nombre de pernoctacions per turista és baix; d'acord amb les dades aportades per l'*Encuesta de Ocupación Hotelera* de l'INE en 2008, l'estada mitjana dels viatgers allotjats en establiments hotelers a la ciutat de Granada era d'1,75 dies, a Àvila d'1,61 i a Salamanca d'1,67. Aquestes xifres són substancialment inferiors a les registrades en destinacions tradicionals de sol i platja (Torremolinos 4,50; Benidorm, 6,35) i fins i tot a les d'aglomeracions urbanes amb un producte turístic més diversificat (Sevilla 1,86; Madrid 1,91; Barcelona 2,07). En tot cas, a nivell general s'aprecia una durada mitjana de l'estada curta, especialment en les destinacions més estrictament patrimonials.

En els desplaçaments turístics cap a les destinacions patrimonials hi ha dues categories de motivacions principals: d'una part, un *component d'oci*, de diversió durant un temps i un espai de ruptura amb la rutina quotidiana; d'una altra, un *component d'aprenentatge*, de coneixement, d'entrar en relació amb una realitat cultural diferent. El component d'oci i el cultural estan imbricats, les enquestes realitzades en destinacions patrimonials apunten que la majoria dels visitants s'inclinen cap al "*pol cultural*", encara que cada dia té més pes la dimensió d'oci. A Aranjuez, per exemple, el 66,3% dels enquestats s'inclinaven per la dimensió del coneixement, de l'aprenentatge cultural, i el 25,39% cap a l'oci, expressat en termes de "simplement passar el dia", el 10% restant obeeix a altres modalitats de visita: feina, contacte amb familiars i amics, estudis, etc. (Troitiño i altres, 1998).

Els visitants busquen majoritàriament *experiències en el patrimoni*. En gran mesura, l'orientació cap a la dimensió del coneixement resulta congruent amb l'elevat pes del visitant amb estudis universitaris; i ambdós aspectes remetent, en principi, a les teories del turista de ciutats històriques com un *turista diferenciat*, però els perfils s'amplien i es desdibuixen, i quan els visitants són milionaris responen als perfils clàssics del turisme de masses. La majoria dels visitants arriben a les destinacions patrimonials a la recerca d'una experiència de patrimoni en un context d'oci. Aquesta forma d'aproximar-se al patrimoni no propicia estades molt llargues i l'experiència es nodreix de contingut a través d'una sèrie de pràctiques turístiques ritualitzades, entre les quals destaca la *visita als principals museus i/o monuments*. La veritat és que prompte sorgeix la *fatiga de patrimoni*, en gran part per la dificultat de reconèixer tots els matisos inherents al patrimoni cultural.

La major part dels visitants realitza una *aproximació prou succinta al patrimoni cultural*. El component cultural està present però és superficial i, generalment, la visita s'articula més en un context d'oci que no en un d'aprenentatge cultural. El visitant es col·loca davant del monument o el conjunt buscant una experiència que no li supose excessiu esforç.

Figura 2. Elements patrimonials visitats d'Àvila, 2008.



Els visitants, ja siga per tradició, comoditat o fórmules imperants de presentació del patrimoni, centren el seu interès en un nombre reduït de monuments, espais i museus, aquells que constitueixen l'encarnació de la identitat turística de cada destinació. No mostren inte-

rès per la totalitat dels elements del patrimoni urbà, sinó per una sèrie de manifestacions que en gran mesura han entrat en el circuit turístic, a vegades des del romanticisme. Així, per exemple, a Aranjuez la dimensió patrimonial s'ompli de contingut simplement amb la visita al palau i als jardins. De la mateixa forma, per al 40,4% dels visitants individuals de Granada, el motiu principal per a anar a la ciutat era “conèixer l'Alhambra”, per damunt de “conèixer Granada” (34,2%), que òbviament implicava conèixer l'Alhambra, en ambdós casos la fita monumental encarna, de forma rotunda, la identitat de consum turístic, tot eclipsant, de certa manera, la ciutat en què s'ubica. A Toledo, la Puerta de la Bisagra, l'Alcázar, la catedral, Santo Tomé, la casa-museu de El Greco, San Juan de los Reyes i el Puente de San Martín constitueixen el nucli de la visita turística. A Àvila, els referents fonamentals són la catedral, la muralla i la Iglesia de San Vicente.

A més d'encarnar de forma nítida la identitat local del consum turístic, aquest patrimoni ha de ser de gran monumentalitat, presentar un caràcter singular i/o exòtic, estar preparat per a la visita pública, comptar amb una imatge nítida d'acord amb els models de consum col·lectiu, i estar situat en un context espacial d'acord amb “l'esperit del lloc” de cada ciutat. No en totes les ciutats es produeix una supeditació tan extrema del fet urbà a la gran fita monumental, tanmateix únicament una part molt reduïda del patrimoni local presenta interès per als visitants. Així, a Conca, per exemple, per tractar-se d'una *ciutat paisatge*, els visitants solen recórrer la zona més monumental de la “ciudad alta”, entre la porta del castell i la torre de Mangana.



Ávila, terraplè de la muralla  
habilitat per a la visita pública.

D'altra banda, no són necessàriament les persones amb major nivell educatiu les més predisposades al component d'aprenentatge, sinó les que accedeixen a la destinació per primera vegada i les que vénen de més lluny. A Àvila i Aranjuez, la resposta “solament passar el dia” fou triada per la major part dels enquestats que procedien de Madrid.

La visita a les fites monumentals es complementa amb la realització de *passejos per llocs d'ambient històric i historicista* (carrers, places, etc.). En bastants ocasions es tracta de zones de trànsit de vianants, moltes vegades sendes que

uneixen les principals fites. En aquest sentit, l'adequació de l'espai urbà de caràcter públic resulta una actuació d'interès estratègic per a totes les ciutats històriques. La vianantalització o la coexistència de trànsits en les zones turístiques resulta ineludible, el mobiliari urbà i la senyalització adquireixen la condició d'infraestructures turístiques, i la neteja i la seguretat resulten bàsiques en el condicionament turístic.

En gran part, aquests passejos turístics presenten una estreta relació amb una altra de les pràctiques turístiques més populars: només “prendre un aperitiu o menjar” en establiments ubicats en aquests llocs, generalment els de major ambient turístic. En aquest sentit, la gastronomia constitueix una dimensió addicional del patrimoni i en moltes localitats constitueix un recurs turístic de primera entitat (Segòvia, Sepúlveda, Arévalo, etc.), fins al punt de convertir-se en un factor important de la visita en totes les ciutats històriques.

En última instància, dins de les pràctiques turístiques més comuns, cal assenyalar la *realització de fotos i la compra de souvenirs*. Ambdues activitats estan relacionades amb l'adquisició de records, d'elements que quan es torna als llocs d'origen permeten al visitant rememorar els llocs visitats. No en va l'artesanía local constitueix el record per excel·lència.

En termes urbans, totes aquestes activitats es realitzen en una part reduïda de la ciutat, la qual cosa rep el nom de "*ciutat historicoturística*". En aquest espai es concentren les fites monumentals que conciten atenció i, per tant, la major part dels turistes i excursionistes, així com també un gran nombre dels serveis públics i establiments privats: oficines d'informació, hotels i hostals, comerços de records, bars i cafeteries d'orientació turística, restaurants, etc. És la manifestació, a nivell urbà, d'un procés de simplificació inherent al consum patrimonial.

## 5. Reforçament de les ciutats històriques com a destinacions turístiques

Les ciutats històriques són un referent fonamental de l'oferta de turisme urbà vinculat amb les motivacions culturals, els seus centres històrics destaquen pel seu excepcional valor històric i cultural. Algunes d'aquestes ciutats, Toledo, Sevilla, Granada o Còrdova, tenen tradició de destinacions turístiques, i altres, Àvila, Salamanca, Conca, Càceres, Girona o Morella, són d'incorporació més recent. Ja són diverses les destinacions que s'aproximen o superen el milió de visitants anuals.

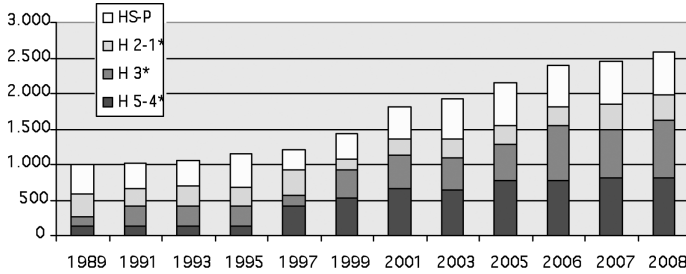
Durant els últims vint anys, el turisme ha conegut una autèntica eclosió en moltes d'aquestes ciutats. Els factors explicatius d'aquesta expansió són de naturalesa diversa: augment del consum cultural, cerca d'allò singular, fragmentació del temps de vacances, opció de les ciutats històriques pel turisme com un vector de desenvolupament local, estratègies d'algunes operadores turístiques o la irrupció en el mercat de les companyies aèries de baix cost, fonamental en ciutats com ara Santiago, Tarragona o Girona. A pesar de l'efecte negatiu que sobre el turisme estranger, especialment nord-americà i japonès, tingueren els atemptats de setembre de 2001 als Estats Units i, en menor mesura els de Madrid de l'11 de març de 2004, les ciutats històriques, fins a 2007, mantenen unes taxes de creixement turístic, moltes vegades, superiors a la mitjana nacional.

El creixement de l'afluència turística ha anat paral·lelament amb l'increment i modernització de la capacitat d'allotjament i un gran increment de la planta de restaurants. En aquest sentit, cal assenyalar que la major part de les ciutats espanyoles que són patrimoni de la humanitat, han duplicat la seua planta hotelera en els últims quinze anys. L'anàlisi dels fluxos de visitants posa de manifest que la visita s'articula en el marc d'un context d'oci, tanmateix el nombre total de visitants pot incrementar, mantenir-se estable, o fins i tot poden disminuir els visitants a les grans fites patrimonials o museístiques.



Segòvia. Carrer Real i aqüeducte romà.

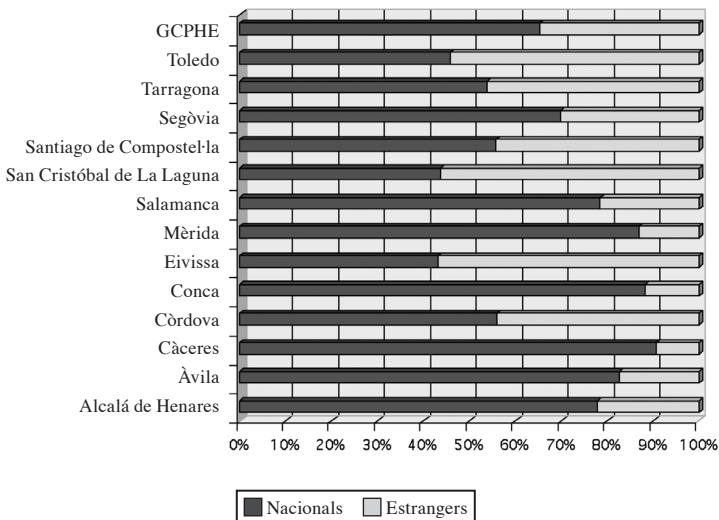
Figura 3. Evolució de la planta hotelera d'Àvila per categories, 1989-2008.



Els ritmes de l'afluència turística marquen l'existència de tres temporades nítidament diferenciades: l'alta, que es correspon amb els mesos d'estiu; la mitja, associada als mesos de primavera i tardor; i la temporada baixa, corresponent a l'etapa hivernal. Es tracta de destinacions amb menys problemes d'estacionalitat que les associades al turisme de sol i platja, però hi ha grans diferències entre els caps de setmana i els dies laborables, que tendeixen a augmentar en créixer el segment de visitants nacionals de proximitat que realitzen desplaçaments curts (Segòvia, Àvila, Toledo, Girona...). En general hi ha una tendència positiva cap a una progressiva reducció de la durada de la temporada baixa.

En les ciutats històriques existeix, amb alguna excepció com per exemple Granada, Toledo o Sevilla, un clar predomini del visitant espanyol (70-80%). El nivell de repetició de la visita se situa al voltant d'un 30-35%, en el cas dels visitants individuals. Aquest fet és especialment patent en les destinacions que s'integren en la regió turística madrilenya com ara Alcalá de Henares, Toledo, Segòvia o Àvila.

Figura 4. Visitants nacionals i estrangers del grup de ciutats patrimoni de la humanitat d'Espanya, 2007.





Les ciutats històriques, pel fet de reforçar-se les pràctiques excursionistes del turisme interior, es consoliden com a destinacions amb un important pes de l'excursionisme, i el percentatge de turistes se situa, generalment, al voltant del 30%. La durada de l'estada molt poques vegades arriba a les dues nits. Un altre dels aspectes que caracteritzen el perfil turístic de les ciutats patrimonials és la focalització de la visita sobre uns eixos molt limitats de l'entramat cultural urbà. Es constata un canvi en el comportament turístic en destinació, els visitants acudeixen poc a museus i monuments, excepte als molt rellevants, i es dediquen fonamentalment a passejar, comprar, menjar o prendre un aperitiu en un context d'oci, especialment en els casos en què es repeteix visita.

En definitiva, les ciutats històriques es consoliden, encara que amb pronunciades diferències, com a importants destinacions de turisme urbà i cultural. El turisme de ciutat ha viscut una conjuntura favorable, de fet, les escapades de cap de setmana i les vacances curtes han consolidat aquesta modalitat turística en ciutats com ara Girona, Sevilla, Barcelona o Santiago de Compostel·la (García i Calle, 2005). En 2008, especialment en el segon semestre, la crisi ha suposat una reducció dels viatges, més evident en el turisme nacional que en l'estranger i més acusat en les destinacions patrimonials que en altres tipus de destinacions.

Entre les ciutats històriques, les *ciutats patrimoni de la humanitat* constitueixen un grup singular. En el marc de l'Organització de Ciutats Patrimoni Mundial, es va constituir, l'any 1993, el Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España. En els seus estatuts assenyala, entre altres finalitats, la de “*planificar una política turística i de difusió d'imatge que es corresponga amb les ciutats membres del grup*”. El grup, integrat en l'actualitat per tretze ciutats, treballa, en termes turístics, en l'àmbit de la promoció conjunta per a refermar la seua marca i compta amb un observatori turístic (Troitiño i altres, 2007).

Figura 5. Ciutats que pertanyen al Club de producte ciutats patrimoni de la humanitat.



L'any 2003 se signà amb la Secretaria general de turisme un “*Acord marc de cooperació per al desenvolupament i la promoció turística del grup ciutats patrimoni de la humanitat d'Espanya*”. Els objectius fonamentals d'aquest acord són la millora dels serveis públics municipals i el reforçament turístic, tant a nivell nacional com internacional, l'extensió

del model de gestió integral de la qualitat de les destinacions turístiques, la implantació del sistema de qualitat per a les oficines d'informació turística, plans anuals d'actuació, campanyes de publicitat internacional, pla de comercialització, oferta cultural. En 2004 es va posar en funcionament *el Club de producte de ciutats patrimoni de la humanitat d'Espanya*, en el marc d'una aposta decidida per la gestió professionalitzada i integrada de les destinacions, per la qualitat i la promoció nacional i internacional (García, 2007).

Les ciutats del grup han realitzat durant els darrers anys un elogiuable esforç en la recuperació i posada en valor, tant cultural com turístic, del seu ric i diversificat patrimoni i també en la seua adequació per a la visita pública, així com també en els models de gestió turística, encara que els resultats siguem desiguals (García i Calle, 2005). Totes les ciutats, amb l'excepció de San Cristóbal de La Laguna, han desenvolupat o tenen en funcionament plans d'excel·lència o de dinamització turística.



*Eivissa: Vista de Dalt Vila  
(ciutat alta)*

Les tretze ciutats del grup reberen 3.911.075 viatgers en 2007, que van realitzar un total de 7.367.502 pernотacions; al capdavant se situaren Còrdova, Santiago de Compostel·la, Salamanca i Toledo. El 71% van ser viatgers nacionals i el 29% estrangers; els estrangers són majoritaris a Eivissa (50,79%), pel seu caràcter de destinació patrimonial de litoral l, i tenen també una presència important a Còrdova (38,43%) i a Santiago de Compostel·la (37,45%), mentre que en destinacions com per

exemple Mèrida, Segòvia, Conca, Càceres i Àvila no arriben al 20%.

S'ha incrementat la significació econòmica de l'activitat turística i reben un nombre significatiu de visitants, fonamentalment nacionals però també estrangers. El nombre de visitants a les *principals fites monumentals i museus famosos* es manté en xifres significatives, *les destinacions patrimonials han reforçat el seu posicionament turístic*, la qual cosa no solament diversifica l'oferta sinó que també qualifica la visita i complementa altres destinacions. La motivació cultural a l'hora de viatjar, fins i tot quan és superficial, continua reforçant-se i això explica l'èxit indiscutible i la projecció turística que han tingut esdeveniments com el Xacobeo, l'any Dalí o les exposicions de la Fundació Edades del Hombre.

L'aposta decidida per noves destinacions i productes turístics i culturals (ciutats patrimoni de la humanitat, el camí de Sant Jaume, caminos de Sefarad, la Ruta de la Plata, el Camino de la Lengua Castellana, la Ruta del Cid, la Ruta del Quixot, el Legado Andalusí, etc.) ajudarà, en una conjuntura de crisi com l'actual, a mantenir la quota de mercat, tant a nivell nacional com internacional. Les destinacions patrimonials haurien de continuar treballant per a reforçar una oferta cultural potent i innovadora; això requereix de coordinació i concertació d'actuacions a nivell turístic, patrimonial i urbanístic, i d'una oferta cultural potent. Si no es treballa en aquesta direcció, podrien veure's eclipsats gran part dels èxits aconseguits en els últims anys.

**BIBLIOGRAFIA**

- BRUNET P. i altres (2005): «Los Planes de Excelencia y Dinamización Turística (PEDT), un Instrumento de Cooperación a favor del Desarrollo Turístico», *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 39, 201-226.
- CALLE VAQUERO, M. DE LA (2006): «Intervención en destinos patrimoniales desde la perspectiva turística», dins ASEÑO E. i R. CAMACHO (coords.): *Las ciudades históricas del mediterráneo. El sector turístico, dinamización cultural y nuevas tecnologías aplicadas al patrimonio cultural*, Màlaga, Junta de Andalucía, Universidad de Màlaga, 193-214.
- CHAMORRO V. (2006): *La Alhambra. El lugar y el visitante*, Còrdova, Junta de Andalucía, Consejería de Cultura.
- GARCÍA HERNÁNDEZ, M. (2003): *Turismo y Conjuntos Monumentales: Capacidad de Acogida Turística y Gestión de Flujos de Visitantes*, València, Fundación Cañada Blanch.
- (2007): «Entidades de planificación y gestión turística a escala local. El caso de las Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España», *Cuadernos de Turismo*, 20, 79-102.
- GARCÍA M. i M. CALLE (2005): «Nuevas estrategias para la renovación del producto turístico urbano: El caso de las ciudades Patrimonio de la Humanidad», dins *VIII Fórum Internacional sobre las Ciencias, las Técnicas y el Arte Aplicadas al Marketing*, Madrid, Universidad Complutense de Madrid: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, 386-414.
- LOBO MONTERO, P. (2001): «Promoción y comercialización turística de las ciudades históricas españolas», *Boletín del Patrimonio Histórico Andaluz*, 36, 150-169.
- MONTANER, J.M. (2006): «Tejido urbano y paisaje cultural», *Nexus*, 35, 24-31.
- ROIG, X. (2006): «Sobre el éxito del turismo urbano en Barcelona y su supuesta crisis. Una interpretación política», *Nexus*, 35, 38-40.
- SANZ, N. (2009): «Turismo, Cambio Cultural y Patrimonio Mundial», dins TROITIÑO VINUESA, M.A. (ed.) (2009): *Ciudades Patrimonio de la Humanidad: Patrimonio, Turismo y Recuperación Urbana*, Sevilla, Universidad Internacional de Andalucía i Junta de Andalucía, 44-55.
- TROITIÑO TORRALBA, L. (2005): «La oferta patrimonial y cultural de la ciudad de Toledo y su funcionalidad turística», dins *VIII Fórum Internacional sobre las Ciencias, las Técnicas y el Arte Aplicadas al Marketing*, Madrid, Universidad Complutense de Madrid: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, 415-434.
- TROITIÑO, L. i altres (2009): «La funcionalidad turística del patrimonio cultural de la Comunidad de Madrid», dins *Actas V Congreso Internacional de Ordenación del Territorio: Agua, Territorio y Paisaje. De los instrumentos programados a la planificación aplicada*, Madrid, FUNDICOT, 1475-1490.
- TROITIÑO, M.A. i altres (1999): *Estudio Previo de Revisión del Plan Especial de la Alhambra y Aljares. Documento previo de síntesis y diagnóstico*, Granada, Patronato de la Alhambra y Generalife.
- TROITIÑO, M.A. i altres (2007): *La Situación Turística del Grupo Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España: Bases para la puesta en marcha del Observatorio Turístico*, Lleó, Universidad Complutense de Madrid, Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España.
- TROITIÑO VINUESA, M.A. i L. TROITIÑO TORRALBA (2008): «Destinos patrimoniales y turismo: visitantes y uso turístico de la ciudad», dins AIP: *Uso Público e Interpretación del patrimonio natural y cultural*, Sevilla, Asociación Interpretación del Patrimonio, Junta de Andalucía, 106-151.
- (2009): «Toledo: características y problemática de un destino patrimonial», dins TROITIÑO VINUESA, M.A. (ed.) (2009): *Ciudades patrimonio de la humanidad: Patrimonio, Turismo y Recuperación Urbana*, Sevilla, Universidad Internacional de Andalucía, Junta de Andalucía, 216-251.
- TROITIÑO VINUESA, M.A. (ed.) (2009): *Ciudades Patrimonio de la Humanidad: Patrimonio, Turismo y Recuperación Urbana*, Sevilla, Universidad Internacional de Andalucía, Junta de Andalucía.
- TURESPAÑA (2001): *Estudios de Productos Turísticos. Turismo Cultural*, Madrid, Ministerio de Economía.
- (2002): *Plan de Impulso del Turismo Cultural e Idiomatico*, Madrid, Ministerio de Economía.
- VELASCO GONZÁLEZ, M. (2004): *La política turística. Gobierno y administración turística en España (1952-2004)*, València, Fundación Cañada Blanch.