



un
i Universidad
Internacional
de Andalucía
A

Ciudades Patrimonio de la Humanidad: Patrimonio, Turismo y Recuperación Urbana

Miguel Ángel Troitiño Vinuesa (Ed.)





Ciudades Patrimonio de la Humanidad: Patrimonio, Turismo y Recuperación Urbana

Miguel Ángel Troitiño Vinuesa (Ed.)

EDITAN: UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE ANDALUCÍA
Monasterio de Santa María de las Cuevas
Calle Américo Vespucio, 2
Isla de la Cartuja. 41092 Sevilla
www.unia.es
JUNTA DE ANDALUCÍA. Consejería de Cultura

COORDINACIÓN DE LA EDICIÓN: UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE ANDALUCÍA.
INSTITUTO ANDALUZ DEL PATRIMONIO HISTÓRICO

COORDINADOR:
Miguel Ángel Troitiño Vinuesa

COPYRIGHT DE LA PRESENTE EDICIÓN:
Universidad Internacional de Andalucía

COPYRIGHT:
Miguel Ángel Troitiño Vinuesa

FECHA:
2008

EDICIÓN:
500 ejemplares

ISBN:
978-84-7993-071-4

DEPÓSITO LEGAL: SE-421-2009

MAQUETACIÓN Y DISEÑO:
Olga Serrano García

IMPRESIÓN: Lince Artes Gráficas S.L.U.

Índice

O. Introducción	8
Miguel Ángel Troitiño Vinuesa	
Primera Parte: Visiones e interpretaciones generales.	19
1. Turismo, Patrimonio y Recuperación Urbana: Retos de Interpretación y de Gestión	20
<i>Miguel Ángel Troitiño Vinuesa</i> Universidad Complutense de Madrid	
2. Turismo, Cambio Cultural y Patrimonio Mundial	44
<i>Nuria Sanz</i> Centro del Patrimonio Mundial. UNESCO.	
3. Turismo y Ciudades Patrimonio de la Humanidad	56
<i>Peter Shackelford</i> Organización Mundial de Turismo	
4. La Imagen Cultural y Turística de las Ciudades Españolas Patrimonio de la Humanidad	72
<i>Dolores Brandis García</i> Universidad Complutense de Madrid	
5. Los Observatorios Turísticos: Un Instrumento Útil para la Planificación y Gestión Turística en Destino	100
<i>Maria García Hernández</i> Universidad Complutense de Madrid	
6. Las Ciudades Patrimonio de la Humanidad de México: Experiencia Asociativa y Gestión del Turismo Cultural.	116
<i>Luís Felipe Cabrales Barajas</i> Universidad de Guadalajara (México).	

Segunda Parte: Análisis de Casos	139
7. Articulación Patrimonial de Granada: Albaicín, Alhambra y Centro <i>Pedro Salmerón Escobar</i> Arquitecto	140
8. La Alhambra: El Lugar y el Visitante <i>Victoria Eugenia Chamorro Martínez</i> Patronato de la Alhambra y El Generalife	162
9. Córdoba: Estrategias Patrimoniales y Turísticas en el Horizonte de la Capitalidad Cultural <i>Javier Lucena Domínguez</i> Oficina Capitalidad Cultural de Córdoba <i>Maria José Peña y David Luna</i> FIR Consultoría	190
10. Toledo: Características y Problemáticas de un Destino Patrimonial <i>Miguel Ángel Troitiño Vinuesa</i> <i>Libertad Troitiño Torralba</i> Universidad Complutense de Madrid	216
11. Santiago de Compostela: Políticas de Recuperación Urbana en Una Ciudad Patrimonio de la Humanidad. <i>Xosé Manuel Villanueva Prieto</i> Gerente del Consorcio de Santiago de Compostela.	252
12. El Consorcio de la Ciudad de Cuenca y la Gestión de la Ciudad Histórica <i>Luís Esteban Cava</i> Gerente del Consorcio de la Ciudad de Cuenca	264



Introducción

La invitación de la Universidad Internacional de Andalucía, el patrocinio del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico y la presencia de investigadores, profesionales y gestores permitió que, entre el 4 y el 8 de septiembre de 2006, realizásemos una aproximación multidisciplinar a las complejas interrelaciones entre turismo, patrimonio y urbanismo en las Ciudades Patrimonio de la Humanidad. Ahora, una vez reelaborados los materiales de las conferencias del curso de verano, los recogemos en este libro con la finalidad de propiciar una visión transversal que ayude a introducir racionalidad en la interpretación y eficacia en la gestión.

Las Ciudades Patrimonio de la Humanidad son "símbolos culturales" y "referentes turísticos", pero también realidades sociales vivas con problemáticas de naturaleza diversa según los contextos socioculturales, y que se enfrentan al reto de aprovechar bien las oportunidades que, en estos turbulentos comienzos del siglo XXI, ofrecen el patrimonio, la cultura y el turismo para impulsar procesos sostenibles de "recuperación urbana", entendida esta en un sentido integral del término, que contempla dimensiones físicas, sociales y funcionales, evitando los efectos perversos que suelen acompañar a la musealización, la turistización, la banalización o el fachadismo.

Se trata de un tema complejo, de naturaleza transversal que requiere aproximaciones multidisciplinarias pues implica dimensiones patrimoniales, culturales, económicas, sociales, urbanísticas, turísticas y paisajísticas. Hay que superar enfoques sectoriales de "conservación pasiva" o de "turistización masiva", pero también es necesario intercambiar experiencias y abrir nuevas vías de conocimiento, planificación y gestión. En función de ello, en el marco de un debate abierto, apostamos por contribuir a construir modelos interpretativos, técnicas y herramientas de trabajo para un planteamiento multidisciplinar y multiescalar, de lo global a lo local, que vaya desde visiones más generales, como las que aportan el Centro del Patrimonio Mundial de la UNESCO o la Organización Mundial de Turismo, a la visión de los expertos en temáticas y realidades concretas y, también, la correspondiente a la gestión del día a día como son los casos de la Alhambra, Córdoba o los consorcios de Santiago de Compostela y Cuenca.

La primera parte de este libro tiene un carácter general y persigue aportar visiones e interpretaciones diversas sobre las problemáticas relacionadas con la conservación, el uso, la planificación y la gestión de las Ciudades Patrimonio de la Humanidad. La singularidad de estos destinos, depositarios de valores universales, obliga a trabajar, desde frentes diversos: investigación, organismos internacionales (UNESCO, OMT,...), ciudades, etc., en la búsqueda de alianzas entre patrimonio y turismo, alianzas que impulsen procesos de recuperación urbana integrada y ayuden a configurar modelos de gestión eficaces y sostenibles.

Las Ciudades Patrimonio de la Humanidad tienen que ocupar un lugar destacado en las estructuras urbanas y territoriales del siglo XXI y, en un contexto de tensión y cambio, se enfrentan al reto de preservar su patrimonio y de usarlo de forma responsable.

A esta preocupación responde nuestro texto sobre **“Turismo, patrimonio y recuperación urbana: retos de interpretación y de gestión”** donde, tras señalar las múltiples interdependencias entre patrimonio y turismo, se plantea que los límites al turismo, cuando son necesarios, hay que establecerlos en función de la capacidad de acogida de los destinos y para ello hay que contar con instrumentos de gestión transversales que afronten el reto de integrar y ordenar el turismo en el marco de un proyecto cultural innovador en la planificación y en la gestión de las ciudades. Las estrategias tienen que ser integradas, en el marco de un proceso institucional y social de reflexión y concertación que rentabilice, en beneficio del patrimonio y de la cualificación de la visita, el importante papel que el turismo está alcanzando en la agenda política local y propicie la puesta en funcionamiento de instrumentos de gestión de carácter transversal que resuelvan el problema de ordenar e integrar el turismo, pues dejarlo a su libre albedrío lo convierte en un foco de tensiones y conflictos.

Los lugares inscritos en la Lista del Patrimonio Mundial, en cumplimiento de los compromisos adquiridos por los Gobiernos y los ciudadanos, deberían convertirse en laboratorios de buenas prácticas donde impulsar proyectos para lograr que las relaciones entre turismo y patrimonio sean armónicas y, aún más, para que la visita se convierta en una práctica cultural respetuosa y enriquecedora. Nuria Sanz, del Centro del Patrimonio Mundial de la UNESCO, en **“Turismo, cambio cultural y patrimonio mundial”**, partiendo de que los valores que justifican la inscripción de un bien en la Lista del Patrimonio de la Humanidad son, en gran medida, los mismos por los que millones de turistas y excursionistas desean visitarlos, plantea cuestiones importantes en relación con la reelaboración de los valores, la conservación y la visita, entendida como una práctica en el cumplimiento de la responsabilidad de Gobiernos y ciudadanos en la preservación de los Bienes. La presión del turismo sobre los lugares del Patrimonio Mundial crece día a día y, dado que las infraestructuras de gestión no son las adecuadas, las amenazas sobre los valores universales son crecientes, pues no es fácil articular un diálogo institucional y construir un sistema de alianzas entre la industria turística, los responsables de la conservación y las comunidades locales. Los planes de gestión y de uso público se contemplan como imprescindibles para aplicar las Directrices Operativas de la Convención del Patrimonio Mundial, sin embargo son pocos los lugares del Patrimonio Mundial que cuentan con ellos o los gestionan de forma eficaz. Una visión dinámica de la conservación y la gestión turística no pueden eludir la pregunta de ¿cuanto cambio es aceptable?, para evitar riesgos para el lugar, la comunidad local y los turistas. El Centro del Patrimonio Mundial se enfrenta a un atractivo desafío, este no es otro incorporar el turismo a la causa de la conservación.

El turismo permite visualizar la dimensión económica del patrimonio y la actividad turística se contempla como una oportunidad para diversificar la economía e impulsar procesos de desarrollo, especialmente en los países con bajos niveles de renta. Peter

Shackleford, director de la división de administración de la Organización Mundial de Turismo, en **“Turismo y Ciudades Patrimonio de la Humanidad: gestión, calidad, conservación”**, tras plantear como la OMT ha tratado el turismo cultural en el contexto de la Convención sobre Protección del Patrimonio Mundial, Cultural y Natural, asumiendo el principio de primero conservar y después abrir el sitio a la visita pública, formula veinte reflexiones sobre cuestiones importantes como: la convivencia del turismo y el patrimonio, la búsqueda de la diversidad, la demanda cultural, el crecimiento y la frecuentación turística, las nuevas tecnologías, la prioridad de la conservación, el papel de sector privado, el patrimonio como responsabilidad internacional, la capacidad de acogida, la política turística de los sitios, la experiencia de la visita o la necesidad de compartir valores y perspectivas. Finalmente se presentan algunos de los resultados del informe sobre “El Turismo urbano y la cultura: la experiencia europea”, publicado por la Comisión Europea de Turismo y la OMT, resaltando el reforzamiento de las vacaciones culturales, el atractivo de los recursos patrimoniales, la existencia de una mayor conciencia sobre la presión turística y la apuesta por la diversificación de los recursos y la oferta cultural.

Los modelos de utilización turística de los recursos y destinos patrimoniales, caracterizados por un contacto superficial y visitas rápidas y focalizadas en hitos o miradores, tienen mucho que ver con como se han ido conformando, a lo largo del tiempo, las imágenes culturales y, especialmente, turísticas de las ciudades, imágenes caracterizadas, frecuentemente, por la simplificación. Dolores Brandis en **“La imagen cultural y turística de las ciudades españolas Patrimonio de la Humanidad”**, tras acercarse a la diversidad de puntos vista en el momento de abordar la cuestión de la imagen, señala como las visuales son las que mejor contribuyen a fijar la imagen de las ciudades. La construcción y la difusión de las imágenes, culturales o turísticas, responden a agentes e intereses diversos, así mientras en la elaboración de la imagen cultural tienen un peso importante el mundo académico y el artístico, la imagen turística es más selectiva y simplificada, con un fuerte protagonismo de los poderes públicos. En el proceso de construcción y difusión de la imagen cultural y turística de las ciudades tienen un especial protagonismo las vistas panorámicas. Se sitúa la construcción de las representaciones visuales en el contexto económico y social en el que surgen y se ordenan los contenidos interpretativos a partir de una atractiva secuencia: ciudad pintada, ciudad grabada, ciudad impresa, ciudad fotografiada, la ciudad en las guías y la ciudad en los carteles.

La complejidad del turismo, las expectativas que despierta, las tensiones que genera y los efectos directos e inducidos sobre la realidad de los destinos exigen, cada vez más, dotarse de nuevas herramientas de observación, conocimiento y análisis sistemático de las realidades, son los casos de los observatorios urbanos. En este sentido, María García Hernández, en **“Los observatorios turísticos locales: un instrumento útil para la planificación y la gestión turística en destino”**, señala su carácter de instrumentos emergentes para conocer en profundidad las múltiples aristas del hecho turístico, con

especial atención al comportamiento de la demanda. Tras un recorrido rápido sobre la situación de los observatorios en España se perfilan sus objetivos y contenidos básicos (oferta, demanda, estudios e informes, etc.), analizando algunas de las experiencias ya consolidadas (Observatorio Turístico Español, Sistema de Información Turística de Asturias, Observatorio Turístico de la Costa del Sol, Observatorio Turístico de Ávila y el Observatorio Turístico de Córdoba) y otras en proceso como el Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España. Se concluye resaltando como los observatorios aportan un conocimiento de primera mano sobre la realidad turística local y permiten mejorar la toma de decisiones, sin embargo su articulación es compleja y ello ayuda a explicar que exista un importante déficit de iniciativas relacionadas con la generación, tratamiento y explotación de la información turística a escala local, algo imprescindible a nivel de las ciudades Patrimonio de la Humanidad si, realmente, se quieren impulsar adecuados planes de gestión.

Las Ciudades Patrimonio de la Humanidad para hacer frente a la conservación del legado que atesoran y los desafíos que plantean las nuevas dinámicas y funciones urbanas, entre ellas la cultural o la turística, no pueden trabajar aisladas y en función de ello se vienen impulsando redes de cooperación tanto a escala mundial como de regiones culturales y de los estados, estos son los casos de la Organización de las Ciudades Patrimonio Mundial (1993) o del Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España (1993). Luís Felipe Cabrales Barajas, profesor e investigador de la universidad de Guadalajara (México) en **“Ciudades Patrimonio de la Humanidad de México: Experiencia Asociativa y Gestión del Turismo Cultural”**, centra su atención en la caracterización patrimonial y turística de las ciudades Patrimonio de la Humanidad de México y en la interesante labor desarrollada por la Asociación Nacional que las agrupa desde 1996. La potencia y riqueza patrimonial de las nueve ciudades integradas en la Asociación les está consolidando como potentes focos de atracción turística, con más de dieciséis millones de turistas, de los cuales el 78% son nacionales y el 22% extranjeros. Su finalidad prioritaria es gestionar apoyos financieros, públicos y privados, para preservar y mejorar las ciudades y tener una representación conjunta en los foros y ferias de turismo nacional e internacional, en este sentido destacan el Convenio General de Concertación suscrito con la Secretaría de Turismo y el Subprograma Ciudades Patrimonio del Fondo Nacional para la Cultura y las Artes. El éxito y el reconocimiento de esta experiencia radican en haber consolidado una infraestructura de gestión que, por su capacidad de interlocución con instancias administrativas supralocales, ha sido capaz de alimentar políticas transversales que han ayudado a mejorar las condiciones del patrimonio y a ofrecer sitios urbanos de calidad para el disfrute de los ciudadanos y turistas, así como espacios de oportunidad para el desarrollo de las economías locales.

La segunda parte de libro se centra en la presentación del análisis de casos representativos de cómo se han venido abordando en España las cuestiones relacionadas

con la interpretación, planificación y gestión patrimonial y turística de conjuntos patrimoniales incluidos en la Lista del Patrimonio Cultural de la Humanidad tan representativos como Granada, con dos conjuntos, la Alhambra y el Albaicín, Córdoba, Toledo, Santiago de Compostela y Cuenca. Santiago de Compostela y la Alhambra son experiencias exitosas, consolidadas y con reconocimiento internacional en la gestión urbanístico-patrimonial y turística. Toledo refleja, con bastante claridad, los efectos perversos de enfoques sectoriales y las dificultades para lograr una integración equilibrada del turismo en las políticas urbanas y patrimoniales. Córdoba expresa la voluntad de incorporar la cultura, el patrimonio y el turismo en un proyecto urbano que se persigue articular alrededor de la candidatura a Capital Europea de la Cultura en 2016. Finalmente, Cuenca ilustra una experiencia de gestión que, siguiendo el modelo del consorcio de Santiago de Compostela, apuesta por la conservación del patrimonio mediante la cooperación interadministrativa, algo que debería ser norma de actuación en todas las Ciudades Patrimonio de la Humanidad.

La conservación activa y la gestión de los conjuntos patrimoniales requieren, además de contar con importantes recursos financieros, disponer de interpretaciones y articulaciones coherentes de las piezas que los constituyen, así como de instrumentos de planificación urbanística y gestión patrimonial acordes con las demandas y necesidades actuales. Pedro Salmerón Escobar, arquitecto y conocedor como pocos de las claves interpretativas del patrimonio granadino, en **“Articulación Patrimonial de Granada: Albaicín, Alhambra y Centro”**, indaga alrededor de la búsqueda de un posible entendimiento y complementariedad entre zonas que tienen una gran personalidad como trama urbana, en el marco de una reflexión para avanzar en la idea de una ciudad que debe ser capaz de construir y ofrecer un interesante proyecto de futuro. La recuperación urbana se perfila como un proceso complejo donde las administraciones competentes deben responder con planes integrales que abran la ciudad histórica a la participación de los ciudadanos y de los agentes privados. Inadecuados procedimientos de actuación, equivocados tratamientos de los vacíos urbanos y de los entornos de los monumentos pueden desvirtuar la autenticidad de un lugar. El pasado se entiende como un activo y la memoria forma parte de un presente donde el turismo puede ser un agente provocador o coadyuvante en una actitud creativa de rastreo, tal como está ocurriendo en la Isla de los Museos de Berlín. Granada sirve de referencia para una interpretación innovadora, señalándose como es difícil desvelar la riqueza patrimonial del lugar sin plantarse las relaciones territoriales, urbanas y paisajísticas, superando la focalidad concedida al monumento. A la dualidad de las colinas, Albaicín y Alhambra, se une el Área Centro con un papel de enlace con el conjunto de la ciudad, así el Plan Director de la Alhambra (2008) persigue diversificar la visita turística con un panel de itinerarios que relacionan Granada y la Alhambra. En esta misma línea se apuesta por la incorporación del Área Centro a la lista del Patrimonio de la Humanidad, una segunda extensión de la Alhambra y Generalife, la primera fue el Albaicín, algo que apoyaría la vinculación de las dos colinas con la ciudad

baja y, también, una mas correcta formulación de estrategias comunes en relación al binomio patrimonio-turismo.

Los grandes conjuntos monumentales del planeta, especialmente si están incluidos en la Lista del Patrimonio Mundial, se han convertido en focos de atracción turística, algo que si no está adecuadamente gestionado puede poner en peligro la perdurabilidad y autenticidad del patrimonio. Victoria Chamorro, secretaria general del Patronato de la Alhambra y El Generalife, desde la perspectiva de responsable de la gestión, en **“La Alhambra, el lugar y el visitante”** plantea la necesidad de articular un nuevo discurso sobre el patrimonio como bien social de múltiples dimensiones y sobre la planificación y gestión turística sostenibles. La Alhambra viene trabajando en esta dirección y sus estrategias de puesta en valor y uso del patrimonio tienen la sostenibilidad como referente central, sin olvidar que el Monumento es un activo en los procesos de desarrollo socioeconómico y de empleo local y, por tanto, hay que instrumentar fórmulas de consenso y compromiso entre los gestores del monumento y la industria turística, algo que requiere renovar y adaptar los órganos e instrumentos de gestión. En este sentido el Plan Director fija un código de nuevas pautas y establece programas de recuperación de espacios, de conservación y restauración, manejo turístico y proyectos culturales científicos y educativos. Se desarrolla y explicita la apertura del concepto de visita pública a nuevas dimensiones relacionadas con el paisaje, el desarrollo, la identidad y la sociedad, considerando el territorio como ámbito de actuación, la Alhambra como factor de desarrollo, evaluando su impacto económico, y la capacidad de acogida como herramienta para fijar unos niveles de uso aceptable. La experiencia adquirida y los instrumentos disponibles permiten apostar por un modelo de Gestión Patrimonial Integral donde el Plan de Manejo Turístico tiene un papel destacado, en el marco de una estrategia orientada a garantizar la preservación física y funcional de la Alhambra como lugar, compatible con el mantenimiento de un uso turístico que trabaja para conseguir que el visitante tenga una experiencia enriquecedora en el patrimonio.

La construcción de proyectos, capaces de movilizar recursos patrimoniales y de ilusionar a los ciudadanos, es sin duda uno de los retos a los que se enfrentan las Ciudades Patrimonio de la Humanidad, algo que les obliga a dotarse de nuevos instrumentos de planificación y gestión, para aprovechar mejor las oportunidades que se les brindan o aquellas que se persiguen. La experiencia de las capitales culturales europeas, especialmente en el caso de ciudades medias, se ha revelado como exitosa en los campos de la recuperación patrimonial y del crecimiento turístico. Francisco Javier Lucena, María José Peña y David Luna, en **“Córdoba: Estrategias Patrimoniales y Turísticas en el Horizonte la Capitalidad Cultural”**, realizan una caracterización básica de la ciudad a nivel socioeconómico, urbanístico, patrimonial, cultural y turístico y un análisis DAFO del conjunto turístico-patrimonial-cultural, resaltando la potente imagen de Córdoba como ciudad cultural, tanto para los residentes como para los turistas, donde nuevas infraestructuras y equipamientos culturales ofrecen la oportunidad para

diversificar y enriquecer la oferta cultural. Para rentabilizar oportunidades y construir proyectos se requieren nuevas herramientas de planificación y gestión, analizándose el II Plan Estratégico “Córdoba III Milenio”, el Plan Especial del centro Histórico, el Consorcio de Turismo de Córdoba y el Plan de Excelencia Turística. Finalmente, se justifica la aspiración a la capitalidad europea de la cultura como un proyecto colectivo y se presenta la evolución de la candidatura y de las actuaciones desarrolladas, en la línea de convertir a Córdoba en una ciudad donde la cultura sea un eje de su identidad y sus desarrollos económico y sociourbanístico.

Ciudades históricas que cuentan con un indiscutible reconocimiento patrimonial y que, frecuentemente, son también destinos turísticos de reconocido prestigio nacional e internacional no siempre son capaces de construir un modelo armónico de relaciones entre patrimonio, turismo y paisaje, ni tampoco entre la ciudad histórica y los nuevos de desarrollos urbanos; tienen muchas dificultades para integrar el pasado en el presente y ello puede acarrear graves consecuencias para el patrimonio, especialmente en coyunturas de profundos cambios funcionales y urbanísticos. En **“Toledo: Características y Problemáticas de un Destino Patrimonial”**, trabajo que compartimos con Libertad Troitiño Torralba, se trata de evidenciar, en el marco de una perspectiva transversal, algunas de las razones por las cuales, a pesar de los esfuerzos realizados durante los últimos años, existen muchas dificultades para lograr una plena y equilibrada integración del turismo en la realidad económica, social y urbanística de la ciudad. Tras una presentación sintética de las características de Toledo como destino patrimonial, considerando recursos y oferta cultural, planta hotelera y de restauración, comercio turístico y demanda turística, se analizan las políticas, estrategias e infraestructuras de gestión urbanística, patrimonial y turística y se define la ciudad histórico-turística, prestando especial atención a los usos e impactos del turismo. Tras resaltar las fortalezas, debilidades, perspectivas y amenazas existentes, se evidencia como en la configuración de un destino patrimonial potente y de calidad es necesario armonizar demandas y necesidades urbanísticas, culturales y patrimoniales, resultando urgente tender puentes de comunicación entre las políticas urbanísticas, las turísticas y las de patrimonio cultural. Superar las debilidades, hacer frente a las amenazas y conseguir que Toledo continúe siendo uno de los destinos patrimoniales más importantes del mundo requiere innovar en el terreno de la gestión y para ello es necesario el liderazgo municipal, la participación del sector empresarial y la implicación ciudadana.

La recuperación urbana integrada de las Ciudades Patrimonio de la Humanidad y la complementariedad entre urbanismo, patrimonio y turismo pueden pasar del terreno de la teoría al de la práctica, ello requiere voluntad política y existencia de proyectos coherentes y de una gestión urbana innovadora y atenta a los cambios. Xosé Manuel Villanueva Prieto en **“Santiago de Compostela: Políticas de Recuperación Urbana en Una Ciudad Patrimonio de la Humanidad”**, desde una doble perspectiva, primero como

miembro del equipo político municipal y ahora como gerente de uno de los instrumentos de gestión de la ciudad histórica, el Consorcio del Real Patronato, presenta algunas de las claves para entender los resultados obtenidos y algo muy importante como es lo que puede tener de generalizable esta experiencia. Se resalta, en primer lugar, que en los procesos de transformación urbana es fundamental la existencia de un **proyecto urbano de transformación**, entendido como herramienta para que el proceso se materialice de una forma ordenada y cualitativa. La significación de la ciudad ha proporcionado grandes posibilidades para captar voluntades y apoyo institucional, algo que posibilitó la aparición del Real Patronato (1991) y, fundamentalmente, la creación de un instrumento de gestión permanente, el Consorcio, que dan cobertura financiera y estabilidad. Se trata de un proyecto político, con un profundo fundamento técnico de reflexión multidisciplinar, que integra dimensiones urbanísticas, infraestructurales, culturales, sociales e institucionales. La protección de la ciudad histórica se entendió, desde el principio como parte de un proyecto global de transformación de la ciudad, resaltándose como instrumentos fundamentales la declaración de la ciudad y el Camino de Santiago como Patrimonio de la Humanidad, los Planes Generales de Ordenación urbana, el programa de infraestructuras Compostela 93/99 y el Plan Especial de Protección de la Ciudad Histórica. Como desafíos actuales se resaltan la introducción de la cultura de la conservación y el equilibrio funcional, unido a la aparición de un factor de cambio, ajeno al proyecto urbano originario, como ha sido la denominada “Ciudad de la Cultura”.

La puesta en valor y la adecuación del patrimonio cultural como recurso turístico es un proceso complejo y lento, que requiere actuar desde frentes urbanísticos, patrimoniales, turísticos y culturales. En las dos últimas décadas la ciudad alta de Cuenca, donde el volumen de inversión realizado se aproxima a los 100 millones de euros, conoce una importante recuperación física de su patrimonio histórico-monumental. Luís Esteban Cava, actual gerente del Consorcio y antes concejal de urbanismo e impulsor de las políticas de protección y recuperación urbana, en **“El Consorcio de la Ciudad de Cuenca y la Gestión de la Ciudad Histórica”**, tras presentar algunas claves de la secuencia histórica de la ciudad y la singularidad de su casco histórico, así como el complejo proceso de recuperación y rehabilitación, resalta el papel del Plan Especial del Casco Antiguo y las Hoces, así como el importante esfuerzo inversor realizado en las últimas décadas. Analiza la estructura y objetivos del Real Patronato y del Consorcio, para finalmente mostrar las actividades del Consorcio en relación con la conservación del patrimonio y el apoyo al desarrollo cultural y turístico de la ciudad. Se cuenta con un presupuesto anual del orden de ocho millones de euros que permite acometer actuaciones de recuperación y puesta en valor del patrimonio, instrumentar ayudas de rehabilitación y apoyar ciertas acciones en el ámbito de la cultura y el turismo.

Miguel Ángel Troitiño Vinuesa



Primera Parte: Visiones e Interpretaciones Generales



Capítulo 1: Turismo, Patrimonio y Recuperación Urbana: Retos de Interpretación y de Gestión¹

¹ El contenido de este texto forma parte del trabajo realizado en el marco del proyecto “Dinámicas recientes y estrategias de intervención en destinos patrimoniales”. Plan Nacional de I+D+I (2004-2007). Ministerio de Educación y Ciencia. Referencia: SEJ2006-10898/GE0G. Años 2006-2009.

0. Introducción

Los destinos patrimoniales se enfrentan a profundos cambios funcionales y sociales, en ellos o en sus entornos mas 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 (Troitiño, 2003). La planificación y la gestión están teniendo dificultades para integrar los paisajes del pasado en las realidades del presente y en los proyecto de futuro.

La difusión de la ciudad en el territorio, el estallido de las estructuras urbanas tradicionales y las insatisfacciones del planeamiento urbanístico, aconsejan, en estos comienzos del siglo XXI, plantearse algunas preguntas: ¿cuál debe ser el papel de los destinos patrimoniales en las nuevas estructuras urbanas y territoriales?; ¿cuál es el papel y donde están los límites del turismo y la cultura?; ¿qué innovaciones es necesario introducir en el terreno de la planificación y de la gestión para llenar de funcionalidad renovada a espacios cargados de valores y de símbolos?.



Ávila: Vista general desde los Cuatro Postes

En el momento de afrontar la problemática relacionada con la planificación y la gestión turística de las Ciudades Patrimonio de la Humanidad es necesario tener una visión transversal innovadora, dinámica e integradora que, superando los planteamientos

de la ordenación urbanística tradicional, 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 la cultura plantean. El reto está en saber utilizar los instrumentos disponibles y preparar los conjuntos patrimoniales como destinos turísticos coherentes y canalizar el turismo en función de las exigencias de la conservación y, también, de las necesidades y deseos locales.

1. La transversalidad del turismo y las interdependencias entre turismo y patrimonio

La complejidad del turismo, en cuanto **fenómeno transversal** que impregna el conjunto de la realidad patrimonial, explica que no sea nada fácil gestionarlo ni integrarlo, de forma equilibrada, en los organigramas administrativos y en los modelos clásicos de gestión de los ámbitos patrimoniales, diseñados, por lo general, desde lógicas administrativas tradicionales. Las expectativas que el turismo despierta son muchas, al ser una actividad económica expansiva que puede ocupar el lugar que otras funciones han dejado, y servir para que los destinos patrimoniales refuercen su protagonismo.

En el umbral del siglo XXI, **las Ciudades Patrimonio de la Humanidad se encuentran cada día más asociados al turismo. La sostenibilidad de los destinos se relaciona con el logro de modelos turísticos integrados en la economía y en la sociedad, respetuosos con el patrimonio cultural y preocupados por las nuevas demandas de accesibilidad y movilidad que el turismo plantea (García Hernández; Calle Vaquero, 2005).** La realidad de los destinos patrimoniales es ciertamente muy heterogénea, mientras en unos pocos casos, Santiago de Compostela, Venecia, Machu-Pichu, Chitchen-Itza, la Alhambra de Granada, la Acrópolis de Atenas o Pompeya, ya existen importantes problemas de saturación y congestión, son otros muchos donde hay posibilidades para incrementar el número de visitantes y, seguramente, será lo que ocurra durante los próximos años.



Puente Rialto de Venecia: uno de los puntos críticos de la presión turística.

El turismo, sea de motivación cultural profunda o superficial, ha conocido un importante incremento en la última década y se está convirtiendo en un fenómeno de masas, siendo un protagonista fundamental de la vida y también de la recuperación de importantes conjuntos patrimoniales. Las relaciones entre urbanismo, territorio, paisaje, patrimonio y funcionalidad turística son bien evidentes, aunque, tal como ha ocurrido en los entornos de la Alhambra de Granada, Machu-Pichu, Teotihuacan, Madinat-Al- Zahra, etc. no siempre se hayan entendido de forma correcta. (Troitiño, 2000; Brandis/Del Rio, 2000). El turismo, adecuadamente canalizado y gestionado, puede servir para reforzar la multifuncionalidad de los lugares pero hay que asumir que **las potencialidades de crecimiento no son infinitas y, por tanto, es necesario poner límites en algunos casos.**

El turismo es tan fundamental en la vida y en la economía de los destinos patrimoniales que no se lo puede dejar a su libre albedrío (Borg; Gotti, 1995). Los estudios de prospectiva apuntan hacia un rápido desarrollo del turismo de destinos patrimoniales, ello a pesar de que la coyuntura internacional no parece muy favorable (Bouché, 2002). Para dar respuesta a una demanda creciente, la OMT prevé 1.000 millones de turistas internacionales en el 2010, ya sea de turismo exterior o interior, es necesario presentar y organizar bien los destinos patrimoniales en términos territoriales, urbanísticos, de oferta cultural, de rutas e itinerarios y de equipamientos e infraestructuras turísticas. En España, tras unos años de fuerte crecimiento en los destinos patrimoniales, todo parece indicar, en base a los trabajos que realizamos en el observatorio turístico del Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España, que estamos entrando en una fase de cierta estabilidad (Troitiño et Al. 2007).

En el momento de plantear la cuestión de la utilización turística del patrimonio cultural, es necesario afrontar los desafíos culturales, económicos, medioambientales y funcionales que el uso responsable del patrimonio y la presión del turismo plantean. El patrimonio cultural, en sus diversas manifestaciones, tiene potencialidades diversas de utilización turística pero ello requiere plantarse algunas preguntas, tanto a nivel de interpretación como de gestión.



Segovia:
representación histórica en el entorno del
Acueducto.

En este sentido, **la Carta de Turismo Cultural de ICOMOS (1999)**, tras señalar el derecho y la responsabilidad, individual y colectiva, de comprender, respetar, valorar y conservar de forma activa el patrimonio cultural, resalta la interacción dinámica entre turismo y patrimonio cultural. El turismo, que ofrece oportunidades de intercambio cultural y de experiencias vitales, debería ser una fuerza positiva para la conservación y un factor de desarrollo. El patrimonio es, sin duda, un atractivo turístico y, por medio del turismo, debe aportar beneficios a la comunidad receptora de visitantes (Troitiño, 2005). En este marco de referencia se plantea la necesidad de diálogo y alianzas entre los intereses de la conservación del patrimonio cultural y los de la industria turística. También en el mundo del turismo se avanza en esta dirección, este es el caso del **Código Ético Mundial Para el Turismo (OMT, 1999)**.

La mencionada carta fija, tras un largo debate entre los expertos del comité de turismo cultural de ICOMOS, seis principios fundamentales.

1°. El turismo es un vehículo de intercambio cultural que brinda oportunidades para la mejor comprensión de la cultura y el patrimonio de las comunidades anfitrionas.

2°. La relación entre los sitios de patrimonio y el turismo es de naturaleza dinámica y puede implicar valoraciones encontradas. En función de ello, debe gestionarse de modo sostenible para la actual y para las futuras generaciones. Esto implica asumir, entre otras cuestiones, que el patrimonio cultural tiene un valor intrínseco donde la autenticidad es uno de sus principales activos.

3°. La planificación de la conservación y del desarrollo turístico de los lugares con patrimonio debe garantizar que la experiencia del visitante sea satisfactoria y enriquecedora. Hay que apostar por la calidad y la autenticidad en la presentación de los contenidos y conseguir la actitud respetuosa del visitante, especialmente en los sitios con significación espiritual.

4°. Las comunidades receptoras deberían implicarse en la planificación y en la gestión tanto del patrimonio cultural como del turismo. Los deseos y las necesidades de las comunidades locales son fundamentales a la hora de evaluar las potencialidades y límites en la utilización turística del patrimonio cultural.

5°. Las actividades turísticas y la conservación del patrimonio deben plantearse de forma que proporcionen beneficios a la comunidad anfitriona. En este sentido, hay que lograr que una parte de las rentas que el turismo genera se dediquen a la conservación y a la presentación del patrimonio.

6°. Los programas de promoción del turismo deben ayudar a proteger y poner en valor las características del patrimonio. Esto implica una promoción realista, orientada a lo auténtico y preocupada por el control y la gestión de los flujos de visitantes. No está resultando fácil dotarse de infraestructura de gestión que superadoras de la clásica disociación entre gestión turística, gestión cultural y gestión urbanístico-territorial. Las expectativas que el turismo despiertan son muchas, sin embargo hay que ser

conscientes, por un lado, que en **la utilización turística del patrimonio cultural hay que saber poner límites** y, por otro, que **la dinamización económica a partir del turismo no siempre es posible o suficiente**, especialmente cuando se puedan poner en peligro valores o experiencias de las comunidades de acogida.

En los organismos públicos y en las empresas privadas, con frecuencia, preocupa más la promoción que la gestión. Hasta fechas muy recientes la administración turística local apenas ha intervenido en la conformación de los conjuntos patrimoniales como destinos turísticos. Las iniciativas impulsadas por los organismos internacionales, los estados, las regiones y los poderes locales evidencian que, si bien nos encontramos ante el inicio de un cambio de tendencia y en la **búsqueda de modelos de gestión mas sostenibles**, también se detecta cierta obsesión por lograr que el patrimonio cultural ayude a superar la **crisis relativa** que determinados destinos están viviendo, consecuencia no sólo de la geopolítica internacional sino también de la insostenibilidad de sus modelos de desarrollo.

El éxito de un destino cultural depende tanto de la coordinación de políticas sectoriales (medioambiente, urbanismo, infraestructuras, ordenación del territorio, cultura, seguridad, turismo, etc.) como de la formulación explícita de políticas turísticas o culturales. **Los destinos patrimoniales del planeta**, uno de los segmentos de mercado con mayor potencial de crecimiento, **se enfrentan a un importante desafío: aprovechar las oportunidades que el turismo les brinda para poner en movimiento, de forma responsable, sus recursos y contribuir a construir nuevos modelos de desarrollo.**

2. Las dimensiones múltiples del turismo y sus implicaciones urbanas, territoriales y patrimoniales

En el umbral del siglo XXI, **los conjuntos patrimoniales se encuentran estrechamente asociados al turismo.** Su función turística se ha venido reforzando en los últimos años, aumentando la simbiosis entre patrimonio y turismo. Esta realidad, con dimensiones múltiples, plantea problemas nuevos en relación la gestión de los flujos turísticos, la planificación urbanística, la protección del patrimonio, la accesibilidad y movilidad o el medio ambiente.

El turismo ha conocido un importante incremento en la última década y se está convirtiendo en un protagonista fundamental de la vida y también de la recuperación urbanística y arquitectónica de importantes conjuntos patrimoniales, al inducir procesos de rehabilitación y de reutilización de edificios monumentales, así como mejoras del espacio público y de las infraestructuras y equipamientos.

Para evitar los efectos negativos del turismo de masas, sobre los que han llamado la atención ICOMOS, el Consejo de Europa, La Unión Europea, UNESCO, etc., también la OMT, hay que asumir algo fundamental: **la capacidad de acogida de los**

destinos patrimoniales es limitada ya que los recursos del patrimonio cultural y sus estructuras físicas son muy frágiles y, además, no renovables. En este sentido, los destinos patrimoniales tienen estructuras urbanísticas, territoriales, patrimoniales y medioambientales de gran singularidad que imponen fuertes condicionantes, especialmente en los temas relacionados con la accesibilidad, la movilidad, la recuperación funcional o la intervención patrimonial. Muy raramente los entornos de los ámbitos patrimoniales cuentan con las infraestructuras y los servicios de acogida necesarios.

Estamos frente al reto de adecuar los destinos patrimoniales y sus entornos para que, conservando sus valores y singularidades patrimoniales, urbanísticas y medioambientales, aspectos claves de su atractivo turístico y de su posición en los mercados internacionales, la función turística se integre armoniosamente y se convierta en una aliada de su recuperación funcional y genere actividad económica en sus entornos.

2.1. Desarrollo urbano y turismo sostenible

El turismo constituye un elemento fundamental en la vida y en la economía de los destinos patrimoniales y de ahí deriva la necesidad de prestarle más atención, no dejarlo a su suerte y considerar sus múltiples implicaciones. A pesar de cierto estancamientos de algunos destinos patrimoniales con motivo de los atentados de Nueva York en 2001, especialmente en relación al turismo internacional, los estudios de prospectiva apuntan hacia un desarrollo del turismo urbano y de manera especial en el segmento correspondiente a las ciudades, lugares y paisajes considerados como **Patrimonio de la Humanidad**, al ser los hitos arquitectónicos o paisajísticos, junto con los grandes museos y yacimientos arqueológicos singulares, los principales focos de atracción turística.

El desarrollo turístico sostenible en los destinos patrimoniales debería ser no sólo un deseo, cuya operatividad presenta dificultades, sino una estrategia explícita, necesaria para insertar el turismo en un marco de compatibilidad con el patrimonio, con el medio ambiente, con la sociedad y con la economía.

El turista es un gran consumidor de bienes y servicios, su presencia dinamiza los diversos sectores de actividad, genera riqueza y empleo e introduce nuevas modalidades en el consumo y en el uso del suelo. En primer lugar, potencia el desarrollo de las ramas de actividad que cubren directamente las necesidades de consumo de los visitantes (hostelería, restauración, transporte, comercio y servicios de ocio y recreo) e impulsa también el desarrollo de otros sectores de actividad al tener un importante efecto multiplicador. Esto es algo que, especialmente en lo relacionado con los hoteles y los restaurantes, ha sido bien evidente durante la última década en las ciudades históricas españolas.

El turismo, además de incrementar la renta de la población local, también genera un aumento de los ingresos de las corporaciones locales. Su desarrollo puede contribuir a la revitalización económica de los destinos, ahora bien, también tiene su lado oscuro.

Cuando la economía depende en exceso de esta actividad, se expone a serios peligros puesto que una disminución de la afluencia de visitantes o del gasto turístico puede provocar una aguda crisis en el sistema productivo. A la oferta de empleo generada en las actividades directamente servidoras del turismo, hay que sumar el empleo indirecto y el inducido en aquellas empresas que prestan bienes y servicios al sector. Se estima que por cada empleo directo creado en el turismo, se generan 1,2 empleos indirectos y 1,5 empleos inducidos. Todo ello plantea la necesidad de prever suelos para nuevos usos e infraestructuras relacionados con la demanda turística, en suma, una planificación urbana o territorial, según el tipo de destino, que tenga muy presente las demandas y necesidades de la función turística.

En general, existe una estrecha relación entre el esfuerzo en la conservación y puesta en valor del patrimonio y la afluencia turística. **La revalorización y utilización turística del patrimonio cultural requiere, sin embargo, que esté integrada dentro de un proyecto cultural donde se inviertan, en alguna medida, las reglas del mercado: la oferta prime sobre la demanda (Moser, 1994).** Los ejes fundamentales de esta política deben ser la adecuada preparación, presentación e interpretación del patrimonio cultural, así como la adecuación y preservación de los entornos.

Un conjunto patrimonial, además de un ámbito receptor de turistas, es un lugar de la memoria y donde se vive, se investiga, etc. En el caso de los centros históricos se trata de una **realidad multifuncional**, donde una excesiva presión turística puede introducir importantes desequilibrios; es necesario dotarse de una planificación urbana o territorial que dé respuesta a las nuevas demandas funcionales y propicie estrategias cualitativas de multifuncionalidad.

2.2. Los flujos turísticos y la capacidad de acogida

Los destinos patrimoniales se han convertido en grandes receptores de visitantes nacionales y extranjeros, atraídos por el patrimonio arquitectónico y urbanístico, los museos, la cultura o por un paisaje singular que se ha ido perfilando a lo largo de los siglos. El incremento de los flujos turísticos es una realidad evidente, exigiendo la puesta a punto de una planificación más precisa y de una gestión más eficaz, necesarias para instaurar formas y comportamientos turísticos menos agresivos y más responsables con el uso y disfrute del patrimonio (O.M.T. 2004).

El desmedido incremento del número de visitantes, entre los que tienen un fuerte protagonismo los excursionistas, aparece como una amenaza creciente para destinos patrimoniales que no siempre están preparados para esta función, exigiendo la puesta a punto de una planificación más precisa y de una gestión adaptada a su real **capacidad de acogida (García Hernández, 2003)**. Esta capacidad es variable en función tanto de las características del destino patrimonial (centro histórico, yacimiento arqueológico, paisaje

cultural, etc.) como de las infraestructuras y equipamientos de acogida o del modelo de gestión implementado.



Procesos de turistización en el entorno de la mezquita/catedral de Córdoba (C/ Cardenal Herrero)

Muchos destinos patrimoniales no podrán soportar un incremento creciente en el número de visitantes: **su capacidad de acogida es limitada**. Hay cuatro dimensiones de capacidad de acogida que deben considerarse de forma combinada y complementaria:

- La **capacidad de acogida física**, a partir de cuya superación el medio ambiente y los recursos culturales se ven afectados muy negativamente, pierden calidad, autenticidad y atractivo. También la experiencia del visitante se empobrece pues empieza a sufrir los efectos de la congestión.

- La **capacidad de acogida económica**, una vez desbordada provoca desajustes con las otras funciones del destino, los equilibrios funcionales empiezan a sufrir efectos negativos y la multifuncionalidad se puede empezar a resentir. Son los riesgos del monocultivo turístico.

- La **capacidad de acogida social** cuando, ante un número de visitantes excesivo, los residentes perciben el turismo como **invasión** y las relaciones con la sociedad local empiezan a ser tensas y conflictivas. Las tensiones se agudizan y los residentes pueden abandonar los espacios tradicionales.

- La **capacidad de acogida cultural** cuando, por la presión excesiva o por estrategias de comercialización y gestión incorrectas, la cultura y el patrimonio local se banaliza, se vacía de sentido y pierde identidad.

Las cuestiones de la capacidad de acogida tienen dimensiones territoriales o urbanísticas que no se pueden obviar, ni circunscribir estrictamente al ámbito patrimonial protegido o su entorno más inmediato. Analizar la capacidad de acogida de los lugares e integrarla plenamente en los modelos de gestión son herramientas claves para controlar el

desarrollo turístico de los destinos. El estudio de la afluencia y perfil de los visitantes, así como de las motivaciones y del uso turístico que se hace del patrimonio (Troitiño; Calle; García, 2003), junto con la fijación de límites de tolerancia en la capacidad de acogida de los destinos, son cuestiones clave para diseñar **estrategias de sostenibilidad que permitan, a corto o medio plazo, pasar del ámbito de la teoría al de la práctica**. En los destinos patrimoniales, frente a modelos masivos, cada día es más necesario apostar por estrategias orientadas a cualificar la visita (Revilla, 2003), ésta es una de las mejores maneras para prolongar la estancia e incrementar los niveles de gasto.

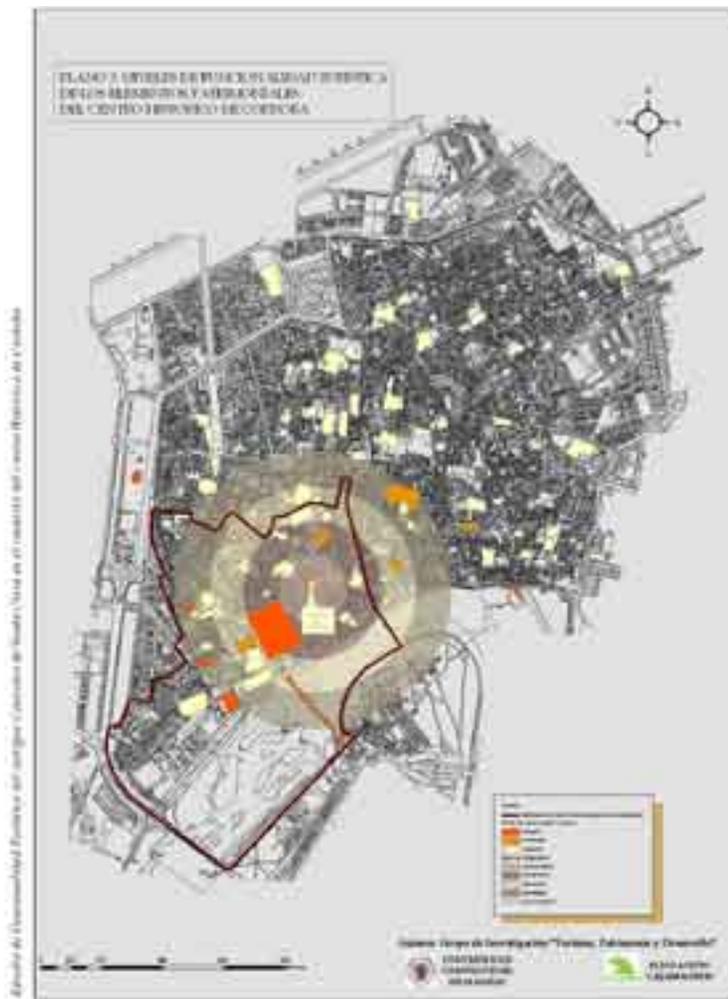
La fijación de límites de tolerancia para la gestión de la afluencia de visitantes, ajustados a las características de los destinos, es un tema que cada día preocupa más y al que la planificación urbanística y territorial, y los **planes de gestión de los sitios** deberían prestar mucha más atención, en el marco de adecuadas interpretaciones de las complejas relaciones y complicidades entre los lugares y los visitantes (Chamorro, 2006). En relación con las medidas a aplicar, se pueden utilizar **“medidas duras”** (limitaciones físicas y penalizaciones) y **“medidas blandas”** (coordinación, accesibilidad y movilidad, planificación urbanística, promoción diferenciada, etc.), siendo estas últimas las mejor adaptadas al destino patrimonial, siempre que aborden cuestiones cruciales como la accesibilidad y la movilidad o la gestión del flujo de visitantes.

2.3. Planificación y conformación de las Ciudades Patrimonio de la Humanidad como recurso y producto turístico

Las Ciudades Patrimonio de la Humanidad, una de las creaciones más brillantes de la cultura universal, encierran un rico y diversificado patrimonio cultural cuya lectura, recuperación y reutilización productiva requiere planteamientos más amplios que los meramente arqueológicos o arquitectónicos. Son conjuntos donde se relacionan variables múltiples: arquitectónicas, culturales, medioambientales, paisajísticas, turísticas, etc., esta imbricación de variables les da una especial singularidad patrimonial y turística.

Las estrategias de recuperación y de puesta en valor turístico de los destinos patrimoniales deben ser, por tanto, globales, es decir, contemplando el patrimonio cultural, principal recurso turístico, bajo todas sus formas, en toda su complejidad y en el marco de un medio ambiente singular. Una estrategia verdaderamente innovadora de la conservación y gestión del patrimonio cultural debe partir obligatoriamente de una concepción amplia del mismo y apostar por su adecuación para el uso turístico, algo que va mucho más allá de la apertura de restaurantes, hoteles o tiendas de recuerdos, superando las limitaciones de una política turística local tradicionalmente centrada, en exceso, en la promoción.

La limitada consideración de los aspectos funcionales ayuda a explicar los débiles resultados de algunas políticas de recuperación urbana, que han puesto su acento en las dimensiones meramente arquitectónicas y han descuidado aspectos funcionales, sociales



y medioambientales. Uno de los grandes desafíos económicos y sociales que el patrimonio tendrá que afrontar en los próximos años será, sin duda, el de dotarse de infraestructuras y equipamientos adecuados para acoger al turismo de masas.

Niveles de funcionalidad turística de los recursos patrimoniales de la ciudad histórica de Córdoba.

Una de las mayores oportunidades que el turismo ofrece a los destinos patrimoniales está en la recuperación y reutilización de unos bienes, arquitectónicos, urbanísticos, museísticos, etnográficos, etc. que, en no pocos casos, se encuentran claramente infrutilizados. Además puede aportar recursos para mejorar el paisaje y también genera oportunidades para cualificar la trama urbanística y renovar las infraestructuras. También puede contribuir a generar unas condiciones para que el destino patrimonial, además de ser un lugar atractivo para visitar, también lo sea para vivir o para invertir.

3. Planificación y gestión patrimonial y turística

En los destinos patrimoniales, la planificación turística, la territorial/urbanística y la cultural se han ignorado, cuando no enfrentado. Sin embargo son tres pilares básicos para lograr que un destino sea competitivo y pueda poner en marcha estrategias de turismo sostenible. Algunas de las conexiones que, desde nuestro punto de vista, deberían establecerse entre turismo y destino patrimonial son las siguientes:

- **Definir una estrategia urbana o territorial**, algo así como un **Plan Estratégico de Destino**, donde se asigne al patrimonio y al turismo el papel que la sociedad local desea que realmente tenga, dotándose de herramientas adecuadas para garantizar su control.
- **Superar lecturas simplistas del patrimonio cultural** y apostar por lecturas más complejas que permitan poner en valor recursos ahora infrautilizados.
- **Abordar políticas activas de recuperación del patrimonio cultural**, tanto de valor monumental como ambiental y paisajístico, impulsando la puesta en marcha de los programas de recuperación integrada.
- **Evaluar la adecuación del patrimonio cultural para nuevos usos**, más allá del clásico recurso a las instalaciones de la administración o a los equipamientos museísticos.
- **Acondicionar y gestionar el patrimonio cultural** para que pueda dar respuesta a las demandas y necesidades culturales y turísticas. Tener patrimonio es importante, pero no suficiente, además hay que tener muy presente que la función turística del patrimonio puede ser principal, en unos casos, secundaria, en otros, e incidental en muchos.
- **Pensar en preparar bien los destinos patrimoniales para los ciudadanos**, más allá de las específicas necesidades del turismo. Si se hace así también lo estarán para los turistas que, en una lectura cultural del turismo, pueden considerarse como ciudadanos del mundo.
- **Apostar por estrategias de multifuncionalidad** donde se complementen comercio, residencia, artesanía, turismo, administración, cultura, etc. En este sentido, la complementariedad entre comercio y turismo suele aportar buenos resultados, por ejemplo, en los centros históricos de las ciudades.
- **Dotar a los destinos de adecuadas infraestructuras e equipamientos de acogida para los visitantes**: dársenas de autobuses, aparcamientos, centros de acogida, accesos e itinerarios peatonales, etc.
- **Propiciar**, desde el tratamiento adecuado del espacio público o la ordenación del territorio, **la conexión entre los diversos recursos patrimoniales** con que cuentan los destinos, cuestión relevante en los destinos de naturaleza urbana y, fundamental, en los paisajes y rutas culturales.
- **Dotarse de adecuados centros de interpretación de los destinos patrimoniales** que permitan, además de recuperar edificios de valor o espacios infrautilizados, dotarles de

equipamientos innovadores que propicien una visita enriquecedora y refuercen la oferta cultural y de ocio. Estos centros deben tratar de orientar y motivar más que convertirse, tal como está ocurriendo con frecuencia, en una nueva tipología de museos.

- **Desarrollar o continuar con las iniciativas de cualificación medioambiental y paisajística** de los lugares y de sus entornos.
- **Preservar las imágenes**, estrechamente unidas **en la memoria colectiva**, a la singularidad de los destinos y aspecto fundamental del atractivo turístico (Brandis; Del Río, 2006).
- **Tender puentes de comunicación** entre las políticas urbanísticas, las turísticas y las de patrimonio cultural.

Para ello se necesitan **infraestructuras de gestión de nuevo cuño**, consorcios, centros de gestión territorial, etc., que coordinen a las diversas administraciones y a estas con el sector privado. No está resultando fácil mejorar la coordinación institucional, reforzar la participación ciudadana, potenciar la colaboración público/privada y reorientar la promoción y el desarrollo turístico desde nuevos criterios de sostenibilidad que en el caso del turismo, mas allá de discursos atractivos, requieren de actuaciones concretas que, en ocasiones, exigen poner límites.

4. La formulación y desarrollo estrategias y planes turísticos en destinos patrimoniales

El **análisis turístico multicriterio** permite la interpretación de las características básicas de los destinos, la identificación de tipologías, maduro, emergente, dinámico o estancado, y establecer estrategias, recomendaciones y líneas de actuación (Troitiño, M. A.; Calle, M.; García, M. 2006). Estas se pueden articular alrededor de: patrimonio y oferta complementaria, oferta de alojamiento y restauración, flujos de visitantes y capacidad de acogida, movilidad y accesibilidad, medio ambiente y órganos de gestión.

El objetivo central debería orientarse, en el caso de los destinos patrimoniales, a configurar una **estrategia turística integrada** en el conjunto de las políticas urbanas o territoriales, capaz de compatibilizar la preservación del patrimonio cultural y su rentabilización, así como la diversificación y la generación de nuevos recursos económicos. La estrategia debe contribuir a mejorar la coordinación institucional, a reforzar la participación ciudadana, potenciar la colaboración público-privada, a reorientar la promoción y el desarrollo turístico desde nuevos criterios de sostenibilidad, a aprovechar mejor las oportunidades y recursos existentes y a reducir o minimizar los riesgos de la degradación patrimonial, turística y medioambiental a medio y largo plazo.

Una vez establecidos los objetivos y la metodología de trabajo, hay que perfilar las características básicas de la estrategia, el proceso de elaboración, las áreas de estudio, las propuestas y el marco organizativo (Troitiño, M. A.; Prat, F. 1998). En el caso de destinos

patrimoniales relevantes, incluidos o no en la Lista del Patrimonio Cultural de la UNESCO, habría que apostar por estrategias turísticas de nuevo cuño cuyas características principales pueden ser las siguientes:

- **Basarse en las recomendaciones de los principales organismos internacionales** sobre turismo y desarrollo sostenible en destinos patrimoniales.
- **Concebir el turismo como una actividad central** e integrada en el conjunto de la vida económica, social y ambiental del destino.
- **Integrar las potencialidades turísticas en la ciudad o en el territorio donde se localiza el destino patrimonial**, ya que las realidades son muy diferentes en un centro histórico, un conjunto arqueológico, un paisaje cultural o un conjunto monumental.
- **Orientarse desde los intereses locales-regionales**, centrándose en los principales desafíos del turismo en los próximos decenios y negociando con los agentes turísticos exteriores.
- **Proponer programas y actuaciones urgentes relacionadas con la adecuación del destino para la visita pública y la adecuación territorial y urbana de sus entornos.**

Una estrategia de estas características, para pasar al terreno de la práctica, debería fundamentarse en el liderazgo institucional, especialmente local, la concertación empresarial y la participación social. **La estrategia debe concebirse como un proceso institucional y social de reflexión y concertación** que sólo será viable en la medida que sea impulsada desde las instituciones, compartida por los agentes privados y asumida como propia por los agentes sociales. En suma, una estrategia abierta y participativa que persiga la implicación del conjunto de la sociedad (Troitiño, 2005).

A comienzos de la década de los noventa del siglo pasado se empezaron a percibir cambios en los modelos de intervención turística en los destinos patrimoniales, especialmente en las ciudades históricas, y se comienza a diseñar políticas turísticas más allá de las actuaciones de promoción. **El turismo empieza a ser un tema importante en la agenda política local**, se empieza a asumir los planteamientos de la planificación estratégica y se pasan a adoptar estrategias más o menos explícitas de desarrollo local, considerándose al turismo como un vector potencial de desarrollo. En España, los cambios en la política turística general afectan a los modelos de intervención turística en los destinos, así el **Plan Futures I (1992-1996)** apostó por la diversificación, la cualificación, reforzando peso de la intervención pública en materia turística (Velasco, 2004).

La puesta en marcha de los Planes de Dinamización y Excelencia Turística, instrumentos de concertación interadministrativa, ha ofrecido una oportunidad para **conectar turismo, cultura y economía en las estrategias urbanas y territoriales**, aún cuando hayan existido, sin duda, dificultades operativas (Brunet et Al. 2005). La unión de turismo y patrimonio abre la oportunidad de pensar los destinos patrimoniales desde un punto de vista estratégico, ofreciendo la posibilidad de prepararse para encontrar soluciones a los problemas que viene planteando la llegada masiva de turistas

y excursionistas. La formulación y gestión de estos planes ha significado, sin duda, un cambio en los modelos de intervención turística en los destinos (Calle, M. de la, 2004). Este cambio, en algunos casos, tal como ocurre en Ávila, ha tenido efectos urbanísticos importantes (García Hernández, 2004).

El punto de partida debe estar en la búsqueda de un eje central en el que incardinar todas las variables que configuran el destino patrimonial, este punto gira en torno a la correcta valoración y presentación del patrimonio cultural del destino. La metodología, similar a la utilizada en la planificación estratégica de ciudades, incluye tres fases: análisis y diagnóstico de la situación del destino, formulación de la visión estratégica y desarrollo de estrategias (Troitiño, 2002).

El **análisis y el diagnóstico** deben servir para aportar una mirada e interpretación global de todos los factores que conforman el destino patrimonial. Hay que interpretar el modelo de destino y a continuación estudiar las variables que definen el producto turístico. El **análisis interno** tiene por finalidad identificar los puntos fuertes y débiles del destino y los componentes de la oferta patrimonial-turística. Se contempla el destino como un producto global y se analizan: el destino como producto, el patrimonio, la atención al visitante, la oferta de restauración, alojamiento y comercio, la oferta complementaria y las estructuras de gestión y promoción del turismo.

El **análisis externo** persigue establecer las bases para identificar y comprender tanto las oportunidades como las amenazas derivadas de acontecimientos que afectan al destino turístico y que incluyen: demanda actual y tipos de públicos, comercialización turística y competencia.

Las líneas de actuación deben orientarse a dar respuesta a los problemas resolubles, ser políticamente viables, dotadas de operatividad, ofrecer un impacto a corto plazo y ser compatibles con otras estrategias. Se pueden articular en cuatro ámbitos complementarios que vertebran la acción estratégica para un horizonte de corto y medio plazo: actuaciones referidas al producto, comercialización, promoción, comunicación e imagen y desarrollo de estructuras de gestión.

Una vez definidas las líneas estratégicas de intervención, se debe elaborar el **Proyecto Ejecutivo** donde se determinan las acciones a desarrollar en la aplicación del Plan, atendiendo a criterios de oportunidad y consenso, teniendo muy presente que se trata de un **plan-acción** que debe ejecutarse en un periodo de tiempo definido previamente. Los proyectos se organizan en función de las líneas de actuación seleccionadas.

A nivel general, es posible identificar cuatro grandes líneas de actuación:

- Mejora del producto turístico- patrimonial.
- Adecuación del sistema de acogida local.
- Comunicación turística del destino.
- Actuaciones de naturaleza diversa

4.1. La mejora del producto turístico patrimonial

El patrimonio cultural de los destinos patrimoniales presenta serias limitaciones en su configuración como producto turístico. Únicamente una parte muy reducida de los bienes inmuebles de carácter monumental son susceptibles y están acondicionados para la visita pública. En los Proyectos Estratégicos de los Planes de Excelencia y Dinamización Turística se presta especial atención a las actuaciones de mejora del producto turístico patrimonial en tanto que núcleo del destino turístico. Por lo general se trabaja con tres objetivos básicos:

- Ampliar la oferta turístico-patrimonial, sobre la base de que el destino presenta un gran número de recursos potencialmente interesantes para el visitante.
- Diversificar la oferta existente, en la mayoría de las ocasiones muy limitada a la visita en formato clásico de un número reducido de monumentos y museos.
- Crear nuevas formas de presentación de la oferta turística-patrimonial, muchas veces anticuada y poco atractiva para la gran mayoría de visitantes.



**Parador nacional de turismo y espacio cultural
G. Torner en Cuenca (antiguo convento de San Pablo).**

La creación de nuevos productos también engloba el desarrollo de centros de interpretación. En unos casos estos centros se orientan a la presentación general del conjunto patrimonial, a modo de los tradicionales museos de ciudad aunque dentro de nuevos planteamientos comunicativos de la interpretación. En otros se centran en un eje temático del patrimonio local en sentido amplio (aspectos artísticos, etnográficos...). También se están desarrollando **nuevos productos basados en formas de presentación**

dinámica de los conjuntos patrimoniales, más allá de los formatos clásicos de visita a museos y monumentos o las presentaciones realizadas por los guías locales. En cierto sentido, el planteamiento que subyace en este conjunto de actuaciones de recuperación es una apuesta por la calidad. De esta calidad deriva, en buena medida, la calidad global del destino turístico, más allá del interés intrínseco de los diferentes elementos patrimoniales y del nivel de los servicios turísticos ofertados.

4.2. Actuaciones sobre el sistema público de acogida

Durante décadas, miles de turistas y excursionistas han visitado unos conjuntos patrimoniales que apenas habían desarrollado sistemas públicos de acogida al visitante.

De hecho, el equipamiento público de acogida se limitaba a una serie de oficinas de información turística, abiertas de forma intermitente y con escasa dotación de personal y recursos. Los Planes de Excelencia y Dinamización han supuesto una mejora sustancial del sistema de acogida local: el visitante ya no es una molestia sino un invitado al que hay que atender e intentar que se lleve una impresión positiva del destino, a efectos de que prolongue su estancia, repita visita y actúe como “propagandista” de sus excelencias. Las actuaciones planteadas son de muy diverso tipo:

- Mejora de las oficinas de información turística.
- Creación de centros de acogida al visitante.
- Implantación de sistemas de señalización turístico-patrimonial.
- Diseño de bonos-turísticos o sistemas de entrada combinada.



Ávila: Centro de recepción de visitantes y hotel.

4.3. Comunicación, promoción, sensibilización y concienciación turística

La comunicación turística ha sido uno de los ámbitos sobre los que tradicionalmente

ha centrado su actuación la administración. Esta comunicación se focalizaba, de forma muy específica, sobre la dimensión promocional. Los Planes de Excelencia y Dinamización turística han cambiado, en alguna medida, algunos de estos planteamientos ampliando el abanico de actuaciones realizadas.

En primera instancia, se ha generado un importante nivel de conocimiento sobre la demanda turística de los conjuntos patrimoniales. Este conocimiento ha posibilitado seleccionar las actuaciones de comunicación en función de las características de los distintos segmentos que componen los grupos de público objetivo (gustos, motivaciones, pautas de comportamiento turístico, etc.). En consecuencia, la comunicación turística puede ser un poco más selectiva y cuenta con unos parámetros que permiten rentabilizar en mayor medida la inversión realizada.

De forma complementaria se ha incidido especialmente en la labor de comunicación dirigida a la población local. Se trata de campañas de sensibilización que han tratado de difundir las actuaciones realizadas en materia de turismo buscando el apoyo de la población local y su implicación como agente activo en el desarrollo turístico. Inauguraciones, jornadas de presentación de proyectos, viajes de familiarización con empresarios a otros destinos turísticos, jornadas de puertas abiertas en los diferentes elementos patrimoniales, generación de noticias en prensa local y otro tipo de iniciativas se han planteado como el vehículo de “**concienciación turística**” de la comunidad local.

Las actuaciones son de muy diverso tipo y varían en función de las características del destino. No obstante, a grandes rasgos destacan los siguientes tipos de actuaciones:

- El diseño de manuales de **identidad corporativa** que desarrollan la imagen de marca turística del destino.
- La edición de **material promocional** para campañas publicitarias: folletos, lonas, carteles, diseño de inserciones publicitarias en prensa escrita, productos de merchandising, etc.
- La elaboración del **plan de medios** de las diferentes campañas de comunicación: planificación de las inserciones publicitarias, elección de los medios, soportes y mensajes adecuados a los públicos destinatarios elegidos.
- El envío del material promocional y la búsqueda de **colaboraciones con diferentes agentes locales** para su difusión.
- La organización de **eventos** de naturaleza variada relacionados con la difusión de las actuaciones realizadas: jornadas, inauguraciones y presentaciones en foros diversos.
- La elaboración de páginas y portales **WEB** de contenido turístico con enlaces a los sitios de interés relacionados con los recursos, infraestructuras y equipamientos turísticos de la ciudad, de la comarca, o de la región de referencia.
- La colaboración con las infraestructuras de gestión locales (concejalías y patronatos provinciales o municipales de turismo) en la realización de acciones de apoyo a la comercialización: asistencia a ferias, mercados de contratación, etc.

En algunos casos el desarrollo de estas actuaciones responde además a una estrategia de comunicación explícita, recogida en **planes de comunicación** realizados al efecto. No obstante, en la mayoría de los casos se trata de actuaciones puntuales llevadas a cabo en el marco de la gestión diaria de los planes.

Además de las líneas de intervención citadas, los Planes de Excelencia y Dinamización engloban un conjunto muy amplio y heterogéneo de actuaciones en destino. En este marco se sitúan las acciones de **capacitación y cualificación de los recursos humanos locales**. Una línea complementaria de actuación ha sido la realización de diferentes **estudios** al objeto de profundizar en el conocimiento de la realidad turística local.

Sin embargo aún existen muchas lagunas de conocimiento sobre las múltiples variables que conforman el fenómeno turístico en destinos patrimoniales. En muchas ocasiones este desconocimiento incide negativamente en las posibilidades de intervención turística y en el marco de la gestión diaria de los planes. Los **estudios de público** son un ejemplo de este tipo de iniciativas, proporcionan información básica sobre la demanda turística en destino, uno de los aspectos menos conocidos de la realidad turística local (Troitiño, M. A.; Calle, M.; García, M. 2003). La rentabilidad del conocimiento acumulado en la gestión turística diaria y en el desarrollo de estudios específicos a partir de los planes ha llevado a algunos ayuntamientos a plantear iniciativas que garanticen un conocimiento de la realidad turística en tiempo real. Dentro de esta filosofía se enmarca la puesta en marcha de **observatorios turísticos locales** como los de *Ávila, Santiago, Salamanca, Córdoba, etc.* *Nuestro Grupo de Investigación sobre Turismo, Patrimonio y Desarrollo, en colaboración con el Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España, está trabajando en la puesta en marcha del Observatorio Turístico del mencionado grupo de ciudades (Troitiño et Al. 2007).*

Estas y otras actuaciones (apoyo a la comercialización, impulso de centros vinculados con la artesanía local, etc.) tienen como finalidad última la mejora de la posición turística del destino. La gama de acciones posibles, tal y como se ha planteado con anterioridad, es muy amplia y variada, aunque no siempre los proyectos planteados con éxito en algunos sitios patrimoniales son válidos en el resto de los destinos.

5. La gestión de los destinos patrimoniales: alianzas y tensiones entre políticas diversas

La puesta en valor y la adecuación del patrimonio cultural como recurso turístico es un proceso complejo y lento, que requiere actuar desde frentes diversos: territorial, urbanístico, patrimonial y turístico. En este sentido, más allá de las infraestructuras y equipamientos propiamente turísticos, para aplicar realmente estrategias turísticas innovadoras y sostenibles en las Ciudades Patrimonio de la Humanidad hay que apostar

por instrumentos de gestión de naturaleza transversal, con fuerte capacidad coordinadora, tanto entre las administraciones públicas como entre estas y el sector privado.

Hay que asumir la singularidad física, simbólica y funcional de los destinos patrimoniales y no pedirles más de lo que estos pueden y deben dar a nivel turístico, pues se trata de recursos muy frágiles y que por sus valores, por lo general, están bajo la tutela pública, al ser Bienes de Interés Cultural. Es necesario instrumentar **estrategias cualitativas**, consensuadas con los diversos agentes sociales, pues pedirles demasiado significa aventurarse por el **peligroso camino de la insostenibilidad**, tanto cultural como turística. Para ello hay que innovar en la gestión y dotarse de instrumentos transversales (consorcios, patronatos, fundaciones, etc.) que, según las características de los destinos, propicien la formulación de estrategias integrales y la concertación público/privada, en la formulación de proyectos y en la puesta en marcha de actuaciones. La experiencia de ciudades como Santiago de Compostela o de grandes hitos patrimoniales, caso de la Alhambra de Granada, evidencian que es posible y, además, rentable en términos económicos, hacer compatible planteamientos de conservación activa y de turismo responsable.



Santiago de Compostela: Casa del Peregrino, patrimonio y oferta cultural.

El turismo es un fenómeno de interdependencias y sus relaciones con el patrimonio son de naturaleza múltiple, positivas unas y negativas otras. En cualquier caso, tiene un destacado protagonismo y ello plantea un importante desafío: **superar la fase meramente promocional de la gestión turística y afrontar el reto de ordenar y gestionar el turismo**

en los destinos patrimoniales, utilizándolo como un importante instrumento de recuperación y renovación funcional.

La preparación de las Ciudades Patrimonio de la Humanidad para la función turística requiere **cambios profundos en los modelos de gestión del turismo (García Hernández, 2007)**, del patrimonio cultural y también del urbanismo, en suma, en la gestión urbana y territorial. Instrumentar el turismo sostenible implica que las administraciones locales se doten de **infraestructuras de gestión transversales**, con capacidad para establecer puentes de comunicación y sellar acuerdos entre las políticas turísticas, las urbanas, las territoriales y las de patrimonio cultural.

Bibliografía

AAVV (2000): Turismo Cultural: El Patrimonio Histórico como Fuente de Riqueza. Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y León. Valladolid.

AAVV (2003): La Geografía y la gestión del turismo. Actas del VIII Coloquio de Geografía del Turismo, Ocio y Recreación. Universidad de Santiago de Compostela. Edición a cargo de Xosé M. Santos Solla.

AAVV (2003): Desarrollo Turístico Integral de Ciudades Monumentales. Congreso Internacional. Patronato Provincial de Turismo de Granada. Granada.

AAVV (2005): Desarrollo Turístico Sostenible en Ciudades Históricas. Atlante. Ayuntamientos de Santiago de Compostela y Lugo.

Blanquer Criado, D. (Director, 2002): "Ordenación y Gestión del Territorio Turístico". Cañada Blanch, Fundación/ Tirant lo Blanch. Valencia.

Brandis, D.; del Río, I. (1998): "La dialéctica turismo y medio ambiente de las ciudades históricas: una propuesta interpretativa". *Ería*, pp. 229-240.

Brandis, D; del Río, I. (2000): " Los paisajes y los ambientes de un territorio singular. La Alhambra de Granada". *Anales de Geografía de la Universidad Complutense de Madrid*, 20, pp. 333-348.

Brandis, D; del Río, I. (2006): " Las imágenes de la ciudad histórica y el turismo". En Ortega, N. (Ed.): *Imágenes del Paisaje*. Fundación Duques de Soria - Universidad Autónoma de Madrid. Madrid. Pp. 199-227.

Borg, J.; Gotty, G.(1995): *Tourism and Cities Of Art: The impact of Tourism and visitor flow management in Aix-an- Provence, Amsterdam, Bruges, Florence, Oxford, Salzburg and Venise*. UNESCO-Roste. Venecia.

Bouché, N. (2007): "Acogida turística en monumentos y sitios del Patrimonio Mundial: M^a del Mar Villafranca y Victoria Chamorro (eds.)". *Monografías de la Alhambra*. Granada. Coloquio Internacional sobre Acogida de Visitantes en Monumentos y Sitios del Patrimonio Mundial. Patronato de la Alhambra y el Generalife (Inédito).

Brunet, P. ; Almeida, F; Coll, M. ; Monteserin, O. (2005): " Los planes de dinamización y excelencia turística (PEDT), un instrumento de cooperación a favor del desarrollo turístico". *Boletín de la Asociación de Geógrafos españoles*, 39, pp. 201-226.

Cabrales Barajas, L. F. (2002): "El centro histórico de Morelia: gestión social y revaporización del patrimonio". *Anales de Geografía de la U.C.M.* 22. Pp. 131-156.

Calle Vaquero, M. de la (2002): "La Ciudad Histórica como destino Turístico". *Ariel Turismo*. Barcelona

Calle Vaquero, M. de la (2004): "Ciudad histórica y turismo: nuevas estrategias para un destino turístico antiguo". En *Turismo Cultural y Urbano*. 6º Congreso de Turismo, Universidad y Empresa. Tirant lo blanch. Valencia. pp. 83-102.

Capacci, A. (Ed. 2003): "Paisaje, ordenamiento territorial y turismo sostenible. Brigai.

Génova”.

Cazes, G; Potier, F. (Eds, 1998): Le tourisme et la ville: expériences européennes. L' Harmattan. Paris.

Chamorro, V. (2006): “La Alhambra. El lugar y el visitante”. Junta de Andalucía. Consejería de Cultura. Córdoba.

Font Sentias, J. (Coord. 2004): “Casos de Turismo Cultural. De la planificación estratégica a la gestión del producto”. Ariel. Barcelona.

Forum Barcelona 2004 (2005): “Diálogo sobre Turismo, Diversidad Cultural y Desarrollo Sostenible”. Coords: Tomás de Azcárate, Luís Jiménez y Cipriano Marín. Instituto Turismo Responsable. Madrid.

García Hernández, M. (2003): “Turismo y Conjuntos Monumentales: Capacidad de Acogida Turística y Gestión de Flujos de Visitantes”. Tirant lo Blanch. Valencia.

García Hernández, M. (2007): “Entidades de planificación y gestión turística a escala local. El caso de las Ciudades de las Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España”. Cuadernos de Turismo, 20, pp. 79-102.

García, M.; Calle, M. (2005): “Nuevas estrategias para la renovación del producto turístico urbano: El caso de las ciudades Patrimonio de la Humanidad”. En VIII Forum Internacional sobre Las Ciencias, las Técnicas y el Arte Aplicadas al Marketing”. Universidad Complutense de Madrid. Facultas de Ciencias Económicas y Empresariales. Madrid. Pp. 386-414.

ICOMOS (1999): Carta de Turismo Cultural. México.

Martín, M. (2003): “Interpretación y otras cuestiones en la planificación turística de las ciudades monumentales”. En AAVV: Desarrollo Turístico Integral de Ciudades Monumentales. Patronato Provincial de Turismo de Granada. pp. 73-120.

Moser, F. (1994): “Monument historiques et tourisme culturel. Quel projet para quels publics?”. Tourisme et culture. Cahier Espaces 37, pp. 23 27.

OCPM (1999): La Innovación en la Gestión de las Ciudades Patrimonio de la Humanidad. Actas del V Simposium Internacional de Organización de Ciudades del Patrimonio Mundial. Santiago de Compostela.

OMT (1999): Código Ético Mundial Para el Turismo. Santiago de Chile.

OMT (2004): Gestión de la saturación turística en sitios de interés natural y cultural. Guía práctica. Madrid.

Ortega, E. (Coord. 2003): “Investigación y estrategias turísticas”. Thomson. Madrid.

Pereira Portuguese, A. (Coord. 2004): “Turismo. Memoria e patrimonio cultural. Roca. Sao Paulo (Brasil)”.

Revilla Uceda, M. (2003): “ Valor y uso del patrimonio arquitectónico monumental: la función estética”. En Desarrollo Turístico Integral de Ciudades Monumentales. Patronato Provincial de Turismo de Granada. Granada. Pp. 539-550.

Romero Moragas, C. (2001): “ Ciudad, cultura y turismo: calidad y autenticidad”. Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico, 36, pp. 100-109.

Troitiño Torralba, L. (2005): “La oferta patrimonial y cultural de la ciudad de Toledo y su funcionalidad turística”. En VIII Forum Internacional sobre Las Ciencias, las Técnicas y el Arte Aplicadas al Marketing”. Universidad Complutense de Madrid. Facultas de Ciencias Económicas y Empresariales. Madrid. Pp. 415- 434.

Troitiño, M. A. et Al. (1999): “Estudio Previo de Revisión del Plan Especial de la Alhambra y Alijares. Documento previo de síntesis y diagnóstico”. Patronato de la Alhambra y Generalife. Granada.

Troitiño Vinuesa, M. A. (2002): “Ciudades Patrimonio de la Humanidad: Desafíos de Interpretación, Planificación y Gestión Turística”. En Blanquer, D. (Dtor): Ordenación y Gestión del Territorio Turístico. pp. 351-405.

Troitiño Vinuesa, M. A. (2003): “La protección, recuperación y revitalización funcional de los centros históricos”, *Mediterráneo Económico*, 3, pp. 131-160.

Troitiño Vinuesa, M. A. (2003): “Turismo y conjuntos monumentales: desafíos de interpretación y de gestión”. En AAVV: Desarrollo Turístico Integral de Ciudades Monumentales. Patronato Provincial de Turismo de Granada. Pp. 273-290.

Troitiño, M. A.; Calle, M. de la .; García, M. (2003): “Los visitantes de las ciudades históricas españolas: características generales y rasgos específicos inducidos por la celebración de eventos turístico-culturales”. En Ortega, E. (Coord.): Investigación y estrategias Turísticas. Madrid. Pp.37-64.

Troitiño Vinuesa, M. A. (2005):“Potencialidades y límites en el uso turístico del patrimonio cultural” *Diálogo sobre Turismo, Diversidad Cultural y Desarrollo Sostenible*”. Forum Barcelona 2004. Instituto Turismo Responsable. Madrid. Pp. 83-88.

Troitiño, M. A.; García, M. ; Calle, M. (2006): “Turismo y ciudad histórica: metodología de análisis a escala local”. En Turismo y cambio territorial ¿eclosión, aceleración, desbordamiento? IX Coloquio de Geografía del Turismo, Ocio y recreación. Prensas Universitarias de Zaragoza. Pp. 665-696.

Troitiño, M. A.; Calle, M.; García, M.; Troitiño, L. (2007): “La Situación Turística del Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España. Bases para la puesta en marcha del Observatorio Turístico”. Universidad Complutense de Madrid/ Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España. León.

Troitiño Vinuesa, M. A. (2007): “Estrategias sostenibles en destinos patrimoniales. De la promoción a la gestión integrada e innovadora”. *Estudios Turísticos* 172-173, pp. 225-232.

Velasco González, M. (2004): “La política turística. Gobierno y administración turística en España (1952-2004)”. Cañada Blanch. Valencia.

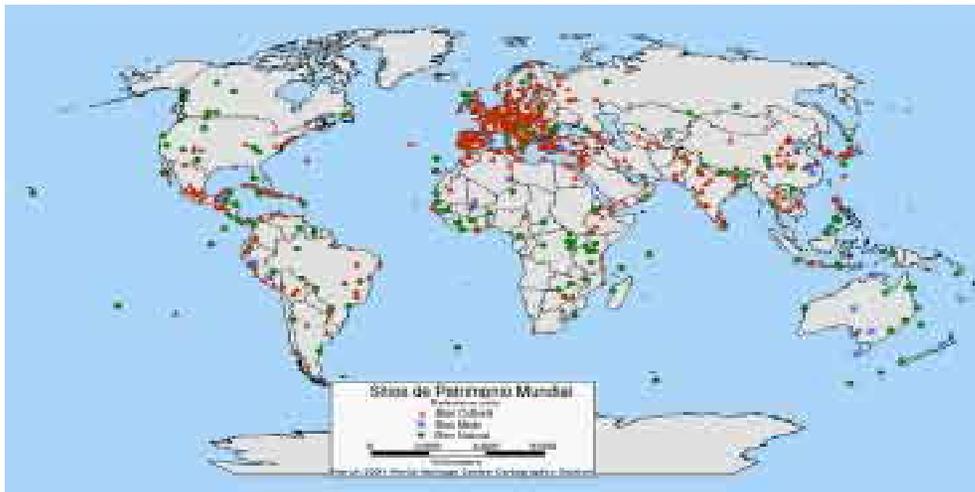


Capítulo II: Turismo, Cambio Cultural y Patrimonio Mundial

La propuesta que aquí se presenta parte de una axioma de principio: las razones que justifican la inscripción de un bien cultural o natural en la Lista de Patrimonio Mundial, es decir, su valor excepcional universal, son las mismas razones por las que el lugar desea ser visitado por millones de turistas o excursionistas año tras año. La propia filosofía de la Convención de Patrimonio Mundial Cultural y Natural compromete en un sentido de pertenencia y responsabilidad común a Gobiernos y ciudadanos del Mundo en la preservación de Bienes que son responsabilidad de todos. De manera que la visita puede entenderse como una práctica en el cumplimiento de esa responsabilidad. Los impactos provocados por la práctica turística y los esfuerzos de la conservación se enfrentan en un mismo contexto. ¿Cómo combinar entonces nuestras convicciones con nuestros temores?

1. La Convención de Patrimonio Mundial

En el Preámbulo de la Convención se mencionan conceptos como: interés sobresaliente, y valor universal excepcional de los bienes que se integran en la Lista de Patrimonio Mundial. Las diversas derivaciones y aplicaciones del concepto han aparecido en cada uno de los textos de las Directrices Operativas (Textos Básicos de la Convención de Patrimonio Mundial, Febrero 2005; traducción española, 2006, Ediciones UNESCO, Nuria Sanz –ed-), cuyo contenido ha ido modificándose con el correr de los tiempos.



Bienes inscritos en la Lista de Patrimonio Mundial.

Durante las primeras décadas de la historia de la Convención, el Comité de Patrimonio Mundial procedió a la inscripción de bienes sobresalientes en términos de valorización estética y la lista era el espejo de las “Maravillas del Mundo”. Con el correr de los años la ventaja favoreció al continente Europeo, puesto que los ejercicios de valorización partían del criterio Occidental de autenticidad. La Conferencia de Nara en 1994 fue una llamada de atención a Europa. Desde Japón todos los continentes incluyeron en las agendas internacionales sus propios códigos de valoración y la exigencia de que fueran atendidos en condiciones equitativas. La Declaración de Yamato diez años después ha hecho balance de ese compromiso.

La Convención se concibe como el marco apropiado para articular el valor universal excepcional del bien con los valores locales. Lo local y universal se entienden como formas de un continuum, no están en relación de jerarquía ni deben dissociarse. Un examen atento a las discusiones del Comité muestra una evolución en la aplicación del concepto, en tanto en cuanto la sociedad ha valorizado las cualidades de los bienes seleccionados con parámetros cambiantes, respondiendo a la necesidad de poner la Convención al servicio de las demandas socio-culturales contemporáneas.

Entre tanto, y fuera del marco de la reflexión internacional sobre patrimonio cultural y natural, son muchos los que achacan los malestares producidos por la supuesta pérdida de valores en el marco de la reflexión cultural por causa del desarrollo de la globalización. Otros sin embargo se han preguntado si la globalización no ha servido para revelar la pluralidad de culturas y con ello el pluralismo de los valores aparejados. Los interrogantes del tipo: ¿han perdido los valores algo de su universalidad en el contexto de la globalización? ¿se consideraría que el concepto de lo universal está en vías de extinción?, ¿está lo universal mundializado?. Algunos de estos interrogantes están por discutirse en el escenario de la Convención de Patrimonio Mundial.

En cada sitio de Patrimonio Mundial, y en relación con su valor patrimonial, los valores progresan, los valores son reelaborados, los valores son objeto de debate y de contratos sociales diversos entre muy diferentes actores. Los sitios inscritos han descubierto en los últimos años formas asociativas y el nacimiento de nuevos tipos de solidaridad. ¿Cómo articular entonces las nuevas formas de valorizar social y localmente los patrimonios que se habitan y los valores universales por los que fueron inscritos en la Lista de Patrimonio Mundial?

La práctica de la conservación va mucho más allá de la tutela. Se interroga por la función activa social. Toda cultura tiene siempre una dimensión de universalidad y una dimensión de particularidad, pero las fórmulas de cooperación no resisten a veces las tensiones de la diferencia; ¿cómo puede comunicarse el carácter universalista y el carácter particular de cada cultura?, ¿Cuál es la forma de entender entonces en la actualidad una cierta suerte de contrato cultural?, ¿de orquestación cultural? Estas son preguntas esenciales en el proceso de planificación.

2. Turismo y Preservación de Patrimonio en la práctica de la Convención

Uno de los grandes problemas del turismo respecto a la conservación patrimonial reside en las cifras. Más de 700 millones de turistas internacionales viajan anualmente y ese número va a duplicarse en los próximos 20 años. Existen muy pocas experiencias en las que la práctica turística y sus mercados se hayan desplazado de la guerra de los precios al escenario de la sostenibilidad. Para ofrecer una estadística doméstica, de 70 casos de sitios Patrimonio Mundial en Asia, más de la mitad son espacios que cuentan con infraestructuras de desarrollo inadecuadas y en 23 de esos casos 70 casos el turismo es la causa que ha contribuido al desarrollo incontrolado.



Venecia y la laguna. Aqua Alta.

Desde el año 1996, 75 sitios han debido ser examinados por el Comité de Patrimonio Mundial por estar su valor universal amenazado debido a prácticas turísticas. El impacto de la frecuentación turística en Patrimonio Mundial no es un fenómeno aislado. Es un problema instalado, ya que esos 75 lugares han sido examinados por las mismas razones en 220 ocasiones. A excepción del Continente Africano, la mayoría de esos lugares han sido sitios culturales.

El patrimonio se concibe como uno de los recursos fundamentales para el turismo internacional, y sus formas de consumo pueden crear lugares y también alterar los ya existentes. Muchas son las voces que se alzan para declarar que la práctica de la visita es una especie de forma parásita sobre la cultura, sin que ese usufructo genere algún tipo de contribución o contraprestación en esta relación. Gracias al turismo el patrimonio se vende y se consume de muy distintas maneras, pocas en beneficio propio.



Aguas Calientes. Machu Pichu.

El turismo es la industria de mayor crecimiento y beneficios. Las economías locales han desarrollado una dependencia creciente respecto al sector. Lo difícil está siendo articular los intereses entre las instituciones/agentes sociales concernidos por las prácticas turísticas en Sitios Patrimonio Mundial. El papel de UNESCO ha sido el servir de facilitador en la construcción de un diálogo institucional entre la industria del turismo, los responsables de la conservación y la comunidad, e intentar establecer un sistema de alianzas que garanticen una mejora económica y una contrapartida al esfuerzo de la conservación en términos socio-culturales. En diversos continentes y a través de proyectos piloto se han formulado explícitamente modelos de inversión que contribuyen a desarrollar actividades de preservación. Para la identificación y puesta en marcha de los proyectos se ha avanzado en la identificación de una declaración colectiva local sobre el significado cultural del sitio y una visión común del desarrollo. Una vez cumplido ese paso, se han definido las pautas para establecer cómo el turismo puede contribuir a esa visión local.



Estas fincas no se venden.

De algunos de estos programas se ha extraído una conclusión: la pertinencia de desarrollar programas de formación que garanticen una distribución equilibrada entre los recursos humanos locales que van a atender al turismo y la mano de obra formada para intervenir en la conservación física del patrimonio. Se trata de modelos que han generado un capital simbólico en la comunidad, acompañados de modelos de construcción de consenso entre visiones diversas, contradictorias, en conflicto de intereses, pero conscientes de que un diálogo sostenido en términos de conservación de patrimonio podían generar oportunidades al desarrollo. La comunidad local tiene una limitación en su capacidad de tolerancia respecto al turismo y para ello la percepción del turista por la comunidad local, las relaciones entre visitante/visitado y la compatibilidad de esa relación en la cotidianidad son variables esenciales de planificación aunque, a veces, difícilmente medibles cuantitativamente. Estos procesos de trabajo participativo no dejan

de preguntarse por cuál es el número de turistas que deberían visitar el lugar para que los beneficios esperados de esa práctica pudieran ser garantizados y permitieran realizar su visión del desarrollo.

La experiencia diaria de un técnico del Centro de Patrimonio Mundial y de los responsables de los sitios echa en falta, desde el día después de la nominación, un marco de referencia claro sobre cómo el sitio va a responder a números de visitantes, que generalmente experimentan un crecimiento en la visita, toda vez que el sitio ha sido inscrito. Más allá del efecto de la nominación, los sitios inscritos no dejan de ser el blanco preferido de grandes operaciones de desarrollo que implican endeudamientos importantes en países de escasos recursos, pero donde los recursos patrimoniales son la materia prima de la industria turística nacional. A esta reflexión se une el hecho de que los turistas quieren acceder a lugares extraordinarios y completar la experiencia en el lapso de unas horas, lo que implica la construcción de aeropuertos al pie de los sitios Patrimonio Mundial, que evidentemente sólo dejan a la comunidad local el ruido de los motores. En algunos países los ingresos generados por la visita de los Sitios Patrimonio Mundial son fundamentales para sostener los Presupuestos Generales de los Estados.

Los tiempos del turismo y los tiempos de la cooperación internacional son tiempos distintos. Los bancos internacionales de desarrollo proponen a los países la realización de metodologías de participación en el marco de procesos de planificación de la gestión turística de sitios de Patrimonio Mundial, pero en tiempos de laboratorio, no en tiempos de dinámicas locales.

3. La planificación de los usos e impactos como momento previo a la inscripción del sitio en la Lista

Si construyéramos un mosaico de estampas de los sitios inscritos en la Lista no parecería evidente encontrar la recurrencia de tanta diversidad, a no ser que analizáramos la recurrencia entendiéndola como responsabilidad en la protección de Valor Universal Excepcional, cuya importancia trasciende las fronteras nacionales y la consideración de las generaciones presentes para, necesariamente, ser abordada por la comunidad internacional en su conjunto, que a su vez debe velar por transmitir el legado a las generaciones futuras, en las mejores condiciones posibles de autenticidad e integridad. Escenarios diversos pero una responsabilidad común.

El concepto de valor universal excepcional puede ser entendido como una formulación de respecto entre valores locales y mundiales, entendiendo el proceso de valoración en un contexto de vida dinámico. La excepcionalidad universal es la matriz de la definición de autenticidad e integridad y debe guiar la gestión del bien y cuantas decisiones sean necesarias para su conservación integrada.

Los sitios inscritos en la Lista de Patrimonio Mundial hasta bien entrada la década de los años 80 no contaban con planes o mecanismos de gestión explícitos. Desde la nueva redacción de las Directrices Operativas de la Convención de Patrimonio Mundial de Febrero 2005, así como las pautas estipuladas por los Informes Periódicos, los lugares inscritos están comenzando a ponerse al día con un requisito que resulta esencial para la conservación integrada del sitio: Los Planes de Manejo/Gestión. Gracias a los Planes de Gestión cada sitio cuenta con procedimientos, reglamentos y directivas técnicas y financieras que enmarcan la toma de decisiones permanentemente. Sólo gracias a este instrumento es posible definir el problema que ahora nos ocupa en su verdadero campo de acción que es el de la planificación integral del sitio Patrimonio Mundial.

Hasta hace dos años el Plan de Gestión de un Sitio que iba a ser candidato a la Lista era deseable, hoy es obligatorio. De acuerdo a las Directrices Operativas de la Convención (Febrero 2005) un plan de gestión debe:

- Garantizar la sostenibilidad del valor universal excepcional y sus condiciones de integridad y autenticidad;
- Establecer las medidas legislativas, contractuales, que garanticen la salvaguarda del bien;
- Explicitar las formas de gobernabilidad y la aplicación de las medidas previstas para la conservación integrada del bien, entre comunidad local, los responsables de la conservación y todos aquellos de los que dependa la toma de decisiones respecto al bien;
- Construir procesos de colaboración para consensuar valores y visiones de desarrollo que permitan prolongar la duración de su integridad y cuidar de la transmisión del significado;
- Garantizar respeto al marco local desde el que se articula la gestión, respeto a su realidad cultural, a su perspectiva cultural y los recursos disponibles, así como garantizar la incorporación de los instrumentos de planificación tradicionales, si fuere el caso;
- Garantizar un conocimiento compartido y exhaustivo del bien por parte de todos los agentes implicados. El valor local/universal debe guiar todo el ciclo de planificación, ejecución, supervisión, evaluación y revisión del Plan.

La variedad de sistemas de gestión es en sí una representación de la diversidad cultural de los sitios y es la principal fuente de inspiración para desarrollar formas creativas de gestión y de cooperación internacional, como condición de respeto a los valores por los que el sitio fue inscrito en la Lista.

Como herramienta administrativa un Plan de Gestión debe prever la adjudicación de los recursos necesarios, la formación y desarrollo de capacidades de gestión local y la necesaria transparencia en el funcionamiento cotidiano. Un Plan de Gestión debe además incluir medidas paliativas sobre factores que afecten al Bien. El Plan de Gestión es el

almazón desde el que se desarrolla la práctica de la conservación.

Si retomamos los textos oficiales del Comité, en los últimos años se ha desarrollado una enorme cantidad de tipologías de gestión. Sin embargo existe confusión en las formulaciones de los procesos de planificación. Los Planes Maestros, los Planes de Gestión, Los Planes de Uso Público no han esclarecido suficientemente la articulación entre ellos. Además como sub-componentes de los Planes antes mencionados aparece un conjunto de herramientas de planificación que, en algunos casos, vienen a crear un panorama más confuso todavía.

Mientras que los Planes de Gestión son preceptivos a la hora de presentar la candidatura del bien, no lo es presentar un Plan de Uso Público o un Plan de Gestión de visitantes. Sólo los Planes de Manejo incluyen algunas ideas sobre el tema, a veces muy poco desarrolladas en el momento de inscribir el bien en la Lista.

Estamos trabajando para diseñar procesos de planificación de la gestión en el que la planificación turística tenga un papel desde el inicio del proceso, que respete y que se piense desde los objetivos de la conservación.

En los procesos de planificación la sostenibilidad de los valores debe traducirse en objetivos y a su vez éstos en prácticas, de acuerdo a ciertos estándares cuya posible desviación se mide a través de indicadores.

En los últimos años el Comité de Patrimonio Mundial ha solicitado Planes de Uso Público para sitios que debían ser examinados a la luz de problemas derivados de la frecuentación turística.

Los Planes de Uso Público son entendidos como el mecanismo que articula un conjunto de programas educativos, interpretativos, turísticos y recreativos, incluyendo servicios complementarios, diseñados para los visitantes; el Plan debe diseñarse de acuerdo a la visión establecida por el Plan de Gestión del Sitio, debe insertarse fácilmente como un sub-componente del Plan de Gestión. A la hora de diseñar un Plan de Uso Público se revisa toda la planificación posible en torno al sitio y sus alrededores, así como todas las áreas aledañas de influencia/afluencia turística, se identifican todos los planes y programas en curso, la planificación presente y futura de usos del suelo, y se revisan todas y cada una de las regulaciones y directrices relativas a la frecuentación turística del área de influencia.

La planificación territorial, el plan de conservación, la definición del sistema de servicios ofrecidos, el trabajo con la comunidad, la definición de la práctica turística propia en un sitio Patrimonio Mundial, la construcción del mensaje sobre significado y los valores de los que el sitio es portador, deberían construir un proceso conjunto, una visión coherente, unos esfuerzos y beneficios equitativamente distribuidos. Para ello el tiempo de la cooperación es dilatado y el esfuerzo de coordinación constante y sistemático.

Los estudios de capacidad de carga, o capacidad de acogida, trataban de responder a la pregunta de cuántos visitantes tenían acceso a un sitio o alguna de sus áreas, sin riesgo

de degradar el lugar, ni la experiencia del visitante. En lo físico se atendía a la cuestión servicios ofrecidos, en lo medioambiental al grado de tolerancia a la interferencia humana en áreas naturales protegidas. Fue la metodología más utilizada durante dos décadas esencialmente aplicada a contextos naturales protegidos. Sin embargo, el principal problema seguía sin respuesta, el derivado de la pregunta "¿Cuántos son demasiados?". Los resultados han sido pobres debido a la falta de una relación clara y predecible entre el uso y el impacto. En algunos lugares, niveles de uso bajos pueden producir daños substanciales. Si por el contrario los estudios se centraran en las condiciones deseadas de conservación/disfrute se podría empezar a calcular cómo y qué tipo de usos permitirían mantenerlas. Este cambio en el centro de atención desde el nivel de uso, a las condiciones deseadas, es la base de la revisión del análisis de capacidad de carga. Esta nueva orientación se centra en el análisis de las condiciones deseadas para la conservación de los sitios. El número prácticamente infinito de factores que afectan a la relación uso-impacto hace muy difícil que los administradores puedan llegar a respuestas aplicables con técnicas de análisis independientes de los procesos integrados de gestión.

La capacidad de carga debería de ser algo más que una estrategia defensiva y contribuir en lo que vale dentro de una visión integral de la gestión de visitantes, que no focaliza su sujeto de estudio en evitar los impactos negativos, sino que también se pregunta por cómo maximizar el beneficio de los visitantes. Los interrogantes pasan por identificar cuál es el número óptimo de visitantes para disfrutar de un recurso excepcional, sin que ese recurso vea afectadas sus posibilidades de evolución a medio o largo plazo. La capacidad de carga per se quedó contenida en una visión cuantitativa de la gestión pero la gestión de visitantes hace a la calidad de la visita y a la forma de conservación de la calidad de los recursos.

El proceso participativo de identificación del valor universal, de sus atributos de autenticidad e integridad, el paso del valor al objetivo y el paso del objetivo a las prácticas de conservación y las reglamentaciones de uso del sitio, debe de generar acuerdo no sólo entre representantes de muy diversos sectores para determinar el tipo de frecuentación: desde un especialista en suelos hasta un antropólogo social. Son muchas las herramientas que un equipo de gestión necesita para tomar decisiones bien informadas. Sólo jugando con esa gran baraja de posibilidades se puede facilitar una toma de decisiones colaborativa. Estamos avanzando en el desarrollo de metodologías que permitan establecer los requisitos de las condiciones deseables de visita, de uso público del sitio y con ello, definir un nivel aceptable de impacto, y consiguientemente establecer la formulación de parámetros/indicadores y las formas de monitoreo aparejadas.

4. Cambio Cultural

La idea del cambio y de contexto dinámico de conservación y de la gestión siempre se enfrentan a la cuestión de ¿cuánto cambio es aceptable?, entendiendo que el cambio es evidente, consustancial y necesario a los procesos de valoración y conservación del sitio.

Cuando tratamos de medir los impactos culturales del turismo, disciplinas como la antropología resultan paso obligado. Muchos lugares inscritos en la Lista de Patrimonio Mundial han registrado alarmantes impactos en los valores de solidaridad y en las redes afectivas, simbólicas o productivas en la comunidad cultural de destino. El proceso de transformación acelera el cambio de propiedad de los recursos. Pequeñas cooperativas familiares o comunales van dejando paso a formas más comerciales de inversión y a la larga, la buena promoción del lugar aumenta en paralelo el consumo masivo de los recursos y el distanciamiento de los lugareños de su capital originario. Cuando los recursos aminoran su atractivo o quedan diezmados, esos grupos de interés se desplazan irreversiblemente a otros destinos donde comenzar de nuevo el proceso. El resultado es una pérdida del recurso, de los valores y de los lazos comunitarios que daban vida al valor universal excepcional, razón por la cual el sitio fue inscrito en la Lista de Patrimonio Mundial.



Proyecto de desarrollo en el centro de Viena.

Existen lugares que se comportan como focos de atracción de población flotante que fija su residencia en las proximidades de un sitio Patrimonio Mundial. El fenómeno llega a densificarse de tal modo que puede poner en situación de riesgo físico al residente

y al turista. El hacinamiento, la ausencia del cumplimiento de normativas y la especulación convierten los accesos a sitios inscritos en auténticos escenarios para investigar cómo la comunidad internacional de Patrimonio Mundial puede aliarse a favor del cumplimiento de los Objetivos del Milenio promulgados por Naciones Unidas. Todo ello sin olvidar que en algunos casos los servicios turísticos se desarrollan de espaldas a la defensa de los derechos humanos fundamentales. Estas prácticas y sus consecuencias no son ajenas a los proyectos que desarrollamos desde el Centro de Patrimonio Mundial.

5. El mensaje de la Conservación en Sitios Patrimonio Mundial

El Centro de Patrimonio Mundial tiene un desafío que afrontar en un futuro próximo, a fin de convertir al turismo a la causa de la conservación. En ese sentido ha resultado esencial la experiencia recogida de su presencia en la Feria Mundial de Turismo de Berlín. Para la mayor parte de los visitantes la razón principal de elegir un sitio Patrimonio Mundial como destino no se identificaba con sus cualidades estéticas, culturales o su belleza natural. Requerían información sobre los esfuerzos de la conservación, sobre el interés en comprender los avances de la investigación/preservación en dichos lugares. En la demanda queda claro que la mera contemplación ha dejado paso a la posibilidad de seleccionar los sitios de Patrimonio Mundial por su capacidad de proporcionar aprendizaje. En este sentido el Centro de Patrimonio Mundial quiere desarrollar estrategias de interpretación específicas en cuanto a la filosofía de la Convención, los retos del texto en este nuevo Siglo y el significado de los estándares mundiales de la preservación del Patrimonio Natural y Cultural.



Proyectos de torres en el centro de Londres.

La interpretación es parte fundamental del proceso de conservación, como lo establece explícitamente la Carta de Ename. Hacer hablar a los valores del sitio, hacer accesible su mensaje, comunicar su valor, debe de exigir autenticidad e integridad intelectual en la construcción de la narrativa del lugar. La visita, la apreciación de los sitios Patrimonio Mundial, son entendidas como derechos al patrimonio, de todos. Son lugares que generan conocimiento, no sólo científico sino social. Son lugares que deberían generar discusión sobre el significado actual del compromiso de la cooperación internacional. Un sitio Patrimonio Mundial es por naturaleza un sitio polisémico que permite la generación constante de lecturas, sin trivializar el mensaje. Son foros que deberían desarrollar formas de diálogo intercultural e intergeneracional.



Capítulo III: Turismo y Ciudades Patrimonio de la Humanidad: Gestión, Calidad, Conservación

El presente artículo tiene como objetivo principal destacar el papel jugado por la Organización Mundial del Turismo (OMT) en la gestión y la conservación del patrimonio urbano para fines turísticos. Estrechamente vinculado y anexo a dicho propósito, se pretende subrayar las distintas vías por las cuales el turismo puede contribuir a la justificación económica y social de la recuperación urbana, en el marco de un plan coherente de calidad urbanística.

El texto se articula en tres apartados. El primero se dedica al contexto en el que la OMT ha tratado el turismo cultural desde que -la que es hoy organismo especializado de las Naciones Unidas- estableció su sede en Madrid en enero de 1976. El segundo, incluye una veintena de observaciones sobre el tema del turismo y patrimonio cultural, fruto de los estudios realizados y el conocimiento adquirido por la OMT sobre el tema desde los años 70. El tercero recoge los resultados de un trabajo publicado por la OMT y la Comisión Europea del Turismo en 2005, donde se ofrecen interesantes perspectivas sobre la materia que nos ocupa.

1. El turismo cultural en la OMT

El contexto en que la OMT ha tratado el tema del turismo cultural ha sido fijado con gran fidelidad a la “*Convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural*”, nacida de la 17ª Reunión de la Conferencia General de la UNESCO, celebrada en París en noviembre de 1972. Convención que ha propiciado años de fructífera colaboración entre ambos organismos, al igual que con el ICOMOS y la UICN. Incluso, algunas destacadas personalidades de la OMT, como era el belga Arthur Haulot, Comisario General de Turismo de su país durante la década de 1970, han luchado para conseguir y asegurar la adaptación adecuada de los principios básicos de la citada Convención a las realidades del turismo cultural actual y al rápido crecimiento que experimentó durante el último cuarto del siglo XX. ¿Cuáles son estos principios básicos? Veámoslos a continuación.

Como es sabido, los sitios de patrimonio cultural constituyen los atractivos más destacados y los monumentos más impresionantes de nuestro planeta. A día de hoy, existen 830 sitios, ubicados en 139 Estados. La mayoría, 644, tienen carácter cultural, 162 son naturales y 24 se clasifican como mixtos. Entre los países donde se encuentran, destaca España, que posee una riqueza excepcional de sitios de patrimonio tanto monumentales como naturales. Algo que, sin duda, tiene mucho que ver con que sea el segundo destino turístico mundial.

En razón de su carácter único, los sitios de patrimonio han servido desde hace tiempo como imanes para el turismo. Lo que ha cambiado en los últimos años son los niveles

de visita, como fruto de los crecientes volúmenes de turismo nacional e internacional que reciben estos lugares. Por lo tanto, el objetivo primordial actualmente es el de conseguir que la gestión de aquellos consiga un equilibrio adecuado entre la conservación y la frecuentación.

La Convención de 1972, asimismo, ofreció por primera vez un marco jurídico internacional destinado a promover la cooperación de los países a favor de la protección y la conservación eficaces de estos sitios cuyo valor, como reza el texto, es *“excepcional y universal”*. El corazón mismo de la Convención descansa en un compromiso de Estado. De un lado, cada país adherido se compromete a conservar los sitios ubicados en su territorio y reconocidos por la Convención. De otro lado, la comunidad internacional se compromete a secundar a cada país para proteger y conservar el patrimonio reconocido. Es importante subrayar que las obligaciones impuestas por la Convención relativas a la autenticidad, la gestión, la interpretación y la protección recaen sobre cada Estado miembro. Si bien el gobierno de la nación puede delegar en instancias regionales y locales ciertas tareas específicas de gestión y funcionamiento del sitio, el cumplimiento de los compromisos adquiridos permanece como responsabilidad exclusiva del Estado, bajo la estrecha vigilancia de la comunidad internacional. No sorprenderá, pues, que las líneas directrices redactadas por la UNESCO y destinadas a los Estados deseosos de presentar sitios para su inscripción en la Lista subrayen la necesidad de tener ya vigentes unas normas adecuadas para la conservación y protección del patrimonio a niveles nacional, regional y local.

Para vigilar el cumplimiento de los compromisos adquiridos por los Estados se creó, también en 1972, el “Comité del Patrimonio Mundial”, de conformidad con el Artículo 8 de la Convención. Entre las múltiples responsabilidades, competencia de este órgano, figura la de publicar (Artículo 11) la conocida *“Lista del Patrimonio Cultural”* así como la *“Lista del patrimonio cultural en peligro”*, referida ésta al patrimonio *“cuya protección exija grandes trabajos de conservación”*. Sólo podrán figurar en esta “lista negra” de la conservación, los bienes *“amenazados por peligros graves y precisos”* como: *“la amenaza de desaparición debido a un deterioro acelerado, proyectos de grandes obras públicas o privadas, rápido desarrollo urbano y turístico, destrucción debida a cambios de utilización o de propiedad de tierra, alteraciones profundas debidas a una causa desconocida, abandono por cualquier motivo, conflicto armado que haya estallado o amanece estallar, catástrofes y cataclismos, incendios, terremotos, deslizamientos de terreno, erupciones volcánicas, modificaciones del nivel de las aguas, inundaciones y maremotos”*. Cabe mencionar que el Comité tiene potestad para efectuar nuevas inscripciones en la lista de patrimonio en peligro y para darle una difusión inmediata.

La mención explícita que el texto anterior hace del turismo es significativa. Resulta evidente que el Turismo Mundial ha crecido con paso acelerado durante las últimas décadas. En 2006, el turismo internacional alcanzó un registro de 842 millones de llegadas, de los

cuales, 458 millones correspondieron a Europa (54 por ciento). Además, los pronósticos prudentes de la OMT indican que este crecimiento continuará en el actual milenio.

Uno de los pilares del turismo ha sido el deseo del género humano de conocer mejor las identidades culturales de las diferentes regiones del mundo y visitar el legado patrimonial de épocas anteriores. Europa, y España en especial, ocupan una posición preeminente en cuanto que poseen una parte muy significativa de los 830 sitios de Patrimonio de la Humanidad actualmente reconocidos. El último español en ser incorporado ha sido el Puente de Vizcaya en julio de 2006. El turismo cultural también posee ventajas específicas y tangibles. Para el turismo doméstico, el acercamiento al patrimonio cultural puede estimular el orgullo que siente la población por su propio país. Respecto al turismo internacional, favorece el respeto y la apreciación de otros modos de vivir y, en consecuencia, ayuda a impulsar la paz y el entendimiento entre los pueblos.

Ahora bien, el Patrimonio suele ser, por su misma naturaleza, único y frágil. En consecuencia, es trabajo de todos el estudiar cómo desarrollar de la mejor manera estos sitios, protegiéndolos y conservándolos para generaciones futuras. Si esta política no fuera adoptada, fácilmente se podría hacer un daño irreparable e irreversible a los incomparables recursos patrimoniales de Europa y del mundo entero. El reto está en diseñar políticas, directrices y estrategias para que el turismo cultural, aprovechando el impresionante patrimonio internacional, desarrolle los productos que beneficien directamente a las poblaciones locales. Objetivo éste implícito en los propios programas de la OMT, entre otros los destinados a la lucha contra la pobreza (Programa ST-EP). También se encuentra detrás del número significativo de cursos que se han organizado o en los cuales se ha participado, sobre el pasado, presente y futuro del turismo cultural, y de los estudios publicados al respecto. Entre los títulos más recientes se incluyen: *“Turismo de Ciudad y Cultura – la Experiencia europea”* (2005); *“Guía para las Autoridades Locales en Desarrollo de Turismo Sostenible”*, (1998); *“Turismo y Sitios de Patrimonio Mundial”* (1999); *“Una Guía turística para controlar la Congestión de Turismo en Sitios Naturales y Culturales”*, (2004); y *“Turismo 2020, pronóstico global y los perfiles de segmentos de mercado”* (2001).

Observando la actualidad, el programa de trabajo de la OMT para 2006-2007 sigue centrado con fuerza en el desarrollo sostenible del turismo y, en este contexto, están programados seminarios regionales y nacionales sobre turismo cultural así como reuniones para tratar temas específicos como la gestión de la sobre-frecuentación, la cooperación entre las esferas pública y privada, los indicadores de desarrollo sostenible, la gestión de los destinos y las aplicaciones de las nuevas tecnologías a los sitios del patrimonio.

En síntesis, puede decirse que la OMT siempre ha aceptado el principio de conservar primero y sólo después abrir el sitio para la visita turística. Si no resulta factible compatibilizar ambos conceptos (casos tipo Lascaux), debe prevalecer evidentemente la opción de la conservación. Por el mismo motivo, nuestra organización aboga a favor de una gestión responsable y eficaz de todos los sitios.

2. Turismo y patrimonio cultural

Como se ha señalado al inicio, esta segunda parte propone al lector una lista de veinte reflexiones sobre la convivencia del turismo y el patrimonio que la OMT ha ido desarrollando durante los últimos años, especialmente desde 1978 cuando firmó con la UNESCO un acuerdo pionero sobre cooperación en esta materia. Su tenor es como sigue.

Primera. **La búsqueda de la variedad.** La cultura está reconocida por añadir variedad e interés a nuestras vidas. Este hecho constituye una motivación poderosa, quizás la más poderosa, de los viajes y el turismo. Los viajeros (individualmente o en grupo) se mueven con el objetivo no sólo de relajación y ocio sino de satisfacer su curiosidad y su deseo de ver directamente cómo vive otra gente en un ambiente o un clima diferente del propio.

Segunda. **Los antecedentes culturales.** El turismo cultural, en los siglos XIX y XX, fue la cuna de los viajes modernos y, visto desde la perspectiva histórica, los viajes de los peregrinos medievales cabría considerarlos la primera manifestación auténtica de lo que podemos llamar "turismo" en el significado contemporáneo del término. Desde luego, el turismo de sol y playa alcanzó al turismo cultural numéricamente durante los años 1960 y 1970, pero hoy éste último hace una reaparición seria y con fuerza, para ocupar de nuevo un lugar importante.

Tercera. **La interdependencia.** Para bien o para mal, el patrimonio y el turismo dependen el uno del otro, una situación que en el pasado ha generado una cierta fricción. Está más que reconocido que los fondos recaudados por el turismo pueden aplicarse al sustento y a la conservación del patrimonio. También, el interés que muestran los turistas (a menudo extranjeros) por las artes y oficios, los bailes y rituales a menudo dan nueva vida a costumbres que iban a caer en el olvido. Pero esta mutua dependencia genera también relaciones tensas.

Cuarta. **Conocer mejor la demanda cultural.** La investigación ha mostrado que, hablando en términos generales, existen dos clases de motivación cultural. Hay una motivación principal, para la que el objetivo esencial del viaje es visitar un sitio de patrimonio o participar en algún ritual cultural. El segmento turístico movido por tales fines podría constituir aproximadamente el 20 % del mercado total. Después viene el deseo de los turistas que emprenden viajes de ocio por visitar, además, los sitios culturales próximos a donde ellos se alojan. En este caso, la visita al sitio cultural es algo secundario al viaje, pero este segmento del mercado es mucho más grande y podría aproximarse al 60 % de la demanda. A estos porcentajes, podríamos agregar otro 20 % representado por las excursiones que efectúan viajeros de negocio para disfrutar del cercano patrimonio. De todos modos, cabe recordar que la promoción eficaz del turismo cultural depende en gran medida de una segmentación adecuada del mercado y que los productos del turismo

cultural suelen distribuirse por cauces especializados.

Quinta. **El consumidor lo sabe todo.** Esta quinta observación se relaciona con el papel que hoy día juegan los medios de comunicación. Gracias a ellos el consumidor llega a disponer de una información casi perfecta sobre "los mejores" sitios culturales para visitar. Así, los diez primeros sitios de la Lista de Patrimonio Mundial (o las Siete Maravillas del Mundo Moderno que se pretenden identificar) están prácticamente condenadas a recibir un número grande de turistas, tanto domésticos como internacionales. Esto es una bendición o un escollo según se mire y plantea el problema de la congestión y la sobre-frecuentación. La OMT ha abogado coherentemente por la identificación de nuevas atracciones culturales alternativas y su desarrollo turístico con el objetivo de repartir la presión que soportan los sitios existentes.

Sexta. **El turismo sigue creciendo.** Ya que el turismo sigue ampliándose con bastante rapidez, a pesar de los choques y reveses experimentados en años recientes, incluyendo el actual, el problema del gran y creciente volumen de visitantes ha de resolverse, sobre todo en regiones como Asia y Océano Pacífico donde el incremento es especialmente fuerte.

Séptima. **La relación educación-cultura.** Aunque los sitios de patrimonio puedan estimular una respuesta emocional en todas las capas de la población, el interés activo en la cultura tiende a estar estrechamente relacionado con los niveles de educación. Así, conforme las sociedades se hacen más cultas y aumenta la alfabetización, la demanda de mercado de la cultura tenderá a ampliarse con mayor rapidez.

Octava. **La importancia de las nuevas tecnologías.** Las nuevas tecnologías ofrecen un tridente de posibilidades para la gestión del patrimonio. En primer lugar, los nuevos materiales y avances técnicos han posibilitado unos trabajos extraordinarios de restauración del patrimonio, especialmente de las obras de arte (como la Capilla Sixtina en Roma). Segundo, las nuevas tecnologías ofrecen métodos y técnicas de conservación del patrimonio que permiten la visita de numerosos turistas sin poner en peligro los objetos expuestos (caso, por ejemplo, de la climatización, ampliamente utilizada). Tercero, las tecnologías de la información pueden ser muy provechosas para tener acceso a los consumidores potenciales (ejemplo: bases de datos), para gestionar la frecuentación del sitio de manera racional (ejemplo: los palacios nazaríes de Granada) o para proporcionar información sobre el sitio e incluso "visitas virtuales".

Novena. **Conocer los puntos de frecuentación.** Se han descrito dos clases de problemas respecto a los sitios culturales: la congestión y la sobre-frecuentación. El primero es estacional o periódico, coincidiendo con las vacaciones o festividades religiosas. El otro es continuo o permanente. Las dos situaciones piden respuestas de gestión diferentes. Durante varios años, soluciones cada vez más sofisticadas y eficaces (incluidas las visitas virtuales) han sido desarrolladas para responder a ambas situaciones.

Décima. **¡El patrimonio es vida!** Los viajes a sitios culturales no conllevan la

mera contemplación de objetos inanimados. Se trata también de conocer a la gente que, en mayor o menor grado, es responsable o heredera de ellos. Por esta razón, resulta sumamente importante tener en cuenta los sentimientos de la comunidad anfitriona antes de emprender cualquier clase de iniciativa. La consulta a la población local y la validación por ellos de cualquier clase de propuesta acerca del sitio es una condición sine qua non.

Undécima. **Privilegiar los itinerarios.** La comercialización de los sitios culturales en forma de “Itinerario Cultural” tiene mucho sentido. Puede tratarse de un itinerario informal, como el que se encuentra en una Guía turística, o un itinerario formal, caso de la Ruta de la Seda, en la que la OMT y la UNESCO han estado implicadas durante varios años. En algunos casos, como el del Camino de Santiago, la itinerancia está en el corazón de, y constituye la esencia misma de la experiencia cultural del turista.

Duodécima. **Turismo para Todos.** El Patrimonio cultural es "un bien común" al que la UNESCO, y por supuesto la OMT, consideran que todos los seres humanos deberían tener igual acceso. Esta afirmación plantea, por tanto, una cuestión importante dentro de la política del acceso y de los precios. A menudo, significa que los residentes locales o los naturales del país disfrutarán de la admisión libre o a precio reducido al sitio.

Decimotercera. **Prioridad a la conservación.** La conservación del Patrimonio cultural, como ya lo he comentado en la parte primera, es una prioridad absoluta y el respeto de este principio está explicitado en la arriba citada “Convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural” de 1972. Dado que el desafío de conservación es grande, tanto el enfoque como la tecnología de la conservación han experimentado unos progresos impresionantes en años recientes.

Decimocuarta. **El papel del sector privado.** La cultura no es únicamente un asunto de los gobiernos. El sector privado debería ser, y cada vez más es, un factor importante para asegurar que el turismo constituya el fulcro de una estrategia de desarrollo sostenible en los sitios culturales. La unión de lo público y lo privado hoy contribuye, cada vez más, a los gastos de mantenimiento y protección de los sitios culturales. Entre las consecuencias positivas de esta cooperación están el mayor volumen de beneficios que se derivan del turismo, el crecimiento del negocio y la generación de ingresos.

Decimoquinta. **El patrimonio es una responsabilidad internacional.** La cooperación debe manifestarse no sólo a nivel nacional, sino también internacional. En el caso del turismo, la transformación reciente de la OMT en organismo especializado de las Naciones Unidas ha realzado su cooperación con otras instituciones de ellas responsables de la cultura y la conservación, notablemente con la UNESCO y el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA). Un mecanismo de coordinación específico denominado “UNTEN” (acrónimo para “Red de las Naciones Unidas para el intercambio de informaciones sobre del turismo”) ha sido constituido por decisión adoptada por la Junta de los Jefes Ejecutivos de la ONU en su reunión de abril 2006, celebrada en la Sede de la OMT en Madrid.

Decimosexta. **Explicitar la política turística del sitio.** La política de turismo en un sitio cultural ha de ser explícita. Su definición de forma escrita y la elaboración de los objetivos y límites necesarios es esencial y debería efectuarse en estrecha cooperación con la población local. En muchos casos convendría la redacción de un “Plan Director” del Sitio y un proceso concomitante de consulta y de discusión de sus propuestas.

Decimoséptimo. **Determinar la capacidad de acogida.** La planificación de un sitio cultural debe identificar claramente los límites de capacidad y determinar el máximo de visitantes. Debe recordarse que la capacidad de acogida engloba varios conceptos y que debemos de percibirla como un valor físico y psicológico a la vez. El turista medio probablemente no espera que un sitio de páramo esté repleto de visitantes, mientras, por otra parte, hay muchos casos en que la aglomeración es fiel testimonio de que muchas personas se vieron movidas o motivadas a conocer el sitio.

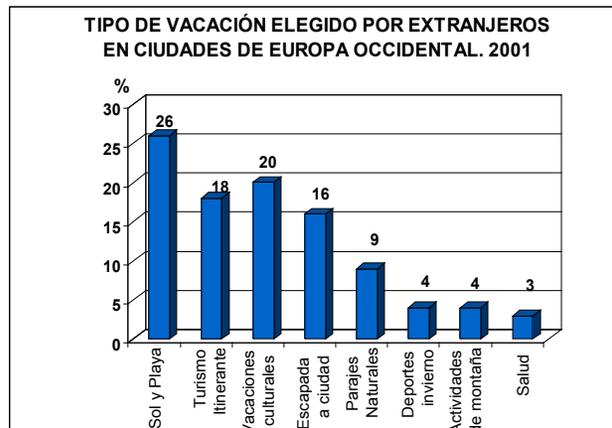
Decimoctavo. **Educación y conciencia turística.** La educación y la capacitación del personal de turismo tienen una alta prioridad. Como una industria de servicio, que requiere alto grado de interacción humana, la gente implicada en el turismo tiene que desarrollar buenas habilidades de relaciones públicas y ser capaz de interpretar la cultura de un destino de modo que los visitantes aprecien y entiendan bien sus valores. Una cuestión sin resolver concierne a los guías de idioma extranjero. En muchos casos, los guías locales pueden alcanzar la cualificación necesaria mediante cursos de lengua. En otros casos, los tour-operadores extranjeros prefieren contratar a sus propios guías para asegurar que la experiencia corresponde con los intereses y el segmento del mercado del grupo.

Decimonoveno. **Hacer memorable la visita.** Como se ha enfatizado en el marco de reuniones anteriores sobre este tema, la interpretación no debería consistir en un listado infinito de “hechos” acerca del sitio visitado que pronto será olvidado por los turistas. El objetivo debería ser el conseguir que la visita resulte memorable y que deje huella en quien la realiza. Para ello resulta esencial comunicar con lenguaje sencillo la esencia de lo que el sitio representa y acortar la distancia cultural que pueda existir entre el turista y el destino.

Vigésimo. **Compartir valores y perspectivas.** Los distintos actores necesitan tener la más amplia perspectiva. Esto significa que el sector del turismo debería adquirir un entendimiento apropiado de la naturaleza de la cultura, mientras los especialistas del patrimonio cultural tienen que reconocer la importancia del turismo y las necesidades y los deseos legítimos de los turistas. En suma, esto significa el abandono de la actitud de “ellos y nosotros” y la promoción de una aceptación de valores compartidos y objetivos comunes. Este proceso ahora parece estar en marcha y será muy provechoso para todos los implicados en el futuro.

3. Los resultados de un estudio

Para finalizar estas páginas, como tercera y última parte del capítulo, se recoge una interesante comparación entre lo dicho y afirmado anteriormente y algunos de los resultados contenidos en un estudio sobre encuestas publicado por la OMT con la Comisión Europea del Turismo en 2005. Si bien el centro de atención es el turismo de ciudad, en realidad trata en profundidad de su vertiente cultural y de patrimonio, con mucha frecuencia el atractivo principal de las ciudades del continente europeo. Veamos ahora algunos datos de interés¹.



CUADRO 1:

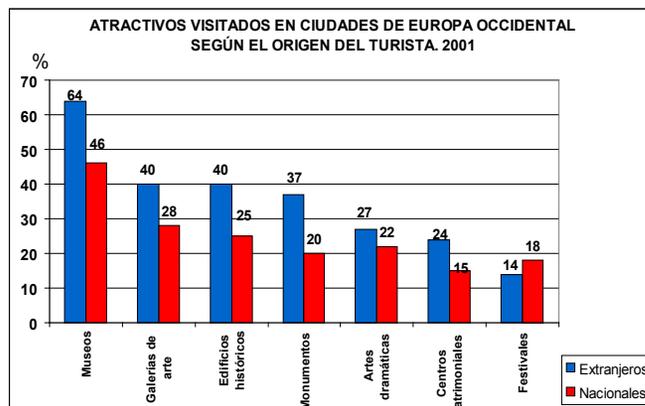
Vacaciones elegidas por extranjeros en ciudades de Europa occidental. 2001

TIPO DE VACACIONES	PORCENTAJE
Sol y Playa	26
Turismo Itinerante	18
Vacaciones culturales	20
Escapada a una ciudad	16
Parajes Naturales	9
Deportes de invierno	4
Actividades de montaña	4
Salud	3

¹ Los datos contenidos en los Cuadros 1 a 9 están basados en el informe *El turismo urbano y la cultura: la experiencia europea*. Madrid, OMT, 2005

Fuente: El turismo urbano y la cultura: la experiencia europea. Madrid, OMT, 2005

Como podemos ver, el concepto “Vacaciones culturales” constituye la segunda motivación que mueve el turismo extranjero en ciudades europeas occidentales, representando un 20%. Resulta interesante resaltar que esta cifra se corresponde exactamente con el peso que atribuíamos a la motivación cultural dentro del total del mercado turístico en la cuarta reflexión del apartado anterior. Los parajes naturales, por su parte, logran un 9%, siendo posible suponer que dichas zonas se encuentran en las cercanías de las ciudades visitadas.



CUADRO 2:

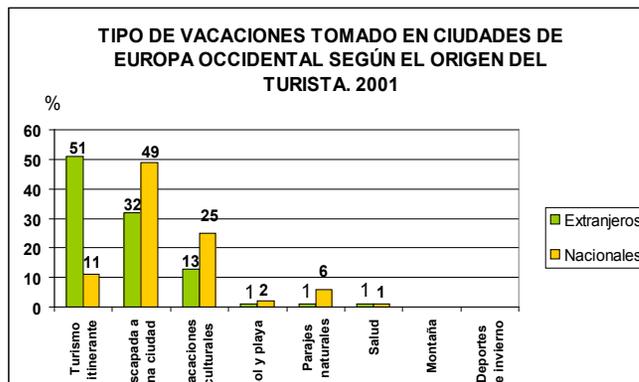
Atractivos visitados en ciudades de Europa occidental según el origen del turista. 2001

ATRACTIVOS	EXTRANJEROS	NACIONALES
Museos	64	46
Galerías de arte	40	28
Edificios históricos	40	25
Monumentos	37	20
Artes dramáticas	27	22
Centros patrimoniales	24	15
Festivales	14	18

Fuente: El turismo urbano y la cultura: la experiencia europea. Madrid, OMT, 2005

Del Cuadro precedente llama la atención el notable porcentaje de turistas que afirman su intención de visitar los museos (64% de los extranjeros; 46% de los nacionales). Se puede concluir que éstos, y en cierta medida también las galerías de arte y los edificios

históricos, constituyen auténticos imanes para el turismo y que este segmento del mercado está lejos de ser minoritario.



CUADRO 3:

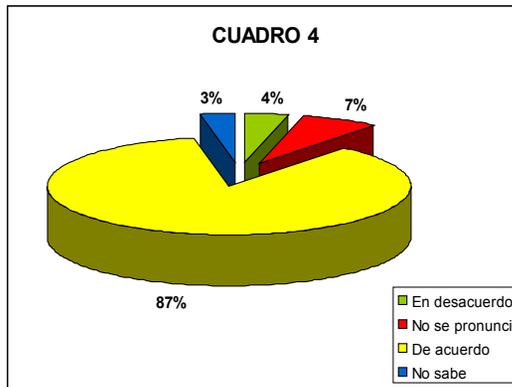
Tipo de vacación tomado en ciudades de Europa occidental según el origen de los turistas. 2001

TIPO DE VACACIÓN	EXTRANJEROS	NACIONALES
Turismo itinerante	51	11
Escapada a una ciudad	32	49
Vacaciones culturales	13	25
Sol y playa	1	2
Parajes naturales	1	6
Salud	1	1
Montaña	0	0
Deportes de invierno	0	0

Fuente El turismo urbano y la cultura: la experiencia europea. Madrid, OMT, 2005

De los datos anteriores, destaca, en el caso de los extranjeros, su gusto por el turismo itinerante, lo que deja suponer que desean visitar varias ciudades en el contexto de un período vacacional. En cuanto a los visitantes nacionales, se ve que su motivación cultural logra un 25%, lo que subraya lo afirmado en la séptima reflexión del apartado precedente respecto a la inquietud de los residentes de un país por conocer su propio patrimonio.

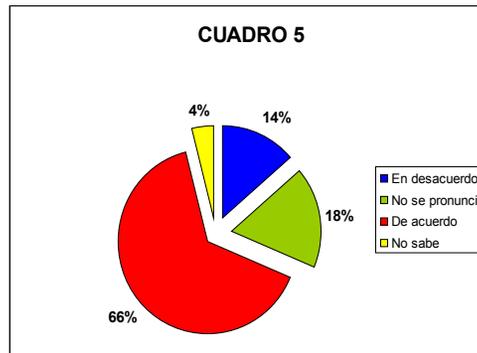
Los Cuadro 4 a 9 presentan los resultados de una encuesta destinada a los profesionales del sector turístico que ha sido realizada por Internet.



CUADRO 4:
La competencia entre ciudades culturales europeas aumentará considerablemente

4 %	en desacuerdo
7 %	no se pronuncia
87 %	de acuerdo
3 %	no sabe

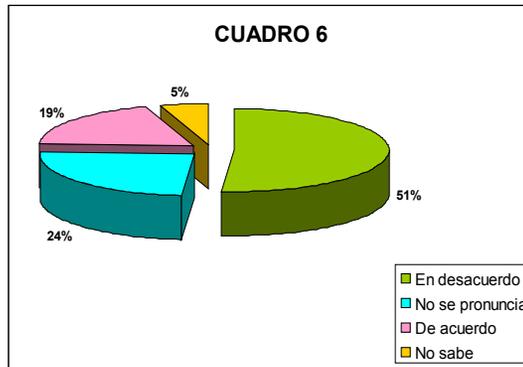
Fuente: El turismo urbano y la cultura: la experiencia europea. Madrid, OMT, 2005



Cuadro 5:
Algunos lugares culturales deberían entender que atraer más gente les pudiera perjudicar

14 %	en desacuerdo
18 %	no se pronuncia
66 %	de acuerdo
4 %	no sabe

Fuente: El turismo urbano y la cultura: la experiencia europea. Madrid, OMT, 2005

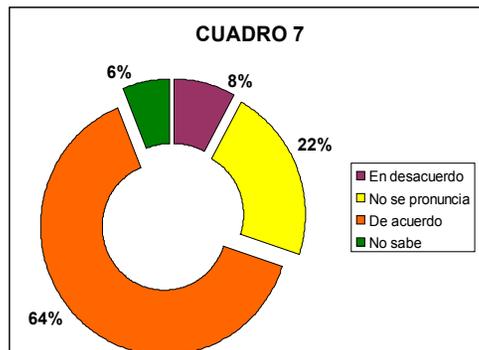


CUADRO 6:

Algunos lugares culturales ganarían si su producto cultural se mantuviera en secreto

51 %	en desacuerdo
24 %	no se pronuncia
19 %	de acuerdo
5 %	no sabe

Fuente: El turismo urbano y la cultura: la experiencia europea. Madrid, OMT, 2005

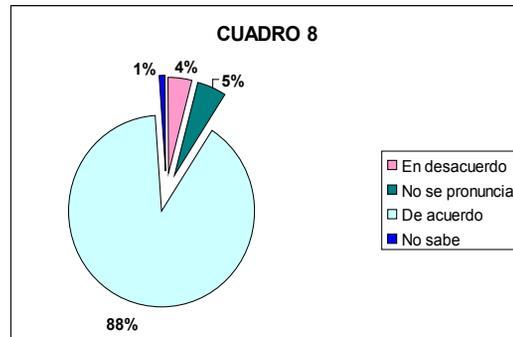


CUADRO 7:

Muchas ciudades culturales no explotan suficientemente su diversidad cultural como instrumento de promoción

8 %	en desacuerdo
22 %	no se pronuncia
64 %	de acuerdo
6 %	no sabe

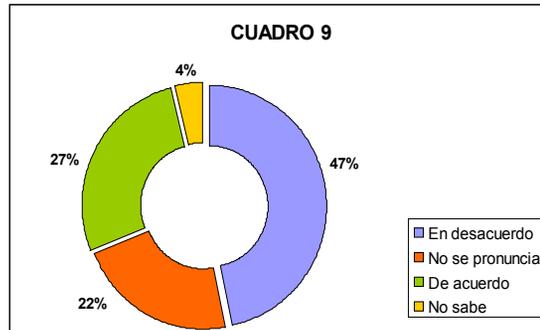
Fuente: El turismo urbano y la cultura: la experiencia europea. Madrid, OMT, 2005



CUADRO 8:
Los festivales y actos culturales son motivos importantes para lograr que los turistas elijan una ciudad concreta

4 %	en desacuerdo
5 %	no se pronuncia
88 %	de acuerdo
1 %	no sabe

Fuente: El turismo urbano y la cultura: la experiencia europea. Madrid, OMT, 2005



CUADRO 9:
La Capitalidad Cultural Europea no repercute a largo plazo en la frecuentación turística de una ciudad.

47 %	en desacuerdo
22 %	no se pronuncia
27 %	de acuerdo
4 %	no sabe

Fuente: El turismo urbano y la cultura: la experiencia europea. Madrid, OMT, 2005

Como puede observarse, las personas consultadas están convencidas de que la competencia entre ciudades culturales va en aumento y que el peligro de la sobre-frecuentación existe, aunque no lo consideran motivo suficiente para mantener en secreto los productos culturales. Además, todavía existe un camino por hacer en cuanto a la promoción de la diversidad cultural. Resulta interesante el reparto de las contestaciones referidas a los festivales y actos culturales, considerados por un 88% factores importantes en la elección de una ciudad de destino. Éste dato contrasta con el reflejado en el Cuadro 2, donde los festivales son el concepto que menores porcentajes alcanza como incitador del turismo tanto entre visitantes extranjeros como nacionales. Finalmente, de acuerdo con las respuestas obtenidas, la “Capitalidad Cultural Europea” tiende a favorecer las visitas turísticas a las urbes galardonadas, aunque una cuarta parte de los consultados parecen albergar alguna duda respecto a su utilidad como inversión a largo plazo.

A parte de las cuantificaciones ofrecidas, las encuestas realizadas en el marco del estudio permiten acercarse al perfil de los turistas urbanos motivados por la cultura. Suelen ser mujeres más que hombres, tener estudios superiores (especialmente los que vienen de lejos, como los norteamericanos), ocupar puestos profesionales o directivos, y percibir ingresos relativamente altos. En cuanto a la edad, no puede decirse que los visitantes culturales sean exclusivamente de edad avanzada y acomodados, como podría deducirse de algunos de los datos que anteceden. Antes bien, el mayor índice de participación corresponde a personas comprendidas entre 20 y 30 años de edad. Sin embargo, las de mediana edad suelen participar más en actividades culturales y gastar mayores sumas en el curso de sus estancias en ciudades. Por su parte, quienes superan los 50 años acostumbran a visitar, por término medio, más atractivos culturales que los jóvenes.

Lo que realmente destaca del estudio que nos ocupa es la necesidad de seguir llevando a cabo las consultas adecuadas, tanto entre los turistas como entre los profesionales, para obtener informaciones cada vez más fiables sobre la situación del mercado del turismo cultural y sus perspectivas. Observación que permite concluir estas páginas con la esperanza de que hayan servido para animar al lector a interesarse cada vez más por este fascinante y sostenible segmento del turismo mundial.



Capítulo IV: La Imagen Cultural y Turística de las Ciudades Españolas Patrimonio de la Humanidad¹

¹ Este texto forma parte del trabajo realizado en el marco del proyecto “Dinámicas recientes y estrategias de intervención en destinos patrimoniales”. Plan Nacional de I+D+I (2004-2007). Ministerio de Educación y Ciencia. Referencia: SEJ2006-10898/GEOG. Años 2006-2009.

Desde finales de los años noventa son abundantes los escritos sobre la imagen y muchos los puntos de vista que la abordan. Citaré sólo algunos autores que han centrado mi atención a la hora de buscar afinidades en la consideración del tema que interesa. Son los historiadores Burke y Díaz Barrado, los economistas Beerli, Ejarque y Gallarza, los antropólogos Martín de la Rosa, Palou y Roca, los expertos en comunicación audiovisual Zunzunegui y Barnes, y los geógrafos Galí, Lara y Benko. Todos ellos, y otros más, han contribuido a preparar los cimientos sobre los que levantar el entramado teórico y metodológico de la imagen cultural y turística que aplicaré a las ciudades españolas patrimonio de la humanidad.

El guión que sigue está estructurado conforme se ha ido dando respuesta a las preguntas que surgían a medida que avanzaba la construcción del tema. Y la primera de las cuestiones era determinar, a la vista del carácter polisémico del término imagen, con cuál de sus significados se iba a trabajar. Concluyendo que las imágenes visuales son las que mejor contribuyen a fijar la imagen de las ciudades, las preguntas necesariamente giraban en torno a su proceso de creación, lo que llevaba a preocuparse por los agentes que las construyen y difunden, y en cuyo cometido se encuentra buena parte de las claves para su interpretación. Finalmente hubo que elegir, entre todo el cúmulo de imágenes posibles, decantándonos por las vistas panorámicas, por ser las que mejor reflejan la singularidad y significado de las ciudades, y las más completas, pues recogen no sólo los componentes destacados, sino también las relaciones que se dan entre ellos, esto es, el paisaje.

1. El papel de la representación visual en la formación de la imagen de la ciudad

El carácter polisémico de la imagen deriva de las múltiples acepciones que es capaz de asimilar, de los variados sentidos que es capaz de asumir y de los innumerables significados que es capaz de representar, de ahí que el propio concepto de imagen pueda ser analizado desde diferentes puntos de vista (Barnes, 2006). La imagen es una abstracción que puede ser visual, mental o lingüística. La imagen visual se define como una figura, representación, semejanza o apariencia del objeto que representa y retrata, mientras que la imagen mental es una construcción del objeto percibida por los sentidos, donde se reconocen sensaciones, sentimientos y representaciones visuales, entendiendo por imagen literaria la materialización de la abstracción lingüística en una representación viva y eficaz de una intuición por medio del lenguaje. La imagen visual y la literaria son habituales dentro de las ciencias sociales, mientras que la mental cae en el campo de la psicología.

Aunque no hace mucho tiempo se aseguraba que la superficialidad y la volatilidad de la imagen visual no podían competir con el texto en seriedad, profundidad y capacidad de interpretación, lo que hace a Gautier escribir “Me quedé durante más de una hora en contemplación, intentando saciar mis ojos y grabar en el fondo de mi memoria la silueta de esta admirable perspectiva” es la vista que le ofrece la ciudad de Toledo (Gautier, 1840: 215). Parece, pues, obvio que de las interconexiones que se establecen entre la imagen visual, la literaria y la mental, la influencia de la primera sobre las otras es indudable. Entendemos por ello que, poco a poco, las representaciones visuales se fueran incorporando a los textos, pues al instalarse automáticamente en la mente sin necesidad de convencer a través de un discurso, permitían que el conocimiento de las cosas fuera más fácil e inmediato que el realizado a través de las palabras. Hoy en día, la importancia progresiva que la imagen visual ha adquirido amenaza incluso al sagrado reino de las palabras, al sustituirse el recurso de la evocación, que se sirve de la palabra, por el de la representación, que lo hace de la imagen.

El proceso de elaboración de la imagen visual es complejo, pero más lo es su recreación, esto es, la representación material que de ella puede llegar a hacer el autor. Todo empieza cuando la imagen que emite cualquier objeto o, lo que aquí nos interesa, la ciudad, es procesada por el espectador en función de sus filtros personales y culturales, de forma que lo que retiene es una imagen percibida de la misma, pudiendo llegar a recrearla a través del dibujo, la pintura o la fotografía. Pero cuando el artista la reproduce por encargo, deberá atender a los requerimientos del cliente si éste le demanda un producto que no tienen por qué reflejar lo más fielmente posible la realidad, sino sus cualidades, rasgos y aspectos positivos con el fin de producir en la mente del posterior receptor un determinado resultado favorable,

En este caso, la imagen emitida será una recreación de la realidad socialmente inducida, o dicho de otra manera, una construcción que simplifica, selecciona y, además, distorsiona la realidad, ya que es necesario que la imaginación visual anule los excedentes de información que puedan hacer peligrar la temática central que interesa representar y divulgar. En consecuencia, el conocimiento del autor es importante, pero también lo es saber por qué eligió representar una cosa y no otra, quién le encargó que lo hiciera y a qué público iba dirigida. Ante las consideraciones anteriores, y habida cuenta que toda imagen creada por el ser humano es artificial y fruto de una elección, de que todo proceso de construcción de imágenes constituye siempre un procedimiento de manipulación, de que no existe, en definitiva, el concepto de ojo inocente, se hace necesario tener en cuenta el contexto en el que surge la imagen, esto es, el escenario social y cultural en el que se inscriben.

1.1. La construcción y difusión de la imagen cultural y turística de las ciudades

Entre las funciones que cumplen las imágenes visuales se encuentran la difusión de la cultura y de las potencialidades turísticas de las ciudades, siendo necesario tener en cuenta que los agentes que intervienen en su construcción se mueven por motivaciones diferentes. Por otro lado, unas recreaciones más que otras han fijado la imagen de la ciudad que se ha erigido en su tarjeta de presentación, o lo que se ha llamado su imagen canónica o universal, habiéndolo conseguido especialmente las más difundidas, y de ahí la importancia que cobran los canales de transmisión que permiten divulgarlas.

En la elaboración de la imagen cultural de la ciudad intervienen especialmente los poderes públicos, el mundo académico y el artístico. Los primeros seleccionan las representaciones que ensalzan los valores que mejor reflejan la historia, el arte, la arquitectura o la cultura que desean difundir, y que acompañan esporádicamente a los discursos políticos que se emiten a través de los canales de difusión al uso. Los investigadores, cuya producción científica cuenta en general con garantía de credibilidad, dan cuerpo a libros que analizan la riqueza patrimonial de los lugares, incorporando imágenes que son habituales ilustraciones en los libros de arte o de arquitectura. Los artistas, por medio de la pintura, el grabado, la fotografía o el cine, reproducen la ciudad introduciendo en su obra ciertas dosis de recreación subjetiva pero dentro de un orden inducido socialmente.

Una imagen mucho más seleccionada de la realidad es la turística, pues va dirigida a un público determinado, el viajero. Sobre ella se articula toda una imaginería puesta a punto por los agentes que intervienen en la formación de una imagen que tiene que satisfacer el mayor número de expectativas que los turistas consideran que debe reunir su viaje, por lo que puede llegar a ser estereotipada, al pretender destacar todo aquello que es atractivo al visitante. La distancia que puede existir entre la ciudad y sus representaciones turísticas no es inocente, pues obedece a la voluntad de los constructores de imágenes de mostrar escenarios armónicos y confortables para la mirada del viajero.

En su construcción interviene, de nuevo, los poderes públicos que promocionan el destino a través de la política turística orientada a atraer visitantes, para lo que seleccionan las imágenes más atractivas y las incorporan en guías y carteles, así como en los medios de comunicación audiovisual y electrónica por su elevada cobertura y capacidad para difundirlas. Otros agentes son el sector editorial y los propios turistas. El primero, en una sociedad que cada vez lee menos y en un mundo que hoy más que nunca es hipervisual, adopta la máxima de que una imagen vale más que mil palabras, y pone a la venta guías y folletos en los que las ilustraciones ocupan, cada vez más, el papel principal. Los turistas, que en general acatan el contenido de las guías y la información recabada por conocidos y amigos viajeros, recrean en fotos y videos las mismas imágenes, una y mil veces divulgadas, y que a su vez difunden en sus lugares de origen con el convencimiento de que son las únicas que merece retener.

1.2. El valor de la vista panorámica dentro de las imágenes de la ciudad

Tras analizar las fuentes de información que a lo largo de la historia incorporan representaciones visuales de las ciudades con el objetivo de difundir su imagen cultural o turística, se concluye que las imágenes más recurrentes son las vistas panorámicas, las de elementos urbanos más significativos y las escenas urbanas. La vista panorámica pretende recoger la totalidad de la ciudad aunque, a veces, por las dificultades que entraña su dimensión, se opte por reproducir sólo parte de la misma. La imagen de elementos urbanos se identifica con determinadas construcciones de valor patrimonial, de las que no siempre se recrea la totalidad, pues la atención se suele focalizar en la parte más valiosa, la fachada, o en aspectos destacables de su interior. Las escenas urbanas recogen instantáneas de la vida cotidiana que casi siempre suceden en las calles y plazas más reconocidas y adornadas de un marco monumental.

La visión panorámica fue el primer intento de pasar la pintura escenográfica a un tratamiento paisajístico, con la pretensión de superar el hecho de mostrar un enclave reducido y pasar a ofrecer una vista de conjunto, siendo la ciudad un lugar idóneo para estos ensayos desde el Renacimiento. Más tarde, esta forma de representación adquirió gran importancia en la retórica del paisajismo moderno asociado a la literatura de viajes. Y es que, la perspectiva panorámica mejora la visión del paisaje, y lo hace no sólo en términos cuantitativos, sino también cualitativos. No sólo se ve más desde la cumbre de una montaña, sino que se ve mejor; no sólo se amplía la visión, sino que se ahonda; no sólo se ven las cosas, sino las relaciones entre las cosas” (Ortega, 2006: 28).

Las virtudes de la imagen panorámica son muchas. Es la imagen más completa de la ciudad, la que permite identificarla y distinguirla de otras, de ahí que se constituya la mayor parte de las veces en su imagen universal. La toma se obtiene desde un punto de mira exterior y muestra una silueta que resulta reconocible gracias al detalle concreto del contorno que se perfila en el horizonte, convirtiéndose en el emblema o en el retrato de la ciudad que parece haber sido realizado a propósito para que los visitantes que se acercan a ella la reconozcan al primer vistazo, por lo que la ciudad se presenta bajo el ángulo más favorable para su simbolización, enseñando las joyas más favorables que le ha legado la historia (Mendibil, 2006). Por ello la vista panorámica se constituye en un recurso cultural y turístico ya que, más que ningún otro, singulariza e identifica a la ciudad entre otras.

1.3. Las ciudades seleccionadas y las fuentes de información

Las ciudades españolas declaradas patrimonio de la humanidad se muestran idóneas para llevar a cabo el estudio que se pretende abordar, pues su valor cultural y su interés turístico están sobradamente acreditados. Son ciudades que representan paisajes urbanos de gran valor cultural que se ponen en evidencia por razones históricas, paisajísticas, urbanísticas, arquitectónicas, culturales y funcionales, y también son ciudades que actualmente son hitos de referencia de las rutas turísticas más frecuentadas

a nivel mundial (Troitiño, 1996). Ello asegura la existencia de una gran producción de representaciones visuales construidas a lo largo de una amplia trayectoria temporal que desde el Renacimiento se mantiene hasta hoy.

Las fuentes que aportan estos materiales son diversas. Clasificadas por orden temporal de aparición, las primeras representaciones generales se encuentran en los álbumes de vistas de ciudades cuya edición comienza en el Renacimiento, también en los libros de viajes del siglo XVIII y del XIX, en los repertorios fotográficos y las colecciones de postales de finales del XIX y principios del XX, fecha esta última en la que se inicia la producción de guías culturales, guías turísticas y de carteles, y finalmente se incorporan los nuevos soportes de comunicación electrónicos que a través de las páginas web permiten promocionar el turismo en los destinos.

2. Las vistas panorámicas de las ciudades españolas patrimonio de la humanidad

No es posible abordar la construcción de las representaciones visuales de las ciudades sin contemplarlas en el contexto social y económico en el que surgen. Es por ello que el proceso histórico de producción y difusión de las imágenes resulta ser el método más eficaz para llegar a comprender su significado y el interés que las mueve, a la vez que suministra los argumentos que precisa su interpretación. El contenido de lo que sigue se ordena de acuerdo al marco temporal en que aparecen las imágenes y que coincide con el soporte físico que las sustenta.

2.1. La ciudad pintada. La ciudad en los cuadros y en las paredes

Si la pintura facilitó a los hombres una mayor conciencia con respecto al mundo, pues “es casi siempre un pionero de tendencias culturales, abriendo camino, creando campo, proponiendo una imagen que es una construcción visual, una estructura cultural gráfica del encuadre, selección, plasticidad, armonía, de una realidad, un saber ver” (Martínez de Pisón, 1978: 765), el carácter único e individual de cada imagen encontraba su reflejo social en los hombres privilegiados que podían contemplarla y con las que decoraban las paredes de sus residencias, pues las obras no tenían, a falta de la tecnología adecuada, posibilidad de reproducirse.

Las primeras ciudades pintadas ocupan el trasfondo de los cuadros presididos por retratos o escenas. Así la ciudad de Granada se reconoce en un segundo plano en la pintura que recrea “La batalla de la Higuera” de N. Granello en 1431, con el objeto de decorar uno de los muros de la Sala de las Batallas del Monasterio de El Escorial. Es a partir del siglo XVII cuando las ciudades cobran protagonismo pictórico. La “Vista y plano de Toledo” pintado por el Greco en 1614 es una descripción muy meticulosa de la ciudad vista desde el norte, mientras que la “Vista de Toledo” del mismo autor, pintada en 1606, no pretende ser una representación exacta de la ciudad; el estudio iconográfico de la

obra descubre que se trata de un paisaje muy fantaseado que muestra uno de los perfiles más significativos de la ciudad, la entrada oeste, pero con sus monumentos más notables distribuidos arbitrariamente y con otros que se inventa; no se conoce el significado exacto de la imagen, pero podría tratarse de un encargo con el fin de exaltar la ciudad imperial.

2.2. La ciudad grabada. La ciudad en las láminas

La introducción de las técnicas de grabación rompe con la imagen única y en poder de unos pocos y permite la aparición de las copias múltiples e idénticas en el marco de un desarrollo editorial hecho posible gracias al descubrimiento de la imprenta que permitió que se produjera un salto cuantitativo en la cantidad de reproducciones al alcance de un mayor número de personas.

Las imágenes grabadas empiezan a incorporarse lentamente en los libros sin otro motivo que el de servir de ilustración. *El Libro de las grandezas y cosas memorables de España* de P. de Medina, publicado en 1548, contiene grabados en blanco y negro de las ciudades de Toledo y Granada que presiden los textos que relatan su devenir histórico. En ambas imágenes la vista se eleva artificialmente hasta poder incluir la totalidad del perímetro amurallado, y la perspectiva caballera, aunque muy elemental y simplificada, recoge las construcciones más significativas. La obra, considerada la primera guía de la España imperial, se edita varias veces y la llegan a conocer los viajeros extranjeros del siglo XIX pues, como Davillier, la citan entre las obras consultadas antes de iniciar el viaje a España.

Pero lo más novedoso de la época es la amplia distribución de láminas individuales de vistas de ciudades encuadradas en volúmenes que se conocen como atlas, theatrum o thesaurus. Las imágenes panorámicas se convierten en un género pictórico independiente en alza, en consonancia con la demanda de una sociedad que se muestra interesada por conocer los lugares remotos que el descubrimiento del nuevo continente y la apertura de rutas hacia oriente y occidente hace posible. Es normal que las ciudades despierten interés pues son los núcleos más vivos y representativos de los países, los centros del comercio y de la comunicación, generan riqueza y son los mejores escaparates donde mostrarla. Se entiende que las vistas urbanas se conviertan en una moda para el público y en un recurso publicitario para las ciudades. La recopilación gráfica y la edición de las láminas individuales o en volúmenes la realizan empresas donde colaboran equipos formados por viajeros, dibujantes y topógrafos que recorren los distintos países.

El primer atlas de ciudades es el *Civitates Orbis Terrarum* de G. Braun y F. Hogenberg. Se edita en 1572 y a través de sus imágenes es posible difundir por todo occidente la visión del mundo urbanizado. Reúne en seis volúmenes más de 500 vistas, acompañadas de una breve descripción histórica, de las que cuarenta y cinco son de ciudades y pueblos españoles, correspondiendo treinta y cuatro a Andalucía y cuatro a Castilla. Su difusión es grande, pues se publica simultáneamente en Amberes y en Colonia, y también su

éxito, ya que entre 1572 y 1624 se hacen cerca de cincuenta ediciones en latín, alemán y francés. Señala el autor que la finalidad de la obra es que el lector alemán, italiano, flamenco, holandés, español o francés, sentado cómodamente en su butaca conozca aspectos acerca de otros pueblos y países que sólo con largos, penosos y costosos viajes podía conseguir.

Un siglo después, en 1657, el editor J. Janssonius funde en un solo volumen las vistas españolas del *Civitates* en la obra *Theatrum Hispaniae Urbes*, cuyo dibujante es el pintor y grabador flamenco G. Hoefnagel que recorre España entre 1563 y 1567. El autor es, ante todo, un escenógrafo y trata las vistas urbanas como composiciones paisajísticas. El colorido vivo que impregnan los grabados contribuye a realzar su atractivo, pues se pretende que las vistas resulten bellas, aunque suponga faltar a la realidad. Y esto se explica porque los artistas hacen esbozos de lo que ven y más tarde son los grabadores quienes les dan forma definitiva en los talleres, contribuyendo, aun más, a presentar una visión idealizada de los lugares. Las vistas de las ciudades españolas fueron conocidas en toda Europa, contribuyendo a forjar su imagen cultural y también, tal y como el editor manifiesta, incitando al viaje.

Las imágenes del *Civitates* pretenden dar la visión de conjunto de la forma de las ciudades, de su perímetro y alrededores, así como de su emplazamiento. Para ello la toma se obtiene desde un lugar de observación elevado, o si no levantado ficticiamente, de manera que esta visión proporcione una sensación que se aproxima a la percepción tridimensional. La vista de Toledo se consigue desde el sur, por ser el mejor punto de mira natural para visualizar la roca donde se asienta y apiña el caserío que da singularidad a la ciudad (**figura 1**). Y así lo recoge el texto inserto en el reverso que acompaña a la imagen, “es como el centro de España, cuyo emplazamiento es escarpado, desigual y en pendiente, lo que hace que su acceso sea bastante difícil” (Santiago, 1996: 51). De Granada hay varias vistas; unas desde la loma que pasado el Genil permite captar la totalidad de la ciudad, mientras que para resaltar la Alhambra prefiere situarse al norte desde donde mejor se percibe que está “sita en una colina, representa la grandeza, la fortificación y

la protección del castillo”. En la toma que se hace de Córdoba el punto de mira se obtiene situándose en la orilla contraria del Guadalquivir, y se eleva ficticiamente para poder contemplar el conjunto de la ciudad y destacar en el primer plano la mezquita y el puente romano, los dos elementos más sobresalientes que la singularizan.



Toledo en el *Civitates Orbis Terrarum* de G. Braun y F. Hogenberg (1572)

De iniciativa interna es la obra *Vistas Españolas* que encarga Felipe II a su pintor de cámara y también topógrafo A. van den Wyngaerde. El rey le encomienda un inventario pictórico de las ciudades más importantes de España, que realiza entre 1561 y 1571, con el encargo de dejar constancia lo más fiel posible de la realidad. La obra viaja a los Países Bajos para su edición, pero por razones desconocidas se dispersa, no llegando a reunirse todos los grabados, que se encontraban repartidos por Praga, Viena y Londres, hasta el siglo XIX, momento en el que pasan a utilizarse para ilustrar libros. Las imágenes son panorámicas tomadas desde el suelo y abarcan un territorio más amplio que el de la estricta ciudad, de ahí la extensión en horizontal que adquieren, pues el autor, como topógrafo que era, intenta ser fiel a las dimensiones y distancias. Y aunque la luz favorecedora que impregna las imágenes contribuye a dulcificar el ambiente, se pretende que prime la realidad sobre la belleza.

Wyngaerde dibuja Toledo desde el norte, lo que permite visualizar el lienzo amurallado que la encierra por esta parte y distinguir en el horizonte los hitos arquitectónicos más emblemáticos que posee; este punto de observación, la llegada a la ciudad por el camino de Madrid, había sido utilizado anteriormente en el cuadro de El Greco, y no será del gusto de artistas posteriores que prefieren la vista desde el sur, la que se muestra en el *Civitates*, que se repetirá insistentemente en el futuro, erigiéndose en la imagen canónica de la ciudad. Granada y Córdoba también se captan desde donde lo hiciera el *Civitates* y, aunque el resultado se presenta más realista, añaden pocas variaciones a lo ya conocido, salvando el estilo de representación que caracteriza a ambos autores.

El encargo de reproducir gran número de poblaciones hace que por primera vez se obtengan imágenes de ciudades no retratadas antes. El emplazamiento de Segovia y de Cuenca permite que su fisonomía se capte desde varios lugares. La primera, que ocupa una colina elevada entre los ríos Clamores y Eresma, perfila su silueta tanto por el norte como por el sur. A Cuenca la dibuja desde todos los puntos cardinales, pues las gargantas labradas por los ríos Júcar y Huécar que la circundan resaltan la simbiosis de la ciudad con la naturaleza y aportan el rasgo más sobresaliente de su singularidad. Las panorámicas de Ávila y Salamanca se obtienen a partir de cotas elevadas del entorno, una vez cruzados los ríos que discurren a sus pies, el Adaja en Ávila y el Tormes en Salamanca, que pasan a formar parte de la imagen de la ciudad junto con los amurallamientos que las encierran y las construcciones que el lugar de observación permite captar. La vista de Alcalá de Henares se toma desde el oeste, por el camino de Madrid, y abarca la ciudad encerrada por la muralla. En general, éstos serán los puntos de observación comúnmente elegidos para recrear futuras vistas panorámicas.

2. 3. La ciudad impresa. La ciudad en los libros de viajes

En el último tercio del siglo XVIII las ciudades españolas se incorporan al circuito del Grand Tour. Llegan viajeros con el ánimo de escribir y publicar sus experiencias en

un momento que coincide con el inicio de las nuevas corrientes románticas que valoran el exotismo de los lugares que visitan. Los libros de viajes sobre España se editan simultáneamente en varias ciudades europeas, pues se traducen al francés y al alemán, y se venden bien, lo que explica que se reediten pronto. Además, la incorporación del grabado a la página tipográfica hace posible intercalar imágenes en el texto, permitiendo al lector visualizar los personajes, situaciones y ambientes descritos en los libros.

Aunque las imágenes representativas de las ciudades españolas editadas anteriormente sirven en los primeros momentos para ilustrar las experiencias de los viajes, pronto los dibujantes y grabadores introducen en los libros imágenes propias que muchas veces utilizan las renacentistas como modelo. P. van den Aa en su libro *Les delices de l'Espagne et du Portugal*, publicado en 1707 y traducido al holandés, incluye una vista de Granada como propia cuando es fiel calco de una de las láminas del *Civitates*. Sin embargo, el libro de *Viajes a través de España y Portugal* que escribe en 1773 R. Twiss, hijo de un rico comerciante inglés, incluye la vista de la Alhambra desde la colina del Albaicín, aclarando que es una copia de la que realizara tiempo atrás D. Sánchez de Sarabia por encargo de la Real Academia de Bellas Artes de San Fernando; esta vista dará a partir de entonces protagonismo a la Alhambra sobre el conjunto de Granada a la hora de representar la imagen con la que identificar la ciudad (**figura 2**). Pero el descubrimiento de este conjunto por los viajeros llevará a contemplarlo desde otros muchos puntos de observación. H. Swinburne en su libro *Picturesque tour through Spain* editado en 1806 elige el castillo de Santa Elena, uno de los lugares más elevados dentro de la propia colina, que ofrece una espectacular vista de la Alhambra (Galera, 1992).



La Alhambra en *Viajes a través de España y Portugal* de R. Twiss (1773)

Conforme se adentra el siglo XIX, los dibujantes ensayan una nueva manera de representar la ciudad, todavía topográfica y realista en algunos aspectos, al incorporar a la imagen una buena carga de tintes pintorescos. Se inicia el camino de una renovada visión de nuestras ciudades a partir de la cual se abre paso a la imagen de la España romántica, de forma que este modo de percibir el paisaje impregna totalmente la confección de las representaciones. Otro indicador de que algo está cambiando es el propio título de las

obras, “voyage pittoresque”, y lo pintoresco, término de clara filiación romántica, significa literariamente algo digno de ser pintado. Es ahora cuando lo descriptivo y lo literario se aúnan, ocupando las imágenes un puesto de extraordinaria importancia dentro de los libros de viajeros, artistas, marchantes y eruditos. Por lo demás, era lógico que en un tipo de literatura, cuyo objeto principal era la evocación de paisajes, costumbres, tipos y monumentos, el valor de una imagen fuera tan relevante como el propio relato, al que muchas veces aventajaba por su mayor eficacia comunicativa. No resulta extraño que las ilustraciones proliferen, hasta el punto de que llegó a ser casi inconcebible una guía o relato de viaje que no estuviese convenientemente ilustrado (Calvo Serraller, 1995).

Las representaciones urbanas son una lectura en clave romántica de ideas preconcebidas, pues los autores no se desplazan desde la nada, sino con una cesta de imágenes previas, algunas de ellas de origen secular. Las panorámicas de las ciudades se reafirman en las vistas más conocidas desde el Renacimiento, y de éstas, las más sugestivas, pudiendo llegar en ocasiones a copiarlas, variando simplemente algunos pequeños detalles. Pero son abundantes los casos en los que las enriquecen con perspectivas nuevas y también aparecen tomas inéditas. Pero una cosa era lo que en realidad ven estos viajeros y otra distinta lo que esperan ver, por lo que llegan a exagerar lo visto u olvidan aquello que no resulta pintoresco. En las imágenes de estos artistas predomina lo fantástico sobre lo real y ciertos efectos escenográficos en la composición de sus obras, pero el resultado es de una gran viveza, acorde con el punto de vista subjetivo adoptado por cada artista, aunque se aleje de la descripción meramente científica y topográfica. Estas representaciones contribuyen a fijar el retrato de las ciudades del momento y muchas se mantendrán en las imágenes arquetípicas del extranjero medio más de cien años después.

Hay libros de viaje de contenido casi exclusivamente gráfico. Uno de los más difundidos es el *Voyage pittoresque et historique de l'Espagne* del arqueólogo y político francés A. Laborde, que visita España a finales del XVIII; la obra reúne unas trescientas láminas y sobrias descripciones en castellano, francés e inglés, lo que es sintomático de su orientación difusora; el autor se ayuda de cuantos pintores puede, incorporando imágenes de las ciudades realizadas por más de una veintena de dibujantes que recorren las provincias españolas y que envían a los grabadores de París sus esbozos.

Durante el siglo XIX será Granada la ciudad más dibujada por los viajeros, pues Andalucía, más que ninguna otra parte de España, es la que reúne todos los ingredientes para ser de obligada visita. La configuración topográfica de la ciudad, surcada por ríos y dominada por dos acrópolis, se presta al juego de los puntos de vista y al cambiante espectáculo de las panorámicas, abriendo múltiples posibilidades para mirar la ciudad y, especialmente, su conjunto más emblemático, la Alhambra. La entrada por el valle del Darro será una de los puntos de observación preferidos, tal y como lo fue en el *Civitates*, aunque ahora cada autor la tome desde una posición distinta y transmita percepciones

diferentes. En la vista de Laborde, donde se aprecia la influencia del paisajismo inglés, cobra importancia central la vegetación y en ella se inserta la arquitectura de la Alhambra, mientras que la ciudad se adivina al fondo. De gran parecido son las imágenes que incorporan J. Carr en su libro de 1811 *Travels in the Spanish province*, el dibujante y escritor J.H.S. Bucknall Estcourt en *The Alhambra* de 1821, o el dibujante, arabista y arquitecto G. de Prangey que en 1833 publica sus *Monuments arabes*.

Pero la vista de la Alhambra que se impone y será la más constante en el futuro para representar a Granada es la que utiliza la colina del Albaicín para dibujarla, que ya Twiss había dado a conocer un siglo antes. La amplitud de la colina permite muchos puntos de mira desde donde mostrar la grandiosidad de la fortaleza y la ladera escarpada del río Darro que contribuye a resaltarla. J.C. Murphy en *The arabian antiquities*, de 1815, la recrea desde el Sacromonte, Bucknall Estcourt en *The Alhambra* de 1827 lo hace situándose más lejos y así incorpora también el Generalife y el castillo de Santa Elena, desde donde también la recrea J. F. Lewis, en *Sketches and drawings of the Alhambra* de 1835. La fama que llega a adquirir el *Manual para viajeros o lectores en casa* de R. Ford que viaja a España con el encargo de hacer una guía turística que se publica en 1844, se justifica por la riqueza de su descripción y por lo manejable y útil de su contenido, que no así su labor como dibujante, pues aunque dotado de un enorme poder de observación, es el menos artista de todos los viajeros desde el punto de vista plástico; pese a todo, dibuja la Alhambra desde la torre de la iglesia de San Cristóbal, una vez pasada la colina del Albaicín, lo que le permite captar sucesivos planos, en primer término las murallas de la Cadima, que encierran la ciudad de Granada, más allá la Alhambra y finalmente Sierra Nevada.

El interés que suscitan los palacios de la Alhambra en los viajeros se refleja en la búsqueda de nuevas perspectivas que permiten mostrar aspectos inéditos del conjunto. Y las logran adentrándose en él, cuyas dimensiones permiten la suficiente distancia para captar nuevas tomas de su arquitectura. Lo hace Laborde desde el bosque de la Sabica, y también Ford que utiliza el Generalife como mirador y N. Chapuy que visiona los palacios desde Torres Bermejas en su obra *L'Espagne. Vues des principales villes de ce royaume*, publicada en 1844.

Es en el segundo tercio del siglo cuando se produce una verdadera avalancha de viajeros, coincidiendo con el periodo inmensamente renovador que en el campo cultural está teniendo lugar en Europa. D. Roberts, paisajista escocés, es el máximo exponente del pintor de ciudades y tiene en su haber buen número de vistas panorámicas que edita en 1837 bajo el título *Picturisque sketches in Spain*. Sus dibujos alcanzan un éxito sin precedentes e ilustran un sin fin de artículos de periódicos, guías y libros de viajes de otros autores que se publican en buena parte de ciudades europeas y también en Nueva York. Las vistas panorámicas de la Alhambra las obtiene principalmente desde el Albaicín y en sus representaciones predomina lo fantástico sobre lo real; hace coincidir edificios

que en realidad están separados, los quita o añade sin reparo con el fin de aumentar teatralmente los efectos románticos de la composición, cambia a voluntad la escala de los edificios, varía su emplazamiento para forzar su carácter pintoresco y conseguir una imagen sintética que concentre en un punto imaginario todas las cosas de interés que estaban dispersas (Jiménez Cruz, 2004).

Laborde ya a principios de siglo también recrea la Alhambra a su entrada por la cuesta de Gómez e incorpora Torres Bermejas a la derecha. Similar toma es la que dibuja G. Doré para ilustrar el libro *L'Espagne* que firma con Ch. Davillier en 1874. La obra de estos autores, que se caracteriza por una prosa neutra de bajo tono literario es por el contrario de una excelente calidad ilustrativa gracias a la vivacidad de las ilustraciones de Doré; los autores publican las impresiones del recorrido por España en *Le tour du monde*, la revista europea de viajes más importante del momento, que después recogen en el libro que tuvo gran difusión al traducirse al italiano, inglés y danés; la precisión de algunas de las imágenes hace pensar que se utilizara la fotografía como base de los grabados, práctica que es común entre los viajeros, al menos desde mediados de siglo, cuando coinciden el relato y el periodismo de viajes. Este periodismo, cultivado por escritores de renombre, mezcla relatos históricos y científicos con otros exóticos y con narraciones de viajes, y todo ilustrado con grabados que permitan al lector percibir más vivamente la información (Rivas, 2006).

Aunque los viajeros románticos se adentran poco por el interior de España, los que llegan a hacerlo construyen imágenes que descubren perspectivas inéditas hasta el momento. Es el caso de Segovia, a la que se mira desde el oeste. Laborde deja que la ciudad se adivine detrás del acueducto, al llevarse este elemento el protagonismo de la imagen, y algo parecido hace Roberts cuando es la plaza de toros, que más parece un anfiteatro romano, la que ocupa el primer plano. Doré también reproduce la ciudad, cuya imagen recuerda la toma renacentista de Wyngaerde, haciendo su compañero de viaje Davillier el siguiente comentario “Apenas se detienen los turistas en Segovia y, francamente, se equivocan, pues no hay ciudad en España donde la vida de la Edad Media se haya caracterizado de una manera tan completa y pintoresca como en Segovia” (García Simón, 1999:255).

De Salamanca opina el viajero francés René Bazin en su libro *Terre d'Espagne* de 1894 que “Cae a trasmano. No son muchos los viajeros que la visitan, si se compara con los que se dirigen a Toledo o a Andalucía, por ejemplo. Pero los que se acercan a ella lo hacen con plena conciencia, no van de paso, expresamente la buscan. El trayecto es triste por delante, por detrás y a ambos lados. Pero la verdad, desde que se nos aparece, compensa cuantos sacrificios se han hecho por alcanzarla. Sonríe al que llega” (Majada, 1988: 4). Las vistas románticas de la ciudad poco van a aportar de nuevo, pues generalmente se la dibuja desde el mismo punto conocido, es decir, pasado el Tormes y con el puente romano siempre presente. Lo hace el reverendo W. Bradford, que la incluye en su libro de

grabados de 1810 *Sketches of the country, and costume, in Portugal and Spain*, y también Doré, que casi oculta la ciudad tras el puente romano, mientras que Roberts, que no cruza el río, busca un ángulo en el que dar protagonismo al puente romano y a la catedral, y la impregna de todos los ingredientes románticos que acostumbra.

Hay que acercarse a la obra de autores españoles para encontrar vistas panorámicas de la ciudad de Toledo. Y no es que los viajeros románticos no valoren la imagen de la ciudad, pues de ella dice T. Gautier en su *Viaje a España* publicado en 1840: “Pero, lo que no se aparta de nuestras atribuciones de viajero, es describir una vez más la noble figura que ofrece en el horizonte la ciudad de Toledo sentada en su trono de roca, con su cinturón de torres y su diadema de iglesias. No cabe imaginar un perfil más firme y más severo, revestido de un color más rico, y donde la fisonomía de la Edad Media está conservada con tanta fidelidad” (Gautier, 1840: 215), pero no la dibujan. J. Pérez Villamil en su libro *España artística y monumental*, que edita en París en 1842 y al que se considera el máximo representante del pintoresquismo romántico pues no en vano acompañó a Roberts en su viaje, sólo recoge vistas parciales, dando protagonismo siempre a los monumentos. Ya panorámica es la toma desde el sur que incluye en 1848 la obra *Recuerdos y bellezas de España* de J.M. Cuadrado y que ilustra J. Parcerisa; la vista de la ciudad es austera, con la exacta dosis de pintoresquismo que le hace guardar suficiente fidelidad con el natural. Siguiendo la moda de siglos anteriores, también en el XIX se editan repertorios de vistas de ciudades. En 1855 A. Guesdon edita en París *L'Espagne á vol d'oiseau*. El autor es arquitecto, pintor, dibujante y litógrafo, y sus imágenes suponen una ruptura con las idealizaciones románticas. Sus “vistas de pájaro” han sorprendido siempre por la precisión, la impecable perspectiva que engloba a toda la ciudad y el grado de detalle que incorporan y que se explican por la alianza que mantuvo con la fotografía. La vista de Granada supone novedad pues la capta desde el oeste y centra la atención en la Alhambra con la ciudad a sus pies y Sierra Nevada al fondo. La de Córdoba permite observar la totalidad de la ciudad pues la toma se realiza elevándose sobre el Guadalquivir, ahora con la fidelidad que da la

fotografía. Las panorámicas de Toledo y Segovia repiten tomas ya conocidas, la primera desde los relieves del sur y la segunda desde el borde de la paramera ubicada al norte (figura 3).

Segovia en *L'Espagne á vol d'oiseau* de A. Guesdon (1855)



2.4. La ciudad fotografiada. La ciudad en los álbumes de fotos y en las postales

La fotografía es la segunda revolución en el terreno de la reproducción de imágenes. El invento en 1839 de L. J. Daguerre permite recrear la realidad de una manera desconocida hasta entonces y se ponen en evidencia en la Exposición Internacional de Londres de 1862, donde la obra fotográfica sustituye por primera vez a la pintura.

Pero el verdadero impulso habría de producirse en 1880 con la invención de la fototipia que permite la producción masiva de copias por estampación mecánica y abre novedosas posibilidades de aplicaciones comerciales. Los textos de revistas y libros se acompañan de fotos, se editan álbumes y series de fotografías numeradas, postales y carteles publicitarios. La simplificación de los métodos de impresión y revelado de placas, y la calidad y la comodidad para transportar las nuevas ópticas facilitan que aficionados a la fotografía se incorporen progresivamente al mercado.

La fotografía proporciona escenas con un fuerte sentido de veracidad y autenticidad de lo que se contempla, satisfaciendo la demanda de conocimientos en el contexto de una objetividad visual desconocida hasta entonces. Sin embargo, la instantánea fotográfica tiene también una enorme carga de subjetividad marcada por la selección que hace el autor al elegir un ángulo determinado, una distancia adecuada y una luz acorde a la imagen que se quiere retratar. De ahí que se construya una idea de la ciudad a la medida de los gustos burgueses de la época, desechando inmortalizar aquello que repugne a la mentalidad de las clases altas y medias altas (Lara, 2006).

En España la fotografía se introduce bajo la vitola del prestigio del fotógrafo extranjero que trabaja en empresas propias o por encargo de grandes compañías y que busca un mercado virgen y sin competencia. Hacia 1882 se publican en España las primeras fotografías, surgiendo en Madrid y Barcelona establecimientos especializados, como los de Laurent, Thomas o Hauser y Menet, que suministraban fotos a talleres e imprentas de todo el país. A fines de siglo la tarjeta postal, los álbumes y las colecciones de vistas son el exponente de la popularización definitiva de los productos fotográficos. En esta actividad destaca la casa de origen suizo Hauser y Menet que publica en 1897 la serie *Vistas y monumentos de España*. Entre otros repertorios cabe citar el *Portafolio fotográfico de España artística y monumental* o el *Panorama Nacional* de H. Miralles, editado en 1896. La popularidad de las fotografías es extraordinaria, generando una verdadera fiebre coleccionista por las clases medias y burguesas de la época.

La mayoría de las panorámicas de ciudades repiten los códigos narrativos visuales impuestos anteriormente por la pintura y el dibujo, aunque ahora con una mayor riqueza de detalles. El daguerrotipo lo utiliza el editor y óptico francés N. M. Lerebours para los grabados de sus *Excursions daguerriennes*, editada en 1844. Esta monumental obra recoge tres imágenes de ciudades españolas, de las que sólo una es panorámica. Se trata de la Alhambra tomada desde el Albaicín, y aunque el punto de mira no supone ninguna novedad, el grabado muestra la gran precisión que permite la cámara fotográfica. Ch.

Clifford, fotógrafo e informador gráfico del Museo Universal, en su *Voyage en Espagne. Villes, monuments et vues pittoresques*, obra que es acogida con gran expectación en el Salón Fotográfico celebrado en París en 1859, también incluye una vista que guarda un gran parecido con la de Lerebours, aunque los detalles difieren debido a la mano del grabador que recreó aquella.

J. Laurent llega a España en 1817 como corresponsal gráfico y pronto se convierte en el fotógrafo más prolífico de los que trabajan en esos momentos. Su empresa productora y editora de imágenes “Laurent y Cía.” es comparable a las europeas y la más conocida, emblemática, popular e importante entre las españolas del momento. Comercializa las fotografías en todos los formatos posibles, fotos sueltas, álbumes fotográficos, tarjetas postales, y gracias a su amplia red de distribución las vende en la mayoría de las ciudades españolas y europeas. Su *Álbum de trece vistas de Granada* se pone a la venta en España, Francia y Gran Bretaña, no habiendo ya perspectiva de la Alhambra que no esté fotografiada, de forma que ni Clifford ni el español J. García Ayola, que edita su colección *Panorama Nacional* en 1880, introducen nada nuevo.

Córdoba se continúa fotografiando desde la otra orilla del Guadalquivir, aunque ahora con el punto de observación en tierra. Y así lo hacen Laurent y A. Beer, publicando este último en 1910 su *Catálogo de vistas de ciudades y paisajes* en Klagenfurt. La imagen de Salamanca se sigue asociando al río Tormes y a la catedral, como hace el español Martínez de Hebert en su colección de 1870, aunque introduce además una toma desde el este que deja ver la catedral, la clerecía y el caserío que las pone en contacto (figura 4). Otro español, C. Ruiz Ansele, edita en 1933 una colección de tarjetas postales de la ciudad sin aportar grandes novedades, salvo la presencia del puente de hierro construido a principios de siglo. También las fotografías de Segovia que realizan Laurent y L. Levy son reconocibles, pues eligen la vista desde el norte que es la que mejor permite visualizar el alcázar. Más original es la toma del fotógrafo alemán K. Hielscher que prefiere realzar la catedral y las agujas de las torres románicas; su obra. *La España incógnita* que edita en 1918, se inscribe en la corriente pictorialista, por lo que sus fotografías pretenden emular al dibujo, el grabado e incluso la pintura (Hielscher, 2000). Ávila, que no ha vuelto a



Salamanca fotografiada por Martínez de Hebert (1870)

ser representada desde el Renacimiento, la redescubren Laurent y Clifford y la fotografían desde el oeste, pasado el río Adaja, toma que se repetirá sistemáticamente en el futuro (figura 5). En las vistas de Toledo de Laurent, Clifford y Hielscher el alcázar se convierte en el centro de atención de unas instantáneas que, con el afán de resaltarlo, desluce la panorámica de conjunto. Las fotografías de Cuenca reproducen las vistas clásicas desde los múltiples puntos de mira conocidos. Gracias a la fotografía se divulgan por primera vez imágenes generales de Santiago de Compostela, y aunque la catedral focaliza siempre la atención, se la visualiza desde distintos puntos, siendo los más repetidos el paseo de la Herradura y el parque de la Alameda.



Ávila fotografiada por J. Laurent (mediados del siglo XIX)

2.5. La ciudad en las guías

El interés que mueve a los editores de guías es poner en el mercado un producto interesante y atractivo y, además, si se trata de guías turísticas, que incite a viajar al lugar que se promociona. Las primeras guías turísticas tienen un gran parecido con las guías urbanas que se confeccionan a partir de la segunda mitad del siglo XIX. El *Manual del viajero en Segovia. Reseña histórico-descriptiva de los principales establecimientos de esta ciudad*, editada en 1861, no sólo orienta al viajero acerca del mejor recorrido por el patrimonio artístico, sino también le informa de la actividad social, las instituciones, la sanidad, las diversiones e industrias con que cuenta la ciudad. Su autor, que era arcipreste de la catedral de Segovia, no consideró la necesidad de incluir ninguna imagen general de la ciudad que acompañase al texto.

En la cronología de las guías editadas sobre las ciudades históricas se puedan reconocer tres etapas. En la primera, que abarca hasta finales de los años cincuenta del siglo XX, junto a las guías culturales comienzan a aparecer en el mercado las orientadas

a los visitantes, en correspondencia con la llegada de los primeros turistas interesados especialmente por los recursos monumentales de las ciudades. En los años sesenta y setenta las cifras de viajeros se incrementan, siendo a finales del periodo cuando se puede hablar de un turismo de masas que se dirige fundamentalmente a los destinos de sol y playa, cobrando protagonismo en el mercado editorial las guías turísticas dedicadas a esos ámbitos. En la tercera etapa la explosión del turismo se corresponde con una masiva producción de guías turísticas pero también de guías culturales, en correspondencia con la inclusión de varias ciudades históricas en la lista de Ciudades Patrimonio de la Humanidad. Para el análisis se han consultado 132 guías, distribuidas equitativamente entre las etapas señaladas y por su carácter turístico o cultural. El cotejo de las imágenes en ambos tipos de guías resulta de gran interés. En líneas generales, y adelantando algunos resultados, se observa que más de la mitad de las guías analizadas incorporan vistas generales de la ciudad, haciéndolo especialmente las guías culturales y, sobre todo, las editadas hasta los años cincuenta, mientras que en las guías turística las panorámicas adquieren protagonismo a partir de los años ochenta.

2.5.1. Las guías de la primera mitad del siglo XX

El mundo editorial ve en la publicación de guías un negocio de futuro. Plus Ultra, Edita, Aries, Noguer o Espasa Calpe son empresas que, con sede en Madrid o Barcelona, aparecen a lo largo del lustro y se suman a la pionera Hauser y Menet, de forma que a finales del periodo hay ya una oferta especializada y orientada al turismo. Estas editoriales, con capacidad de publicar colecciones de guías que cubren el territorio nacional, conviven con las pequeñas imprentas y tipografías locales que editan guías centradas en sus ciudades.

La producción de guías culturales es importante con colecciones que se van completando conforme avanza el siglo. Caminos de España, Ediciones de Cultura Hispánica, Guías artísticas de España, El Arte en España o Los Monumentos Cardinales son algunas de ellas, y las editan tanto organismos oficiales como las empresas privadas. Sus autores, que son profesores, investigadores, académicos o directores de museos, hacen referencia al patrimonio monumental, a modo de auténticas relaciones de las riquezas artísticas y arqueológicas, pero no por ello pasan por alto que entre sus lectores puede haber turistas, y así lo explicita la publicidad de la colección Los Monumentos Cardinales: “Las guías de esta colección superan en todos los aspectos a las usadas comúnmente por los turistas y amantes de nuestra más alta arqueología”, y por ello incorpora la traducción en inglés de los pies de las ilustraciones. No son pocas las guías que introducen grabados antiguos, prefiriendo las vistas renacentistas y menos las que proceden de la etapa romántica, dándose el caso de insertar algún grabado histórico inédito hasta el momento. La vista renacentista que dibujó P. M. Baldi, pintor que acompañó a Cosme III de Médicis en su *Viaggio* de 1669, aparece por primera vez en la guía de *Santiago de Compostela* que edita

el Patronato Nacional de Turismo en 1932.

Cuando incluyen panorámicas se trata de fotografías tomadas desde los puntos de observación clásicos y suelen acompañarse de una breve alusión en el texto que describe la imagen. En la guía *Salamanca Monumental* de la colección Los Monumentos Cardinales de España que la editorial Plus Ultra publica en 1959 se dice “Las más bellas perspectivas de la ciudad se gozan contemplándola desde la otra margen del Tormes, junto al puente romano. Tras la cortina de árboles que bordean el río surge el promontorio urbano, como una acrópolis coronada por cien torres, birretes doctorales de la ciudad de los estudios”. Y la de *Segovia y su provincia* de 1958 de la colección Guías Artísticas de España de la editorial catalana Aries señala que “La ciudad fue perdiendo poco a poco su esplendor quedando reducida a la condición de capital provinciana, de vida sosegada y tranquila en cuyo ritmo se mantiene. Sin embargo, ello constituye, con la hermosura de su paisaje y el prodigioso carácter artístico e histórico de sus monumentos, el principal encanto que la ciudad guarda para nosotros”.

Pese a que se avanza poco en captar nuevas perspectivas de las ciudades se pueden encontrar algunas novedades. Es el caso de Cáceres, de la que no hay constancia de vistas generales anteriores por no aparecen incluidas en los repertorios renacentistas ni en los dibujos de los viajeros románticos; la panorámica que se incluye en la *Guía histórico-artística* de 1929, publicada por una editora local, recoge en primer plano el caserío de la judería vieja que aparece ubicado a los pies de un recinto monumental compuesto por casonas y viejos palacios, resultando esta vista general la más recurrente a partir de ahora en todas las guías sobre la ciudad.

Guía pionera de entre las turísticas y de gran difusión a principios del siglo XX, pues se edita en alemán, inglés y francés, es la que K. Baedeker dedica a España y Portugal, pero que no incorpora ninguna imagen visual, sólo mapas y planos de las ciudades. Tampoco lo hará la publicada en 1925 por la Comisaría Regia de Turismo y Cultura Artística titulada *España. Divulgación y Propaganda*, a cuyo autor, F. J. Sánchez Cantón que era subdirector del Museo del Prado, se considera el creador de la imagen turística oficial del momento. La Comisaría, creada en 1911 para promocionar España en el extranjero, también hace publicaciones en la que los turistas pueden encontrar estudios pormenorizados de la riqueza artística de diversas ciudades monumentales españolas. Ejemplo de ello son los pulcros y eruditos textos, entre lo artístico y lo turístico, de una pequeña colección de libritos bautizados con el nombre *El Arte en España*, dedicados a temas diversos, desde Velázquez o la catedral de Burgos hasta la Alhambra.

Entre 1928 y 1936 el Patronato Nacional de Turismo es el encargado de acometer la tarea de publicitar el país dentro y fuera del territorio con el fin de estimular el turismo interior y atraer el extranjero. Este organismo abre al público siete agencias informativas en el exterior y medio centenar en España (Pellejero, 2004) y edita guías de las ciudades históricas, de las que algunas se traducen al francés y al inglés. A partir de 1939 es la

Dirección General de Turismo, incorporada al Ministerio de Información y Turismo en 1951, la que cumple las funciones de promoción y edita en 1953 la *Apología Turística de España. Cuatrocientas treinta y nueve fotografías de paisajes, monumentos y aspectos típicos españoles*, entre las que sólo hay dos vistas panorámicas, las ya conocidas de Cuenca y Ávila.

Además de cubrir una finalidad divulgativa y de propaganda en el extranjero, las guías turísticas añaden información para atender a los turistas en el destino, a modo de guía práctica sobre transportes, alojamientos, restaurantes o diversiones. Y también, las hay que aspiran a cumplir una función después del viaje, pretensión que se pone de manifiesto en *Salamanca en la mano* editada en 1930 cuando señala “Queríamos hacer algo nuevo y no realizado todavía, el Libro del Turista, que responda a sus aspiraciones y anhelos, dándole cuantas noticias precise para poder conocer los edificios de la población y que figure después en lugar preferente de su Biblioteca, rememorándole lo que vio, contempló y admiró durante su estancia en ella”.

Las vistas panorámicas que aparecen en las guías turísticas son fotografías generalmente en blanco y negro, y obtenidas desde los mismos puntos de observación que aquellas que aparecen en los álbumes y postales que se conocen desde principios de siglo y que proceden en su mayoría de las tomas renacentistas y románticas. Son numerosas las vistas de la Alhambra desde el Albaicín y desde el castillo de Santa Elena, las de Salamanca pasado el Tormes, las de Santiago de Compostela desde el paseo de la Herradura o Toledo desde los Cigarrales. Incluso, cuando para esta última ciudad se cuenta en 1926 con una foto aérea oblicua del fondo de Aviación Militar que permite ampliar la perspectiva, la toma se sigue haciendo desde el sur.

La ciudad de Aranjuez, que no atrajo la atención de los viajeros románticos ni de los fotógrafos, dispondrá de una vista general que permite reconocer el emplazamiento de la ciudad en la vega del Tajo, su cuadrícula barroca y, más lejos, el palacio y los jardines; la fotografía, incluida en el *Álbum-guía de Aranjuez* de 1902, se asemeja a la pintura realizada por Brambilla entre 1821 y 1831 como parte de la Colección de Vistas de los Sitios Reales realizadas por encargo de la Corona, y aunque estas láminas llegaron a editarse relativamente pronto, el protagonismo que a partir de entonces adquieren las recreaciones del palacio y los jardines eclipsan el interés por el núcleo urbano y, por ende, por la vista general.

2.5.2. Las guías durante las décadas de los años sesenta y setenta

Las colecciones de guías culturales iniciadas en el periodo anterior se siguen completando y también aparecen algunas más, entre las que se encuentran las Guías de ciudades monumentales que edita la Dirección General de Bellas Artes. En su mayoría incluyen vistas panorámicas y se siguen acompañando de textos alusivos que reconocen su valor como imagen representativa de la ciudad. En la guía de Cáceres de la colección

Los Monumentos Cardinales se recogen varias vistas desde puntos de observación anteriormente no contemplados y que permiten ahora reconocer la ciudad en todo su contorno; su autor, Académico de la Real de la Historia y cronista oficial de la ciudad señala que “Geográficamente, la ciudad moderna cacereña se encuentra emplazada en una especie de nava o valle elevado que rodean, por el sureste, por el norte y por el noroeste, varias colinas cubiertas de verdura, lo que da a su situación un gran valor panorámico” (Callejo, 1960: 10). Por otra parte, la llegada masiva de turistas a España va a influir en el contenido de las guías culturales, no siendo difícil encontrar, como en los volúmenes de la colección Toda España de la editorial Escudo de Oro, junto a la atención principal que se da a los monumentos, capítulos dedicados a otros recursos que también ofrece la ciudad, como el folclore, la gastronomía o las fiestas.

Pero son las guías turísticas las que van a acaparar mayormente el mercado y, aunque en estas décadas el grueso del turismo se interesa fundamentalmente por los destinos de sol y playa, y a él va dirigida la mayor parte de la producción pública y privada, no por ello se desatiende la publicación de guías sobre las ciudades históricas que, vista la demanda, es fácil que se reediten en poco tiempo. Los organismos oficiales siguen sacando nuevas colecciones como las Rutas de España del Ministerio de Información y Turismo o las Guías turísticas del Patrimonio Nacional. A las grandes editoriales privadas de la etapa anterior, se le suman otras como Everest, que edita desde León y a la que el Ministerio le otorga la placa de plata al mérito turístico. Planeta que lo hace desde Barcelona, y Paraninfo y Cupsa desde Madrid, editando esta última la colección Guías turísticas de España. Y seguirán actuando igualmente tipografías, imprentas, talleres y gráficas locales. En esta etapa el rastreo de la ocupación de los autores de las guías es difícil, pues en pocas ocasiones se menciona su profesión.

La fotografía aérea oblicua es la que aporta mayor novedad a las imágenes visuales de las ciudades. La posibilidad de utilizar los fondos de la empresa Paisajes Españoles, en cuyo catálogo hay fotografías en color de casi todos los pueblos de España, facilita que se incluyan en las guías imágenes generales. Para la Alhambra se opta por la toma que recoge el conjunto longitudinal de la colina, permitiendo contemplar la alcazaba en primer plano, todo el interior del recinto cercado, el Generalife, el castillo de Santa Elena y los espacios naturales, cultivados o ajardinados que engarzan los distintos elementos. La imagen de Segovia pretende conseguir el mismo resultado al abarcar entera la colina entre los dos ríos y el paisaje rural del entorno. Las posibilidades fotogénicas de Cuenca se multiplican con las tomas oblicuas, apreciándose la incisión de los ríos y el papel que juega la topografía en el emplazamiento de la ciudad, y en Ávila es posible ahora captar la totalidad del perímetro amurallado, el detalle del caserío que encierra y buena parte del territorio que lo circunda. La incorporación en esta etapa de grabados históricos disminuye ostensiblemente, tanto en las guías turísticas como en las artísticas.

2.5.3. Las guías a partir de los años ochenta

Aunque los destinos litorales siguen siendo los más demandados por los turistas, el hecho de que se declaren Patrimonio de la Humanidad un buen número de ciudades históricas, está detrás del interés que ahora, aún más que antes, despiertan estas ciudades. A ello se añade el hecho de que en los años noventa se asiste a un auge del turismo cultural y de interior como alternativa al turismo de sol y playa, propiciando aún más que las ciudades declaradas sean de obligada visita en las rutas de este tipo de turismo. En la presentación de la *Guía de las Ciudades Patrimonio de la Humanidad* de la editorial GAESA se insiste en que “La sola declaración por la UNESCO de Ciudades Patrimonio de la Humanidad les confiere la posibilidad de constituirse en aspiración y en meta para numerosas programaciones de viajes y de vacaciones desde los más remotos países o lugares del mundo (...) Cada ciudad es irrepetible en el mundo, dado que entre las motivaciones por las que fue elegida como tal resultan prevalentemente las de su originalidad y particularidad” (Iñigo, 1994: 9).

Los organismos públicos y las empresas privadas van a editar guías culturales que más parecen libros de regalo por su gran formato, lo cuidado de la edición y, en líneas generales, por lo ligero de su contenido. Los editores, conscientes del interés que despiertan estas ciudades para un turista de un cierto nivel económico, ponen en el mercado productos culturales asequibles a los visitantes, por lo que pecan en bastantes ocasiones de falta de rigor científico al tiempo que la fotografía lo impregna todo. Pero las posibilidades que ofrecen estas obras para incorporar imágenes de gran tamaño y calidad no se corresponden con la presencia de vistas generales, que están menos representadas que en los periodos anteriores, mientras que abundan las fotografías de detalle.

La consideración de destino turístico de las ciudades patrimonio la asumen las nuevas colecciones de guías culturales que surgen en estos años, como Arte en España de la editora Escudo de Oro o Arte y Turismo de Lancia. Sin embargo, cuando se trata de guías profesionales, como las *Arquitecturas de Cuenca, patrimonio histórico de Castilla-La Mancha* editada por la Junta, o *Córdoba, guía de arquitectura* del Colegio Oficial de Arquitectos de Córdoba, y que va dirigida a “residentes y visitantes”, el contenido gana en calidad e incluso en imágenes, pues no se busca tanto la belleza como su significado.

Son las guías turísticas las que inundan el mercado ante el aumento de visitantes. Protagonizan este tipo de publicaciones los grandes grupos editoriales creando líneas de edición especializadas. El grupo Anaya crea Anaya Touring, dedicada desde 1990 al mundo de los viajes, el ocio y el turismo, e incluye las ciudades patrimonio en la colección Guías de hoy, y lo mismo hace la editorial Aguilar, que en coedición con El País edita la colección Guías de España. Entre los autores se encuentran escritores, licenciados en arte y en historia, periodistas, cobrando los fotógrafos un gran protagonismo al ser común incluir la autoría de las imágenes. También entidades locales se suman a la oferta de guías, y así lo hace Caja Segovia, la Fundación Puente Barcas de Aranjuez o el Ayuntamiento de

Segovia.

Las fotografías aéreas oblicuas se multiplican en todo tipo de guías y algunas tomas ofrecen imágenes inéditas hasta entonces. La vista de Cáceres capta el conjunto de la ciudad y en ella se diferencian perfectamente el casco viejo del resto de la ciudad, lo que también se consigue para Segovia. Aunque la fotografía aérea vertical no es usual encontrarla reproducida por la dificultad que presenta su lectura para el gran público, comienza a incorporarse, caso de Aranjuez y Córdoba, con el objeto de poder identificar los conjuntos históricos y evidenciar las diferencias con respecto a la ciudad moderna. En las guías de esta última etapa no suelen faltar las vistas que reproducen los grabados antiguos, a modo de testimonios de la permanencia del patrimonio histórico de la ciudad. Y se da el caso de recuperar alguna imagen inédita hasta el momento, como la que dibujara Baldi en 1669 de la ciudad de Córdoba, y cuyo punto de observación difiere de los usuales de la época al no dar el protagonismo a la mezquita y al puente romano.

Con el objetivo de publicitar los destinos las administraciones locales confeccionan páginas web que contienen secciones dedicadas al turismo e, incluso algunas, voluminosos repertorios de imágenes de ciudades. Pese a todo, no abundan las vistas panorámicas, a pesar de que este medio de comunicación visual se brinda idóneo para contemplar la ciudad.

2.6. La ciudad en los carteles

El cartel está concebido para ser expuesto siempre públicamente y contiene un mensaje que se sirve de la imagen para impactar visualmente al observador. Se trata de una nueva concepción de la imagen basada sobre todo en sus aspectos más llamativos y singulares. Su eficacia como medio de divulgar los lugares se inicia en España a principios del siglo XX de la mano de los organismos públicos que realizan campañas de promoción del turismo utilizando el cartel como principal instrumento. El Patronato Nacional de Turismo edita entre 1928 y 1931 veinticinco carteles promocionales de la historia, la cultura y el arte en España, con una tirada de ocho mil ejemplares de cada uno, distribuida en español, francés, inglés y alemán (Instituto de Estudios Turísticos, 2005). Durante los años cuarenta es la Dirección General de Turismo la que edita los carteles y a partir de los cincuenta lo hace el Ministerio de Información y Turismo.

La mayor parte de los carteles de los primeros años son litográficos, aunque se recurra en algunos casos a la fotografía, y su estética se basa en el dibujo coloreado que confeccionan prestigiosos cartelistas de la época. Las ciudades históricas abundan en buena parte de los carteles al ser la temática histórico-artística una de las más empleadas, y también sirven para divulgar España en el exterior, pues no en balde son los lugares de los que se tienen más referencias. Pero las dificultades que encierra el formato en vertical del cartel para reproducir la ciudad entera explican que generalmente se prescindiera de la

imagen panorámica y se opte por las perspectivas o por la representación de elementos selectivos de la ciudad. Para Granada se elige una sucesión de los planos del Albaicín, la Alhambra y Sierra Nevada, mientras que para Toledo se decantan por la ciudad entera, aunque el esquematismo que se le impone de lugar a composiciones un tanto forzadas. Son las imágenes de elementos concretos de la ciudad las que protagonizan especialmente los carteles, y se eligen de cada ciudad los más singulares. Se escogen para ello las murallas de Ávila, los alcázares de Toledo y Segovia, la catedral de Santiago de Compostela, la mezquita de Córdoba, la universidad de Alcalá de Henares o las casas colgadas de Cuenca. En cuanto a las fotos, la tónica es similar, y se reproducen en blanco y negro hasta finales de los años cincuenta.

A partir de los años sesenta disminuyen los carteles litográficos y se generaliza la utilización de la fotografía, ahora ya siempre en color. Aunque las nuevas técnicas permitieron en las guías presentar vistas panorámicas de las ciudades mediante las imágenes aéreas oblicuas, su resultado en el cartel queda mermado por la verticalidad a la que obliga, de forma que la fotografía oblicua de incorporarse, siempre retrata fragmentos de la ciudad, forzando a que los elementos más significativos ocupen los primeros planos. Por ello, siguen siendo éstos los que invaden el cartel, al igual que en las tomas a pie de calle, que ahora se amplían con la Plaza Mayor de Salamanca, las sinagogas de Toledo y los jardines de Aranjuez. Y también se incorporan a los carteles grabados renacentistas y románticos, así como fotografías de principios del siglo XX, pues se reconoce que son fieles testimonios del patrimonio de las ciudades.

Bibliografía

- Alaminos, E.** (1999), “Imágenes de las ciudades españolas y las vistas estereoscópicas de Alois Beer”, en MUSEO MUNICIPAL, *Alois Beer. Un viaje fotográfico por la España de 1900*, Madrid, Museo Municipal.
- Alonso, A.** (2006), “Cervantes y los mapas: la cartografía como metáfora”, *Lectura y Signo*, 1, pp. 75-88.
- Arévalo, F.** (2003), *La representación de la ciudad en el Renacimiento. Levantamiento urbano y territorial*, Barcelona, Fundación Caja de Arquitectos.
- Barnes, J.S.** (2006), *¿Qué son las imágenes? Interpretaciones y aplicaciones*, Salamanca, Publicaciones de la Universidad Pontificia.
- Beerli, A. / Martín, J. / Moreno, S.** (2003), “El proceso de formación de la imagen de los destinos turísticos. Una revisión teórica”, *Estudios Turísticos*, 154, pp. 5-32.
- Benko, G.** (2000), “Estrategias de comunicación y marketing urbano”, *EURE*, 79, Santiago, pp. 67-76.
- Brandis, D. / Río, I. del** (2006), “La imagen de la ciudad histórica y el turismo”, en ORTEGA CANTERO, N. (ed.), *Imágenes del paisaje*, Madrid, Fundación Duques de Soria / Universidad Autónoma de Madrid, pp. 199-227.
- Burke, P.** (2005), *Visto y no visto: el uso de la imagen como documento histórico*, Barcelona, Crítica.
- Callejo, C.** (1960), *Cáceres monumental*, Madrid, Editorial Plus Ultra.
- Calvo Serraller, Fº.** (1995), *La imagen romántica de España. Arte y arquitectura del siglo XIX*, Madrid, Alianza.
- Carulla, J. / Carulla, A.** (1995), *España en 1000 carteles*, Barcelona, Postermil.
- Díaz Barrado, M.P.** (1998), “Historia del tiempo presente y nuevos soportes para la información”, *Cuadernos de historia contemporánea*, 20, pp. 41-60.
- Dirección General de Bellas Artes** (1983), *La documentación fotográfica de la Dirección General de Bellas Artes y Archivos de Laurent*, Madrid, Ministerio de Cultura.
- Davillier, Ch. / Doré, G.** (1874), *Viaje por España*, Madrid, Adalía, edición facsimilar, 1984, dos tomos.
- Ejarque, J.** (2003), *Destinos turísticos de éxito. Diseño, creación, gestión y marketing*, Madrid, Pirámide.
- Fernández Sánchez, F.** (2000), “Miradas fotográficas sobre el paisaje”, en *El territorio y su imagen*, Málaga, Diputación Provincial.
- Fontanella, L.** (1981), *La historia de la fotografía en España, desde sus orígenes hasta 1900*, Madrid, El Viso.
- Freixa, C.** (1999), “Imágenes y percepción de la naturaleza en el viajero ilustrado”, *Scripta Nova*, 42, 15 páginas.
- Galera Andreu, P.** (1992), *La imagen romántica de la Alhambra*, Madrid, El Viso.

- Galera I Monegal, M.** (1998), *Antón van de Wyngaerde, pintor de ciudades y hechos de armas en la Europa del Quinientos*, Barcelona, Institut Cartogràfic de Catalunya.
- Galí, N. / Donaire, J.A.** (2003), “La imagen a priori de los destinos turísticos monumentales: el caso de Girona”, *Papers de Turisme*, 34, pp. 78-97.
- Gallarza M. / Gil, I.** (2002), “Imagen del destino. Hacia un marco conceptual”, *Annals of Tourism Research en Español*, vol. 4, 1, pp. 37-62.
- García Simón, A.** (ed.) (1999), *Castilla y León según la visión de los viajeros extranjeros, siglos XV-XIX*, Salamanca; Junta de Castilla y León.
- Garófano, R.** (dir.) (1999), *La Andalucía del siglo XIX en las fotografías de J. Laurent y Cía*, Almería, Consejería de Obras Públicas y Transportes.
- Gautier, T.** (1840), *Viaje a España*, edición y traducción de Jesús Cantera Ortiz de Urbina, Madrid, Cátedra, 1998.
- González, R.** (1997), *Segovia en la fotografía del siglo XIX*, Segovia, Doblón.
- González Troyano, A. et al.** (1987), *La imagen de Andalucía en los viajeros románticos*, Málaga, Diputación Provincial.
- Goss, J.** (1992), *Ciudades de Europa y España. Mapas antiguos del siglo XVI de Braun & Hogenberg*, Lisboa, Lisboa.
- Hielscher, K.** (2000), *España inédita en fotografías*, Madrid, Alfaguara.
- Imágenes en el tiempo. Un siglo de fotografía en la Alambra, 1840-1940* (2002), Granada, Patronato de la Alhambra y el Generalife.
- Instituto De Estudios Turísticos** (2000), *Catálogo de carteles oficiales de turismo del Centro de Documentación Turística de España, 1957-2000*, Madrid, Instituto de Estudios Turísticos.
- Iñigo, J.M. / Aradillas, F.** (2000), *Guía de las ciudades patrimonio de la humanidad*, Madrid, GAESA.
- Jiménez Cruz, A.** (2004), *La España pintoresca de David Roberts. El viaje y los grabados del pintor, 1832-1833*, Madrid, Universidad de Málaga, 2ª edición.
- Kagan, R.L.** (dir.) (1986), *Ciudades del Siglo de Oro. Las Vistas Españolas de Antón van den Wyngaerde*, Madrid, El Viso.
- Lara López, E.** (2006): *Historia de la fotografía en España. Un enfoque desde lo global hasta lo local*, Jaén, Universidad de Jaén.
- López Mondéjar, O.** (1989), *Las fuentes de la memoria. Fotografía y sociedad en la España del XIX*, Madrid, Lunweg.
- (1997), *Historia de la fotografía en España*, Madrid, Lunweg.
- Maderuelo, J.** (2003), *Mirar la ciudad, transformar su paisaje*, Barcelona, CUIIMPB.
- Majada, J. / Martín, J.** (1988), *Viajeros extranjeros en Salamanca (1900-1936)*, Salamanca, Centro de Estudios Salmantinos.
- Martín De La Rosa, B.** (2003), “La imagen turística de las regiones insulares: las islas como paraísos”, *Cuadernos de Turismo*, 11, pp. 127-137.

- Martínez De Pisón, E.** (1978), “El paisaje interior”, en A. Carreira et al. *Homenaje a julio Caro Baroja*, Madrid, Centro de Investigaciones Sociológicas, pp. 755-767.
- Martínez Zamora, M^a E.** (1997), “La imagen de la ciudad a través de la fotografía. Una nueva forma de plantear la representación del espacio urbano”, *Congreso de ciudades históricas vivas, ciudades del pasado: pervivencia y desarrollo*, tomo I, Mérida, Junta de Extremadura, pp. 115-118.
- Medina, P. de** (1548), *Libro de grandezas y cosas memorables de España*, Madrid, Instituto de España Biblioteca Nacional, edición facsimilar en 1994.
- Mendibil, D.** (2006), “Iconografía geográfica de los paisajes de Francia”, en N. Ortega (ed.), *Imágenes del paisaje*, Madrid, UAM/Fundación Duques de Soria, pp. 149-197.
- Ministerio de Cultura** (1982), *La fotografía en España hasta 1900*, Madrid, Ministerio de Cultura.
- Museo Municipal De Madrid** (1999), *Alois Beer. Un viaje fotográfico por la España de 1900*, Madrid, Museo Municipal.
- Ortega, N.** (2006), “Ver, pensar, sentir el paisaje. Expresiones literarias del paisajismo moderno”, en N. Ortega (ed.), *Imágenes del paisaje*, Madrid, UAM/Fundación Duques de Soria, pp. 9-47.
- Quadrado, J. M. / Parcerisa, F^o.** (1865), *Recuerdos y bellezas de España, Segovia*, Ámbito, (edición facsimilar)
- (1853), *Recuerdos y bellezas de España, Toledo*, Editorial Zocodover (edición facsimilar)
- Quirós Linares, F^o.** (1991), *Las ciudades españolas del siglo XIX. Vistas de ciudades españolas de Alfred Guesdon*, Valladolid, Ámbito.
- Palou Rubio, S.** (2006), “La ciudad fingida. Representaciones y memorias de la Barcelona turística”, *PASOS. Revista de turismo y patrimonio cultural*, 1, pp. 13-28.
- Pastor Muñoz, M.** (comisario) (1995), *La imagen romántica del legado andalusí*, Barcelona, Lunwerg.
- Pellejero, C.** (2004), “La política turística en España. Una perspectiva histórica”, *Mediterráneo Económico*, 5, pp. 268-284.
- Rivas Nieto, P.E.** (2006), *Historia y naturaleza del periodismo de viajes*, Madrid, Miraguano Ediciones.
- Roca, L.** (2004), “La imagen como fuente: una construcción de la investigación social”, *Razón y Palabra*, 37, México, (Revista electrónica).
- Ruiz Ansede, T.** (1992), *Candido Ansede, fotógrafo de Salamanca*, Salamanca, Gráficas Varona.
- Santamaría, J.M.** (2004), *Imágenes de Segovia en las artes de la stampa*, Segovia, Caja Segovia.
- Santiago Paez, E.** (1996), *Teatro de las más ilustres ciudades de España y Portugal*, Barcelona, Ebrisa / Lunwerg.
- Serrano, M.** (1993), *Las guías urbanas y los libros de viaje en la España del siglo XIX*.

Repertorio bibliográfico y análisis de su estructura y contenido, Barcelona, Universidad de Barcelona.

Sougez, M. L. (1992), *Ciudades del XIX. La España de Laurent*, Barcelona, Fundación La Caixa.

Torre De La Vega, Fº. / Pinedo, M. (s.f.), *Tarjetas postales de la ciudad de Cuenca (1897-1936)*, Cuenca, Diputación Provincial.

Troitiño, M.A. (1996), “Las ciudades españolas patrimonio de la humanidad: problemática y realidad actual”, en A. López Ontiveros / J. Naranjo, *Córdoba, patrimonio cultural de la humanidad. Una aproximación geográfica*, Córdoba, Ayuntamiento de Córdoba, pp. 31-52.

Zunzunegui (1995), *Pensar la imagen*, Cátedra, Universidad del País Vasco.



Capítulo V: Los Observatorios Turísticos Locales. Un Instrumento Útil para la Planificación y la Gestión Turística en Destino¹

¹ El contenido de este texto forma parte del trabajo realizado en el marco del proyecto titulado “Dinámicas recientes y estrategias de intervención en destinos patrimoniales”. Plan Nacional de I+D+I (2004-2007). Ministerio de Educación y Ciencia. Referencia: SEJ2006-10898/GEOG. Años 2006-2009.

1. Introducción

Los “observatorios turísticos” constituyen un instrumento emergente de la política turística en sus diferentes niveles. Tienen como objetivo central el conocimiento en profundidad de las múltiples aristas del fenómeno turístico, especialmente el comportamiento de la demanda. Dicho conocimiento resulta básico para la administración pública a la hora de diseñar y desarrollar planes y programas de actuación sobre turismo. Es más, la política turística pública debería considerar como uno de sus ejes centrales de actuación la obtención de datos de forma real, sistemática y sintética, así como su difusión a los distintos agentes implicados en el sector (Valdés, 2003). A su vez, desde la perspectiva de la empresa privada, los observatorios ayudan a conocer los cambios en la demanda turística permitiendo una rápida adaptación de las estrategias competitivas de la oferta turística del destino. Finalmente y de forma paralela, ayudan a interiorizar las innovaciones introducidas por los creadores y comercializadores de viajes en tanto que intermediarios turísticos.

En la actualidad, más allá de las grandes operaciones estadísticas del estado en materia turística (FRONTUR, FAMILITUR, *Encuesta de Ocupación Hotelera*, etc), existen importantes lagunas de información que impiden el análisis profundo del sector turístico, fundamentalmente a escala local. Las lagunas son especialmente importantes en relación al comportamiento de la demanda turística: el perfil del visitante, sus hábitos turísticos, su nivel de gasto, el modelo de organización del viaje, etc. Por ello, este tipo de información, clave para la planificación y gestión de la actividad turística, constituye el gran reto que sustenta buena parte del desarrollo de los observatorios turísticos. Sin embargo, el conocimiento que se tiene sobre la oferta es ciertamente significativo, pues existen distintos registros administrativos que inventarían los establecimientos turísticos referidos al alojamiento, y existe bastante información -aunque dispersa- de las infraestructuras y equipamientos disponibles (palacios de congresos, centros de convenciones, etc.) así como de los recursos turísticos existentes (naturales, culturales, monumentales...).

En este contexto, resulta por tanto ineludible el diseño de sistemas complejos de recogida y tratamiento de información básica relativa al desarrollo de la actividad turística en sus múltiples aspectos: las características y evolución de la demanda (perfil del visitante, origen, motivaciones, comportamiento, etc.), la composición de la oferta, el papel de los agentes, la configuración de políticas públicas y su incidencia en el desarrollo turístico, etc.

2. Los observatorios turísticos existentes

Los observatorios turísticos constituyen una metodología de trabajo relativamente novedosa en el ámbito del turismo. En este sentido se ha pronunciado recientemente la Comisión de las Comunidades Europeas², así como otros organismos internacionales (Organización Mundial de Turismo, etc.). En España existen ya diversos sistemas de información turística u observatorios turísticos consolidados, además de un buen número de iniciativas en proceso de implantación. Su nivel de desarrollo, no obstante, difiere considerablemente. De esta manera todavía son pocos aquellos observatorios que son capaces de producir información de primera mano (sobre todo en relación al conocimiento de la demanda a partir de encuestas propias) y de generar informes y estudios específicos sobre temas de interés para su contexto territorial y turístico de referencia. En cambio encontramos muchas más iniciativas relacionadas con la difusión de los resultados que ofrecen registros administrativos (en relación a la oferta de establecimientos turísticos) y fuentes de ámbito nacional (como las diversas encuestas de ocupación de establecimientos de alojamiento que elabora el INE) bajo el recurso a la publicación de boletines de coyuntura o estadísticas de distinto tipo.

Sin ánimo de ser exhaustivo cabe destacar las siguientes iniciativas:

- A nivel nacional, por R.D. 1116/1998, de 8 de junio, se crea el *Observatorio del Turismo Español* (B.O.E. 17/06/1998), adscrito a la Secretaría General de Turismo (Ministerio de Economía).

- A nivel regional, destaca el *Sistema de Información Turística de Asturias (SITA)*, el *Sistema de Análisis y Estadística del Turismo de Andalucía (SAETA)* y el *Observatorio de Turismo de Cataluña*. A esta escala territorial, aunque con menor nivel de detalle, algunas comunidades autónomas editan también boletines de coyuntura turística, si bien en su mayoría centrados sólo en los datos más básicos de evolución de la oferta de establecimientos de alojamiento y de restauración así como volumen de viajeros y pernoctaciones (Castilla y León, Extremadura).

- A nivel provincial, algunos Patronatos Provinciales de Turismo elaboran y editan ya boletines u observatorios turísticos; en algunos casos con encuestas de coyuntura de la demanda y estudios específicos incluidos. Tienen amplia tradición en aquellas provincias asociadas al producto turístico “sol y playa”, como son los casos del *Observatorio Turístico de la Costa del Sol en Málaga* (con más de diez años de andadura), el *Observatorio de la Costa Dorada de Tarragona*, o los *Observatorios turísticos de las provincias de Granada, Cádiz y Almería*. Su implantación es más recientes en las provincias de interior, como sucede con el Observatorio de Jaén y el Observatorio Turístico de Cuenca.

¹ COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS, COM (2001), DE 13 DE NOVIEMBRE, COMUNICACIÓN de la Comisión al Consejo, al Parlamento Europeo, al Comité Económico y Social y al Comité de las Regiones, “Un marco de cooperación para el futuro del turismo europeo”, Bruselas.

- De ámbito local están en marcha los Observatorios Turísticos de las ciudades de Ávila, Córdoba, Sevilla, Melilla y el Sistema de Información Turística de Santiago de Compostela y de Lugo. Han arrancado además muy recientemente también los de las ciudades de Salamanca y Pamplona (ambos sin datos editados hasta la fecha). En todo caso se trata de iniciativas todavía con escasa trayectoria, asociadas a la potenciación de la actividad turística como instrumento global de desarrollo urbano.

- Además existe un buen número de iniciativas diversas en diferente grado de consolidación. Por ejemplo, el Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España ha puesto en marcha su propio observatorio turístico. Por otra parte los gobiernos regionales de Canarias y Madeira están desarrollando el Observatorio Turístico de la *Macaronesia* con financiación a cargo del programa comunitario Interreg III B (Proyecto Saturno). De forma paralela, la Diputación de Málaga (responsable del Observatorio de la Costa del Sol) ha propuesto la creación de un *Observatorio Turístico del Arco Latino Europeo* al objeto de recopilar diferente información (indicadores de oferta y demanda turística) y con el objetivo de elaborar una estrategia sostenible. A otro nivel, el gobierno municipal de Algeciras ha presentado el proyecto para la elaboración de un observatorio turístico del Campo de Gibraltar que estaría a cargo de la Fundación Municipal de Estudios Turísticos.

Todos los observatorios turísticos existentes se financian con fondos públicos procedentes de distintas escalas administrativas: Consejerías de Turismo, Patronatos Provinciales de Turismo, Diputaciones Provinciales, Ayuntamientos, Consorcios locales, etc. En las tareas de dirección y elaboración encontramos, sin embargo, diversas opciones:

- Existen observatorios dirigidos y elaborados por equipos de diversas Universidades. La complejidad del diseño de investigación justifica en la mayor parte de los casos la presencia de la institución universitaria y/o de otros centros de investigación. El *Sistema de Información Turística de Asturias* ha sido diseñado por la Universidad de Oviedo. La Universidad Complutense de Madrid (Departamento de Geografía Humana) se encarga de la dirección y realización del *Observatorio Turístico de la Ciudad de Ávila* y del *Observatorio Turístico del Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España*. La Universidad de Santiago de Compostela, a través del CETUR lleva a cabo el Observatorio de dicha ciudad y la Universidad Rovira i Virgili participa en el *Observatorio de la Fundación de Estudios Turísticos de la Costa Dorada*. En líneas generales, además del diseño marco del proceso de investigación, los centros universitarios dan soporte a nivel institucional a estas iniciativas y participan en los diseños operativos de las operaciones estadísticas y, en su caso, en diferentes trabajos de campo.

- En otros casos son empresas consultoras las encargadas de realizar los trabajos del observatorio. Así por ejemplo el *Observatorio Turístico de Córdoba* lo elabora la Sociedad de Estudios Económicos de Andalucía (ESECA).

- Finalmente también encontramos otras opciones como empresas mixtas o Fundaciones encargadas de la realización y puesta en marcha de los observatorios. Por ejemplo, la elaboración del Observatorio Turístico de la Costa del Sol que nace en 1993 por iniciativa del Patronato de Turismo de la Costa del Sol, corresponde a la Sociedad de Planificación y Desarrollo (SOPDE), empresa dependiente de la Diputación Provincial de Málaga.

No obstante, sea cual sea la fórmula elegida, la cooperación es un elemento central en la estrategia de actuación de los Observatorios. Aunque el impulso corresponde a un agente privilegiado (departamento municipal, consejería del gobierno regional, fundación...), en el observatorio participan todos los agentes (públicos y privados) que conforman el entramado turístico de la zona. De estos agentes proviene buena parte de la información utilizada y a estos agentes revierte la totalidad del conocimiento adquirido. En este sentido, los observatorios pueden actuar como foros dinamizadores de la actividad turística de la zona.



Fuente: http://www.gencat.net/diue/turisme/observatori_turisme/index.html

3. Los observatorio turísticos. Objetivos y contenidos

Los llamados sistemas de información turística u observatorios turísticos constituyen instrumentos operativos nuevos que permiten profundizar en el conocimiento e interpretación del fenómeno turístico a escala local. Por ello, los objetivos básicos de todo sistema de información turística local se pueden resumir en dos aspectos clave:

- Subsanan los déficits actuales de información precisa, ordenada y continua sobre la actividad turística en general y su ámbito de actuación en particular.
- Dotar a los operadores y agentes de los principales destinos turísticos de la comunidad, públicos y privados, de un instrumento informativo y de seguimiento del mercado turístico local que pueda contribuir a la definición de su estrategia y a la planificación de sus inversiones.

Los observatorios turísticos se montan, pues, con la intención de obtener datos en tiempo real sobre el estado y coyuntura turística de cada nivel territorial (nacional, autonómico, provincial, comarcal, municipal), a efectos de suministrar información válida a la totalidad de los agentes turísticos que actúan en dicho nivel. Se trata de un conocimiento operativo, útil para la gestión (es decir para la toma de decisiones).

Conocer cuántos visitantes tiene un destino permite evaluar la capacidad de carga de las infraestructuras básicas de acogida. Conocer su procedencia permite orientar las campañas de comunicación y marketing. La duración de la estancia posibilita por su parte analizar la viabilidad de la puesta en valor turística de determinados recursos culturales. El conocimiento de la distribución temporal de la afluencia permite a su vez planificar la prestación de servicios y así un largo etcétera. No obstante, superando el ámbito de lo local, los sistemas de información turística u observatorios turísticos, proporcionan información que posibilitaría además el desarrollo del marco conceptual para la elaboración de una Cuenta Satélite del Turismo (CST) (Organización Mundial del Turismo, 1998). Un aspecto especialmente importante para poder realizar una cuantificación precisa sobre el papel que el turismo desempeña directa, indirectamente o de forma inducida sobre la economía en términos de: creación de valor agregado, empleo, renta personal, ingresos, etc.

Aunque los **contenidos** del trabajo realizado por los observatorios turísticos varían, es posible encontrar unas pautas comunes en los observatorios existentes en relación al planteamiento y organización de su trabajo. Idealmente, Massieu (2000) considera puntos esenciales que debe recoger todo sistema de información turística los siguientes:

- Conceptos básicos sobre la Estadística Turística
- Clasificaciones de productos y actividades turísticas
- Metodología de recogida de información (encuestas, registros administrativos, directorios y censos...) y almacenamiento (elaboración de bases de datos)
- Metodología de tratamiento de la información (análisis y proceso de datos)
- Difusión de la información (página WEB, informes, publicaciones específicas).

Ya sobre el terreno, el análisis de las iniciativas existentes permite diferenciar varios campos de trabajo preferentes:

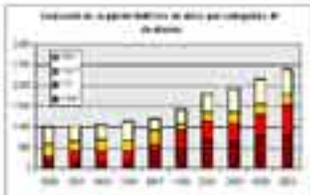
• **Oferta turística.** Datos de coyuntura: accesibilidad turística de los recursos culturales, capacidad y estructura del sector del alojamiento (hoteles y similares, campings, casas rurales, etc.), situación del sector de la restauración, estado y perspectiva de la oferta complementaria, etc.

Fuente: Boletín del Observatorio Turístico de la Ciudad de Ávila (Nº 13, año 2007).

1. Datos de coyuntura turística.

ACOMODAMIENTO Y RESTAURACIÓN

Oferta. En el año 2006 la ciudad de Ávila ha aumentado su oferta de alojamiento con la apertura de nuevos establecimientos de alojamiento y restauración. Destaca la apertura de dos nuevos hoteles: el Parthen, situado en la zona de las catedrales (30 plazas) y el El Castillo de Cuatro estrellas (137 plazas). A ello hay que añadir la ampliación del Hotel los Alamos, con 40 nuevas plazas.



• **Demanda turística.** Datos de coyuntura: afluencia registrada en los principales hitos de atracción turística, solicitudes de información en las oficinas de turismo, datos de la *Encuesta de Ocupación de establecimientos de alojamiento (hoteles, turismo rural, campings, apartamentos turísticos)* del Instituto Nacional de Estadística, encuestas en destino (permanente o en relación a determinados de eventos), estudios de mercado en localidades de origen de los visitantes, etc.

	ENCUESTA DE COYUNTURA A LA DEMANDA					
	TOTAL	CARACTERÍSTICAS DEL TURISTA QUE VISITA CÓRDOBA				
	TOTAL	NACIONALES	EXTRANJEROS	HOMBRES Y 2*	MUJERES	NO PERMANENTE
EDAD						
Menos de 18 años	2,58%	3,24%	1,90%	1,00%	2,61%	3,62%
18 - 29 años	31,05%	29,14%	33,08%	41,01%	49,72%	31,16%
30 - 39 años	32,55%	25,18%	27,67%	26,87%	27,81%	19,12%
40 - 49 años	17,74%	18,21%	16,75%	24,38%	6,09%	19,52%
50 - 59 años	15,18%	14,02%	16,35%	23,38%	3,72%	14,48%
60 años y más	10,91%	11,51%	10,22%	10,49%	13,04%	13,64%
DURACIÓN ESTADIA						
1n Pernoctación	75,65%	82,18%	32,05%	0,00%	0,00%	100,00%
1-2 noches	57,30%	55,60%	60,98%	78,61%	84,35%	0,00%
3-7 noches	14,30%	12,95%	15,91%	20,40%	15,65%	0,00%
Más de 7 noches	2,77%	2,88%	2,65%	1,00%	0,00%	0,00%
Media	1,96	1,88	2,02	2,00	1,81	-
TIPO DE ALOJAMIENTO						
Hoteles 3 y 4*	41,88%	45,60%	51,81%	-	-	-
Hoteles 1 y 2*	18,31%	17,62%	19,05%	-	-	-
Parador	10,71%	8,21%	11,00%	-	-	-
Casa amigos o familiares	10,12%	15,54%	8,24%	-	-	-
Resca	11,41%	12,95%	13,01%	-	-	-
SECTOR RESERVA						
Si	68,13%	52,01%	34,62%	83,22%	64,32%	41,32%
No	36,87%	47,99%	25,38%	10,45%	35,65%	58,68%
TIPO DE RESERVA						
Viaje organizado por agencia	10,00%	28,81%	29,59%	38,12%	27,02%	26,84%
Alojamiento por agencia	29,41%	33,21%	25,25%	35,91%	24,32%	28,50%
Alojamiento directamente	22,24%	28,87%	13,19%	20,44%	40,54%	5,16%
Transporte por agencia	23,33%	11,67%	31,82%	20,44%	10,81%	42,11%
Transporte directamente	12,06%	8,43%	4,62%	7,71%	22,92%	14,04%

Fuente: Boletín del Observatorio Turístico de Córdoba (Nº 04, año 2002).

• **Estudios e informes.** Estudios de mercados de origen, análisis monográficos sectoriales: turismo residencial, turismo de reuniones, turismo de estudios, vuelos de bajo coste, contratación por Internet...

La generación y tratamiento de la información de base que sustenta tanto el análisis de los datos de coyuntura turística a nivel local o regional, como la elaboración de estudios e informes monográficos específicos, lleva implícita la realización periódica de una serie de tareas que implican trabajo de campo (para la elaboración de información no disponible a escala local) y trabajo de gabinete (análisis y tratamiento de la información generada). Entre otras se hacen imprescindibles las siguientes tareas:

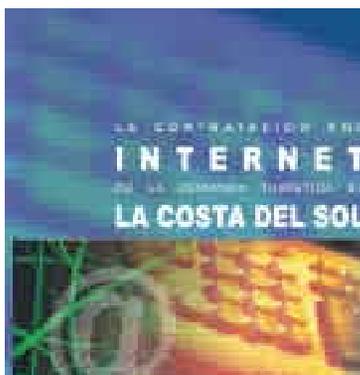
1. Recopilación de **datos de coyuntura turística**: datos de Ocupación Hotelera (INE), datos sobre la oferta hotelera (evolución, número de establecimientos, etc.), registros de visitantes de los principales recursos turísticos, registros de visitas / prestaciones realizadas en los equipamientos de información y acogida turística (OIT, aparcamientos,..)

2. Realización de una **encuesta a la demanda en destino**.

3. **Análisis monográficos sobre temas de interés y especial repercusión para el sector turístico local**: análisis de eventos turístico-culturales (exposiciones, ciclos de conciertos, etc.), nuevos equipamientos turísticos, iniciativas de interés turístico local (Plan de Calidad Integral en Destino, Plan de Excelencia Turística...), análisis de mercados específicos (turismo de reuniones,...), etc.

4. **Difusión de los resultados**. La razón de ser de la existencia de un sistema de información turística estriba en divulgación de una información de gran interés para los agentes del sector. Por tanto, la labor de difusión es fundamental. Esta difusión se realiza en dos niveles: a nivel interno, en relación a los agentes turísticos de la zona; y a nivel externo, en relación a un amplio universo de entidades turísticas o de otro tipo con quien interese mantener relaciones de ámbito institucional. En consonancia, los canales de comunicación utilizados también cubren un amplio rango. No obstante se suelen utilizar los siguientes medios:

- Elaboración de **boletines de coyuntura turística por temporadas** con los datos coyunturales más relevantes del sector turístico local. Suelen ser de periodicidad variable (trimestrales, cuatrimestrales, semestrales, etc.). Se suelen editar en papel y también en edición electrónica (colgados de las páginas WEB en formato pdf).
- Elaboración de **memorias anuales** en las que se recoge el resumen anual de los datos de coyuntura y la encuesta de la demanda más alguna monografía o informe específico tanto de oferta como de demanda relativo a distintas modalidades turísticas (el turismo de congresos, el turismo cultural, etc.).
- En ocasiones los observatorios cuentan con una **página WEB** propia del sistema de información de la que cuelgan los boletines e informes, datos estadísticos básicos así como noticias y enlaces de interés.



4. Análisis de experiencias consolidadas

A efectos de cubrir la demanda de información sobre la coyuntura turística de cada nivel territorial, durante los últimos años se han ido diseñando e implementando un conjunto de observatorios turísticos con objetivos y metodologías más o menos diferentes. En los epígrafes siguientes se realiza una presentación somera de algunos de los observatorios consolidados, indicando objetivos, agentes participantes y tareas realizadas.

Observatorio del Turismo Español

Por R.D. 1116/1998, de 8 de junio, se crea el **Observatorio del Turismo** español (B.O.E. 17/06/1998). Como aparece reflejado en su exposición de motivos, se trata de un órgano colegiado, consultivo y asesor en materia turística en el que están representados la totalidad de los agentes –públicos y privados- involucrados en la actividad turística: Administración General del Estado, Comunidades Autónomas, Entidades Locales, sectores empresariales y profesionales, organizaciones sindicales, Cámaras de Comercio, medios de comunicación social, representantes de los consumidores y usuarios y miembros del mundo académico y de la formación e investigación turística. El Observatorio actúa como órgano de información y estudio del sector turístico, con el objetivo de prestar asesoramiento para la mejora de la calidad y la competitividad turística. En concreto, las funciones asignadas son las siguientes:

- Producir información sobre asuntos concretos que incidan sobre el turismo y valorar la información existente, para lo que se podrá solicitar documentación a otras entidades, así como recabar asistencia técnica especializada.
- Elaborar informes y estudios sobre el seguimiento de las políticas desarrolladas por las administraciones públicas con incidencia sobre las empresas turísticas, así como de su impacto sobre las mismas, con el objetivo de mejorar su marco de actuación y potenciar la competitividad del sector turístico.
- Realizar informes y estudios sobre la evolución del sector turístico, tanto en relación con la oferta como respecto a la demanda, particularmente en cuanto a los problemas específicos que se detecten, al análisis de los cambios que se vienen produciendo y a las perspectivas de futuro, con el fin de seguir el pulso de esta evolución y proponer las medidas que se estimen oportunas.
- Elaborar un informe anual del turismo español que recoja lo más destacado de su evolución, así como de sus perspectivas.
- Elevar propuestas y proponer medidas concretas ante las administraciones competentes en cada caso, que puedan orientar el desarrollo, la ordenación y la promoción de la oferta turística española, con el objetivo de contribuir al incremento de la calidad de los productos y destinos turísticos.

- Servir de foro de diálogo, participación y colaboración de todas las Administraciones, instituciones y subsectores implicados en el turismo, en relación con los temas que les afecten.

Sistema de Información Turística de Asturias

El **Sistema de Información Turística de Asturias (SITA)** está siendo desarrollado para el gobierno regional por la Universidad de Oviedo (Valdés, 2001). Constituye a escala regional uno de los ejemplos más desarrollados de este tipo de iniciativas tanto por su andadura (ya de varios años) como la amplitud de sus contenidos que abarcan la elaboración de boletines mensuales, estudios de la demanda en origen (mercados emisores) e informes anuales y temáticos (turismo rural, turismo de negocios, etc.). El grupo de la Universidad de Oviedo que ha desarrollado el SITA plantea a efectos operativos, el desarrollo de cuatro grandes bloques temáticos sobre los que articula el proceso de recogida y análisis de la información: análisis de la demanda turística, análisis de la oferta turística, análisis de la tasa de ocupación y análisis macroeconómico (Valdés, 2003). No obstante, se centran fundamentalmente en el análisis de la demanda en destino, a través de la realización sistemática de encuestas en las diferentes zonas turísticas del Principado de Asturias cuya explotación mensual dota de contenido los boletines mensuales. Además completan estos trabajos con la realización de análisis de la demanda en origen (encuestas a visitantes potenciales de los principales mercados emisores de visitantes a Asturias).

Observatorio Turístico de la Costa del Sol

El **Observatorio Turístico de la Costa del Sol** nace en 1993 por iniciativa del Patronato de Turismo de la Costa del Sol. Su elaboración corresponde a la Sociedad de Planificación y Desarrollo (SOPDE), empresa dependiente de la Diputación Provincial de Málaga. Su objetivo consiste en aportar a las empresas del sector los datos reales y continuados en el tiempo de las características de la demanda turística de Málaga, a efectos de mejorar la competitividad turística del producto “Costa del Sol” y, por extensión, de toda la provincia.

El producto estrella del Observatorio es el *informe anual* que se viene publicando desde 1993. En este informe se exponen los resultados de una encuesta anual a la demanda donde se obtiene información sobre los siguientes parámetros:

- Demanda de alojamiento (*Encuesta de Ocupación Hotelera* del INE) y otros datos sobre la afluencia de turistas a la provincia de Málaga (entradas en el aeropuerto...).
- Perfil socioeconómico del turista.
- Características de uso de las infraestructuras turísticas (tipo de viaje, duración de la estancia...).

- Expectativas y grado de satisfacción respecto al destino y a cada uno de los componentes de dicho destino (alojamiento, restauración...).
- Organización de la visita, factores que influyen en la elección del destino y evaluación de destinos competitivos.
- Fidelidad a la Costa del Sol.
- Visitas al interior.

Observatorio Turístico de la ciudad de Ávila

En el año 2002 se puso en marcha el “**Observatorio Turístico de la ciudad de Ávila**”, por entonces dentro del programa de actuaciones del Plan de Excelencia Turística. El objetivo de este proyecto es recoger y procesar a tiempo real toda aquella información que permita a los responsables municipales y agentes locales medir y evaluar la evolución del sector turístico de la ciudad. Actualmente el Observatorio Turístico se lleva a cabo mediante un convenio entre el Ayuntamiento de Ávila y la Universidad Complutense de Madrid (Grupo de Investigación “Turismo, patrimonio y desarrollo”). Este observatorio cumple las siguientes funciones:

- Creación y mantenimiento de bases de datos con información de coyuntura turística relativa al ámbito de la demanda (EOH, registros de visitas, encuestas realizadas en destinos) y al ámbito de la oferta (hoteles, restaurantes, equipamientos turísticos, eventos culturales, etc.)
- Realización con carácter periódico de los análisis básicos que ilustran el diagnóstico de la situación del sector y el balance comparativo de su evolución.
- Desarrollo de trabajos específicos sobre eventos de repercusión turística: Exposición “Edades del Hombre” (año 2004), Exposición “Celtas y Vettones” (año 2001), Balance turístico de las Jornadas Medievales de Ávila (años 1997-2006), etc.
- Análisis en profundidad de temas monográficos relacionados con el sector: turismo de reuniones (años 2005 y 2006), turismo de la lengua (año 2006), seguimiento del SICTED, funcionamiento de nuevas infraestructuras y equipamientos turísticos, aniversario del Grupo Español de Ciudades Patrimonio de la Humanidad, etc.
- Elaboración del *Boletín Informativo del Observatorio Turístico de la Ciudad de Ávila*, del cual se han editado hasta la fecha (febrero de 2007) trece números.

Observatorio Turístico de Córdoba

El **Observatorio Turístico de la Ciudad de Córdoba** tiene como fundamento convertirse en una plataforma de generación y recopilación de información sobre la situación de la actividad turística en la ciudad, con objeto de servir tanto a los agentes públicos como privados de un instrumento de análisis y seguimiento del mismo. Los

ámbitos de trabajo son los siguientes:

- Oferta turística: atractivos turísticos locales (patrimonio, museos, actividad cinegética y de naturaleza, turismo de ferias y similares, nuevas modalidades de turismo) y oferta de establecimientos turísticos (hoteles, restaurantes).
- Demanda turística: viajeros y pernoctaciones en establecimientos hoteleros, visitas a centros de interés turísticos (museos, monumentos, etc.), informaciones solicitadas en las oficinas y puntos de información turística, celebración de congresos, transportes... Además se aportan los resultados de una encuesta a la demanda turística de la ciudad en destino (perfil del visitante, caracterización del viaje y la estancia, niveles de satisfacción).

El Observatorio arranca en el año 2002 con la publicación del *Libro Blanco del Observatorio Turístico de Córdoba*. De hecho, constituye una extensa radiografía del turismo de la ciudad que sirve de base para los análisis de coyuntura realizados con posterioridad. En este sentido, cada trimestre se edita un boletín de coyuntura que presenta datos y reflexiones puntuales sobre la evolución de la actividad en el periodo de referencia. En este sentido, se manejan datos provenientes de los diferentes registros disponibles (museos, INE, etc.) así como los resultados de la encuesta de coyuntura a la demanda turística de la ciudad (lugares de procedencia, motivo de la visita, gasto medio diario, satisfacción con la ciudad y un largo etcétera).

Observatorio Turístico del Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España

El Observatorio Turístico de las Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España se pone en marcha en el año 2006 mediante un convenio entre el Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España y la Universidad Complutense de Madrid (Grupo de Investigación “Turismo, patrimonio y desarrollo”). El propio Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España, a través de su Club de Producto, planteaba la necesidad de dotarse de un observatorio en tanto que instrumento informativo y de seguimiento del mercado turístico a nivel general (y en perspectiva comparada) que le sirviera en la definición de estrategias de actuación a medio y largo plazo.

Desde sus inicios el trabajo del observatorio se articula en tres grandes ejes:

1. La creación y mantenimiento de una base de datos de coyuntura turística que permita recoger (con criterios homogéneos y a partir de fuentes de información oficiales) datos desagregados de las trece ciudades miembros relativos a algunos parámetros clave del desarrollo de la actividad turística: 1. Oferta de alojamiento y equipamientos varios (servicios de información turística, reuniones y congresos, empresas de receptivo...);
2. Demanda turística (demanda de alojamiento, consultas de servicios de información

turística, registros de visitas,...); 3. Planificación y gestión turística (tipos de entidades locales de gestión, plantillas, presupuestos, actividades realizadas,...).

2. La potenciación del trabajo en red con los técnicos de turismo municipales para poder implantar metodologías comunes. De esta manera, se trabaja en este ámbito para buscar la homogeneización de los protocolos de recogida de información local (ya sea la información que se recoge en los servicios turísticos directamente gestionados por la administración local, como la información que generan los distintos observatorios turísticos locales o los *convention bureaux*) al objeto de facilitar el análisis comparado de los datos que aportan las ciudades.

3. La realización de estudios monográficos específicos para aquellos aspectos que revisten especial interés para la actividad promocional del Grupo: turismo idiomático, valoración del impacto de actuaciones promocionales, canales de comercialización turística, etc.

Constituye este observatorio una experiencia pionera de trabajo en red, que pese a las dificultades operativas del trabajo conjunto y a distancia, ha generado ya un primer documento base (con un análisis comparado en profundidad de la situación turística de estas ciudades) y una publicación que sintetiza los principales resultados del trabajo del primer año de andadura del observatorio (*La situación turística del Grupo Español de Ciudades Patrimonio de la Humanidad: bases para la puesta en marcha del Observatorio Turístico*). El observatorio generará anualmente un boletín de coyuntura turística de cara a su difusión.

5. CONCLUSIONES

Los observatorios turísticos nacen para dar respuesta a una necesidad básica de información sobre parámetros clave de la evolución del sector turístico en aquellas escalas espaciales que no cubren de manera precisa las grandes operaciones estadísticas del Estado. El conocimiento de primera mano sobre la realidad turística local mejora la base sobre la que se toman decisiones que tienen que ver con el sector (mercados prioritarios para las campañas de comunicación, dimensionamiento de la capacidad de las infraestructuras de acogida, actuaciones de adecuación de producto patrimonial, etc.). Su articulación, sin embargo, no es sencilla, requiere montar equipos multidisciplinares y contar con un presupuesto que permita la implantación de sistemas propios de recogida de datos (que resultan muy caros). Actualmente, el panorama a nivel del estado pone de manifiesto la existencia de un cierto número de observatorios turísticos, algunos ya muy consolidados. No obstante, a nivel global todavía se detecta un grave déficit de iniciativas relacionadas con la generación, tratamiento y explotación de información “turística” a escala local, especialmente “grave” si se tiene en cuenta que trabajamos sobre territorios de larga trayectoria turística.

Bibliografía

Ayape Amigot, F. (2002), *El Observatorio Turístico, Herramienta para la Planificación*. Jornadas Técnicas EXPOTURAL 2002.

Ayuntamiento de Ávila (2002-2007), *Boletín del Observatorio Turístico de la Ciudad de Ávila*. Números 1 -13.

CISSET (2003). “Osservatorio su comporamento di spesa e soddisfaziones dei turisti nella provincia di Venezia”. Documento electrónico. (<http://helios.unive.it/~ciset/>)

De Castro Puente, M. A. (2000). “Las estadísticas de turismo del INE en la actualidad: 1994-2000”. *Estudios Turísticos*, nº 144-145. Pp. 75-102.

Massieu, A. (2000). “Sistema de Estadísticas de Turismo”. *Fuentes Estadísticas*, nº 45. Pp. 6-7.

OMT (1998). *Cuentas Satélite de Turismo (CST). Marco conceptual*. Ed. OMT. Madrid.

ONU, OMT (1993). “Recomendaciones sobre Estadísticas del Turismo”. *Informes Estadísticos*, serie M, nº 83. Nueva York.

Santos Xolla, X. (2008). “El observatorio turístico de Santiago, una herramienta para la gestión eficaz del destino”. En *Destinos Turísticos; viejos problemas ¿nuevas soluciones?*. *Actas del X Coloquio de Geografía del Turismo, Ocio y Recreación (AGE)*. Universidad de Castilla- La Mancha. Pp. 117-125.

Troitiño Vinuesa, M.A; M. de la Calle Vaquero; M. García Hernández; L. Troitiño Torralba (2007). *La situación turística del Grupo Español de Ciudades Patrimonio de la Humanidad: bases para la puesta en marcha del Observatorio Turístico*. Edita: Grupo Español de Ciudades Patrimonio de la Humanidad y Universidad Complutense de Madrid.

Valdés Peláez, L. y E. Torres Manzanera (2003). “Los sistemas de información turística en la detección de nuevas tendencias de ocio y turismo: el caso de Asturias”. En *VI Congreso AECIT. Nuevas tendencias de ocio y turismo: su especial problemática en destinos singulares*. AECIT. Jaén. Pp. 153-160.

Valdés Peláez, L. (dir) **y Ballina Ballina, F.J.** (coord.) (2001). *El turismo en Asturias en 2000*. Sistema de Información Turística de Asturias. Consejería de Industria, Comercio y Turismo. Gijón.

Vera, J.F. y Navalón, M.R. (2000). “Un centro de investigación turística en la comunidad valenciana: la Fundación Cavanilles de Altos Estudios Turísticos. Otras experiencias para la investigación en turismo”. *Estudios Turísticos*, nº 144-145. Pp. 125-154.

DIRECCIONES WEB _ Observatorios Turísticos (España)

Sistema de Información Turística de Asturias
<http://www.sita.org/>

Observatorio de Turismo de Cataluña

http://www.gencat.net/diue/turisme/observatori_turisme/index.html

Observatorio Turístico de la Costa del Sol (Patronato Provincial de Turismo)

<http://www.webmalaga.com/turismo/estudios/observatorio/>

Observatorio Turístico de la Costa Dorada (Fundación de Estudios Turísticos de la Costa Dorada)

www.observatoricostadaurada.com

Observatorio Turístico de la Provincia de Granada (Patronato Provincial de Turismo)

<http://www.turgranada.es/observatorio-turistico/observatorio-turistico.php>

Observatorio Turístico de la Provincia de Jaén (Diputación Provincial)

<http://www.dipujaen.com/publicaciones/otj/>

Observatorio Turístico de la Provincia de Cádiz (Patronato Provincial de Turismo)

<http://www.cadizturismo.com/observatorio>

Observatorio Turístico de la Provincia de Cuenca

<http://www.turismocuenca.com/DesktopDefault.aspx?tabID=7251>

Observatorio Turístico de la Ciudad de Ávila

<http://www.avilaturismo.com/profesional/boletines/>

Observatorio Turístico de la Ciudad de Córdoba

http://www.turismodecordoba.org/observatorio_turismo.asp

Observatorio Turístico de la Ciudad de Sevilla

http://www.turismo.sevilla.org/documentos/observatorio/Tablas_Anuales_2005.pdf

Observatorio Turístico de la Ciudad de Melilla

<http://www.observatoriomelilla.org/observatorio.aspx>

Sistema de Información Turística de Extremadura.

<http://www.bme.es/juntaex/consejerias/opt/dgt/boletinessitex.htm>

Boletín de Coyuntura Turística de la Junta de Castilla y León

http://www.jcyl.es/jcyl-client/jcyl/cict/dgt?locale=es_ES&textOnly=false



Capítulo VI: Ciudades Patrimonio de la Humanidad de México: Experiencia Asociativa y Gestión del Turismo Cultural

<<Las ciudades son los testigos insobornables de la historia>>
Octavio Paz

1. Planteamiento

Con 26 declaratorias conseguidas hasta el año de 2006, México es el país americano que cuenta con mayor número de sitios reconocidos como *Patrimonio de la Humanidad* por parte de la UNESCO. A nivel mundial ocupa, junto con la India el lugar número siete, después de Italia (41 declaratorias), España (39), China (33), Alemania (32), Francia (30) y Gran Bretaña (27). Si se analiza la posición mexicana en el mapa mundial del subconjunto representado por bienes de naturaleza urbana, es decir, las *Ciudades Patrimonio de la Humanidad*, nuevamente destaca al ocupar junto con Francia el lugar número cuatro: Italia ostenta un repertorio de 25 declaratorias, España 17, Alemania 11, mientras que México y Francia cuentan con nueve.

Esta situación refleja la riqueza de bienes naturales y una excepcional herencia cultural que ha dejado su impronta sobre el territorio mexicano. También se deriva de una postura activa del Estado por adherirse al movimiento mundial de salvaguarda de bienes que apoyan la preservación de signos de identidad nacional que contribuyen a perpetuar la diversidad de un planeta en pleno proceso de globalización.

No obstante, la medida de la riqueza es la misma que la de los riesgos de una mala gestión y del compromiso y responsabilidad que supone instrumentalizar políticas innovadoras para conciliar la conservación del patrimonio con su aprovechamiento. Cabe recordar que el patrimonio edificado es un recurso valioso, frágil y no renovable (TROITIÑO, 2000: 114).

Dentro de esta perspectiva los bienes culturales representan una oportunidad para perpetuar la memoria colectiva, significan una fuente para la generación de riqueza y un pilar básico para la modernización de la economía. De ahí que uno de los retos más apremiantes en México sea armonizar la relación entre turismo y patrimonio, precisamente en un país que es potencia mundial en ambos sentidos. La aplicación de políticas para el rescate y la puesta en valor del patrimonio se realiza a través de múltiples vías, aclaración pertinente si se toma en cuenta que las acciones por parte del Estado representan una parte medular ya que las políticas públicas pretenden articular acciones de diversos agentes para construir bienes colectivos.

¹ Agradezco al Dr. Carlos Hiriart Pardo y a los arquitectos Carlos Primo Torres y José Luis Rodríguez García las diversas entrevistas otorgadas y los documentos para reconstruir la evolución de la ANCMPPM.

El objetivo del presente trabajo es exponer una experiencia de gestión de sitios patrimoniales que no obstante creemos que se ha convertido en una buena práctica, no ha sido suficientemente documentada, sistematizada ni sometida a una mirada externa que permita destacar sus fortalezas y esbozar sus limitaciones. Se trata de la Asociación Nacional de Ciudades Mexicanas del Patrimonio Mundial, A. C. (ANCMPPM, A.C.) fundada en el año de 1996, por lo que centramos la atención exclusivamente en ciudades vivas, que son los lugares que ofrecen mayores oportunidades para detonar procesos de desarrollo in situ y a la vez presentan el riesgo de desencadenar tensiones sociales y conflictos ambientales cuando no se logra armonizar los múltiples intereses que ahí convergen.

2. Las ciudades mexicanas del Patrimonio Cultural de la Humanidad y los retos del turismo

La legislación mexicana en materia de conservación del patrimonio utiliza la categoría de *Zona de Monumentos Históricos* para distinguir sitios relevantes por sus valores culturales. A la fecha el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) ha reconocido 56 piezas de esta naturaleza que en conjunto aglutinan 17.240 monumentos históricos protegidos y abarcan una superficie de 18.200 hectáreas.

Ocho de los nueve cascos históricos que entre 1987 y 1999 fueron designados *Patrimonio Cultural de la Humanidad*, previamente habían recibido la declaratoria como *Zona de Monumentos Históricos* (figura equiparable a la de *Conjunto Histórico* utilizada en España).

Son zonas monumentales con una gran personalidad geográfica que constituyen creaciones excepcionales del genio urbano creador y que dan cuenta de la diversidad arquitectónica y pluralidad de culturas urbanas, aspectos que se acentúan cuando se incorporan en un escenario más amplio la riqueza arqueológica y la biodiversidad.

Los sitios culturales urbanos que han obtenido el galardón por parte de la UNESCO y las fechas en que ello ocurrió son:

- Centro Histórico de la Ciudad de México y Zona Lacustre de Xochimilco (11 de diciembre de 1987).
- Centro Histórico de Oaxaca y Zona Arqueológica de Monte Albán (11 de diciembre de 1987).
- Centro Histórico de Puebla (11 de diciembre de 1987).
- Centro Histórico de Guanajuato y sus Minas Adyacentes (8 de diciembre de 1988).
- Centro Histórico de Morelia (13 de diciembre de 1991).
- Centro Histórico de Zacatecas (11 de diciembre de 1993).
- Zona de Monumentos Históricos de Querétaro (7 de diciembre de 1996).
- Zona de Monumentos Históricos de Tlacotalpan (2 de diciembre de 1998).
- Ciudad Histórica Fortificada de Campeche (1 de diciembre de 1999) (Cuadro 1 y Figura 1).

Cuadro 1
Sitios mexicanos declarados Zona de Monumentos Históricos
por el INAH y Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO.

	Año de la declaratoria INAH	Superficie en Has.	Manzanas	Monumentos	Año declaratoria UNESCO
México, D.F.	1980	910	688	1.435	1987
Oaxaca	1976	500	247	860	1987
Puebla	1977	699	391	1.032	1987
Guanajuato	1982	200	175	552	1988
Morelia	1990	343	219	1.142	1991
Zacatecas	*				1993
Querétaro	1981	400	203	1.380	1996
Tlacotalpan	1986	75	153	547	1998
Campeche	1986	181	163	1.036	1999
Total		3.308	2.239	7.984	

Fuentes: www.inah.gob.mx y www.whc.unesco.org

* Zacatecas no cuenta con decreto como Zona de Monumentos Históricos.



A pesar de afrontar múltiples problemas, estos lugares encarnan paisajes urbanos excepcionales y se encuentran entre los espacios de mejor calidad ambiental del país. Son núcleos que están sujetos a presiones turísticas diferenciales, fenómeno que tentativamente podemos desdoblar en tres tipologías.

Están en primera instancia los de la ciudad de México (8.605.239 habitantes en el año 2000), Puebla (1.346.916), Querétaro (641.386) y Morelia (620.532), que aunque tienen vocación turística presentan funciones urbanas diversificadas. En cambio Oaxaca (256.130), Guanajuato (141.196) y Zacatecas (123.899) forman una segunda categoría que se caracteriza por una nítida especialización turística que se ha conseguido en buena medida a partir de la recuperación de sus centros históricos.

La tercera tipología está representada por los núcleos históricos de Campeche (216.897) y Tlacotalpan -en el estado de Veracruz- (14.946), destinos turísticos emergentes cuya presión resulta por ahora incipiente. Son los sitios que recientemente obtuvieron la declaratoria y tienen en común su emplazamiento litoral, lo cual refleja el avance de la frontera patrimonial, antes circunscrita al centro del país, e incluso en el caso de Tlacotalpan incorpora una cultura local con arraigados ingredientes rurales.

El peso del fenómeno turístico sobre los conjuntos históricos es difícilmente ponderable ya que la estadística disponible no permite desagregar zonalmente, sin embargo la localización de infraestructura turística y las propias prácticas de la actividad suelen estar ancladas o muy asociadas al espacio central de las ciudades, aunque en el caso de la ciudad de México, dado su policentrismo, no necesariamente ocurre así.

El turismo cultural es uno de los nichos más expansivos y de ahí la necesidad de medidas planificadoras. Al tratarse de espacios inelásticos, acotados por atributos históricamente construidos y recibir crecientes flujos turísticos, se vislumbran problemas de sobrecarga, lo cual invita a instrumentalizar políticas de gestión que garanticen la sostenibilidad de estos espacios aplicando en forma simultánea acciones correctivas y preventivas.

La estadística muestra que la afluencia turística a estas ciudades pasó de 10,5 millones en el año 1995 a 15,8 millones en 2004 (Cuadro 2). Independientemente de la necesidad de discutir y problematizar el asunto de la medición estadística de las visitas², las cifras reflejan una tasa de crecimiento anual de 4,65 % para el conjunto de ciudades³.

Cuadro 2

Afluencia de turistas a ciudades declaradas Patrimonio Cultural de la Humanidad.

Centro Histórico	Número de turistas en 1995		Número de turistas en 2004		Crecimiento medio anual
	y % nacionales	y % extranjeros	y % nacionales	y % extranjeros	
México, DF	7.889.411	(79 %) (21%)	10.729.218	(74%) (26%)	3,48 %
Oaxaca	462.314	(71%) (29%)	1.002.719	(84%) (16%)	8,98 %
Puebla	584.130	(89%) (11%)	1.546.604	(84%) (16%)	11,43 %
Guanajuato	292.829	(87%) (13%)	366.224	(92%) (8%)	2,52 %
Morelia	551.730	(95%) (5%)	767.489	(93%) (7%)	3,74 %
Zacatecas	274.468	(97%) (3%)	430.936	(93%) (7%)	5,14 %
Querétaro	337.706	(97%) (3%)	710.357	(90%) (10%)	8,61 %
Campeche	125.403	(63%) (37%)	274.264	(77%) (33%)	9,08 %
Total	10.517.991	(81%) (19%)	15.827.811	(78%) (22%)	4,65 %

Fuente: Elaboración propia con base en información de INEGI (2006: 453-455). La fuente no consigna información sobre Tlacotalpan.

² Algunas administraciones locales elaboran estadísticas turísticas que suelen ser discordantes con las generadas por el organismo federal -Secretaría de Turismo-, situación explicable en primera instancia por diferencias metodológicas.

³ Un punto de contraste entre el volumen del turismo cultural y otras dimensiones del fenómeno puede ser

Entre los aspectos a incorporar en la agenda de investigaciones esta la elaboración de registros desagregados de <<turistas>> y <<excursionistas>>, quienes pernoctan y quienes no lo hacen constituyen segmentos de visitantes que provocan impactos diferenciales sobre el espacio urbano y la derrama económica.

De ahí que la caracterización fina de la demanda resulte clave para planificar la actividad, y en su caso inducir modelos racionales de aprovechamiento. Suele argumentarse que los excursionistas generan más cargas que beneficios, aspecto que habría que demostrar empíricamente. Cuando las ciudades históricas gozan de buena accesibilidad y se emplazan cerca de grandes metrópolis es común que el excursionismo sea el gran protagonista, tal como lo señala TROITIÑO (2004: 203) para las ciudades de Venecia, Florencia, Ávila, Brujas, Guanajuato, Segovia o Toledo.



Su emplazamiento y condición original como enclave minero explica la morfología irregular del plano urbano de Guanajuato, lo cual le confiere gran singularidad.

Al ejemplo mexicano de Guanajuato habría que agregar hipotéticamente Puebla y Querétaro, ubicadas a 123 y 215 kilómetros de la Ciudad de México, lo que permite el viaje de ida y vuelta el mismo día. En todo caso, la incorporación de la categoría “excursionista” amplía las posibilidades de análisis del fenómeno.

México ocupa la séptima posición mundial en cuanto a recepción de turistas y por ese rubro capta 11,8 mil millones de dólares (SECRETARÍA DE TURISMO, 2006: 5). En el año 2005 atrajo alrededor de 22 millones de turistas extranjeros, cuando en 1987 sólo recibía cinco millones, evidencia de la velocidad del crecimiento. La Secretaría de Turismo

el arribo de turistas extranjeros. Entre el año 2000 y el 2005 la cifra de turistas del exterior evolucionó de 20,6 millones a 21,9 millones, lo que se traduce en una tasa de crecimiento de 1,2 %, cifra muy por debajo del crecimiento del turismo en ciudades históricas, aun reconociendo que las cifras no admiten una comparación pura ya que se trata de universos que no son mutuamente excluyentes.

estima que para el año 2025 la cifra llegará a 49 millones (citado en MUNDO EJECUTIVO, 2002: 96).

Como resultado del crecimiento de la demanda, es fácil suponer el incremento de la presión sobre las ciudades históricas, mismas que deberán prepararse para nuevas dinámicas y por tanto asumir el tema de la “capacidad de acogida”, concepto ampliamente abordado por GARCIA (2004). También habrá que considerar usuarios cada vez más diversos en cuanto a sus hábitos de consumo y prácticas culturales: actuar desde la oferta a fin de adecuarla para garantizar la sostenibilidad del recurso y la satisfacción de los visitantes.

Alrededor del 78 % de quienes visitan las ciudades Patrimonio Cultural de la Humanidad son ciudadanos mexicanos. No obstante, la creciente vinculación con Canadá y Estados Unidos que en conjunto aportan el 73,40 % de los flujos extranjeros que llegan a México (SECRETARIA DE TURISMO, 2006: 9) seguramente buscarán cada vez más a las ciudades históricas del país, un producto singular si se considera el universo cultural de los tres países signatarios del Tratado de Libre Comercio⁴.

El potencial demográfico y la riqueza económica de la sociedad norteamericana ha sido un dinamizador de modalidades que van desde el excursionismo hasta el turismo residencial en México. Durante los próximos años se incrementará el potencial ya que “desde 2008 empezarán a jubilarse los niños de la generación del baby boom: sólo en Estados Unidos hubo 76 millones de nacimientos entre 1946 y 1964” (GAGGI & NARDUZZI, 2006: 63).

Sin embargo, dar respuesta a las demandas emergentes requiere diseñar ofertas atractivas para nichos específicos y velar por los compromisos sociales y territoriales.

Los retos que debe afrontar el sector turístico en México no son ajenos a los objetivos generales de desarrollo, el país está urgido de cambios estructurales que atiendan los rezagos sociales y remonten las carencias en infraestructuras y equipamientos.

La pujanza turística -así como el dinamismo de la economía petrolera-, se deben en buena medida a recursos heredados, a inercias del pasado y coyunturas positivas que no pueden prolongarse indefinidamente, los tiempos actuales demandan actitudes responsables y visiones de futuro por parte del Estado y los empresarios privados. Una lectura de largo plazo permite inferir que las ventajas comparativas del país tienden a ser obsoletas si no se transforman en ventajas competitivas acordes con la economía globalizada.

Los resultados del Reporte del Índice de Competitividad en Viajes y Turismo 2007 elaborado por el Foro Económico Mundial sitúan a México en el lugar 49 de los 124 países

⁴ Después del bloque norteamericano cinco países europeos constituyen la principal demanda y aportaron en conjunto el 6,99 % del turismo internacional en el año 2005: Reino Unido (1,85 %), España (1,63 %), Francia (1,28 %), Italia (1,19 %) y Alemania (1,04) (SECRETARIA DE TURISMO, 2006: 9).

analizados: Suiza se posiciona en el primer lugar de competitividad, seguido de Austria y Alemania, mientras que España se ubica en el lugar 15. Países latinoamericanos como Costa Rica y Chile resultan mejor calificados que México ya que ocupan las posiciones 41 y 45, respectivamente. Entre los factores favorables para el país se encuentra la presencia de sitios declarados Patrimonio de la Humanidad (posición número siete en el ranking mundial), mientras que en infraestructura ferroviaria y carretera ocupa las posiciones 65 y 49. En el asunto de costos derivados del crimen y la violencia baja hasta la posición 116 (WORLD ECONOMIC FORUM, 2007: 271).



La catedral, principal hito monumental de Morelia, ciudad fundada en 1541 y uno de los ejemplos más exitosos de recuperación de patrimonio y espacio público.

3. La Asociación Nacional de Ciudades Mexicanas del Patrimonio Mundial: primera década de experiencias

Convocada por Gabriel Hinojosa Rivero, alcalde de Puebla, se celebró en dicha ciudad el 6 de junio de 1996 la Primera Reunión de Alcaldes de Ciudades Mexicanas del Patrimonio Mundial.

El encuentro contó con representantes oficiales de Guanajuato, Morelia, Puebla, Oaxaca, Zacatecas y del Gobierno del Distrito Federal, ciudades que para entonces poseían la declaratoria de Patrimonio Cultural de la Humanidad.

Se acordó hermanarlas durante agosto del mismo año, aprovechando el marco que ofrecían las celebraciones del 450° aniversario de la fundación de Zacatecas. El alcalde de Puebla fue comisionado para llevar a cabo la formalización de la ANCMPPM.

Esta iniciativa se inserta dentro del movimiento que a escala mundial detonó la Organización de las Ciudades del Patrimonio Mundial (OCPM), creada en la ciudad marroquí de Fez en el año de 1993. También supone el seguimiento de experiencias

nacionales como la del Grupo de Ciudades del Patrimonio de la Humanidad en España, con la cual el grupo mexicano concretó algunos intercambios⁵.

En el protocolo estatutario original de la ANCMPPM, firmado el 6 de mayo de 1998 se consignan 10 objetivos vinculados principalmente con la salvaguarda y protección de los centros históricos y el impulso al turismo cultural (Anexo 1). Para esas fechas se incorporó la ciudad de Querétaro ya que el 7 de diciembre de 1996 se había sumado a la lista del patrimonio mundial. Tlacotalpan y Campeche harían lo propio en 1998 y 1999, respectivamente.

Una vez capitalizada la experiencia y reconocidas algunas de sus limitaciones, el 16 de mayo de 2003 se reformaron los estatutos. Se antepone como primer objetivo: “Gestionar apoyos financieros públicos y privados mismos que destinará para obras y servicios públicos que preserven, mejoren, difundan, y mantengan a las ciudades, zonas de monumentos y centros que han sido declarados por la UNESCO como Patrimonio Cultural de la Humanidad y que sean miembros de esta Asociación”.

Tal adición supone una evolución hacia posturas más activas y orientadas hacia la gestión de fondos financieros, esto en un contexto centralista en que los poderes municipales tienen una reducida capacidad de ejercicio presupuestal: la negociación para ampliarlo es parte fundamental de las tareas que deben emprender las autoridades municipales.

Las actividades de la ANCMPPM se inscriben dentro de los planteamientos del municipalismo moderno e involucran dos aspectos comúnmente mal resueltos por el poder público: la cooperación institucional y la constancia en la aplicación de políticas urbanas. La creación y funcionamiento de la ANCMPPM supone una voluntad asociativa entre ayuntamientos que “desde abajo” procuren crear una sinergia mediante una estructura en red que les permita paliar la precariedad financiera para alcanzar sus cometidos en áreas patrimoniales con un alto grado de complejidad social y urbana dada la competencia por los usos del suelo.

También incrementa la garantía de continuidad en la aplicación de políticas públicas, lo cual representa una estrategia que permite esquivar la limitación del corto plazo en un país en el que las administraciones locales duran tres años⁶ y no hay posibilidad de reelección inmediata.

Entre las acciones más visibles destaca la labor de difusión a través de diversas vías, por ejemplo la creación de una página web, la publicación de libros y folletos informativos,

⁵ El grupo español se constituyó legalmente el 17-18 de septiembre de 1993 en Ávila (Campesino, 1997:86). Los contactos iniciales entre los representantes de las ciudades Patrimonio de la Humanidad de España y México se concretaron mediante el Primer Encuentro Hispano-Mexicano de Ciudades del Patrimonio Mundial celebrado en Oaxaca en diciembre de 1997.

⁶ Coahuila representa una excepción nacional, gracias a una reforma legislativa las administraciones municipales tendrán una duración de cuatro años, proceso iniciado en el año 2005.

la edición de la revista Ciutat –desde el año 2006-, así como la representación conjunta de las nueve ciudades en diversos foros y ferias de turismo tanto a nivel nacional como internacional.

Durante los cuatro últimos años se ha invertido en señalética, colocación de placas informativas en monumentos, iluminación de inmuebles y mejoramiento de la imagen urbana, así como la organización de foros para discutir los diagnósticos sobre las problemáticas particularizadas de los centros históricos. En ese seno se discuten los informes periódicos que cada ciudad tiene el compromiso de presentar ante la UNESCO.



Ejemplo de kiosco de información turística, instalados a instancias de la ANCMPPM en diversos puntos de las ciudades declaradas Patrimonio de la Humanidad.

La búsqueda de articulaciones entre patrimonio y turismo ha sido afianzada institucionalmente mediante el Convenio General de Concertación, suscrito en 2001 entre la Secretaría de Turismo y la ANCMPPM. Se trazaron los siguientes objetivos:

- Desarrollo de una estrategia integral y de amplia visión en la promoción turística y difusión de las ciudades.
- Mejora y modernización de la oferta y los servicios, así como la elevación de la calidad de los atractivos turísticos y culturales.
- Creación de los productos turísticos culturales diferenciados para comercializar.
- Desarrollo de la economía local.

Las negociaciones realizadas por la ANCMPPM han permitido obtener recursos financieros federales de las siguientes fuentes:

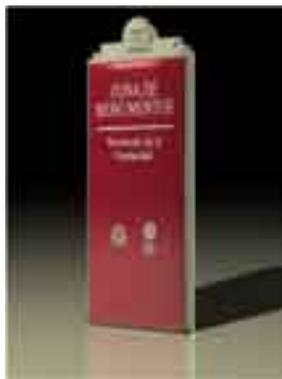
- Secretaría de Turismo.
- Secretaría de Desarrollo Social mediante el Programa Hábitat Centros Históricos.
- Secretaría de Educación Pública a través del Consejo Nacional para la Cultura y las

Artes (CONACULTA) y del Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA), que contempla el Subprograma Ciudades Patrimonio.

Entre el año 2001 y el 2005 la Secretaría de Turismo realizó una aportación de \$ 55.114.000 pesos, mientras que la ANCMPPM, mediante las partidas obtenidas de las otras fuentes aportó \$ 122.813.000 pesos, lo que hizo posible reunir una bolsa de \$ 177.928.000 pesos (alrededor de 12,7 millones de euros) que se reparte equitativamente entre las nueve ciudades.

Como parte de las acciones legislativas destaca la iniciativa que el 18 de enero de 2005 presentó el Partido de la Revolución Democrática (PRD) encaminada a adicionar los artículos 36 BIS Y 36 TER a la Ley Federal de Monumentos y Zonas Arqueológicas, Artísticas e Históricas. Se propuso que la Cámara de Diputados destine un presupuesto específico a las ciudades del patrimonio mundial bajo el principio de que “no será menor, en términos reales, al asignado en el ejercicio previo”, es decir, se trataría de un presupuesto irreductible.

El hecho es que la agrupación de ciudades ha logrado posicionarse y legitimarse como entidad demandante de recursos. Una prueba de ello es que durante la discusión del Presupuesto de Egresos para 2007 se logró una reasignación de \$ 2.125 millones de pesos para rubros vinculados con cultura, de los cuales \$ 80 millones se aprobaron para las <<Ciudades Patrimoniales>> (DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACION, 28 de diciembre de 2006), esto significa una ampliación de lo otorgado por otras partidas.



**Prototipo de las placas de nomenclatura
que suponen la renovación de criterios de señalética
aunque también el inconveniente de la homogeneización.**

En el ámbito latinoamericano la ANCMPPM ha facilitado algunas tareas propias de Organización de las Ciudades del Patrimonio Mundial que tiene su Secretaría Regional para América Latina y el Caribe en la ciudad de Guanajuato. Así por ejemplo, el 29 de enero de 2005 los representantes de las ciudades Patrimonio Cultural de la Humanidad del subcontinente firmaron la Carta de Guanajuato, que es “un pronunciamiento que

busca garantizar la ayuda y participación seria y responsable de cada una de ellas, con el propósito de que los gobiernos federales y centrales de cada país, destinen recursos financieros a las ciudades del patrimonio mundial” (OCPM, 2005: 13). A efectos de generar compromisos a favor de las ciudades fueron invitados a la firma de la Carta de Guanajuato alcaldes, legisladores y rectores de las Universidades públicas involucradas, con lo cual se percibe una clara intención de actuación conjunta a escala mundial y latinoamericana y que en el caso de México va teniendo resonancia y algunos resultados tangibles.



**Obras de renovación de infraestructuras
y rehabilitación de calles en el centro histórico de Guanajuato,
ciudad pionera en materia de turismo cultural en México.**

4. La ANCMPPM: entre el reconocimiento y la definición de nuevos retos

Los esfuerzos realizados por la ANCMPPM le han valido reconocimientos como la mención de “experiencia modelo” en materia de gestión del turismo cultural por los logros obtenidos mediante el Convenio General de Concertación firmado con la Secretaría de Turismo (MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO, 2004).

No obstante, se corre el riesgo de generar escenarios conformistas que impongan rutinas enfocadas principalmente a la promoción turística y ejecución de obras públicas una vez que se tienen garantizados los recursos. La cuantía de los fondos económicos en realidad sólo permite la realización de pequeñas obras casi siempre de carácter remedial o que constituyen acciones elementales de mantenimiento.

Una lectura añadida, es que el esquema presiona a pensar y actuar en el corto plazo, cuando la experiencia internacional ha demostrado que los casos exitosos de recuperación integral de sitios históricos han requerido “de un esfuerzo sostenido durante largos periodos de tiempo” (ROJAS, 2004: 188).

Lo anterior pone de manifiesto otra de las prioridades: la generación constante de nuevos conocimientos sobre la evolución de los espacios y en particular sobre las

dinámicas de comportamiento de los flujos turísticos.

La visión de largo plazo y la redefinición de horizontes deben asumir las nuevas coyunturas. Desde 1999 no ha sido reconocido para México ningún nuevo centro histórico vivo en la lista de la UNESCO. Esto viene a evidenciar un giro ya que las políticas mundiales buscan reducir los desequilibrios del patrimonio mundial (CONACULTA-INAH 2002: 10). En congruencia con tal estrategia, el Estado mexicano presentó en el año 2001 su Lista Indicativa (CONACULTA-INAH, 2002) que contiene 23 bienes incoados a escala internacional sobre los cuales se centran las nuevas candidaturas. Más de la mitad simbolizan categorías poco convencionales: tres son bienes mixtos, dos paisajes culturales, un itinerario cultural, dos son ejemplos de patrimonio industrial y cuatro representan patrimonio moderno (Anexo 3). La lista de completa con 11 bienes culturales que responden a categorías clásicas como sitios arqueológicos y conjuntos históricos.

Al año 2006 se habían incorporado al patrimonio mundial cuatro de las 23 propuestas:

- Antigua ciudad maya de Calakmul (2002).
- Misiones franciscanas de la Sierra Gorda (2003).
- Casa museo Luis Barragán (2004).
- Paisaje agavero y antiguas instalaciones industriales de Tequila (2006).

Además en el año 2005 se obtuvo la declaratoria para el sitio natural representado por las “Islas y Áreas Protegidas del Golfo de California”. La evolución de las declaratorias conseguidas durante el último lustro pone de manifiesto la apuesta por categorías que no muestren “saturación” a nivel nacional e internacional.

Esta nueva orientación supone un escenario diferente con respecto a 1996, cuando inició la ANCMPPM: su universo permanecerá estático o los cambios serán lentos. En contrapartida la agrupación puede ampliar sus horizontes e incluso delinear renovados objetivos involucrando solidariamente otros espacios nacionales.

La valorización de nuevas modalidades está provocando que sitios urbanos recién incluidos estén alejados de la aspiración de sumarse al ámbito de trabajo de la ANCMPPM ya que no ingresaron a la lista del patrimonio mundial como conjuntos urbanos. Un ejemplo es Casa Museo Luis Barragán -en México, Distrito Federal- inserta en un tejido urbano con el que tiene que interactuar armónicamente.

Otro caso es el de Tequila, Amatitán y Arenal⁷ pequeñas ciudades jaliscienses insertas dentro del perímetro de bien mixto denominado “Paisaje Agavero y Antiguas Instalaciones Industriales de Tequila”, cuyo espacio patrimonial requiere de tratamientos que en algunos aspectos comparte las problemáticas de los centros históricos de las ciudades que integran la ANCMPPM por lo que la experiencia podría ser de utilidad e

⁷ La población de Tequila en el año 2000 fue de 24.024 habitantes, de Arenal 9.796 y de Amatitán de 9.303 (INEGI, 2000).

incluso de mutuo beneficio.

Merece la pena enfocar las acciones realizadas en torno a la ANCMPPM como parte de un abanico de posibilidades para generar alianzas y diversificar las fuentes de obtención de recursos. De hecho el repertorio de iniciativas locales encaminadas a atender el patrimonio y gestionar el turismo resulta amplio y puede capitalizarse conceptualmente a escala nacional a través de la ANCMPPM.

Por ejemplo, Morelia ha realizado acciones determinantes por recuperar espacios públicos en el centro histórico, reordenar el comercio informal y por revalorizar su patrimonio, lo que le ha permitido consolidarse como destino turístico cultural. Una de las claves fue la generación de consensos sociales mediante el Patronato Pro-rescate del Centro Histórico creado el 18 de mayo de 1999 (Cabrales, 2002: 140).

En la ciudad de México opera desde el 14 de agosto de 2001 el Consejo Consultivo para el Rescate del Centro Histórico, mismo que ha puesto en marcha diversos instrumentos como la Fundación del Centro Histórico de la Ciudad de México, A.C. y la Sociedad Inmobiliaria Centro Histórico, S.A. También cuenta con algunos programas para atender temas como abasto de agua, seguridad y servicios públicos, bienestar económico y social, revitalización y recuperación urbana.

Entre 2001 y 2006 se invirtieron alrededor de dos mil millones de dólares para revertir la excesiva terciarización y recuperar patrimonio edificado destinado a residencia y hostelería. La proporción fue de 20 dólares de dinero privado por un dólar de dinero público.



En el centro histórico de la Ciudad de México se han hecho notables esfuerzos por mejorar infraestructuras, rehabilitar edificios y reordenar el comercio informal.

No obstante, las intervenciones sobre espacios tan simbólicos generan reacciones diversas que obligan a la búsqueda de acuerdos sobre la manera más democrática de gestionarlos.

El tratamiento a que son sometidos los centros históricos puede orientarse hacia una visión mercantilista que apela a convertirlos en destinos turísticos de elite, tentación que se presenta con mayor recurrencia en los sitios del patrimonio mundial ya que la declaratoria por si misma puede convertirse en una ventaja competitiva o por lo menos en un eficaz elemento de marketing.

Por efecto especulativo se tiende al vaciamiento demográfico y se estimulan usos terciarios. Tal modelo, además de atentar contra principios sociales empobrece la ciudad histórica y se aniquilan dimensiones intangibles del patrimonio. En ocasiones se falsifica o distorsiona la imagen del lugar y se convierte en una especie de parque temático que algunos dan en llamar “disneylandia” o “historilandia”.

Una acepción es cuando no se logra dinamización social ni económica, “museificando” o “fossilizando” el espacio urbano. Otra tendencia es la del repoblamiento por grupos sociales de clases medias y altas, conocido en el ámbito de las ciencias sociales como gentrificación. Si bien es cierto que por tal vía se puede recalificar espacios, el problema estriba en que los nuevos grupos desplacen totalmente a los residentes tradicionales.

Estas tendencias -museificación y gentrificación- no han sido sistemáticamente estudiadas para las ciudades mexicanas Patrimonio Cultural de la Humanidad. En descarga de esa preocupación, vale suponer que son de lugares que reflejan una gran vitalidad social pero la información disponible permite corroborar un gradual proceso de despoblamiento, por ejemplo, la Delegación Cuauhtémoc, la unidad política de mayor centralidad de la ciudad de México perdió 79.705 habitantes entre los años 1990 y 2000 (INEGI, 1990, 2000).

Esto lleva a defender la idea de la recuperación integral del centro histórico basada en la multifuncionalidad: apelar a su proyección como lugar de cruce social y laboratorio de apropiación diversa y democrática.

Si la punta de lanza de las políticas urbanas es la búsqueda de multifuncionalidad y en consecuencia la defensa y protección del uso residencial -el más deseable para alcanzar equilibrios funcionales y al mismo tiempo el más amenazado por las lógicas especulativas-, las acciones en esa dirección obligarán a mesurar la turistización del centro histórico, a garantizar la sostenibilidad del mismo y a buscar articulaciones entre el centro histórico y el resto de la ciudad-región.

La filosofía de recuperación necesariamente pasa por intereses de poder que cada grupo despliega. El caso de la ciudad de México aporta suficiente materia prima para el debate: el notable avance en la recuperación del centro histórico se debe en buena medida a la intervención activa de Carlos Slim Helú uno de los hombres más ricos del mundo, que en 2001 fue nombrado Presidente Ejecutivo del Consejo Consultivo para el Rescate del Centro Histórico.

Desde posiciones críticas se argumenta que se le asignó “el doble papel,

moralmente conflictivo, de promotor capitalista de la operación y cabeza del comité directivo público del proceso y de la inoperante y elitista estructura colectiva de consulta, en cuya composición brillaron por su ausencia los usuarios, vecinos y colonos de la zona, víctimas de los procesos de expulsión generados por toda revitalización con criterio empresarial” (PRADILLA & SODI, 2006: 169).

A reserva de los juicios de valor que en cada actuación puedan realizarse sería irresponsable desconocer que las condiciones económicas y políticas actuales requieren de esquemas mixtos, lo que en el léxico anglosajón se denomina PPP (public-private-partnership) y que en castellano suele conocerse como partenariado.

ROJAS (204: 186) documenta una gama de actuaciones público-privadas en centros históricos, destacando que “cuando funcionan eficientemente, generan incentivos para la inversión privada y la participación de la comunidad en los programas de recuperación urbana”.

Pero además habrá que tomar en consideración que lo que genéricamente se denomina “público”, encierra una complejidad que si no es reconocida, propicia propuestas ingenuas que impiden lograr eficiencia en el diseño y gestión de instrumentos de intervención.

Desde la práctica de la administración pública merece la pena analizar a profundidad y dar seguimiento a la experiencia acumulada por la ANCMPPM. Su estructura en red y los arreglos institucionales que se han puesto en operación podrían sistematizarse y nutrirse de esquemas innovadores.

Un marco adecuado para ello puede ser el concepto “Relaciones Intergubernamentales” desarrollado ampliamente en Estados Unidos por DEIL WRIGHT y discutido en el ámbito latinoamericano por UGARTE (2002) y GRIMALDOIRANGEL (2003).

Se parte de la aceptación que las competencias y responsabilidades del gasto público están fragmentadas en múltiples dependencias y niveles de gobierno. Un esfuerzo de coordinación puede generar efectos multiplicadores, mayor eficiencia del aparato público y de paso coadyuva a cultivar principios democráticos y descentralizadores.

GRIMALDOIRANGEL (2003: 45) insisten en que “las relaciones intergubernamentales no son necesariamente aquellas establecidas en las normas...el derecho por si solo no puede abarcar la enorme cantidad de transacciones que se presentan en situaciones políticas”, por lo que hay que tomar en cuenta elementos no jurídicos como el conflicto, el intercambio de recursos o los valores de los actores.

En tal sentido, la noción de “Relaciones intergubernamentales” se adapta bien para abordar políticas públicas complejas que escapan a los tratamientos sectoriales, por lo que se abre una expectativa para alimentar instrumentos de ordenación territorial y planificación urbana.

La creciente sensibilidad social hacia la protección del patrimonio puede facilitar

el logro de objetivos comunes que sólo puede llevarse a feliz término mediante una cultura de la cooperación, aspecto en el que las instancias públicas estarían obligadas a poner el ejemplo, lo que necesariamente requiere de funcionarios con perfiles modernos, capaces de negociar y talento político para lograr consensos.

Los antecedentes expuestos permiten inferir que la ANCMPPM está en el camino para consolidarse como un organismo innovador que representa una infraestructura de gestión que a partir de los compromisos asumidos y de su capacidad de interlocución con instancias administrativas supralocales puede alimentar políticas transversales. Con ello se podrán mejorar las condiciones del patrimonio universal radicado en México y de esa manera ofrecer sitios urbanos de calidad para el disfrute de ciudadanos locales y turistas, así como nuevos espacios de oportunidad para el desarrollo de las economías locales.

Bibliografía

Blanke, J. y T. Chiesa -editors- (2007), *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2007*, Ginebra, World Economic Forum, 460 p.

Cabrales Barajas, L. F. (2002), <<El centro histórico de Morelia: gestión social y revalorización del patrimonio>>, en *Anales de Geografía de la Universidad Complutense de Madrid*, No. 22, Madrid, Universidad Complutense, pp. 131-156.

Campeño Fernández, J.A. (1997), <<Planeamiento especial en Centros Históricos Patrimonio de la Humanidad>>, en Begoña Bernal Santa Olalla -coordinadora-, *El Centro Histórico de las Ciudades. Patrimonio Cultural*, Burgos, Caja de Burgos, pp. 81-125.

CONACULTA-INAH (2002), *El patrimonio de México y su valor universal. Lista indicativa*, México, D.F., Instituto Nacional de Antropología e Historia, 207 p.

Crespo-Toral, H. (2002), La Convención del Patrimonio Mundial y su impacto en América Latina, en *PH Boletín*, No. 40-41, Sevilla, Instituto Andaluz del Patrimonio, pp. 166-173.

Diario Oficial de la Federación (2006), *Presupuesto de egresos de la federación para el ejercicio fiscal 2007*, México, D.F., Cámara de Diputados del Honorable Congreso de la Unión, 57 p.

Fundación del Centro Histórico de la Ciudad de México (2006), <<2001-2006, Cinco años del plan de rescate del centro histórico>>, en *Centro, guía para caminantes*, No. 32,

México, D. F., Centro de Ediciones, S.A., pp. 66-108.

Gaggi M. & E. Narduzzi (2006), *El fin de la clase media y el nacimiento de la sociedad de bajo coste*, Madrid, Editorial Lengua de Trapo, 144 p.

García Hernández, M. (2004), <<La inserción de la función turística en los conjuntos monumentales españoles. Implicaciones para la gestión de los flujos de visitantes>>, en *Geocalli*, cuadernos de Geografía, No. 9, Guadalajara, Universidad de Guadalajara, 107 p.

Grimaldi Lorente, J. & C. Rangel Guerrero (2003), <<Importancia de las relaciones intergubernamentales en un sistema de gobierno federal>>, en *Provincia*, No. 10, Mérida, Universidad de Los Andes, pp. 38-52.

INEGI (1990, 2000), *XI y XII Censos Generales de Población y Vivienda*, 1990 y 2000, Aguascalientes.

INEGI (2006), *Anuario Estadístico 2006*, Aguascalientes, pp. 453-455.

Ministerio de Industria, Turismo y Comercio (2004), *Buenas prácticas de gestión del turismo cultural*, Madrid, pp. 76-85.

Mundo Ejecutivo (2002), <<Turismo, as sobre la manga>>, No. 275, México, D.F., Grupo Internacional Editorial, pp. 94-102.

Organización de Ciudades del Patrimonio Mundial (2005), *Carta de Guanajuato*, Guanajuato, OCPM, 46 p.

Pradilla Cobos, E. & D. Sodi De La Tijera (2006), *La ciudad incluyente. Un proyecto democrático para el Distrito Federal*, México, D.F., Editorial Océano, 288 p.

Rojas, E. (2004), *Volver al centro. La recuperación de las áreas urbanas centrales*, New York, Banco Interamericano de Desarrollo, 289 p.

Secretaría de Turismo (2005), Boletín de Prensa, 18 de mayo de 2005.

Secretaría de Turismo (2006), *El turismo en México 2005*. México, D.F., Secretaría de Turismo, 16 p.

Troitiño Vinuesa, M.A. (2000), <<El turismo cultural en las ciudades españolas Patrimonio

de la Humanidad>>, en *Turismo cultural: el patrimonio histórico como fuente de riqueza*, Valladolid, Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y León, pp. 111-138.

Troitiño Vinuesa, M.A. (2004), <<Centros históricos y turismo: desafíos de interpretación y estrategias de actuación>>, en Antonio Álvarez Alonso, Jesús Hernández Hernández y Moisés Simancas -Directores-, *Turismo y territorio en la sociedad globalizada*, La Laguna, Ayuntamiento de Adeje, Instituto Pascual Madroz del Territorio, Urbanismo y Medio Ambiente, pp. 191-216.

Ugalde, V. (2002), <<Las relaciones intergubernamentales en el problema de los residuos peligrosos: el caso de Guadalcazar>>, en *Estudios Demográficos y Urbanos*, No 49, México, D.F., El Colegio de México, A. C., pp. 77-105.

Anexo 1

Objeto y fines de la Asociación Nacional de Ciudades del Patrimonio Mundial (Capítulo II del Protocolo de creación de la ANCMPPM, A.C., Notaría No. 16, Cepeda Guerra, Querétaro, 06 de mayo de 1998)

- a) Contribuir a la aplicación de la Carta Internacional para la salvaguarda de las ciudades históricas, relativa a la protección del patrimonio mundial, cultural y natural.
- b) Fortalecer los lazos de unión entre los pueblos que se encuentran enumerados y representados por las autoridades signantes en este convenio. Fomentando la mutua cooperación y el intercambio de información relacionada con la protección del Patrimonio Mundial.
- c) Las Ciudades Mexicanas del Patrimonio Mundial, y sus representantes signantes en el presente convenio, asumen el compromiso de no solo preservar, sino de estrechar lazos para dar a estas ciudades una fisonomía económica, cultural y arquitectónica sobresaliente, iniciando por la revisión, compactación y pertinencia de sus legislaciones y estrategias en materia de:
 - Protección y conservación de zonas típicas y monumentos coloniales.
 - Reglamentos municipales de imagen urbana.
 - Búsqueda de estrategias y revisión de normas estatales y municipales de regulación al comercio, industria y turismo.
 - Protección e impulso al turismo familiar.
 - Compartir experiencias en materia de administración pública municipal y de la metrópoli.
 - Asentamientos humanos irregulares.
 - Promoción de la macro y la micro industria, así como la artesanía.
 - Pugnar el impulso y la creación de un Consejo Intermunicipal de Fomento Económico,

Industrial, Turístico y Cultural, donde participen los sectores público, privado y social de todas las ciudades participantes de este convenio.

- d) Pugnar por la búsqueda de mecanismos que impulsen la producción, incentiven la creación de fuentes de empleo; el fortalecimiento de las cámaras de comercio, industria y turismo, que serán instrumentos de transformación de nuestras ciudades; el fortalecimiento municipal que nos reclaman nuestros vecinos, pasará indiscutiblemente por allegarnos recursos propios para la eficiente y expedita prestación de los servicios públicos que nos competen. Instituciones así entendidas, harán de la autosuficiencia, autodesarrollo y autoseguridad, una realidad a la añeja aspiración de la autonomía plena de las mismas.
- e) Pugnar por la realización de la Feria Anual de las Ciudades Patrimonio Cultural de la Humanidad, haciendo una designación de sede rotativa y de manera democrática, para que allí, exhibamos los productos de la región, impulsando la imagen de nuestras ciudades y haciendo atractiva su visita; realizando concursos artesanales, y propugnando porque en el almanaque nacional, se destine un día exclusivo para las Ciudades Mexicanas del Patrimonio Mundial.
- f) Establecer y mantener acciones de solidaridad internacional con vistas a promover y compartir los objetivos de la Asociación en materia de investigación, formación e intercambio de conocimientos en el sector de la gestión de la conservación de las ciudades del Patrimonio Mundial con las demás ciudades, instituciones y organizaciones regionales, nacionales e internacionales que persigan objetivos análogos y apoyarlas en su esfuerzo por alcanzarlos.
- g) Orientar de la mejor manera, los estudios e investigaciones de los especialistas y expertos con la colaboración de organismos especializados, hacia las necesidades de los responsables de la administración de las ciudades, procurado que los servicios públicos de las ciudades miembro contribuyan a la realización de los objetivos de la Asociación.
- h) Lograr el acceso a instrumentos de gestión modernos, fiables y eficaces, así como los recursos económicos necesarios para cumplir los objetivos.
- i) Realizar foros de consulta, con la participación de organismos públicos, privados y sociales, nacionales y extranjeros, que tengan finalidades comunes con la asociación.
- j) Gestionar la creación de un fondo al que los asociados puedan ocurrir para la preservación, mejora, difusión, aplicación de sus acervos culturales y recursos naturales.

Anexo 2

Ejemplos de algunas obras de acondicionamiento urbano realizadas mediante el convenio entre la ANCMPPM y la Secretaría de Turismo

Campeche:

- Proyecto de los parques San Martín, Santa Ana y el Pasaje de San Juan de Dios.
- Alumbrado público y vialidad.

Ciudad de México:

- Iluminación de la Plaza Tolsá.
- Intervención del extemplo de Corpus Christi.

Guanajuato:

- Rescate del antiguo camino y Río Marfil.
- Rehabilitación de las calles Sopeña, del Truco, Manuel Doblado y Luis González Obregón.
- Iluminación escénica del Camino de Marfil.
- Restauración de las arquerías de la calle Belaunzarán y de la calle subterránea (Av. Miguel Hidalgo).
- Dignificación e integración al contexto de elementos constructivos contemporáneos en la calle subterránea.
- Iluminación escénica del Pasaje Humboldt y de la calle Belauzarán.
- Rehabilitación del Jardín de la Unión y calles colindantes y de la Plaza de la Constancia y calles colindantes.

Morelia:

- Iluminación escénica de la Iglesia de San José.
- Mejoramiento de aceras del Centro Histórico.
- Iluminación de edificios y espacios públicos relevantes.
- Restauración de la Plaza de Armas.

Oaxaca:

- Mejoramiento de imagen urbana de la Plazuela de la Cruz de Piedra.
- Mejoramiento de imagen urbana del Callejón Boca del Monte.
- Restitución de guardacantones en áreas peatonales del Centro Histórico.

Anexo 3

Sitios mexicanos inscritos en la Lista Indicativa en mayo de 2001 (CONACULTA-INAH: 2002: 5-6)

Bienes Culturales:

- Antigua ciudad maya de Calakmul.
- Misiones franciscanas de la Sierra Gorda.
- San Luis Potosí, una ciudad de traza procesional.
- Bosque, cerro y Castillo de Chapultepec.
- Poblado histórico de Alamos.
- Ciudad prehispánica de Cantona.
- Templo de Santa Prisca y su entorno inmediato.
- Ex Colegios jesuitas de Tepetzotlán.
- Templos de la Provincia Zoque.
- Gran ciudad de Chicomostoc – La Quemada.
- Zona de Monumentos Arqueológicos de Mitla.

Bienes Mixtos:

- Poblado histórico de San Sebastián del Oeste.
- Cuevas prehistóricas de Yagul y Mitla en los valles centrales de Oaxaca.
- El Ahuehuete de Santa María del Tule.

Paisajes Culturales:

- Acueducto del Padre Tembleque.
- Paisaje agavero y antiguas instalaciones industriales de Tequila.

Itinerario Cultural:

- Camino Real Tierra Adentro.

Patrimonio Industrial:

- Instalaciones industriales de Monterrey: fundidora, cervecería y vidriera.
- Instalaciones ferroviarias de la ciudad de Aguascalientes y su unidad habitacional.

Patrimonio Moderno (siglos XIX y XX):

- Casa museo Luís Barragán.
- Museo casa estudio Diego Rivera y Frida Kahlo.
- Edificios industriales de Ludwig Mies Van Der Rohe y Félix Candela.
- Ciudad Universitaria (UNAM).



Segunda Parte: Análisis de casos



Capítulo VII: Articulación Patrimonial de Granada: Albaicín, Alhambra y Centro

1. Introducción

El caso de Granada está claramente determinado por la presencia de la Alhambra como destino turístico de primer orden, pero este factor ha planteado históricamente en la ciudad cuestiones de gran interés, tanto funcionales como de desarrollo económico y hasta de competencia entre polos de atracción con un fuerte contenido patrimonial, urbanístico y paisajístico como el Albaicín y el Área Centro aglutinados en torno a la extensión por el llano de la Granada hispanomusulmana y renacentista.

Una ciudad de colinas o de vertientes como Granada ha planteado constantemente una dualidad: la intensidad de las vistas y los obstáculos físicos para las relaciones. Pero ha sido algo más que un problema de topografía, porque cada parte de la ciudad se ha distinguido por tratar los temas con una cierta ausencia de los otros, rehuyéndose el debate necesario para enriquecer el intercambio.

Dado el enfoque del seminario celebrado en Baeza hacia los aspectos turísticos-patrimoniales y urbanísticos se plantean en esta colaboración las claves de un posible entendimiento y complementariedad entre zonas que tienen una gran personalidad como trama urbana, con referencias visuales y con acentos exclusivos y exquisitos desde el punto de vista del patrimonio cultural.

Sin embargo es importante acudir a contextos diversos para argumentar la interesante relación entre turismo y recuperación urbana, incluso tratar de responder a algunas preguntas que se plantean en relación a temas tan importantes como la mixtificación de la escena urbana y de la arquitectura, el abandono de políticas fiables hacia el patrimonio arqueológico y su papel redescubridor de la ciudad, o la instrumentalización de la memoria en las tareas de revitalización... ¿Nos sirve el pasado para hacer que el presente adopte un perfil innovador?

En el artículo se trata otro aspecto de interés para el seminario por su relación con las ciudades incluidas en la lista de Patrimonio de la Humanidad ya que Granada se encuentra en una tesitura especial no del todo ajena a las características intrínsecas de este tipo de declaraciones. Se plantea también una reflexión para avanzar en la idea de una ciudad que debe ser capaz de ofrecer un futuro interesante, superior en sí mismo a la ya importante oportunidad de una declaración como ciudad plena incluida en el grupo de Ciudades Patrimonio Mundial de España.

2. Recuperación urbana. Un propósito en constante revisión

La recuperación urbana depende de factores diversos en los que se implican tanto las administraciones, como las entidades privadas y el público. Es difícil establecer un punto de partida común ya que las ciudades pueden estar largo tiempo en procesos de decaimiento progresivo sin poder articular unas políticas adecuadas de revitalización. La relación de la ciudad antigua con el resto puede ser también desigual de modo que el crecimiento en las zonas de expansión se hace muchas veces sin vínculos precisos con el casco histórico, aunque puede tenerlo como referente o vivir a sus expensas traspasándole funciones de representación.

Generalmente los procesos de recuperación se deben a una suma de circunstancias, por esta razón los sectores que tradicionalmente actúan como motor no deben despegarse excesivamente del resto. Es conocido el caso de administraciones que se han volcado en acciones de planificación y de inversión puntual en un centro histórico y no se ha producido la revitalización de manera proporcionada, provocando un decaimiento de las expectativas y una retirada gradual de las instituciones respecto al proceso. Los planes que no se atienen a las demandas, que no responden a las necesidades, que no se conciertan adecuadamente con los agentes y los ciudadanos, no son sostenibles y retrasan el cambio positivo de los ambientes urbanos.

Los poderes públicos deben ser conscientes de la importancia de los procesos que pueden introducirse en las ciudades y de la relación que tienen las posibles acciones con un patrimonio de carácter único e irrepetible. Solamente puede contestarse a esta premisa con la calidad inexcusable que debe presidir la revitalización de las ciudades. Es necesario no arriesgarse a actuar con precipitación y a ser muy exigentes en la calidad de los trabajos emprendidos.

2.1. Coordinadas de una transformación

Las administraciones competentes, locales o regionales, deben responder, en el caso de la ciudad histórica, con planes de gestión que integren las políticas de protección, conservación y revitalización, y abran la ciudad histórica a la participación de los ciudadanos y de los agentes privados. Esta política coordinada debe basarse en los siguientes aspectos:

- Detección de los factores que inciden en el desarrollo urbano y propician su cambio:
 - Demanda ciudadana de mayor habitabilidad de la ciudad antigua.
 - Protagonismo creciente del turismo en algunos enclaves.
 - Demanda de vivienda en buenas condiciones de uso.
 - Aumento de las transacciones comerciales y la venta de suelo o edificaciones en el casco histórico.
 - Demanda para la implantación de negocios del sector terciario y servicios.

- Exigencias de nuevos equipamientos o mejora de los existentes.
- Crecimiento de la movilidad interna y externa (urbana e interurbana). Necesidades crecientes en transporte público.
- Detección de los procesos de deterioro que se oponen a estas demandas. Se pueden citar como ejemplos:
 - Abandono de actividades.
 - Emigración de la población.
 - Tugurización de sectores urbanos completos.
 - Procesos incontrolados de ruina.
 - Cierre de negocios comerciales y otros.
- Razonable anticipación en los procesos de cambio para producir planificación en la que pueda apoyarse de manera racional el desarrollo posterior de la ciudad.
- Articulación entre los poderes públicos y las demandas ciudadanas a través de instrumentos de participación real en las decisiones.
- Mejora de la comunicación de la ciudad histórica a través de Internet con proyectos integrales y accesibles a la población para su uso particular y para la promoción de las actividades relacionadas con el trabajo y el ocio.
- Publicidad y transparencia de las acciones con el establecimiento de canales de comunicación a través de los nuevos medios para informar, entre otros aspectos de:
 - La evolución del suelo y las edificaciones de carácter público. Usos del suelo. Transformaciones.
 - Los cambios experimentados por los indicadores urbanos: población, espacios libres, conservación, medioambiente, actividades (comercio, turismo, ocio, cultura, industria ligera) y otros.
 - La evolución de las inversiones.
 - Los valores que motivaron la inclusión en la lista de Patrimonio Mundial. Evolución. Variaciones estimativas de esa calificación inicial.
- Establecimiento de patrones muy claros de protección y conservación que permitan mantener la ciudad histórica sin desvirtuarla.
- Inclusión en esa estrategia de medidas que conserven o mejoren el equilibrio entre el lleno y el vacío para evitar la densificación de la ciudad, respetando jardines y espacios libres privados y públicos o implantando otros nuevos cuando el caso lo requiera.
- Incorporación a la vida de la ciudad de la riqueza material del patrimonio arqueológico que tradicionalmente se vienen rechazando y ocultando, de forma que se cualifique la escena urbana, de una manera fehaciente, con la huella del pasado.
- Definición del reequipamiento de la ciudad actuando sobre inmuebles fuera de uso, en estado de abandono o en condiciones deficitarias de ocupación.
- Incorporación de políticas que articulen la participación de los sectores privados en actividades diversas: nueva residencia, industria cultural, hoteles, oficinas, comercios,

negocios, etc. Preparación de una información accesible a los sectores de interés para recuperar el uso de edificios antiguos para actividades diversas.

- Establecimiento de programas de rehabilitación blanda a cargo de los ocupantes de las viviendas existentes para modernizarlas y adecuarlas a modos de vida más confortables: baños, cocinas, protección de humedades, calefacción, instalaciones varias y otras necesidades.
- Vivienda alternativa para otros sectores de población de la zona o que reocupen el centro.
- Inserción del turismo para que actúe como refuerzo a las actividades urbanas. Búsqueda de una relación sostenible entre el turismo y los hitos patrimoniales o ambientales del lugar.
- Modificación de las pautas de accesibilidad y transporte público para facilitar la conexión con toda la ciudad.

2.2. Un ejemplo repetido de mixtificación. El fachadismo.



Demoliciones en el barrio de San Matías de Granada tras varias décadas de ruina progresiva de las edificaciones.



Mantenimiento de una fachada en la plaza de Gamboa del barrio de San Matías de Granada, tras la demolición no autorizada del resto de la edificación.



Mantenimiento de una fachada en el casco histórico de Málaga tras la demolición completa del interior.



El hotel Zaida de Granada de Alvaro Siza (arquitecto colaborador Juan Domingo Santos). Ejemplo acertado de inserción de la arquitectura contemporánea en la ciudad antigua.

Los procedimientos de actuación en la ciudad histórica pueden desvirtuar de forma drástica la autenticidad de un lugar. Salvo en situaciones en las que se ha asumido de manera fehaciente la cultura de la rehabilitación o restauración, el sector inmobiliario es reacio a las intervenciones respetuosas con el pasado material e inmaterial del patrimonio cultural. Es difícil cambiar los modos de producción hacia tareas detallistas que excluyen la demolición. Con mucha frecuencia se acude a una falsa política rehabilitadora que se esconde tras muchas de las actuaciones: las fachadas de los edificios se mantienen pero detrás hay una destrucción sistemática, la mayoría de las veces completa, de la arquitectura preexistente. Ante normas protectoras del patrimonio inmueble existe una picaresca extendida de demoler tras la fachada desde el inicio de la obra o de forma paulatina para eludir una posible inspección, pero con el mismo resultado: no dejar rastro del edificio anterior.

En los planes del futuro es preciso acotar muy bien estas acciones, apoyar la rehabilitación blanda para restituir habitabilidad a los edificios y permitir edificaciones de nueva planta cuando sea imposible la recuperación. La arquitectura contemporánea debe estar presente en la ciudad con respuestas adecuadas al entorno. La ausencia de debate en torno a la arquitectura de recambio en las ciudades antiguas está dando lugar a una situación que es inaceptable como sistemática.

2.3. El papel de los vacíos



Relevancia de los espacios libres públicos y privados en el Área Centro del Casco Histórico de Granada. [Plano del PEPRI del Área Centro de Granada. Fase de Avance. Pedro y Federico Salmerón, Arquitectos]



El patio como forma de vida colectiva, en una escala semipública en relación con la calle inmediata. "Casa de las Columnas" en el Jirón Conde de Superunda de Lima (Perú).



Valoración del espacio de protección de un monumento en relación con el entorno. Hospital Real de Granada, sede del Rectorado de la Universidad.



Muralla nazarí en el Albaicín. Los vacíos que se crean en torno a los monumentos son especialmente significativos en las murallas por su escala y relación de dominio en grandes franjas urbanas.

Los vacíos (patios, jardines y otros), los entornos de los monumentos, los espacios públicos, son una cualidad esencial de la ciudad antigua. Significan un equilibrio a mantener y revitalizar. En general la ciudad histórica es rica en espacios libres que representan como

pocos su idiosincrasia, su manera de ser o estar en el tiempo. Esos espacios no son públicos necesariamente. En la propuesta de ordenación del Plan Albaicín (Granada) de 1975, de los arquitectos López Jaén y Adriana Bisquert, se incluía una posible apertura a la visita y una cierta permeabilidad visual de los jardines privados de los cármenes y casas del barrio, lo que dio lugar a fuertes protestas porque algunos propietarios sospechaban una posible incorporación al uso público. Lo interesante de esa situación fue la constatación de la existencia de un espacio no ocupado, de gran riqueza, tras las tapias de un entramado urbano que ofrece, como parte de su matriz hispanomusulmana, una impenetrabilidad característica. Ese vacío está ahí y no es tan necesaria su incorporación a lo público como su disfrute por los habitantes.

No se trata de establecer una defensa indiscriminada de la relación lleno - vacío existente porque pueden darse también en cascos antiguos situaciones inaceptables desde el punto de vista higiénico. Es cierto que la visión higienista a ultranza ha justificado demoliciones sistemáticas pero, obviamente, no se trata de recuperar un planteamiento de este tipo, sino acometer un esponjamiento selectivo de la trama, a nivel de proyecto urbano, cuando sea necesario.

Las relaciones entre los vacíos interiores y los espacios públicos de proximidad a la residencia propician un paisaje de gran interés ambiental. Esto es especialmente manifiesto en ciudades como Córdoba y Sevilla, pero especialmente en la primera, donde la calle y la plaza, sea cual sea su escala, tiene siempre un correlato en los patios privados de las casas del casco antiguo que se dejan ver a través de zaguanes y cancelas. El patio se manifiesta como un lugar de convivencia que tiene una relación con las viviendas del edificio y con la calle, actuando como un filtro que aminora el impacto del clima exterior, especialmente en el estío, con la sombra, el agua y las plantas.

Los espacios libres de los monumentos son el resultado de un equilibrio histórico entre el inmueble y la trama. Los monumentos en España están más aislados de la trama de lo que estuvieron en otras épocas, ya que las adquisiciones de suelo y las intervenciones restauradoras han procurado, a partir del s. XIX, un refuerzo del vacío como referencia casi obligada de preservación.

A veces la desaparición de un inmueble de gran importancia ha motivado la aparición de una plaza pública como ocurre con frecuencia en los espacios con nombres del santoral que se refieren a conventos desaparecidos tras la Desamortización de Mendizábal. Sea por la pertenencia a su legado original o por adición en el tiempo, los vacíos vinculados a los monumentos son una característica de las ciudades antiguas y objeto de un cuidado especial para garantizar su permanencia en las mejores condiciones de contemplación y de uso.

Una gestión alternativa a la actual en las ciudades españolas exigiría el establecimiento de patrones referidos a estas condiciones del espacio no ocupado tanto público como privado, para la mejora de la calidad de vida urbana, de la ciudad

antigua como de la nueva, especialmente cuando se pone en riesgo por la especulación inmobiliaria.

2.4. El pasado como activo. Los fines de la recuperación del patrimonio



El público visualiza Berlín, su evolución e historia, a través de un viaje interior por la cúpula del Reichstag renovado por N. Foster



Fragmentos del muro de la vergüenza expuestos en la Postdamerplatz representan un encuentro novedoso con un resto arqueológico del Berlín de hace apenas dos décadas.



Serie de imágenes de los Nuevos Museos en la Isla de los Museos de Berlín. Una persona contempla a través de unos visores los edificios en tres series sucesivas: pasado (1912/1920) – presente (2005) – futuro (2009). Las fotografías se tomaron en 2005 a través de los diferentes visores.





Fachada del Berlín Oriental (2005) en proceso de renovación en la que se conservan huellas de los disparos de la Segunda Guerra Mundial en una parte del revoco sin revestir.



Mausoleo del Holocausto Judío en Berlín. Arquitecto Peter Eisenmann.



Las huellas del agua. Aljibe de época hispanomusulmana en el barrio del Albaicín de Granada.



La Rauda. Restos del Mausoleo de los Reyes Nazaríes en la Alhambra, durante la excavación y tras la incorporación a la visita del Monumento.



Taller de fragua (2002) en una antigua casa de estructura de madera en Zaruma (Ecuador). Dificultad de reconocimiento e integración a nivel socioeconómico de los recursos de alto valor antropológico presentes en muchas ciudades.



Huertas roturadas en el Generalife. Una necesidad estricta para la conservación y puesta en valor del paisaje del territorio Alhambra.

El recurso a la memoria ha sido muy frecuente en la literatura de los bienes culturales. Se le ha otorgado carácter de envolvente de todo lo que representa el pasado dándole una función instrumental. La memoria no es añoranza de ese pasado sino algo que forma parte del presente: el ser humano o la propia sociedad elaboran pautas que conectan con la memoria de hechos que provocan cambio o estancamiento, e incluso retroceso.

El debate, muy actual, sobre la prohibición de símbolos y actitudes que recuerdan hechos dolorosos del pasado, como por ejemplo el castigo penal instituido en Austria al que niegue la existencia del Holocausto Judío en el transcurso de la Segunda Guerra Mundial, explica hasta qué punto las acciones de los humanos están en continua interacción con el pasado.

En lo que se refiere a las ciudades históricas la memoria puede ser evocada de muchas formas y, en general, enriquece de manera notable el reconocimiento de toda la ciudad a través de huellas que se hacen manifiestas en escalas sorprendentes cuando se acometen como parte del proyecto urbano.

El turismo ha sido en este terreno un agente provocador o cuanto menos coadyuvante de esa actitud creativa de rastreo. Ciertas ciudades han querido unir la evolución urbana más avanzada con la presencia de elementos que superan el criterio de monumento tradicional. Se trata de una actitud innovadora presente en muchas ciudades que han renovado su discurso por una demanda interna que exige ese reconocimiento del pasado. Pero también por el atractivo que ejercen estos pasajes de la ciudad en el visitante, que es atraído por la fuerza de otras representaciones que no habían tenido, hasta ahora, un correlato tan claro.

La ciudad de Berlín parece empeñada en cambiar de forma radical a partir 1989 con la caída del muro que levantó la RDA en 1961 para dividir la ciudad en dos zonas. Un episodio que marcó definitivamente la forma de organizarse a todos los niveles,

y tuvo un coste moral y de vidas humanas que ha sido debatido profusamente y con apasionamiento. El presidente JF Kennedy dio un discurso a los berlineses el 11 junio de 1963, en plena Guerra Fría, en el que remató algunas frases célebres con un estribillo: decidles que vengan a Berlín...Y la ciudad, probablemente sin recordar la apostilla de JFK, lleva varios años reclamando la atención de todo el mundo, diciendo que está preparada para que la visiten. Son muchos los viajeros que se han acercado estos años al nuevo Berlín.

No es el momento de hablar en profundidad de las transformaciones que han tenido lugar en Berlín a partir de la caída de los 120 km de muro. El glacis que lo envolvió, por razones obvias de control, ha sido aprovechado de manera notable para rearticular la ciudad y establecer una renovación urbana profunda de gran interés, aunque forzada por una perspectiva desarrollista, neocapitalista. En transporte urbano se hace una previsión ejemplar para el enlace y ampliación de la red que comunica todo Berlín, cosa que mostraron con claridad los proyectos en la exposición de la Postdamerplatz, al igual que la reserva de espacios para las infraestructuras asignadas a las nuevas tecnologías.

Arquitectos de todo el mundo fueron convocados para hacer propuestas del nuevo Berlín que hoy se pueden contemplar acabadas. La reconstrucción del Reichstag por Norman Foster se convirtió en el punto de apoyo para la renovación administrativa que tuvo lugar a partir de la reunificación de Alemania en 1990 y la devolución de la capitalidad a Berlín que se materializa en 1999 con la celebración del primer parlamento en el edificio renovado. Los equipamientos de la nueva capitalidad se despliegan junto al río Spree.

La antigua cúpula del Reichstag adquiere un perfil apuntado tras la remodelación, parangonando a Brunelleschi en Santa María dei Fiori, convirtiéndose en un mirador de la ciudad con un gran atractivo turístico. Las colas se suceden todos los días para recorrerla en una interesante ascensión que describe el Berlín actual a partir de un pedestal que recuerda los hechos más importantes de la vida del edificio y de la ciudad, con fotografías de la destrucción de Berlín en la guerra y de la quema del propio Reichstag por los nazis. En este caso el pasado se retoma a través de la reutilización de un vacío, una recreación de la bóveda celeste en vidrio y acero para albergar un trasiego incesante de multitudes curiosas que observan atentas la ciudad renovada.

El propio muro se incorpora al bullicio de la Postdamerplatz segmentado en trozos y montado como si se tratase de paneles expositores donde los vestigios del muro tienen el carácter de una estampa, de una reliquia. Una manera de recordar la arquitectura a través del fragmento, como ocurre con los mosaicos y estucos que se presentan en los museos para dejar en manos del espectador la reconstrucción del todo.

La Isla de los Museos de Berlín que alberga más de 150 instituciones museísticas y está incluida en la lista de Patrimonio Mundial, experimenta una renovación importante recobrando la imagen de algunos edificios antiguos en una operación reestructuradora que recuerda esfuerzos tempranos tras la Segunda Guerra Mundial (Varsovia). En 2009

se terminará una interesante operación de recuperación selectiva de la memoria de la museografía alemana de época neoclásica al reconstruir los Nuevos Museos, destruidos parcialmente en la contienda, creados para albergar las colecciones egipcias, prehistóricas y antiguas. Las fotografías que acompañan a este artículo permiten reconocer una valla de obra con una descripción de la intervención y visores ópticos para que el visitante comprenda el alcance de la operación.

Pero también hay pequeños gestos, marcas más leves que se conservan intactas, que actúan como contrapunto: en muchas fachadas se dejan sin tocar parte de las huellas de los disparos sobre los revocos o los sillares, actuación selectiva que reconduce de nuevo la mirada hacia atrás. ¿Importa acaso el tiempo transcurrido o la escala de los signos que se ponen de manifiesto?

El ejercicio de la memoria se afina con otra huella, en este caso de la antropología del sufrimiento, homenaje de la ciudad de Berlín al Holocausto, con un mausoleo rabiosamente moderno concebido por Peter Eisenmann. Inaugurado en 2005 en una posición cercana a la Puerta de Brandenburgo presenta un conjunto inquietante de cenotafios prismáticos de diferente altura y alineación que se corresponden en el subsuelo con una historia de la tragedia contada a través de sus protagonistas: fotos, cartas, descripciones del entorno familiar y social. En este caso, para enfrentar un pasado dramático, se recurre a un monumento que recuerda los crímenes de un pueblo contra otro. El intento de aniquilación.

El ejemplo de Berlín es elocuente porque la ciudad convierte su pasado en una encrucijada de elementos materiales dispuestos como hitos de escala variopinta, que son expresivos de una información que el ciudadano y el visitante pueden visualizar sin necesidad de señales escritas.

Son esas huellas, a veces sutiles, las que dicen mucho de una ciudad que es respetuosa y creativa respecto a su pasado y lo incorpora con un sentido contemporáneo dándole calidad a la formalización del presente. Como las puertas de las murallas que han permanecido y siguen ejerciendo un papel de cierre de un entorno urbano o los antiguos aljibes y la impronta de las acequias en ciudades como Granada que anuncian el valor del agua en lugares donde es escasa. Y rememoran la cultura hispanomusulmana que fue capaz de unir indisolublemente el diseño de la ciudad con el suministro de aquella, parangonando a la antigua Roma. O la Rauda, jardín funerario de la Alhambra, con los restos del mausoleo de los reyes nazaríes y la traza de las tumbas principales que evocan la presencia de una dinastía creativa capaz de construir un palacio, convertido en una rareza, único ejemplo en su género que se conserva desde el medievo. Visitado por millones de personas...

Son del máximo interés para establecer vínculos creativos con el pasado la integración en la escena urbana de las espirales del tiempo que pueden ser presentadas, reutilizadas o aniquiladas. La arqueología y la antropología saben de eso porque con

demasiada frecuencia se asimila la huella del pasado con el estorbo. Generalmente se trata de un problema de incompatibilidad con la forma de producir ciudad debido a la especulación inmobiliaria y el concepto antisocial de la propiedad del suelo en España. La arquitectura vernácula, los restos arqueológicos, las secuencias de las antiguas tramas como los adarves, son los grandes damnificados de una manera inconsecuente de actuar respecto al pasado. Son frecuentes los ejemplos de ciudades históricas que, en los procesos de reforma interior y en los propios planes urbanísticos, no han sabido integrar la arquitectura atrapada de antiguas haciendas, cortijos, casas de labor, posadas, y otros ejemplos de gran valor que han sido desmontados de catálogos y proyectos de intervención. O yacimientos arqueológicos que han quedado enterrados y, con mucha frecuencia, expoliados o destruidos sin intentar el más mínimo compromiso con la nueva ciudad. A esa actitud se contraponen proyectos como el que acomete la Universidad de Granada en 2007 realizando una excavación arqueológica del edificio de la Madraza en pleno centro de la ciudad y proponiendo la presentación de los restos más relevantes del patio de la antigua madraza nazarí y del oratorio.

Presentación contemporánea del pasado usando materiales originales o recreación de determinados hechos con nuevas aportaciones, la recuperación del patrimonio tiene un fin en sí mismo como afirmación de los artificios creados por el ser humano, pero también como cultura material que expresa la esencia de las cosas con hechos construidos en el espacio o figurados a través de mecanismos expresivos como la palabra, la música, las letras, la fotografía y otros.

3. Granada. Implicaciones urbanas y paisajísticas de una ciudad colina



Delimitación de las grandes áreas del Conjunto Histórico de Granada.



Vista de Granada de Guesdon (1853) y fotografía desde un punto de vista similar. Se observa la elevación de alturas realizada en la remodelación del casco antiguo en el s XIX y el trazado de la Gran Vía terminado a primeros del s. XX. La ciudad-colina queda en entredicho con la homologación de alturas.



Competencia de las edificaciones que envuelven las colinas de Granada. Visión de la ciudad en 2000 desde uno de los miradores usados por Anton Van der Wyngaerde para sus vistas de Granada para Felipe II. (Dibujo del autor).

Hotel Reúma edificio realizado a primeros del s. XX sobre un antiguo carmen bajo la torre de Comares. Doble espiral del tiempo que se incorpora a la ciudad como embajada de la Alhambra.



Esquema del Plan Director de la Alhambra, en trámite de información al público en mayo-junio de 2007, en el que se propone un itinerario basado en los miradores históricos desde los que es posible contemplar la ciudad y la Alhambra en una serie de correspondencias de gran interés paisajístico.

Granada sirve como referencia para un debate que está de actualidad: es difícil hablar de la riqueza patrimonial de un lugar sin plantearse las relaciones territoriales, urbanas o paisajísticas. Sean enclaves de topografía accidentada, donde las alteraciones se hacen patentes desde múltiples puntos de vista, o perspectivas concretas donde los elementos destacados del patrimonio inmueble hacen de sistema de referencia. La cuestión, cada vez más relevante de la relación con el entorno, empieza a repetirse en diferentes puntos de la geografía española por un avance inmobiliario que ha dejado cortos los desfueros de otras épocas desarrollistas.

La forma de articular el patrimonio no se ha desprendido aún de la focalidad concedida al monumento, al objeto que se individualiza por encima del resto, fruto de una manera de ver las cosas añadiendo atributos a un “patrimonio selecto” de la ciudad. Puede que esta manera de afrontar el protagonismo de ciertos objetos esté vinculado a la forma burguesa de concebir la ciudad antigua sobreactuando en el objeto urbano de forma unitaria; al menos en las grandes concepciones transformadoras de los centros importantes de las ciudades llevados a cabo desde la mitad del s. XIX hasta bien entrado el s. XX. Esta manera de actuar necesitó destacar y aislar determinadas piezas para poder intervenir sobre todo el contexto y transmutó el concepto de ambiente que la visión romántica del lugar había resaltado de forma eficaz enlazando entorno y monumento. Se daba, por tanto, un doble juego: el monumento se hacía más patente pero se forzaba, a veces de manera grandilocuente, un nuevo ambiente.

También ha sido una forma de supervivencia de los grandes emblemas y artificios contruidos por la humanidad. Su capacidad de arraigo les ha hecho dialogar con las nuevas formas urbanas, influyendo con sus atributos en la formación de perspectivas, en los trazados urbanos, en el color, en la organización de las fachadas urbanas. Cuando las soluciones se han orientado desde una posición de diálogo, formalizando propuestas novedosas para la ciudad y adaptadas a las necesidades cambiantes de vida de la misma, los elementos más significativos del patrimonio se han enrocado en un nuevo contexto, se han revitalizado por el hecho de acrecentar su relación con el medio.

En ciudades como Granada la topografía se convierte en una forma de reconocimiento del tejido urbano. Si se contempla una maqueta de la ciudad a comienzos del s. XVI la morfología urbana depende de los perfiles acolinados de las estribaciones de Sierra Nevada al llegar a la planicie de la vega. La escisión en colinas se marca a través del río Darro y aparece una ciudad dual, una forma de crecimiento que tiene dos grandes polos, determinantes en la evolución a lo largo del tiempo. La manera de asentarse la ciudad en el terreno ha definido en cierto modo una monumentalidad urbana anclada en valores formales otorgados por la topografía. Los viajeros del XVI reflejan esa realidad, especialmente Anton Van der Wyngaerde que hace, por encargo de Felipe II, un trabajo donde prima el reconocimiento del lugar sobre las intenciones de tipo compositivo.

El análisis de los perfiles urbanos no puede conducir a un sofisma que asocie

topografía con belleza o con valor artístico de manera directa. Ciudades llanas como Sevilla se identifican morfológicamente con acentos muy sutiles que es posible reconocer en forma de terrazas fluviales con pequeñas pendientes, sinuosidad del río Guadalquivir, orientación cambiante de la trama, pequeños desniveles y otros artificios que otorgan a los vacíos, a la vegetación y, especialmente, a los edificios un papel primordial en la identificación del paisaje.

Ciudades más lejanas como Lima (Perú) con un piedemonte accidentado que recuerda a Granada, resuelve la articulación de buena parte de los barrios céntricos de la ciudad en una plataforma continental llana que se corta abruptamente contra el Pacífico. Ésta es reconocible de forma similar a Sevilla, evidenciando una dirección perceptiva destacada por la inclinación del plano del suelo que vierte hacia el océano.

La característica diferencial de Granada respecto a ciudades con un perfil plano predominante es su configuración a partir de una ciudad acrópolis que se mixtifica a lo largo del tiempo por la competencia de las grandes extensiones en el llano. Se puede hablar de una matriz de ocupación de los cerros que indica una forma sistemática de colonizar las cumbres de los avances del piedemonte agreste, al igual que en la forma de habitar el espacio interior en el mundo hispanomusulmán se produce una eclosión de ámbitos concatenados e interdependientes. En la Alzaba Cadima se instala el germen de la ciudad a partir de la meseta que la corona, en la Sabika aparece la Alcazaba en el vértice más externo de la ciudad fortificada, en el Mauror se produce un doblete con Torres Bermejas en paralelo con el anterior dotando a la implantación de concomitancias antropomorfas, el Generalife se desarrolla en el lateral avanzado y mejor orientado de las estribaciones de los Cerros del Sol y la Silla del Moro como torre vigía que avanza hacia el Valle del Darro en la punta de la parte alta de dichos cerros, con el Palacio de Dar al Arusa en la meseta atrasada del mismo conjunto orográfico. Los avances citados provocan o amparan el crecimiento hacia atrás y hacia los flancos de los promontorios. Se puede hablar con seguridad de una sistemática de tipo estratégico con las mejores visuales reservadas a los baluartes defensivos, pero también de preferencias en la forma de habitar y organizar la ciudad, haciendo que el acto de la fundación de cada dominio forme una cadena de sucesos que sirvan de motor de la implantación territorial de la ciudad o de palacios con vocación urbana como la propia Alhambra.

En época medieval la ciudad mantiene una escala de crecimiento propia del caserío hispanomusulmán, en el que han destacado los alminares de las mezquitas repartidas por el Albaicín y la Alhambra, algunos edificios singulares como el Corral del Carbón y, por supuesto, la propia Alhambra con hitos referenciales como la Torre de la Vela, proa de la ciudad fortificada, la Torre de Comares, emblema del poder y la casa del Generalife, convertida, en el tramo final de la dinastía nazarí, en casa-palacio con jardines y huertas cultivadas que contrastaban con el tratamiento más agreste de la fortaleza. La Acequia Real definía con su línea de rigidez característica la diferencia verde-agreste en la falda

norte del valle fluvial.

Este perfil tiene fuertes acentos perspectivas por la ausencia de una vegetación de cercanía, salvo la más distante del Generalife en la falda de los Cerros del Sol. De esta forma la ciudad dual se delinea con mucha fuerza desde una vega agrícola que se presenta como un vergel regado por la Acequia Gorda. La propia Alhambra era mucho más blanquecina que en la actualidad y el conjunto urbano destacaba respecto al color más rojo del suelo y el verde pajizo de los perfiles de piel de sapo de las zonas de monte no edificadas. Sierra Nevada cambiaba el fondo de escena, al igual que lo hace ahora, transformando los pardos oscuros y morados en blanco nieve durante los meses fríos y parte de la primavera.

Anton Van der Wyngaerde refleja bien un perfil de la ciudad escaso en vegetación de proximidad, cosa lógica en la Alhambra para hacer creíbles sus atributos defensivos. Y también por una lógica inherente a la situación de este enclave al sur de la península, con un valle fértil debido a la mano del hombre contrastado por perfiles ralos, desnudos, que remiten al desierto no tan lejano...

En ese perfil aparecen los emblemas de la ciudad renacentista y cristiana: grandes hospitales y conventos, mezquitas convertidas en iglesias parroquiales con sus alminares trocados en torres, palacios como el de Carlos V en la propia Alhambra y, sobre todo, la catedral como expresión del poder y presencia de la iglesia en el centro de la Granada baja hispanomusulmana. El carácter de la ciudad moderna, que viene de la mano de los Reyes Católicos y Carlos V, es expresión de una forma de hacer ciudad alternativa a la aventura americana; los acentos de una buena administración de la economía urbana y del valor del enclave están estudiados en el caso de Granada gracias a una conquista minuciosa de los espacios más importantes a nivel topográfico, simbólico y de uso. La ciudad fue administrada para ser otra sin apenas alterar el trazado de calles, una actuación sabia sobre lo construido que difiere del acento puesto en la trama reticular sobre terreno virgen que se constituyó en paradigma de la ciudad hispanoamericana.

Tanto los dibujos de Anton Van der Wyngaerde, como los de Joris Hoefnagel para el *Civitas Orbis Terrarum*, la plataforma de Ambrosio de Vico o la perspectiva más tardía de Guesdon, reflejan esa complejidad. Las referencias quedaron marcadas para una ciudad que tuvo contrastes similares a los que conserva la Florencia de hoy, aspecto en el que coincidió Aldo Rossi en su visita a la ciudad en la década de los setenta reflexionando sobre contrastes de escala del caserío respecto a los grandes monumentos en ambas ciudades, que en el caso de Granada se perdieron con el fuerte crecimiento en altura experimentado por el casco antiguo a finales del s. XIX y comienzos del s. XX.

Progresivamente la Alhambra se fue envolviendo de una vegetación de porte que conectaba a nivel ambiental con el valle del río Darro y con la consideración del monumento desde una visión propia del romanticismo. La explotación posterior de los bosques alhambrenos por Patrimonio Nacional confirmó ese papel cada vez más protagonista de

la vegetación en un enclave que servía en bandeja ese juego gracias a la existencia de una red inteligente de riego que ha mantenido durante siglos el difícil equilibrio de fuentes, jardines y huertas.

Las transformaciones de finales del XIX y las extensiones por el llano a lo largo del último siglo y lo que va de este, han subvertido esta visión exclusiva de promontorios avanzados pero persiste esa cualidad perspectiva de la dualidad de las colinas habitadas de la Alcazaba Cadima (Albaicín) y la Sabika (Alhambra) marcadas por la fractura del Darro. Esa persistencia, que actúa como enlace en el tiempo a pesar de las transformaciones operadas en ambos, se apoya en la conservación de la escala del Albaicín-Sacromonte gracias al respeto de las vistas de los habitantes de ese populoso barrio aunque el caserío haya experimentado cambios importantes, en la persistencia de los valores del Monumento Alhambra con el arrastre de protección de los valores medioambientales y culturales desde la cota de arranque de la colina de la Sabika hasta las cumbres de los Cerros del Sol y el Parque de Invierno y, finalmente, en la vitalidad del río Darro para formalizar el valle.

Desde el punto de vista patrimonial es necesario articular muy bien esa relación mutua, ampliándola con el Área Centro que puede ejercer un papel de enlace con la ciudad entera. De hecho se está produciendo con la diversificación de la visita turística y la estancia prolongada de visitantes una suavización del peso que ejerce la Alhambra sobre la ciudad por su gran atractivo como monumento singular. No se trata, por tanto, de un problema de competencia difícil e inútil de dilucidar, sino de una rica complementariedad atractiva de pensar y proyectar.

El Plan Director de la Alhambra, que en 2007 se encuentra en fase de aprobación para ser aplicado hasta 2015, establece la diversificación de la visita turística con un panel de itinerarios que relacionan Granada y la Alhambra para ayudar a romper una especie de espejismo argumental en el que se acusa a la Alhambra de vivir de espaldas a la ciudad. Uno de esos itinerarios propone un viaje iniciático a través de los grandes viajeros que llegaron a Granada en diversos momentos y dibujaron, grabaron, fotografiaron y filmaron esa relación espectacular que se produce entre el monumento y la ciudad. Al igual que Bath ofrece a los visitantes la posibilidad de recorrer los Crescent, Granada establece un mosaico de miradas cultas al viajero del siglo XXI que no tenga demasiada prisa para conocer la ciudad. Quizá provoque el síndrome de Stendhal recorriendo el valle, las laderas, torres, estancias secretas y miradores urbanos. Pero sobre todo tendrá un papel instrumental relajando la presión de la visita sobre los Palacios Nazaríes congestionados por la acumulación de visitantes.

Al mismo tiempo se plantea en el Plan Director la utilización de una espiral del tiempo, el Hotel Reúma, nombre popular que le viene de la orientación norte de la ladera donde está instalado al pie de la Alhambra junto al río Darro. Tiene una situación estratégica por su cercanía al Albaicín y Sacromonte y disponer de acceso directo a la propia Alhambra desde la Cuesta de los Chinos o barranco del Rey Chico. La rehabilitación

de este inmueble, adquirido hace escaso tiempo por el Patronato de la Alhambra, supone emplazar una embajada del monumento en la ciudad baja en un enclave con excelentes conexiones con el patrimonio urbano de Granada, en una zona que actúa como puerta de la fractura topográfica más estudiada por los viajeros románticos, enlace con un valle mítico que permite y asegura la conservación y el equilibrio natural del territorio Alhambra.

Estas acciones, encuadradas en un nuevo modelo de la visita turística que el Patronato de la Alhambra está experimentando, no niegan la peculiar situación de un monumento asentado en una colina por razones defensivas y de distinción como palacio medieval aislado de la medina fundacional, sino que afirma sus valores topográficos y naturales y los pone en juego con otra colina, la Alcazaba Cadima, donde se asienta el Albaicín, con el Sacromonte como prolongación de aquella.

La propuesta de bucles de transporte urbano a base de microbuses que conectan la Alhambra con el cementerio y los barrios del Barranco del Abogado, Realejo, Centro, Albaicín y Sacromonte, supone otra apuesta decisiva del Plan Director para entender un patrimonio relacionado en un sistema de transporte público que sirve a toda la ciudad y no sólo al turista, cumpliendo la máxima de rentabilidad y sostenibilidad de los servicios públicos y la contención de los monocultivos turísticos.

4. Granada: una forma diferente de pertenecer a la Lista de Patrimonio Mundial

En 1984 la Alhambra se integra en la lista de Patrimonio Mundial. Son los primeros años de esta lista reservada al patrimonio significativo de todo el mundo. Más tarde, en 1994, lo hace el Albaicín.

En la lista oficial de Patrimonio Mundial de la UNESCO, la Alhambra encabeza la lista de España con la denominación: “Alhambra, Generalife y Albaycin, Granada (1984, 1994)”. Se aclara en una nota: “Extensión de la Alhambra y Generalife, Granada, para incluir el barrio del Albayzin”.

En el caso de Córdoba se declara la Mezquita en 1984 (al mismo tiempo que la Alhambra) y el Centro Histórico de Córdoba en 1994 (al mismo tiempo que el Albaicín). El binomio Mezquita – Centro Histórico se consigna en la lista con otra nota aclaratoria: “Centro Histórico de Córdoba (1984, 1994)” y la nota explica “Extension of the "Mosque of Cordoba”.

El paralelismo entre ambas ciudades es interesante porque la declaración de un entorno urbano más amplio se produce como ampliación de sendas estructuras monumentales que tuvieron una temprana inclusión en la Lista, dada su significación como enclaves individuales del patrimonio cultural de todos los tiempos.

La inclusión del Centro Histórico de Córdoba como extensión de la Mezquita ha supuesto la consideración de Córdoba como Ciudad Patrimonio Mundial de España, una lista particular que integra a Alcalá de Henares, Ávila, Cáceres, Córdoba, Cuenca, Ibiza,

La Laguna, Mérida, Santiago de Compostela, Salamanca, Segovia, Tarragona y Toledo. Sin embargo la ampliación desde la Alhambra hasta un barrio de gran amplitud territorial conformador de la ciudad dual a la que se ha hecho referencia no ha supuesto una condición homologable para Granada.

Desde el punto de vista de la inclusión en la Lista de Patrimonio Mundial no se produce ninguna variación porque la especificidad es la propia de cada caso, pero sí resulta interesante que Granada no forme parte del grupo español de Ciudades Patrimonio Mundial, lo que proviene, con toda probabilidad, de esa situación que representan los núcleos de la Alhambra y el Albaicín que no se comprenden el uno al otro, que son unidades morfológicamente separadas por un valle fluvial aunque representen una forma de ciudad interdependiente con fuertes vínculos históricos, paisajísticos, de uso, etc. Absolutamente necesarios para explicarse mutuamente. Por otra parte la importante extensión territorial 436 Ha y 104 Ha respectivamente, con espacios naturales protegidos, conforman un conjunto con peculiares condiciones paisajísticas de ciudad abierta que suponen un atractivo especial para completar el conjunto de ciudades españolas que tienen tal consideración, aunque al parecer, a juicio de los integrantes del grupo, no tipifican a Granada como Ciudad Patrimonio Mundial.

En la actualidad se plantea como preferente en la Lista Tentativa de la UNESCO, formada por propuestas consolidadas de los diferentes Estados, la siguiente ampliación a otras zonas del casco histórico, con lo cual se produciría una vinculación de las dos colinas con la ciudad baja aumentando el peso urbano de la delimitación actual. La descripción de la acción se hace textualmente como “Granada (extension of the Site previously declared in 1984-1994: the Alhambra, the Generalife and the Albayzin) (22/11/2004)”

Este caso interesante de interpretación que supone la exclusión de Granada de una asociación como la de Ciudades Patrimonio del Humanidad de España, se hace, entre otras razones, por no existir la denominación precisa del casco histórico de Granada al completo, aunque exista suficiente peso como ciudad con el protagonismo de los dos núcleos fundacionales de una forma de instalación territorial con escasos referentes en el país.

Con independencia del interés que tiene para Granada la entrada en este grupo, la ciudad tiene emprendidos importantes proyectos que implican a la Alhambra, el Albaicín y la zona Centro en una iniciativa de reconocimiento mutuo al que solamente le falta un poco más de ímpetu y generosidad para que se entienda como un refuerzo de las estrategias comunes respecto al binomio patrimonio – turismo de todo el territorio.

Debería producirse en un corto espacio de tiempo un acuerdo amplio que diversifique y enriquezca las diferentes políticas de revitalización de toda la ciudad histórica, entre el Ayuntamiento y la Alhambra, regido por el Patronato de la Alhambra y Generalife, perteneciente a la Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía, en el que el propio Ayuntamiento está representado de forma importante.

Ambas instituciones, Ayuntamiento y Patronato de la Alhambra y Generalife, tienen en marcha sendos planes estratégicos que les permitirán aunar esfuerzos para producir un entorno cualificado para adoptar decisiones que posibiliten una recuperación equilibrada de la ciudad, que suele ser el aspecto más complicado de la gestión en el campo del patrimonio cultural. El Plan Director de la Alhambra tiene contenidos claramente relacionados con una reformulación de las relaciones con la ciudad, para argumentar y fomentar un nuevo discurso a todos los niveles.



Capítulo VIII: La Alhambra, el Lugar y el Visitante

1. Aproximación y caracterización del turismo en la Alhambra: su relación con la conservación y la economía

En el momento actual podemos afirmar, sin temor a equivocarnos, que la fragilidad del Patrimonio, su carácter no renovable y la necesidad de limitar su uso para garantizar su perdurabilidad, son conceptos unánimemente compartidos entre los Estados y los responsables de gestionar y conservar el Patrimonio Europeo.

Del mismo modo, existe un común acuerdo sobre la obligación de hacer asequible el Patrimonio a los ciudadanos, asegurando su función social y la necesidad de establecer una vía de cooperación entre todos ellos para su protección y conservación.

Debemos trabajar desde la plena conciencia del debate existente a cerca de los problemas y soluciones a la planificación turística en Sitios del Patrimonio Mundial y de la necesidad de alcanzar un consenso sobre cuales son las prácticas satisfactorias para el turismo y sostenibles para los Sitios, que pasen por el respeto a sus valores de autenticidad e integridad.

Esto impone una serie de obligaciones para los **gestores del Patrimonio**, que han de procurar el desarrollo y crecimiento del Sitio de forma ordenada, sin poner en peligro la pervivencia del Bien.

Por parte de la **industria turística**, que ha de someterse a las normas que figuren en los Planes de gestión turística del Sitio e inducir a los visitantes hacia el respeto y conservación de elementos arquitectónicos y naturales.

Así mismo, la sociedad ha de participar en este proceso desde la perspectiva de la conservación activa, dado el enorme capital simbólico y de identidad que vincula al Patrimonio con las comunidades poseedoras del mismo.

En el caso concreto de la Alhambra las ideas del nuevo discurso sobre la planificación y la gestión turística sostenible se asientan sobre la consideración del Patrimonio como un bien social en el que concurren no solo valores históricos y artísticos sino también culturales e identitarios. En este sentido las estrategias de puesta en valor y uso del Patrimonio de la Alhambra y Generalife han de hacerse desde un contexto territorial y urbano, que en todo caso tenga como referente la sostenibilidad.

El concepto de sostenibilidad se entiende hoy por los gestores del Monumento desde una perspectiva muy amplia, por un lado como la necesidad de evitar los usos del patrimonio arquitectónico y natural que puedan comprometer su conservación para generaciones venideras y por otro lado como protección ambiental, aunque también implica una particular ética en la administración de otros factores como los económicos y sociales.

Por esto, se han marcado los objetivos de desarrollo sostenible del Sitio y se han plasmado directrices y medidas que limiten el crecimiento indiscriminado y la degradación de los recursos culturales y naturales.

Existe una concreción similar en cuanto a la definición del modo en que el Patrimonio puede ser concebido como un recurso sin comprometer su autenticidad, integridad y conservación para las generaciones futuras. Todo ello sin olvidar un principio de equidad que ha de regir a la hora de facilitar el acceso de los ciudadanos y visitantes respetando los sistemas arquitectónicos, naturales y territoriales.

El establecimiento de las medidas y estudios que se describirán en el segundo epígrafe de este documento se han definido en todo caso en el marco de la Tutela, que exige de la conceptualización, identificación, protección, utilización y gestión del patrimonio y de la definición de indicadores que midan el grado de impacto del turismo y de las actividades económicas sobre el patrimonio.

Desde esta perspectiva, no debemos olvidar que Turismo y Desarrollo son un binomio indisoluble, de aquí que el Monumento se considere como un activo en los procesos de desarrollo económico y de empleo local, aunque sin perder de vista que es necesario controlar un posible desarrollo desordenado que pusiera en riesgo el Bien y condicionara la pervivencia de sus valores para futuras generaciones.

Sin duda la caracterización económica del patrimonio es una de las principales tendencias emergentes en torno al mismo, debido a la concienciación de un número creciente de sectores económicos y grupos sociales sobre su valor como elemento generador de empleo que contribuye a mejorar la calidad de vida de la población y a crear nuevas fuentes de ingresos y oportunidades de negocio para el territorio. Así como también como señala Padró Werner¹ “es un elemento identitario, generador de imagen y de identidad territorial”.

Una de las principales consecuencias que tiene la excesiva consideración de la dimensión económica del Patrimonio es que la población espera de los gestores que faciliten esa generación de riqueza por la vía de la explotación turística, lo cual agudiza el conflicto ya existente sobre el uso del Patrimonio, que es incompatible con su propia valoración inmaterial. Nos referimos a la utilización de los Bienes Culturales como decorados, como telones de fondo y no como fuentes de satisfacción primaria en palabras de Xavier Greffe².

La realización de análisis económicos que tengan una plasmación real en el tratamiento y la gestión del Patrimonio son en nuestra opinión imprescindibles para prevenir a priori el impacto negativo, e incluso en casos extremos el daño que un turismo

¹ PADRÓ WERNER: Patrimonio territorio y desarrollo turístico sostenible, p.283.

² GREFFE, 2003, ¿Es el Patrimonio un incentivo para el desarrollo?. En Fernández Salinas, Víctor (coord) Dossier Patrimonio como Factor de Desarrollo. Boletín del Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico, nº 42, 2003, pp.43-50

excesivo o mal planificado puede causar en el Patrimonio.

En este sentido el Patronato considera que la planificación y el uso del mismo deben ser equilibrados con sus necesidades de conservación. De aquí, que lejos de dejarse condicionar por la demanda, haya establecido una oferta limitada y una fórmula de gestión de flujos turísticos validada internacionalmente. Con ella pretende impedir que se superen los límites que marcan las propias potencialidades del Bien y planificar conforme a su capacidad de acogida física, perceptual y económica.

Respecto del desarrollo turístico sostenible del Sitio, se plantea una fórmula de trabajo novedosa en el campo de los Bienes Culturales que tiene por objeto articular de forma equilibrada la doble vertiente de la conservación y el uso turístico, así como también de la gestión cultural y la gestión económica, como una exigencia que se deriva de la nueva consideración del Patrimonio como recurso.

Para llegar a alcanzar un desarrollo equilibrado entre conservación, cualificación de la visita pública y desarrollo de un proyecto cultural y de investigación es necesario el ejercicio de un trabajo multidisciplinar que a partir de unos ejes de trabajo bien definidos y con los instrumentos adecuados hagan posible la consecución de unos objetivos de futuro.

De los estudios sobre capacidad de acogida realizados hasta el momento resulta la necesidad de seguir trabajando con rigor en la gestión del público que accede a la Alhambra, de forma que permita preservar el Monumento en toda su integridad y autenticidad, así como también en potenciar la formación del sector turístico en los nuevos valores por los que hoy se rige la gestión del Patrimonio. Igualmente necesaria resulta una comunicación interadministrativa productiva en el seno de los órganos de gobierno del Monumento para llegar a soluciones de consenso sobre la necesidad de establecer límites a la afluencia de visitantes a la Alhambra, así como para definir las condiciones de uso del mismo.

Otra fórmula de trabajo para el futuro es la cooperación cultural y la participación ciudadana, en la búsqueda de soluciones de compromiso para asumir derechos y obligaciones en relación con el Patrimonio y para evitar caer de nuevo en procesos de presión turística y urbana semejantes a los sucedidos en épocas pasadas.

Por último y para concluir nuestra exposición sobre la acción cultural y turística llevada a cabo por el Organismo Autónomo, como parte de una acción integral de mayor amplitud y alcance en el ámbito de la gestión del Patrimonio, es necesario llamar la atención sobre la instrumentalización de fórmulas de consenso y compromiso entre los gestores del Monumento y la industria turística (Agentes de Viajes y Guías locales), habida cuenta de la gran dimensión del hecho cultural, que tiene que ver con las identidades individuales y colectivas y que abarca el sector público y el sector privado.

Ello exige que éstos adecuen el desarrollo de su actividad a las medidas establecidas por el Patronato, en orden a la conservación del Monumento y a la calidad de la visita, y que el órgano gestor, por su parte, se comprometa en el establecimiento de cauces

reglados de permanente diálogo y participación en la formulación de políticas públicas en relación con el uso turístico del Sitio.

Será necesario hacer efectiva la fórmula del Patrono Benefactor, articulada hace algunos años para dar entrada a la sociedad civil a través del Patrocinio o Mecenazgo privado, o bien formalizar instrumentos jurídicos que permitan a la industria turística y a la ciudadanía suscribir derechos y obligaciones en relación al Monumento, crear foros de debate para acrecentar la implicación y compromiso de los sectores económico y social y canalizar sus sugerencias y reivindicaciones en torno a un Bien Cultural con el que le vinculan fuertes lazos de identidad.

Así pues, para hacer posible el cumplimiento de estos fines se ha huido de un modelo de gestión único y estático y se viene trabajando desde una nueva racionalidad sustentada en **la fijación de un marco de reflexión teórico desde el que definir indicadores, estándares y objetivos**, de acuerdo con los valores por los que fue inscrito en la lista del Patrimonio Mundial, en la **multifuncionalidad de los espacios patrimoniales** (desde los ámbitos de la conservación preventiva, la cualificación de la visita pública y el desarrollo de su proyecto cultural y de investigación), en la **multidisciplinariedad de los equipos de trabajo** (formados por historiadores del Arte, pero también por arquitectos, arqueólogos, sociólogos, geógrafos, economistas y juristas) en la **Cooperación interinstitucional, en la convergencia de Instituciones, Agentes y Recursos, en la proyección del proyecto cultural del Patronato a nivel internacional y en la planificación de nuevos equilibrios.**

Junto a ello se hace propicio el desarrollo de dinámicas culturales que inician cadenas de valor, en las que se hace necesario la incorporación del visitante y el ciudadano, mas allá de su participación como un mero consumidor, **siempre desde la perspectiva de la “conservación activa”.**

La pervivencia y regulación de los usos tradicionales, como es el caso de la creación de una Junta Central de Usuarios del río Darro, junto con usos actuales de tipo turístico-recreativo que se desarrollan en espacios como bosques, áreas rurales, vías pecuarias, senderos y veredas, aprovechando la diversidad de los recursos arqueológicos, biológicos y paisajísticos disponibles, es una buena fórmula de trabajo sobre los referidos planteamientos de conservación activa.

Otro tipo de actuaciones seguidas en los últimos años, dentro del marco de la política de adquisiciones patrimoniales del Patronato, tales como la compra de la finca de Alixares, del Carmen de las Chirimías o del Carmen de Bellavista; así como la expropiación del Carmen de los Catalanes; o la recuperación de la posesión de las huertas del Generalife, la casa de la Estafeta, las casas del Polinario y del Callejón del Guindo propician la unidad de gestión de solares o edificaciones situadas en el perímetro de la Alhambra o su entorno.

En todo caso se trata de espacios cargados de significación cultural, o con

un importante valor de utilidad para el acondicionamiento de los equipamientos e infraestructuras de servicios que requiere una visita pública de calidad y de una u otra forma contribuyen a la recuperación ambiental o paisajística de la Alhambra y a su cualificación territorial, haciendo posible que el visitante pueda percibir el Monumento desde una visión paisajística e integradora.

Esto conecta con otra idea y es que la singularidad del Lugar, su valor estético, cultural y funcional, así como la necesidad de su comprensión desde una visión unitaria del territorio, la arquitectura y el urbanismo, condiciona su protección jurídica, así como su gestión.

En este sentido se hace necesario **redefinir el régimen Jurídico del organismo y renovar los estatutos que rigen para los órganos de gestión de la Alhambra y Generalife**, habilitando fórmulas más flexibles que permitan dar la respuesta que hoy se exige a los gestores del Patrimonio. En esta línea habrán de definirse nuevos objetivos y líneas estratégicas de trabajo para los próximos años en el Plan Director u operativo del Sitio, diseñado por el organismo con asistencia técnica externa y revisar los instrumentos jurídicos que hoy rigen la naturaleza de sus órganos rectores, la protección del Monumento y la ordenación del territorio.

Así pues, el organismo autónomo habrá de adaptarse a un nuevo modelo institucional que responda a la figura de Agencia instrumental operativa, que contemple la constitución de Foros ciudadanos y de Comisiones de Cooperación interinstitucional en las que se encuentren representadas todas las Administraciones con competencias concurrentes en materia de cultura, patrimonio, territorio y urbanismo y los sectores cultural y turístico local y regional. De ellas podrán depender a su vez fórmulas jurídicas versátiles y eficaces para la gestión de los servicios públicos de carácter general que se prestan a los visitantes y ciudadanos. Junto a ello deben definirse cauces adecuados para la evaluación de la calidad de los resultados y del funcionamiento de las unidades administrativas.

Habrà de potenciarse igualmente la innovación, la calidad, los sistemas de información y la investigación como apoyo de la gestión. Para ello, la creación de observatorios para la elaboración de estudios específicos y laboratorios de análisis estadísticos harán posible la obtención de datos útiles a la dirección del organismo, fomentarán la exportación de conocimiento y el intercambio con otros centros gestores de Bienes Culturales incluidos en la lista del Patrimonio Mundial.

Debe destacarse la labor de investigación que actualmente desarrolla el organismo a través de su constitución como Centro I+D, (que incorpora proyectos de investigación desarrollados por el personal del Patronato y otros de naturaleza mixta llevados a cabo por evaluadores internos y externos), en los ámbitos de la economía del Patrimonio, de la capacidad de acogida, de la visita pública, de la conservación y la restauración y otros desarrollados en el archivo y la biblioteca de la Alhambra.

En un futuro próximo se abrirán nuevas líneas de investigación a través de

constitución de un ente de derecho público que adoptará la forma jurídica de Fundación para la promoción de los valores culturales y científicos de la Alhambra, que se creará para canalizar la colaboración con Universidades y Centros de Investigación especializados en la difusión y el conocimiento de Al-Andalus, así como para hacer posible que sus resultados redunden activamente en la toma de decisiones del propio organismo y en proyectos cooperativos a nivel nacional e internacional.

En otro orden de cosas, en lo que a trascendencia y alcance de la protección se refiere, un aspecto a tener en cuenta consiste en abordar el modo en que se ha complejizado el panorama, ante la extensión del binomio Patrimonio y Desarrollo al territorio, al involucrar de manera conjunta los Bienes culturales y los naturales; así como ante la indefinición de programas de carácter local, o la inexistencia de otros, liderados por la Administración regional que provean de los adecuados instrumentos de control y ordenamiento territorial.

A esto se une la necesidad de introducir cautelas hacia los valores patrimoniales que se han esgrimido en diversos momentos en el ideario ético-político de la Administración local, que con frecuencia se ha mostrado interesada en la gestión directa de la Alhambra, como si la misma se pudiera desgajar de la gestión unitaria del Patrimonio Andaluz que corresponde a la Administración Cultural, todo ello bajo el discurso de devolvérselo a la comunidad local para la salvaguarda de un interés público y ciudadano, cuando en realidad se exalta su valor económico por encima de su valor cultural.

Frente a esto, precisamente la Alhambra ha sufrido la débil implantación de documentos de planeamiento territorial y la ausencia de la necesaria coordinación interinstitucional que haga posible el desarrollo integral de las prescripciones previstas en la figura urbanística de protección (Plan Especial de Protección y Reforma Interior de la Alhambra y Alixares, en adelante PEPRI) implantada desde 1989. Esta circunstancia unida a las fórmulas de desarrollo de los planes urbanísticos y turísticos que se han impuesto a partir de la mitad del siglo pasado desde el ámbito local, sin gozar del necesario consenso por parte de la Administración cultural, han dado lugar entre los años 60 y 80 del siglo XX a un crecimiento desordenado e inaceptable del área urbana y de las infraestructuras turísticas en buena parte de la Alhambra y su entorno.

Esta situación exige de soluciones que será necesario abordar en el momento presente a través del Plan Director y de la revisión de la actual figura de planeamiento de protección (PEPRI). Ambas figuras habrán de hacer realidad la extensión de los valores protegibles al ámbito territorial y paisajístico hasta alcanzar la consideración de Paisaje Cultural. Así mismo habrán de garantizar que en el futuro la congestión turística no siga suponiendo un riesgo para su valoración conforme a esta nueva concepción integrada del mismo y un condicionante para su investigación cualificada, con intervenciones programadas desde el punto de vista científico.

Es necesario impulsar un Plan Integral que articule el conocimiento generado a

través de la investigación sistemática, con la recuperación de algunos trazados de su pasado urbano y agrario y con la configuración de un proyecto de visita que muestre una nueva imagen territorial de la Alhambra en íntima conexión cultural y funcional con la ciudad baja y con el espacio natural circundante, en cuyo desarrollo habrán de comprometerse todas las Administraciones e Instituciones públicas y privadas poseedoras de Bienes Culturales de interés para el proyecto, o que tengan competencias sobre la gestión de los recursos urbanos y los propios ciudadanos, como destinatarios potenciales del mismo.

Pese a todo la Alhambra es una excepción en el contexto andaluz, que se ha enfrentado a un escenario cambiante respecto a las políticas patrimoniales, aunque quedan aún importantes aspectos por definir. Nos referimos a cuestiones tales como georreferenciar buena parte de los recursos culturales de su extenso ámbito territorial; definir un modelo viable de desarrollo territorial, atendiendo a las circunstancias de la diversidad de recursos culturales, materiales e inmateriales y a la necesidad de diseñar indicadores de desarrollo en el ámbito patrimonial compatibles con los desarrollados en otros ámbitos de las políticas locales y regionales. Junto a ello es necesario completar un proyecto de valoración social y diversificación de la oferta turística que permita la descongestión de las zonas más visitadas y la comprensión de la Alhambra en su conexión cultural con la ciudad baja y con el telón de fondo paisajístico constituido por la Dehesa del Generalife y las estribaciones de Sierra Nevada.

Por otra parte, el modelo actual exige para el futuro articular nuevos equilibrios capaces de contener el excesivo protagonismo que ha tenido el turismo en los últimos años frente a otros usos como el cultural, el educativo o el científico; cualificar los espacios urbanos, así como mejorar la calidad ambiental de las áreas boscosas y de cultivo; contener el crecimiento de usos no compatibles como el de cementerio, o reducir en la medida de lo posible, a través del Plan Especial de Protección, aquellos otros usos tales como el comercial, el hotelero o el de restauración, que tuvieron un excesivo desarrollo en etapas anteriores de la vida de la Alhambra.

Sin embargo, aunque es cierto que existen numerosas cuestiones aún por abordar, es destacable el gran valor que representa disponer de una estructura de gestión propia, bajo la actual forma de organismo autónomo, que cuenta con dos órganos mixtos de decisión, conformados por representantes de las Administraciones local, regional y central y un órgano de asesoramiento con diferentes niveles de implicación y competencias a nivel público y privado, así como un alto grado de participación de la sociedad civil. A ello se une la ventaja que supone contar con la necesaria dotación presupuestaria y con instrumentos jurídicos de distinta índole y nivel legal o reglamentario.

Por todo ello, así como por la labor continua de recuperación del patrimonio material e inmaterial llevada a cabo a lo largo del paisaje cultural de la Alhambra (como lugar de síntesis entre el medio físico y la acción del hombre); teniendo en cuenta los efectos de su actual declaración de BIC con la categoría de Monumento y la posición que actualmente

mantiene a escala territorial y urbanística, puede a todas luces afirmarse que la Alhambra es un modelo referencial.

El Plan Director contempla para alcanzar los mencionados fines: el desarrollo de diversos **programas de Recuperación de espacios**, para consolidar un área natural que preserve la legibilidad e identidad de la Alhambra así como para la recuperación de la propiedad de espacios históricamente vinculados con ésta, **programas de conservación y restauración** que contemplan acciones de conservación material, restauración y mantenimiento de edificaciones, bosques y jardines, **programas de manejo turístico del Sitio**, además de los **proyectos cultural, científico y educativo**.

Todo ello fija un código de nuevas pautas a partir de la experiencia acumulada y de los retos de futuro sintetizados en el Plan Director, partiendo de la valoración y proyección de la Alhambra como Paisaje Cultural de alto valor que ha de ser objeto de protección mediante estrategias de tutela de ámbito territorial, siguiendo por el enfoque que se da a la Protección y Conservación con criterios de gestión avanzados y socialmente participados y a los usos permitidos en aras de la sostenibilidad, la calidad y la excelencia.

Los instrumentos jurídicos y operativos del Sitio, el Plan Director de la Alhambra, la reciente Declaración de BIC con la categoría de Monumento y la inminente revisión del PEPRI, permitirán alcanzar los fines propuestos en el ámbito de la conservación y restauración, de la protección y tutela del lugar, de la gestión urbanística, de la actividad turística, de la cualificación paisajística, de la investigación arqueológica y del proyecto cultural y científico.

2. Apertura del concepto de visita pública hacia nuevas dimensiones: paisaje, desarrollo, identidad y sociedad.

La consideración del territorio como patrimonio en su actual dimensión social, representada por los recursos culturales y espacios ambientales de interés, así como por la organización y conformación espacial, urbana y arquitectónica del mismo, exige habilitar nuevas fórmulas de gestión de este mosaico de bienes, de manera que faciliten su comprensión como un solo elemento patrimonial y no como la suma de diferentes bienes patrimoniales en palabras de Castillo Ruiz³.

La propia evolución del concepto de Patrimonio exige la reelaboración teórica del modelo de gestión, de manera que sin obviar su tradicional dimensión sea capaz de articular todos aquellos elementos culturales de naturaleza física o inmaterial que configuran el Paisaje de la Alhambra. Esto permitirá contextualizar los elementos arquitectónicos y los restos arqueológicos hallados en el territorio con otros vestigios de naturaleza inmaterial

³ CASTILLO RUIZ, “Los fundamentos de la protección: el efecto desintegrador producido por la consideración del patrimonio como factor de desarrollo”. pp.27-28

que evidencien la existencia de diferentes formas de vida y actividades culturales desarrolladas por las diversas comunidades que han habitado el espacio geográfico por el que discurre el mismo.

Evidentemente esta nueva visión unívoca del territorio y de los recursos patrimoniales presentes en el mismo, así como la exigencia de nuevas fórmulas para su gestión en las que se incardinan bienes naturales y culturales, materiales e inmateriales, exige estar respaldada por una nueva categoría de protección capaz de comprender estos sistemas patrimoniales diversos y a su vez complementarios en palabras de Verdugo Santos⁴. En ésta línea de tratar al territorio como un objeto más de la acción tutelar así como un objeto de gestión unitaria se han elaborado diversos itinerarios por el entorno urbano y paisajístico de la Alhambra que muestran toda su potencialidad en la incardinación de paisaje, patrimonio y sociedad, y en palabras de Troitiño⁵ en el reforzamiento de nuevas identidades y en la creación de nuevos espacios de desarrollo.

2.1 La noción de Territorio como nuevo ámbito de actuación

En los dos últimos años se ha prestado desde el Patronato una especial atención a la definición de itinerarios culturales en el exterior del recinto amurallado, como una nueva categoría específica en el actual contexto de trabajo, desde el que se plantea la continuidad física y cultural de la Alhambra con su entorno urbano y paisajístico.

En este orden de cosas resulta de gran interés el proceso de reflexión científica que se ha llevado a cabo sobre el concepto de Itinerario Cultural, sobre los tipos de Bienes que lo integran, los valores con los que se identifica y la complejidad que supone la gestión sostenible de un itinerario de estas características, como fórmula que pone en valor la Alhambra como Paisaje Cultural. De gran importancia es también el concepto de patrimonio del que se parte a la hora de concebir estos itinerarios, por su dimensión medioambiental, social y económica, así como por transformar el modelo de relación que hasta el momento mantenía el visitante con el Monumento

La metodología empleada para la creación y gestión de los nuevos itinerarios culturales ha consistido en la configuración científica de un eje temático vertebrador, en el inventario de los elementos culturales a poner en valor en el ámbito espacial de la Alhambra y su entorno, en la definición de los contenidos (para lo cual se ha contado con asistencia técnica externa), en la evaluación del impacto económico que tendrá la implementación de la ruta, en la identificación de los agentes públicos y privados que participan en la ruta (Arzobispado de Granada, Delegación Provincial de Medio Ambiente, Delegación Provincial de Cultura y varias congregaciones religiosas católicas con sede en la ciudad) y grado de implicación de los mismos, así como en la definición de la fórmula

⁴ VERDUGO SANTOS, _"El patrimonio histórico como factor de desarrollo sostenible. Una reflexión sobre las políticas culturales de la Unión Europea y su aplicación a Andalucía", pp.55-61

⁵ TROITIÑO VINUESA, "Ciudades históricas, turismo y desarrollo sostenible". pp. 77-78

jurídica del Convenio como la más adecuada para la gestión de dichas rutas.

Entre los aspectos claves tenidos en cuenta en el diseño de los itinerarios culturales por el entorno urbano y paisajístico de la Alhambra se han tenido en cuenta los siguientes extremos:

La accesibilidad cultural: es decir cómo hacer llegar el mensaje a los diferentes tipos de visitantes que acceden a la Alhambra, mediante un Plan de Presentación señalético que se desarrollará en colaboración con la Consejería de Turismo, en el marco del Plan Estratégico para la ciudad de Granada. Junto a ello se contempla llevar a cabo un Plan de comunicación y difusión (Web, prensa, radio...), folletos y publicaciones especializadas.

Se ha considerado como un aspecto fundamental para el éxito de estas rutas la organización de Programas de capacitación a los guías turísticos locales que colaborarán en la realización de las mismas.

En el futuro la rehabilitación del Carmen de las Chirimías, situado en la ribera del río Darro, en el eje vertical de la Torre de Comares, permitirá su acondicionamiento como espacio de presentación de la Alhambra y su entorno urbano y paisajístico, así como de información sobre los itinerarios. Ello permitirá a los visitantes y ciudadanos interesados la comprensión de la relación histórica y cultural existente entre la Alhambra y el Generalife, el Albayzín y el fondo del Darro.

La accesibilidad temporal: o lo que es lo mismo la evaluación de la adecuación de los horarios y frecuencia (semanal, días y horas) con la que se han diseñado los itinerarios.

La accesibilidad espacial: que consiste en potenciar el uso de los accesos tradicionales a la Alhambra (el medieval de la Cuesta de los Chinos y el renacentista de la Cuesta de Gomerez), así como también de poner en valor diversos lugares que forman parte del entramado urbano del Barrio del Realejo.

La accesibilidad económica: entendida como la realización de un estudio de viabilidad económica de los mismos (mercado turístico potencial, ingresos que se prevén recaudar, gastos de mantenimiento e inversiones a realizar), para posteriormente elaborar indicadores a través del resultado de encuestas cuantitativas (niveles de uso) y cualitativas (niveles de satisfacción).

Las razones que han motivado al Patronato a configurar estos itinerarios han sido aumentar la información, sensibilización y exigencia de conservación hacia la perspectiva urbana, la línea de horizonte y el paisaje que se percibe visualmente desde la Alhambra, en algunos casos muy desconocida, como ocurre con la Dehesa del Generalife.

Si bien ha obedecido también al deseo de dar mayor contenido y significación cultural a la visita pública, de responder a la creciente demanda de turismo cultural experimentada en los últimos años, sin aumentar la saturación que ya sufren los espacios más visitados de la Alhambra, así como de dinamizar otros recursos patrimoniales conectados histórica y culturalmente con la Alhambra en una red territorial.

Siguiendo esta línea argumental partimos de la consideración de que el desarrollo en el ámbito patrimonial debe plantearse hoy a partir de proyectos territoriales, sobre la base de una utilización racional de los recursos culturales de toda naturaleza presentes en el mismo y siempre desde un modelo de desarrollo sostenible y territorial endógeno, en palabras de Padró Werner, respetuoso con la preservación del Bien. La vía más adecuada es sin duda la creación de riqueza mediante el comportamiento del Sitio como un agente económico, que requiere satisfacer sus exigencias de conservación y de funcionamiento como espacio abierto a la visita pública y como generador de actividad cultural.



Territorio de la Alhambra.

Patronato de la Alhambra y Generalife. "Plan Director de la Alhambra.

2.2 La Alhambra como factor que caracteriza y contribuye al desarrollo

Los efectos positivos que comporta el uso del Patrimonio por los visitantes, que se traducen en generación de empleo y en la revitalización económica del tejido urbano, no deben hacernos olvidar los riesgos que comporta una excesiva concentración de visitantes o una visión excesivamente mercantilista de la gestión patrimonial, volcada en los valores económicos o directamente productivos del mismo, olvidando sus claves constitutivas y sus valores históricos y culturales.

Los estudios concretos realizados por el Patronato de la Alhambra en este orden de cosas se centran por un lado, en el análisis de los costes y beneficios que conlleva la conservación del Bien y por otro en el análisis del valor económico de los Bienes Culturales, siendo necesario plantearse la identificación de su impacto a nivel local y regional y nacional para determinar qué proporción del PIB se considera directa o indirectamente vinculado a la visita y a la conservación de la Alhambra y cuáles son los efectos inducidos en esa área geográfica; qué sectores económicos son los más beneficiados por este hecho y en qué medida; así como cuáles serían las consecuencias económicas de la degradación del

patrimonio arquitectónico por el efecto del turismo en el área analizada.

La limitada capacidad de acogida de las zonas más frágiles del Monumento, así como la política de gestión de flujos turísticos desarrollada por el Patronato de la Alhambra y el Generalife en los últimos años hacen que la oferta sea limitada y por lo tanto también sus ingresos, procedentes en su mayor parte de la taquilla. Por tanto, aunque la gestión de ingresos que realiza el Patronato es adecuada, parece oportuno promover una mayor diversificación de las fuentes de ingreso, para que los recursos del Monumento no dependan en un porcentaje tan elevado de la venta de entradas al Recinto.

A este fin resulta conveniente realizar estudios sobre demanda y considerar la oportunidad de poner en valor nuevos espacios del Monumento menos visitados hasta el momento, así como aumentar la oferta cultural y diversificar la tipología de billetes. Igualmente es recomendable hacer uso de los derechos de protección del nombre y la imagen del Monumento, renovar la actual política de arrendamiento de espacios para la celebración de eventos culturales y comercializar nuevos productos y artículos en las tiendas del organismo autónomo o en establecimientos especializados.

A diferencia de lo que ocurre en el caso de los ingresos, en que existe una relación directa entre los ingresos que se obtienen un año y los visitantes que se han registrado dicho año; en el caso de los gastos, existe también una relación entre los gastos y el número de visitantes, aunque no puede ser calificada de relación directa. Pues mientras la incidencia de ciertos gastos es independiente de los visitantes (adquisiciones y expropiaciones de bienes inmuebles, inversiones en conservación del Monumento o en infraestructuras y equipamientos, subvenciones...), sin embargo los gastos de mantenimiento de jardines y bosques, de itinerarios de visita (paramentos, pavimentos, limpieza y seguridad del recinto...), si mantienen una correlación con el número de visitantes que acceden al recinto, de aquí la importancia de conocer cual es el gasto por metro cuadrado que se produce en cada uno de los espacios.

Del análisis realizado resulta que nos encontramos ante un recinto compuesto de espacios de naturaleza muy diferente y en consecuencia la incidencia de los visitantes sobre cada una de estas zonas (zonas arquitectónicas, yacimientos arqueológicos, jardines interiores...) es también muy distinta.

Así pues, las zonas que implican mayores costes de mantenimiento por metro cuadrado son las zonas muy frágiles y las correspondientes a los espacios que permanecen abiertos a la visita ordinaria. Este resultado parece razonable si tenemos en cuenta que se trata de las zonas que por su propia naturaleza así como por recibir el total del flujo de visitantes que acceden al Recinto sufren un mayor desgaste. En cambio, los espacios cerrados y los abiertos sólo para visitas especiales (espacios restringidos) implican unos costes de mantenimiento muy inferiores.

Ahora bien, otro objetivo de este análisis económico ha sido el de tratar de conocer el peso específico que tiene el Conjunto Monumental de la Alhambra y el Generalife en la

economía de su entorno o dicho con otras palabras identificar el valor de existencia del Sitio sobre la economía de la ciudad, de Andalucía y del país.

Para ello se analizó su papel como fuente de ingresos, principalmente para la ciudad de Granada, desde varios puntos de vista diferentes y complementarios. Desde el punto de vista de los ingresos que genera a través de la venta de entradas y en menor medida mediante la venta de publicaciones y la celebración de eventos culturales, desde la perspectiva de la riqueza que genera para todas las empresas que desarrollan su actividad en el Conjunto Monumental y que, por tanto, reciben ingresos del desarrollo de su trabajo dentro del propio Recinto y por último de los ingresos que genera el flujo de visitantes al Monumento sobre su entorno.

Del estudio resultó que la principal zona de influencia del Monumento queda limitada a la propia provincia de Granada y dentro de este espacio territorial a las empresas del sector servicios, en especial de las ramas del comercio, restauración y hostelería. Por otro lado, los inputs más importantes para el “funcionamiento” del Sitio son los gastos en edificios (entendiendo como tales los gastos necesarios para el mantenimiento y conservación de los edificios), en equipamiento, materiales y en personal. De aquí que, por ambas razones, podamos afirmar que el Monumento se halla económicamente muy vinculado a su provincia, constituyéndose en uno de los principales motores de desarrollo y empleo de la ciudad.

Respecto de la repercusión que los visitantes de la Alhambra tienen sobre la ciudad de Granada, se analizó cuánto gastan esos visitantes dentro del propio Recinto de la Alhambra así como en otros Monumentos de la ciudad de Granada, resultando que son los turistas individuales los que mayoritariamente visitan la ciudad, (un 72% de ellos lo hace), destacando entre los espacios más visitados la Catedral, el Albayzín y el Centro Histórico (el 93% de los visitantes de la Alhambra aprovechan su estancia para conocer la Catedral y la Capilla Real).

Por último, en función del tiempo de permanencia en la ciudad y de la categoría de visitante de que se trate (turista, excursionista o residente) se llevó a cabo la cuantificación del impacto económico que el Conjunto Monumental de la Alhambra y Generalife produce sobre la ciudad de Granada, teniendo en cuenta tres tipos de efectos económicos: directos, indirectos e inducidos (los efectos directos se conocen como efectos primarios, y los indirectos e inducidos como secundarios) que se dan en el territorio considerado, medido según el impacto en facturación, ocupación e ingresos fiscales.

Para realizar este análisis de impacto económico se debieron identificar los flujos de gasto asociados a la actividad cultural y turística que se producen en el territorio sobre variables como facturación o empleo, como consecuencia de este gasto. Los principales métodos propuestos para ello fueron el análisis de encuestas de gasto realizadas por el Patronato de la Alhambra, el análisis de la información sobre evolución económica del Sitio obtenida por este organismo y arriba mencionada, modelos de base económica, modelos

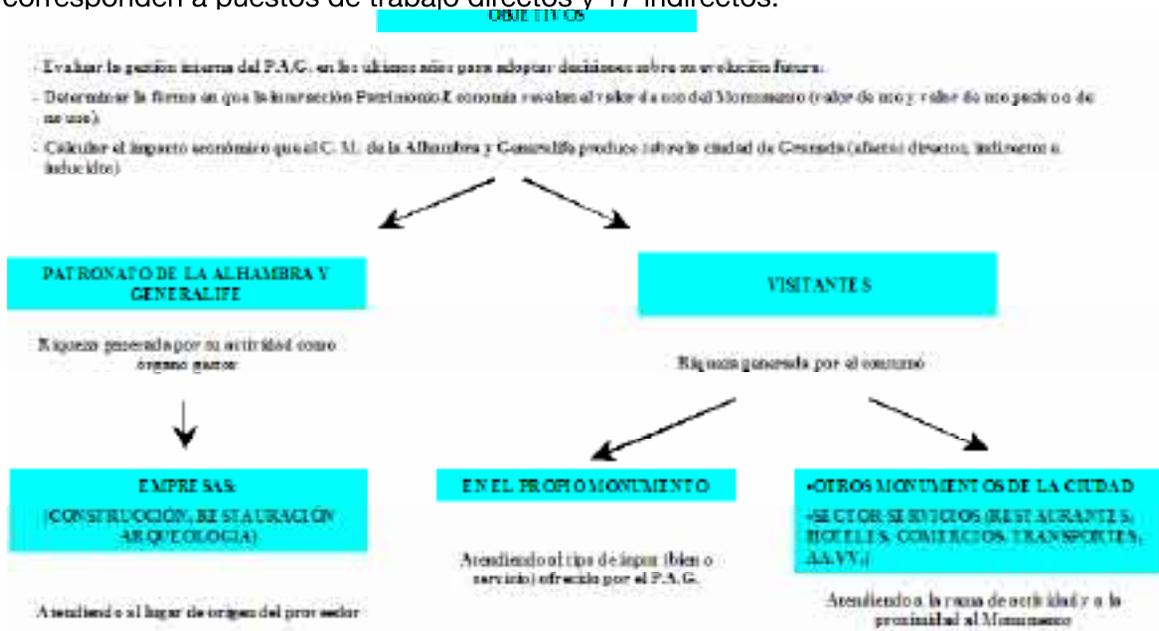
input-output, multiplicadores keynesianos y técnica Delphi. Junto a ello, se conciliaron dos enfoques: el punto de vista de la demanda y el de la oferta, dada la complementariedad de los mismos.

En resumen cabe afirmar que los efectos económicos directos e indirectos sobre la ciudad de Granada que cabe atribuir a la Alhambra y Generalife en términos globales son de 453.925.377 €. A esta cantidad debe añadirse el efecto directo e indirecto que genera el PAG como agente económico, en este caso referido al conjunto de la provincia, consistente en 2.5 millones de euros.

Por último, debe considerarse el efecto inducido, que en total es de 110.871.528,29€. Dicha cantidad, una vez deducidas las retenciones fiscales y las cotizaciones sociales, queda en 91.327.453,29€, siendo ésta la cantidad a disposición de los trabajadores de la ciudad de Granada para realizar consumos o ahorros. La distribución territorial de los mismos, lógicamente, supera el ámbito de la ciudad o de la provincia de Granada.

El impacto directo e indirecto debido a la existencia del Monumento sobre la ciudad de Granada es de 5.845 ocupados, que representa el 5.4% de los afiliados de la ciudad.

De manera análoga al caso anterior, también existen unos efectos directos e indirectos sobre la población ocupada de Granada, debido a la actividad que desarrolla el PAG como agente económico. Su cuantificación se concreta en la generación de 205 trabajadores del PAG Y 66 empleos en el conjunto de la provincia, de los cuales 49 corresponden a puestos de trabajo directos y 17 indirectos.



Estudio de impacto económico de la Alhambra.

2.3 Turismo sostenible en la Alhambra: evolución y superación del concepto.

La formulación estratégica de la visita pública, es un aspecto más en la definición de las múltiples dimensiones del valor de uso presente y futuro del Monumento, sin embargo constituye un ámbito de creciente preocupación ante las perspectivas de duplicación del número de visitas en los Sitios del Patrimonio Mundial en los próximos 15 años (según los datos ofrecidos recientemente por UNESCO). Esta circunstancia exige partir de un concepto renovado de la planificación y la gestión turística del Sitio y de un método de trabajo que se desarrolle en los parámetros de la excelencia.

Para alcanzar estos objetivos se ha partido de la nueva consideración de la Alhambra como Paisaje Cultural de alto valor y calidad y de la configuración de un Plan de revitalización y salvaguarda unitario del Sitio, que pase por la valoración conjunta de la diversidad y la identidad del patrimonio material que configura el territorio de la Alhambra, así como de la importancia y riqueza que aportan las tradiciones vivas, los usos, ideas, sentimientos y creaciones artísticas relacionadas con ese contexto físico y lugar cultural.

Sin embargo, la introducción de ciertos cambios en el actual contexto de planificación y organización de la visita pública no implica desvincularnos en modo alguno del concepto de desarrollo sostenible, para cuya materialización habremos de seguir trabajando con dos instrumentos cuya utilidad ha resultado ampliamente demostrada hasta el momento:

A) Por un lado, el concepto de capacidad de acogida del Monumento: el cual trae aparejado la fijación de unos niveles de uso aceptables y el establecimiento de límites en la afluencia de visitantes, dadas las características físicas del espacio amurallado y la limitada capacidad del Monumento de ofrecer servicios turísticos. Por otro lado el concepto de calidad de la visita, el cual tiene que ver con el establecimiento de medidas que garanticen las condiciones externas para hacer posible el disfrute del Bien Cultural. Dicho de otra manera será necesario:

- Mantener al menos los actuales límites anual y diario a la acogida turística, para evitar el impacto que un número excesivo de visitantes puede producir sobre las características físicas del Monumento y su entorno natural y urbano, realizando estudios que evalúen el efecto de sobrecarga que puede inducir un turismo mal planificado y desordenado que podría poner en riesgo la pervivencia de los valores del Bien.

- Perfeccionar las medidas actualmente establecidas de gestión de flujos turísticos, de manera que contribuyan a un reparto aún más equitativo de los visitantes a lo largo del día y del año. Un objetivo sería, en este sentido, mejorar la redistribución de los visitantes anualmente, consiguiendo que durante los 12 meses del año los niveles de ocupación superaran el 80%, consiguiendo además unos porcentajes de uso semejantes entre unos pases horarios y otros, tanto a nivel diario como en promedio mensual y anual.

B) La exigencia de adaptación de los procesos que se llevan a cabo en el ámbito de la visita pública a las nuevas tecnologías de la información y el conocimiento, deben conducir al Patronato a su conversión en un Centro de Investigación y Desarrollo, pudiendo potenciarse dos líneas de investigación relacionadas con este área:

- Estudios de público y análisis sobre capacidad de acogida física y perceptual, así como sobre distribución de flujos turísticos.
- Estudios sobre impacto económico de la Alhambra y Generalife sobre la economía local y análisis sobre capacidad de acogida económica.

Ambos permitirán, como ya hemos indicado anteriormente, obtener la información necesaria para la toma de decisiones y la implementación de las mejoras necesarias en la gestión. Asimismo, permitirán la producción de conocimiento a partir de la investigación y la creación de talleres de aprendizaje a los que podrán incorporarse estudiantes becados, cuya colaboración se articule mediante la firma de convenios con institutos de patrimonio histórico y universidades andaluzas españolas o extranjeras.

Esta dimensión llenará de significado el carácter de la Alhambra como “espacio de encuentro cultural” y sin duda permitirá constituirse en un referente a nivel internacional en el ámbito de la producción y coproducción de proyectos y programas culturales, turísticos y de conservación, siempre compaginando la utilización de criterios innovadores y técnicas tradicionales, de tal forma que irá configurando unos usos y formas de trabajo originales y propios del Sitio.

Para ello se hace necesario el desarrollo de un trabajo multidisciplinar en el que participe un equipo mixto de evaluadores y gestores interno y externo compuesto por geógrafos, sociólogos, antropólogos, arqueólogos, arquitectos, aparejadores, ingenieros, historiadores y juristas entre otras especialidades. El cual permita contar con unas herramientas adecuadas para la toma de decisiones y para la producción y exportación de conocimiento.

Ahora bien, para conseguir el desarrollo equilibrado entre la conservación preventiva del “Lugar”, la cualificación de la visita pública y el desarrollo de sus proyectos cultural, educativo y de investigación será necesario además llevar a cabo actuaciones en el ámbito local y regional, que tengan por finalidad acrecentar la implicación de las esferas social y económica, en el respeto de los programas de conservación y de organización del turismo en el Monumento y crear las condiciones adecuadas de presentación e interpretación del Monumento como un paisaje cultural, articulando los medios tecnológicos a su alcance y realizando un esfuerzo en el ámbito de la difusión y la comunicación, (mediante la creación de una página Web interactiva, así como también mediante la renovación de los contenidos informativos e interpretativos actualmente existentes a lo largo de los recorridos de visita pública, entre otras posibles medidas).

De igual importancia será también la instrumentalización de las fórmulas más

adecuadas de consenso y compromiso entre los gestores del Monumento y los agentes turísticos (agencias de viajes y guías locales), de manera que éstos acepten adecuar el desarrollo de su actividad a las medidas establecidas por el Patronato en orden a la conservación, la sostenibilidad y la calidad de la visita. Las fórmulas podrían ser diversas y admiten ser combinadas:

- Reforzar su participación a través de los órganos de Gobierno del Patronato donde se encuentra representada la administración turística y la administración local.

- Articular una fórmula jurídica mediante la cual los agentes turísticos deban suscribirse a la normativa del Patronato y aceptar el código ético formado por el conjunto de los derechos y obligaciones de ciudadanos, visitantes y operadores turísticos en el Conjunto Monumental.

- Crear un foro permanente de encuentro con la industria turística (hoteles, oficinas de viajes, guías locales, comerciantes y restauradores de la zona) que propicie la comprensión de la visita a la Alhambra como una práctica cultural y la vulnerabilidad de sus elementos patrimoniales.

- Realizar un esfuerzo en elevar la formación y profesionalización de los guías locales mediante la realización de cursos especializados que faciliten la comprensión e interpretación de la Alhambra como lugar de encuentro cultural y una mayor aproximación al proyecto de gestión patrimonial integral del Patronato.

- Canalizar las sugerencias y reclamaciones de los ciudadanos dentro del proceso de conservación y gestión activa, como un instrumento que ayudaría a identificar los problemas y que aportaría una valiosa información sobre el impacto de la gestión del Monumento sobre su entorno.

Por último, el modelo de Gestión Patrimonial integral al que nos venimos refiriendo, para garantizar la preservación física y funcional de la Alhambra como lugar, de forma compatible con el uso turístico, habrá de contar para su materialización, además de con instrumentos tales como un Plan de Recuperación de espacios vinculados históricamente con la Alhambra, un Programa de Conservación, Restauración y Mantenimiento y de Proyectos de naturaleza Cultural, Científica y Educativa, con un Plan de Manejo Turístico del Sitio que habrá de profundizar en los siguientes aspectos:

- La presentación e interpretación de las peculiaridades de un Sitio como la Alhambra producto de la diversidad cultural y patrimonial.

- El establecimiento de normas que garanticen el cumplimiento por parte de los visitantes y de los agentes turísticos de derechos y obligaciones relativos a los programas de conservación y organización de la visita pública.

- La mejora de las condiciones de inclusión en el Monumento, para hacer accesible la visita pública a personas con discapacidad física o sensorial.

- La apertura de nuevos itinerarios que pongan en valor la Alhambra como paisaje cultural y que la conecten con la ciudad y con el entorno natural circundante, a través del

Realejo, de la Cuesta de los Chinos y de la Cuesta de Gómez; articulando los diversos elementos de valor arquitectónico, arqueológico, ecológico, hidráulico, forestal, ganadero y etnológico, distribuidos espacialmente en el Territorio de la Alhambra.

- El establecimiento de los ejes e instrumentos de trabajo, así como de las funcionalidades y usos que tengan que desarrollarse en materia de uso turístico y de las estrategias a seguir en la gestión del público que acude al Monumento y al Museo de la Alhambra.

- La fijación de las líneas de investigación y la evaluación de indicadores y resultados que ayuden a la dirección del Patronato en el proceso de toma de decisión, dentro del marco de unos límites de cambio aceptable y progresivo.

Fuentes y técnicas de investigación aplicadas a la obtención de indicadores
Fase 1: delimitación de variables y de técnicas de obtención de información.

Bloques temáticos	Parámetros básicos de estudio	Fuentes de información
Aspectos cuantitativos:		
1. Volumen y distribución de los visitantes	Volumen total de visitantes Distribución temporal Distribución tipológica De visitantes	Registros de entrada Datos de ocupación Conteos de visitantes
2. Uso turístico del espacio	Flujos de circulación de visitantes Itinerarios tipo Orden de la visita Tiempo empleado en realizar la visita y distribución entre los distintos elementos visitados Niveles de utilización de los recursos turísticos	Encuesta de visitantes Conteos de visitantes Observación directa Registros de visitantes de distintos recursos turísticos Registros de aparcamiento, bus, y otros servicios
Aspectos cualitativos:		
Perfil del visitante	Características socioeconómicas y organización del viaje Percepción gral como destino tco	Encuesta de visitantes Observación directa

Fase 2: aplicación técnica delphi

Selección panel de expertos

- 1^a. Ronda: recogida información mediante cuestionario anónimo
- 2^a. Ronda: cuantificación y análisis para obtener variables
- 3^a. Ronda: extracción de indicadores

Fase 3: Elaboración cuadro de Indicadores

Aspectos clave en el diseño de Indicadores del PAG:

- 1) Accesibilidad Cultural (cómo hacer llegar el mensaje a distintos tipos de turismo: guías, audioguías, señalética....)
- 2) Accesibilidad Temporal (Horario adecuado)
- 3) Accesibilidad Espacial (Accesibilidad, carreteras, caminos, habilitar nuevos accesos....)
- 4) Accesibilidad Económica (Precio asequible, descuentos, cánones....)

La metodología empleada en el análisis y evaluación de la visita pública es la siguiente:

Análisis de la capacidad de acogida a nivel de todo el recinto amurallado visitable.

Se divide en dos grandes bloques:

- Estudio de la afluencia de visitantes al Monumento y ritmo temporal de la demanda anual. Se realiza con el objetivo de conocer la evolución de la afluencia anual de visitantes y detectar las tendencias que marcan su comportamiento (picos máximos y mínimos y comportamiento de las dos tipologías básicas de visitantes individuales y en grupo).
- Análisis de la movilidad y el uso en el interior del recinto monumental. Tiene como objetivo extraer datos sobre el uso de elementos diferenciados del conjunto monumental (Alcazaba, Palacios y Generalife), el acceso al recinto y la movilidad interior de los visitantes (orden de la visita y tiempos de permanencia en el interior del conjunto).

Análisis de la capacidad de acogida en los Palacios Nazaríes

El objetivo en este caso es evaluar la presión turística a la que están sometidos los Palacios Nazaríes con el actual sistema de aforos y el modelo de organización de la visita vigente. Para ello se caracterizarán los dos aspectos siguientes:

- En primer lugar, la movilidad y el uso interior de los Palacios Nazaríes a partir de su configuración espacial como elemento condicionante de la misma.
- En segundo lugar, el grado de saturación del espacio a partir de la distribución

temporal de la afluencia y su ritmo de entrada al interior de los Palacios.

Seguimiento y evaluación de servicios y actividades culturales en el Conjunto Monumental

Se analiza de forma detallada la evolución mensual y anual que experimentan los distintos servicios que ofrece el Patronato a los visitantes (tales como audioguía, librería, servicio de información, parking...), así como las actividades culturales organizadas durante todo el año (exposiciones, conferencias, colaboraciones, visitantes al museo de la Alhambra, usuarios del archivo y biblioteca de la Alhambra).

Por lo que respecta a los instrumentos de obtención y recogida de datos utilizados en el estudio de los flujos turísticos.

Son fundamentalmente cuatro: estadísticas, encuestas, conteos y observación directa (los tres primeros cuantitativos y el cuarto cualitativo):

- El análisis de los aspectos cuantitativos de la afluencia de visitantes: Volumen y distribución.

- Volumen total de visitantes, parámetro que se relativiza en función de otras variables tales como la distribución y composición tipológica de los visitantes (número de visitantes, clasificación en turistas, excursionistas o residentes, si viajan solos o en grupo y si se reparten homogéneamente o no a lo largo del tiempo).

- La distribución temporal de la afluencia, variable que permite identificar los picos de máxima y mínima afluencia, así como tipificar las hipotéticas situaciones de concentración y/o saturación turística.

Fig.4: Metodología y criterios de análisis seguidos en los estudios de visitantes

- 1) Análisis de la capacidad de acogida a nivel del Conjunto Monumental
- 2) Análisis de la capacidad de acogida en el área de los Palacios Nazaríes.

Bloques temáticos	Parámetros básicos de estudio	Fuentes de información
Aspectos cuantitativos:	Volumen total de visitantes	Registros de entrada
1. Volumen y distribución de los visitantes	Distribución temporal	Datos de ocupación
	Distribución tipológica de visitantes	Conteos de visitantes
2. Uso turístico del espacio	Flujos de circulación de visitantes	Encuesta de visitantes
	Itinerarios tipo	Conteos de visitantes
	Orden de la visita	Observación directa
	Tiempo empleado en realizar la visita y distribución entre los distintos elementos visitados	Registros de visitantes
	Niveles de utilización de los recursos turísticos	Registros de aparcamiento, bus, y otros servicios
Aspectos cualitativos:	Características socioeconómicas	Encuesta de visitantes
Perfil del visitante	y organización del viaje	Observación directa
	Percepción gral como destino tco	

3) Evaluación de servicios y actividades culturales.

VISITA PÚBLICA

ACTIVIDADES CULTURALES

OTROS SERVICIOS

La principal fuente que se utiliza para medir aspectos cuantitativos de la afluencia de visitantes es la estadística elaborada por el Sistema de Gestión y Venta de entradas del Patronato de la Alhambra y Generalife.

El análisis del uso turístico pretende fundamentalmente determinar los patrones de comportamiento de los visitantes durante la visita a este destino turístico. En concreto tiene como objetivos prioritarios: determinar y cuantificar los flujos de circulación de los visitantes (estableciendo y cuantificando el uso de determinados itinerarios tipo), analizar la movilidad peatonal y rodada, establecer el orden de la visita y determinar el tiempo que los visitantes emplean en realizar la visita, así como su distribución entre los distintos elementos visitados y los servicios turísticos utilizados (aparcamiento, visitas culturales, comida...)

Estos aspectos se estudian a través de la obtención de datos primarios, mediante conteos o recuentos de visitantes en distintos espacios del recinto y a través de la utilización de datos secundarios, tales como estadísticas ofrecidas por las empresas concesionarias del aparcamiento de la Alhambra y del transporte público municipal sobre las líneas 30 y 31 del microbús.

Estos últimos aportan información de tipo cuantitativo sobre los niveles de utilización y ritmos temporales de uso de determinados espacios o elementos visitables, así como aspectos relacionados con la movilidad de los visitantes y el uso turístico del espacio público en general.

La materialización de los conteos requiere la participación de diversos observadores durante un amplio número de horas, los cuales realizan simultáneamente las tareas que se especifican a continuación en los siguientes lugares del Monumento:

Cuesta de Gomérez.

- Conteo de las personas que suben / bajan por la cuesta a pie en horario de apertura de la Alhambra (en tramos horarios de ½ horarios).
- Conteo de los vehículos particulares, vehículos de servicio, mini-bus, taxis y motos que suben / bajan por este acceso.

Aparcamiento (Rotonda Autocares)

- Identificación del tipo de entrada
- Conteo del número de grupos que llegan en autocar (en tramos de ½ hora)
- Recogida de información sobre la hora de entrada, la hora de salida, el número de visitantes y su nacionalidad.

Cuesta del Caidero, Callejón Niño del Royo, Cuesta del Realejo y Cuesta de los Chinos.

- Conteo de personas, mini-bus, vehículos particulares, vehículos de servicio y motos que suben / bajan por este acceso.

Alcazaba y Generalife.

- Identificación del tipo de entrada
- Conteo de personas que acceden a este espacio cada día (en tramos de ½ h)
- Información sobre tipología de visitantes (Español / extranjero, individual / grupos).

- El análisis de los aspectos cualitativos de la afluencia. El perfil del visitante.

Los rasgos cualitativos de la afluencia turística están relacionados con las características personales de los visitantes y sus motivaciones.

Este tipo de información viene proporcionada fundamentalmente por las encuestas realizadas en el recinto monumental. Del análisis de las encuestas se obtiene la siguiente información relativa al perfil de los visitantes:

- Las características socioeconómicas: edad de los visitantes, profesión, nivel de gasto, tipo de grupo que viaja (familia, amigos, pareja, solo), lugar de procedencia y grado de conocimiento del destino, información utilizada para realizar la visita, etc...
- La forma de organizar el viaje: viaje individual o de grupo organizado (escolares, grupos organizados por agencias de viajes, tercera edad, asociaciones culturales, etc...), modalidad del viaje (excursión de media jornada o de jornada completa, pernoctación, visita de destino único o múltiples destinos) y repetición de la visita (indicativo del nivel de fidelización al destino y del grado de conocimiento previo del mismo).
- Motivación del viaje y percepción general del monumento como destino turístico: intención de visitar solo el monumento o también la ciudad, intención de visitar a familiares y amigos...
- Valoración de la experiencia turística: información sobre los aspectos positivos y negativos que han incidido en la visita: estado de los accesos, aparcamiento, señalización, conservación, limpieza, información, trato recibido por el personal de custodia del Monumento....etc.

Los métodos de investigación utilizados en el análisis de la capacidad de acogida en los Palacios Nazaríes han consistido en:

- Recuento de Visitantes en los Palacios Nazaríes:

- Se trata de un método cuantitativo que consiste en la recogida de los datos en las puertas de acceso y salida de los Palacios Nazaríes. El recuento se realiza teniendo en cuenta la tipología de visitantes (distinguiendo entre Bono Turístico, Visitante Individual, Grupo Turístico, Programa la Alhambra y los niños y Colegios con gratuidad). El trabajo se realiza conforme a una plantilla dividida por tramos horarios de media hora, los cuales a su vez se dividen en otros de cinco minutos cada uno. La primera parte de la plantilla corresponde al turno de mañana (de 8:30 a 14:00h) y la segunda parte corresponde al turno de tarde (de 14:00 a 17:30h en horario de invierno y a 19:30 en horario de verano).
- La segunda fase del análisis consiste en la codificación de los datos, para ello se vuelcan a una base de datos previamente creada en forma de hoja de cálculo. Los resultados permiten comprobar si se ha rebasado el aforo preestablecido de cincuenta personas cada cinco minutos en algún momento, así como el número total de visitantes permitido por cada pase horario (300 visitantes cada ½ hora).

Los resultados obtenidos tras el análisis se comparan con los datos de venta y reserva que arrojan los sistemas de la Alhambra y de su concesionario BBVA. La periodicidad en la aplicación de esta técnica es de cuatro conteos mensuales.

- Observación directa:

La técnica de Observación Directa en el interior de Palacios Nazaríes se aplica llevando a cabo dos tipos de análisis:

- Observación directa en las distintas salas o zonas que presentan saturación

Para la recogida de esta información se utiliza una plantilla específicamente realizada al efecto en hoja de cálculo en la que aparecen los siguientes campos: tiempo de observación, duración aproximada de la visita, (en cada una de las salas), tiempo total de visita en los Palacios Nazaríes, niveles medios de ocupación (promedio de visitantes que hay en cada sala durante el tiempo de observación), personas / minuto (que acceden a cada sala durante el tiempo de observación).

A partir de la obtención de estos datos base y su posterior codificación se estima la superficie disponible en cada sala, los niveles medios de ocupación en el mes en que se realiza la observación y la superficie por visitante.

- Recorridos paralelos

La recogida de datos consiste en elegir a un visitante individual o grupo turístico de forma aleatoria y realizar paralelamente a éste el recorrido, anotando el tiempo que utiliza en visitar cada sala de los Palacios Nazaríes (Mexuar, Patio del Mexuar, Salón de Comares, Patio de los Leones, Habitaciones de Carlos V, Patio de Lindaraja, Baños y salida a Jardines).

La codificación de los datos se realiza en hoja de cálculo previamente diseñada, en la que se anota el tiempo empleado por cada tipo de visitante en realizar la visita.

Metodología de análisis del uso de los servicios culturales y generales del Patronato.

La metodología seguida consiste en la revisión documental de diversas estadísticas e informes relativos a Programa “La Alhambra y los niños,” Servicio de Audioguía, Bono turístico, Servicio de Librería, Servicio de información, Programa de Visitas guiadas, Espacio del mes, Billeto de jardines, Exposiciones, Colaboraciones, Museo, Archivo, Biblioteca, Bus Alhambra, Parking, realizando análisis comparativos mensuales y anuales, por edad, sexo, nacionalidad, tipo de visitante....

3. Conclusión

Para finalizar nuestra exposición afirmaremos que el nuevo modelo de gestión integral y más concretamente de gestión de la visita pública a la Alhambra parte de la patrimonialización del paisaje, para hacer posible la puesta en valor de elementos culturales reconocibles a lo largo del territorio y hasta ahora escasamente considerados, bajo el hilo conductor de unos nuevos itinerarios culturales que los fundirán bajo su consideración como un todo.

Esto resulta doblemente efectivo, como una nueva forma de orientar y estructurar

la valoración y gestión de estos recursos a escala territorial, haciendo posible su difusión y la identificación de los ciudadanos con los mismos y contribuyendo a su vez a detener iniciativas negativas desde la esfera local de banalización y usos incompatibles del paisaje.

Junto a ello se potencia la dinamización económica del territorio, contribuyendo a impulsar políticas públicas de ordenación y desarrollo territorial, redescubriendo el valor de lo intangible y activando la aproximación al patrimonio construido y al emergente así como a elementos del patrimonio natural en la mayor parte de las ocasiones desconocidos.

En definitiva el referido modelo de manejo turístico del Sitio se adecua a las tendencias emergentes de interpretación del Patrimonio, que hace inteligible el Patrimonio y sus recursos tanto a propios y extraños, que mantiene un diálogo entre patrimonio, sociedad y economía, constituyéndose en un instrumento de dinamización de la economía y de identidad de la sociedad local

Junto a ello la potenciación del turismo cultural en un nuevo espacio de integración del patrimonio natural y cultural (material e inmaterial) posee un extraordinario valor como sistema de interrelación entre cultura y comunicación, así como entre patrimonio y turismo, a la vez que se vislumbra su futura condición como instrumento de desarrollo y ordenación del territorio.

Bibliografía

André, E., M. Artis y J. Suriñach (2002): "Demand Segmentation in Urban Tourism: Empirical Evidence for the City of Barcelona", en Wöber, K. (ed.) City Tourism, Springer Economics.

André, E. (2002): El turismo urbano en España: retos y oportunidades de una actividad en expansión. Revista Economistas, num.92, Madrid.

Ashworth, G.J. y J.E. Tunbridge (1990): The Tourist-Historic City. Belhaven Press, Londres.

Ballart Hernández, J. y Juan Tresserras, J. (2001). Gestión del patrimonio cultural. Ed. Ariel. Barcelona.

Bandarin, F. (2002): "La Convención sobre el Patrimonio Mundial: 30 años después". Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Mundial, vol. 40/41. Sevilla, pp. 142 y 143.

Bote, V. y M. Marchena (directores) (1995): "El turismo metropolitano en Europa. Ponencias correspondientes al Curso de la Universidad Internacional Menéndez Pelayo". Estudios Turísticos, 126.

Butler, R.W. (1980): "The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources", Canadian Geographer, Vol. 24, nº1, pp. 5-12.

Castillo Ruiz, José, (2004): "Los fundamentos de la protección: El efecto desintegrador

producido por la consideración del Patrimonio Histórico como factor de desarrollo”. En Patrimonio Cultural y Derecho, nº 8 pp. 11-35.

De la Calle Vaquero, M. (2002): La ciudad histórica como destino turístico. Ed. Ariel. Barcelona.

Chamorro Martínez, V. E. (2006): La Alhambra, el lugar y el visitante. Tinta Blanca Edit. Almuzara. Granada.

Fernández Baca Casares, Román (2000): “Los centros históricos: Sensibilidad versus identidad. Estado de la cuestión y criterios actuales”, En RIVERA BLANCO, Javier (coord.): Actas del Congreso Internacional Restaurar la Memoria. Valladolid. Valladolid: Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y León, 2001, pp. 243-258

Gallego, I.; et al. (2002): El turismo cultural en Andalucía. SAETA. Consejería de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía.

García Hernández, M. (2001), "Capacidad de acogida turística y gestión de flujos de visitantes en conjuntos monumentales: el caso de la Alhambra", PH Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico, 36. pp. 124-137.

García Hernández, M. (2003): Turismo y conjunto monumentales. Capacidad de acogida turística y gestión de flujos de visitantes. Tirant lo Blanch. Valencia.

Greffe, X. (2001): Managing our Cultural Heritage. Aryan Books. London & Dehli.

Greffe, X (2003): “¿Es el Patrimonio un incentivo para el desarrollo?”. En Fernández Salinas, Víctor (coord.) Dossier Patrimonio como Factor de Desarrollo. Boletín del Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico, vol. 42 pp. 43-50.

Law, C.M. (1992): “Urban tourism and its contribution to economic regeneration”. Urban Studies. Vol. 29, nº 3/4, pp. 599-618.

Law, C.M. (1996): Urban Tourism. Attracting visitors to large cities. Mansell, Londres.

Marchena, M. (1995): “El turismo metropolitano: una aproximación conceptual”, Estudios turísticos, 126 pp. 7-21.

O.M.T. (2000): Desarrollo sostenible del Turismo. Una compilación de Buenas prácticas. Edit. Organización Mundial del Turismo. Madrid.

Padró Werner, J. (2005) "Patrimonio, territorio y desarrollo turístico sostenible". En Azcárate Bang, Tomás de; Jiménez Herrero, Luís; Martín Cabrera, Cipriano (Eds.) Diálogo sobre Turismo, Diversidad Cultural y Desarrollo Sostenible. Forum Barcelona 2004. Ed. Instituto de Turismo Responsable. Madrid.

Page, S. (1995): Urban Tourism. Routledge, Londres.

Patronato de la Alhambra y Generalife (2003): Estudio sobre cultura y economía del conjunto monumental de la Alhambra y Generalife. Consejería de Cultura. Junta de Andalucía.

Patronato del Conjunto Monumental de la Alhambra y Generalife (2007): Plan Director de la Alhambra. Consejería de Cultura. Junta de Andalucía.

Pauchant, M. (1995): “París: metrópolis turística”, Estudios Turísticos, 126, pp. 63-77.

- Rausell , P.** (2004): “La ciudad de las Artes y las Ciencias de Valencia y el turismo cultural” En Font, Sentias, J. (Coord.): Casos de Turismo Cultural. Ariel. Barcelona. Pp. 361-390.
- Troitiño Vinuesa, M. A.** (2000): “Turismo y sostenibilidad: la Alhambra y Granada”. Anales de Geografía de la Universidad Complutense, 20, pp. 377-396.
- Troitiño Vinuesa, M. A.** (2000): “Ciudades históricas, turismo y desarrollo sostenible”. AA. VV.: Ciudades Históricas: Conservación y Desarrollo. Madrid: Fundación Argentaria y Visor. Pp. 77-78.
- Troitiño Vinuesa, M. A.** (2003): “Turismo y conjuntos monumentales: Desafíos de Interpretación y de gestión”. Congreso Internacional sobre Desarrollo Turístico Integral de Ciudades Monumentales. Patronato Provincial de Turismo. Granada. Pp. 273-290.
- Troitiño Vinuesa, M. A.; Calle Vaquero, M. de la; García Hernández, M.** (2004). “El conjunto monumental de la Alhambra y Generalife (Granada- España): marco territorial, planeamiento urbanístico y gestión de la visita pública. Turismo y Patrimonio, 4, pp. 69-88.
- Van den Berg, L., J. van der Borg y J. Van der Meer** (1995a): Urban tourism: Performance and strategies in eight European cities, Ashgate Ed., Aldershot.
- Van den Berg, L., J. van der Borg y J. van der Meer** (1995b): “Gestión del turismo en las grandes ciudades”, Estudios Turísticos, 126 pp. 33-61.
- Verdugo Santos, J.** (2003): “El patrimonio histórico como factor de desarrollo sostenible. Una reflexión sobre las políticas culturales de la Unión Europea y su aplicación a Andalucía”. Cuadernos de Economía de la Cultura. N. 1, pp. 55-61
- VVAA** (2003): Congreso Internacional: Desarrollo Turístico Integral de Ciudades Monumentales. Patronato Provincial de Turismo de Granada. 2003
- VVAA** (2004): Casos de turismo cultural, ed. Ariel, Barcelona.
- VVAA** (2004): Impacto económico sobre Granada del Conjunto Monumental de la Alhambra y Generalife (CMAG)
- Zoido Naranjo, F.; Venegas Moreno, C.** (coords) (2002): Paisaje y ordenación del territorio. Junta de Andalucía, Consejería de Obras Públicas y Transportes/Fundación Duques de Soria. Sevilla.
- Zoido Naranjo, F.** (2004): “El paisaje. Patrimonio público y recurso para la mejora de la democracia”, En PH, Boletín del Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico, 50, pp. 66-73



Capítulo IX: Córdoba: Estrategias Patrimoniales y Turísticas en el Horizonte de la Capitalidad Cultural

1. Caracterización de Córdoba

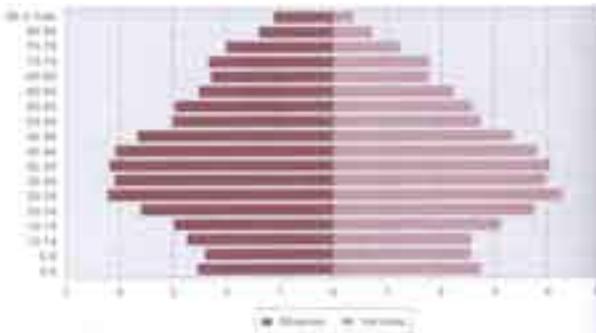
1.1. Caracterización general:

Córdoba, con algo más de 320.000 habitantes, es una ciudad media del interior de Andalucía Occidental, donde ocupa un papel de segundo nivel en la red de jerarquía urbana, después de Sevilla y Málaga y junto a otras ciudades de características similares, como Granada. En el conjunto de España está entre los 15 municipios con más población y, por extensión, dispone de uno de los términos municipales más grandes de España con sus casi 1255 Km², dimensión que para hacerse una idea de su importancia, cabe contrastar con los 98 de Barcelona o los 605 de Madrid. Tendencia similar mantiene su casco histórico, que con 3,10 Km² supone uno de los más grandes de Europa.

Por el contrario, como corresponde a una ciudad de un Sur económicamente más débil que el resto de España, con respecto al cual también mantiene índices económicos inferiores a la media, podemos decir que Córdoba, en el contexto español y andaluz, es todavía una ciudad relativamente pobre. Baste como indicador su PIB, de 12.8000€ por persona, frente al de Andalucía de 15.140. Otro indicador tan sensible como la capacidad de atracción poblacional, confirma esta apreciación: la población extranjera de Córdoba es inferior a 5.500 personas, lo que no llega al 1,7 % de su población (compárese con el 12,8 % de Madrid región o Barcelona)

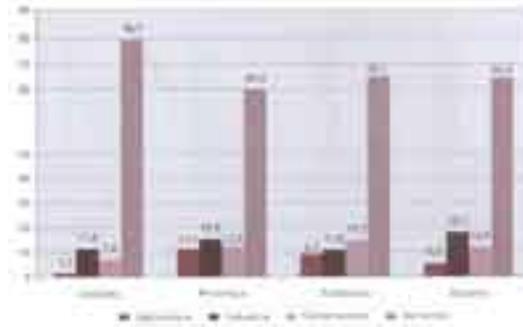
1.2. Caracterización socioeconómica

Córdoba posee una población relativamente envejecida, como cabe apreciar en su pirámide de edades. La población mayor de 64 años supone en el 2004 el 15,13%, porcentaje que no para de crecer por ahora.



**Pirámide de población de Córdoba.
A 1 de enero de 2005.
Fuente: Informe económico y social de
Córdoba 2004.**

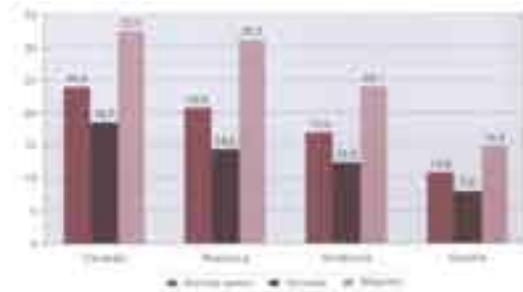
En cuanto a los sectores económicos, se trata de una ciudad terciarizada (79,7% de la población ocupada en 2004), con una presencia residual de su pasado esplendor agrícola y un sector industrial reducido aunque relativamente importante. La estructura empresarial está compuesta principalmente por pequeñas empresas de menos de 5 trabajadores (85,3% de las empresas).



Población ocupada por sectores de actividad. Año 2004.

Fuente: Informe económico y social de Córdoba 2004

El paro en Córdoba (con una tasa del 24,2% en el 2005) alcanza tasas muy elevadas, por encima del provincial y el andaluz y superando ampliamente el doble del paro nacional, si bien la evolución reciente – siguiendo la tendencia general de nuestro país - es de baja acusada, pues los últimos datos disponibles sitúan la tasa en torno al 15%, lo que ha supuesto una reducción de casi 9 puntos en apenas 3 años.



Tasa de paro por sexo. Año 2004.

Fuente: Informe económico y social de Córdoba 2004.

Finalmente, podemos ver que el acceso a las nuevas tecnologías y a Internet es algo inferior a la media nacional, aunque aquí las distancias no son demasiado amplias. Y en cuanto a la formación, digamos que Córdoba tiene todavía un importante problema

con casi un 50 % de sus habitantes mayores de 15 años que no tiene más formación que la básica.

Uso de nuevas tecnologías

Proporción de hogares con:	Córdoba	Nacional
1 PC	45,0%	50,6%
Acceso a Internet	25,6%	32,6%
Acceso a banda ancha	52,5%	59,0%

Fuente: Fundació Interarts. Project s3c – Córdoba diagnosis

Nivel formativo de la población

Residentes sin formación	2,9%
Residentes con estudios primarios	45,2%
Residentes con estudios secundarios	40,7%
Residentes con estudios postsecundarios	11,2%

Fuente: Fundació Interarts. Project s3c – Córdoba diagnosis

1.3. Caracterización geográfica

Córdoba se encuentra situada en el valle del Guadalquivir, en una zona de transición entre la Sierra (Sierra Morena) y la campiña. Su posición en el valle del Guadalquivir es estratégica, toda vez que se sitúa en el vértice. También en el contexto regional tiene un enclave estratégico para la vertebración de Andalucía y de esta con el resto de España, ya que constituye un centro logístico y de comunicaciones fundamental, especialmente en la red AVE.

Hoy Córdoba se comunica por tren de alta velocidad con Sevilla y Madrid y para finales del 2007 lo estará con Málaga. Parecida situación tiene respecto a las autovías. Todo lo cual la sitúa a intervalos de 40´ y 1 hora 45´ de conexiones internacionales a través de puertos y aeropuertos.

Al interior de la ciudad, dos ejes la han venido conformando en los últimos dos siglos: uno el río, con sus meandros, y a espaldas del cual ha vivido la ciudad hasta muy recientemente, a pesar de que fue quien le dio origen. Otra el tren, la red ferroviaria, que a la par que la comunicaba con el resto de España, fracturando el tejido urbano. Hoy felizmente el trazado de RENFE ha sufrido una remodelación completa, con el soterramiento de las vías y la recuperación para la ciudad de un espacio central que ha configurado un nuevo centro urbano moderno y con amplios equipamientos generales. Y en parte gracias a las plusvalías generadas por la recuperación por el Ayuntamiento de los antiguos terrenos de RENFE, en estos momentos también se está en el ecuador de toda una operación de recuperación del río y de su papel en la ciudad: encauzamiento del tramo urbano, nuevos

puentes, construcción de un parque-balcón, rehabilitación del Puente Romano y entorno (molinos, etc.), regeneración de bordes y, sobre todo, una operación de dotación cultural en el nuevo parque de Miraflores, con el Palacio del Sur de Rem Koolhaas, y el nuevo Centro de Arte Contemporáneo.

1.4. Caracterización histórica y arquitectónica

Aunque la fundación de la ciudad se atribuye a los cartagineses, su pasado romano se remonta al año 169 antes de Cristo, cuando Claudio Marcelo estableció una colonia que llegaría a ser una de las tres Capitales de la Hispania Romana en toda la Península Ibérica, periodo del que quedan magníficas muestras hoy de la - todavía poco conocida pero muy importante - Córdoba Romana

Conquistada por los árabes en el 711, en el 716 ostentó la capitalidad de Al-Ándalus, en el 756 se convirtió en la capital del Emirato independiente y en el 929 en la capital del Califato, momento en el que alcanzó su máximo esplendor como gran metrópolis de Occidente, rebasó ampliamente sus límites y llegó a estar rodeada de 21 arrabales y contó con la ciudad palatina de Madinat al-Zahara. En parte del periodo andalusí se produce una convivencia fértil entre las culturas musulmana, judía y cristiana, divisa de convivencia intercultural que hoy reivindica la ciudad como seña de identidad y de su proyecto de futuro.



Córdoba siglo X. 1. Alameda de Gurbah. 2. Arrabales orientales. 3. Ciudad de arrabales. 4. Alameda de al-Ruqaifa. 5. Medina de al-Zahra. 6. Turruñuelos. 7. Alameda de al-Ruimsanlyyya. 8. Alameda de al-Haura. 9. Medina de al-Zahra.

Superposición de la ciudad califal del siglo X sobre ortofotografía actual.

Realización: Gerencia Municipal de Urbanismo de Córdoba

En 1236 la conquista Fernando III, dando comienzo a una reconfiguración de la ciudad que ha llegado a nuestros días, con interesantes muestras de arte cristiano medieval.

Esta trabazón cultural ha permitido la coexistencia de las diferentes arquitecturas, que fueron levantándose unas junto a otras, de manera que Córdoba disfruta – como se recoge en un documento de la Gerencia Municipal de Urbanismo – “de un tejido urbano de cuya urdimbre forman parte tramas y monumentos de muy diversa índole, desde la judería insertada en el laberinto de callejuelas de la ciudad musulmana, hasta la irrupción de la catedral gótica sobre la mezquita árabe. Además de esta convivencia estilística, la combinación de escalas edilicias – donde lo recoleto de sus calles residenciales convive con la grandeza de sus monumentos, o donde encontramos numerosos ejemplos de un sutil gradiente entre el espacio público y el privado (calle, callejón, zaguán y patio) – hacen de Córdoba un excepcional enclave arquitectónico y urbano”.

1.5. Evolución urbana

Córdoba ha experimentado a lo largo del tiempo una profunda evolución urbana. De la importante ciudad romana que fue subsistió y subsiste parte del trazado de los grandes ejes de la ciudad – además de importantes restos, como ya hemos señalado -, que incorporó la ciudad andalusí y han llegado a nuestros días. La Córdoba califal supuso la mayor expansión de la ciudad hasta muy recientemente. Luego la ciudad cristianomedieval experimentó un profundo declive: a diferencia de las épocas romana y musulmana, Córdoba dejó de ocupar un papel político-institucional relevante y quedó relegada como ciudad de provincias. La ciudad, pues, se vuelve a replegar tras las viejas murallas romanas y musulmanas, en lo que es hoy la ciudad histórica, el casco histórico, ciudad que persiste hasta el siglo XIX y comienzos del siglo XX.

Pero durante el siglo XX, Córdoba, como muchas de las ciudades españolas, experimenta un gran crecimiento urbano: pasa así de los cerca de 50.000 habitantes de 1.900 a los más de 300.000 del año 2.000 y en este periodo la ciudad vuelve a saltar la muralla y se expande por el territorio multiplicando la ocupación urbana del mismo.

1.6. Caracterización Patrimonial

El valor patrimonial de Córdoba es extenso e importante, como lo acredita la declaración de La Mezquita como Patrimonio de la Humanidad y posteriormente, en 1994 la extensión de dicha declaración a una amplia parte del Casco Histórico de la ciudad.



**Delimitación del Conjunto Histórico (--) y zona Patrimonio de la Humanidad (--).
Realización: Gerencia Municipal de Urbanismo**

Del vaciado de las más importantes fuentes de información sobre el patrimonio local, obtenemos que existen, al menos, 183 recursos culturales de un especial valor, fundamentalmente inmuebles (92%)

Hace unos años, la Oficina de la Capitalidad Cultural del Ayuntamiento encargó una Base de Datos de Recursos Culturales de la ciudad, que a partir de estas primeras fuentes, pusiera en marcha un registro que unificara todos los datos disponibles en los diferentes registros, añadiera información sobre la accesibilidad de los mismos (incluida información relevante para la visita turística o cultural: horarios, folletos, etc.), permitiera su explotación y elaboración de informes para la gestión y cuya consulta estuviera abierta a todos los interesados, sirviendo así además como instrumento de divulgación. Hoy hay completamente inventariados en esa base de datos 51 recursos, que los interesados pueden consultar en la página web de la capitalidad. Detenerse en la metodología, fichas, etc. nos llevaría demasiado tiempo, pero podemos apuntar las principales características de los 48 recursos culturales finalizados, 42 inmuebles y 6 arqueológicos (los 4 recursos etnográficos finalizados no entran en el análisis por sus características particulares):

- Distribución equitativa (50%) de la titularidad de los inmuebles y predominio absoluto de la pública en los recursos arqueológicos.
- No obstante, en materia de financiación, el conjunto se inclina del lado de la financiación pública
- Localización preferente en el casco histórico (en torno al 70%) e incluso en la zona Patrimonio de la Humanidad (26% de los inmuebles, 50% de los arqueológicos)

- En gran medida en uso y abiertos a las visitas turísticas (76% de los inmuebles; 66% de los arqueológicos), si bien son bastantes menos los que disponen de servicios para atenderlas adecuadamente.

Situación administrativa de los recursos patrimoniales

	TITULARIDAD PÚBLICA	TITULARIDAD PRIVADA	GESTIÓN PÚBLICA	GESTIÓN PRIVADA	FINANCIACIÓN PÚBLICA	FINANCIACIÓN PRIVADA
INMUEBLES	21 (50%)	21 (50%)	20 (47,6%)	22 (52,4%)	30 (71,4%)	12 (28,6%)
ARQUEOLÓGICOS	6 (100%)	0	6 (100%)	0	6 (100%)	0

Fuente: Base de datos de Recursos Culturales de Córdoba.

Puesta en valor de los recursos patrimoniales

	EN USO	ACTIVIDADES CULTURALES	VISITA TURÍSTICA	ALOJAMIENTO	SERVICIO RESTAURACIÓN	VENTA DE ARTÍCULOS	FOLLETO INFORMATIVO
INMUEBLES	37 (88%)	33 (78,6%)	32 (76,2%)	3 (7,1%)	9 (21,4 %)	11 (26,2%)	16 (38,1%)
ARQUEOLÓGICOS	4 (66,6%)	5 (83,3)	4 (66,6%)	0	0	1 (16,6)	2 (33,33%)

Fuente: Base de datos de Recursos Culturales de Córdoba.

1.7. Equipamientos y hábitos culturales

Equipamientos Culturales:

Recientemente la Oficina de la Capitalidad Cultural encargó un estudio “Base de recursos culturales de Córdoba. Informe sobre los equipamientos culturales de Córdoba”, que concluía con una radiografía de los equipamientos de la ciudad según la cual se dispone de un número relativamente aceptable de equipamientos, en su mayor parte polivalentes, de titularidad pública y situados en el Casco Histórico; la dotación es especialmente destacada en materia de bibliotecas y cines de verano, pero adolece en cuanto a espacios escénicos y salas de exposiciones de gran formato:

- 118 equipamientos con actividad cultural estable y continua
- Situados principalmente en el Casco Histórico (en barrios y periferia básicamente se reducen a los Centros Cívicos Municipales)
- Más del 50% son equipamientos polivalentes
- El 60% de titularidad y gestión pública

- El 30% de los equipamientos privados son de Cajasur (Caja de Ahorros vinculada a la Iglesia Católica) y el Obispado de Córdoba
- Segunda ciudad andaluza en bibliotecas (13) en términos absolutos (detrás de Málaga) y relativos (detrás de Huelva)
- Sólo un equipamiento para actos de gran formato (Gran Teatro), aunque en proyecto varios (Teatro Góngora, Teatro al Aire Libre Axerquía y Palacio del Sur)
- Más del 80% de las salas de exposiciones con superficie < 150 m². Ninguna de gran formato.
- 5 galerías de arte, todas en el Casco Histórico
- Tercera ciudad andaluza por número museos inscritos en registros oficiales (tras Granada y Sevilla)
- Pervivencia de red de cines de verano en Casco Histórico (4) y concentración de las salas cerradas en recintos comerciales de barrios y periferias.

Hábitos culturales:

También recientemente – la encuesta data de febrero de 2006-, como parte del Informe Económico y Social de la ciudad que se realiza todos los años, se ha elaborado un informe – a propuesta de la Oficina de la Capitalidad Cultural - sobre “Los hábitos culturales de los ciudadanos de Córdoba y el grado de satisfacción con la oferta”, de donde se trasluce que la población cordobesa, al respecto, se sitúa algo por debajo de la media nacional.

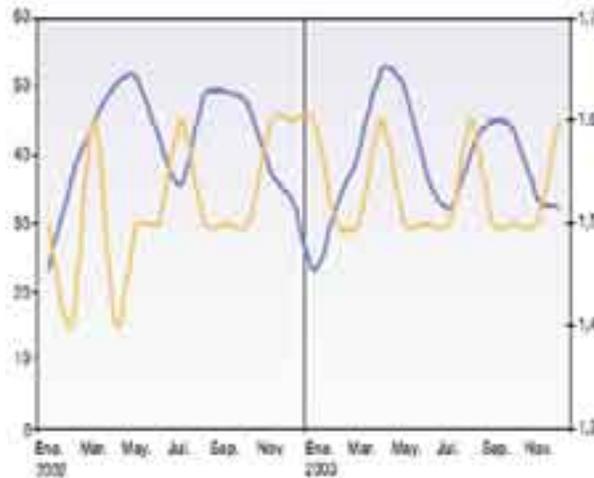
- Leen a diario un 46% (a nivel nacional 52,7%) Un 36,33% de cordobeses leen entre 1 y 3 libros al año (según estudio de 2001 de la Federación de Editores, en España sería un 52,2%)
- Asisten al cine al menos una vez al mes un 37,5% (A nivel nacional: 31,1%)
- Asisten a las bibliotecas una media de 1,32 días / mes. El 60,2% opinan que no son suficientes y las puntúan (grado de satisfacción) con un 5,58 sobre 10.
- Escasa asistencia a espectáculos artes escénicas y musicales. Entre ellas, las de mayor aceptación son el teatro, con una asistencia media 1,22 días/año, y los conciertos de música actual, con una media de 0,89 días /año.
- Razones que se aducen para la baja participación: 1º.- falta de tiempo 57%); 2º.- (a gran distancia) falta de interés por las actividades (20%); 3º.- elevado precio entradas (17%); 4ª.- insatisfacción con la oferta cultural (14,3%); 5ª.- falta de publicidad y otros (< 10%).

1.8. Caracterización turística

Córdoba es uno de los principales destinos del turismo cultural en España, gracias a su gran dotación patrimonial, buenas comunicaciones y su capacidad hotelera.

En 2004 disponía de 5.053 camas, la mayor parte en hoteles de 4 estrellas. El número de camas se ha incrementado un 5,3% en 5 años, a un promedio de +1% anual. La ciudad dispone de un hotel de 5 estrellas y un buen plantel de hoteles de 4 estrellas, que son los más solicitados por el turista cultural y de negocios.

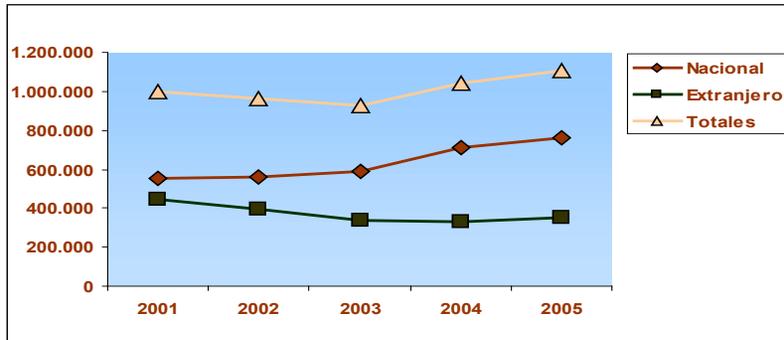
Según datos del INE, el grado de ocupación en hoteles y pensiones ha sido del 52,74% en el 2005, más de 3 puntos porcentuales por encima del 2004, que la sitúa además en el quinto puesto a nivel nacional.



Grado de ocupación (--) y estancia media (--) anual en hoteles.

Fuente: Fundació Interarts. Project s3c – Córdoba diagnosis

La composición del turismo de Córdoba, que en total cifra unas 720.000 llegadas a hoteles y algo más del millón de pernoctaciones, ha experimentado un cambio importante a partir del 2001 (año del atentado contra las Torres Gemelas de NY), de manera que los turistas extranjeros no han hecho sino descender hasta el 2004 y sólo en el 2005 se ha producido una ligera recuperación, con un crecimiento del 3% (primer incremento en 5 años), si bien los turistas nacionales han venido a compensar las pérdidas, con un crecimiento muy importante en todo el periodo.



Pernoctaciones de turistas.

Fuente: Fundació Interarts. Project s3c – Córdoba diagnosis

Las pernoctaciones de los turistas vienen a ser de 1,5 días, algo por debajo de la media de los demás destinos patrimoniales de Andalucía, aunque muy lejos – como es habitual en este tipo de ciudades – de los destinos de sol y playa. Este, junto a la estacionalidad, es uno de los factores más negativos, si bien el grado de satisfacción de los turistas con la estancia en la ciudad es bastante aceptable, siempre con una valoración superior a 7 y en gran parte a 8 sobre 10.

Recientemente Córdoba se ha situado además entre los 10 destinos preferidos en España para la celebración de congresos y convenciones, cuyo número ascendió en el 2004 a 127, con crecimientos fuertes y sostenidos en los últimos años.

Si vemos las visitas a monumentos, se puede apreciar tanto la importancia del volumen total de visitantes (unos 2.160.000 en el 2004), como la crisis vivida por el sector a raíz del 11 S (pérdida de visitas respecto al 2000). Así mismo cabe apreciar el papel predominante que juega La Mezquita en el conjunto (casi el 50% de las visitas), con unos números absolutos que debieran hacer pensar a sus gestores y a las entidades que gestionan el turismo en la capacidad de carga de un hito tan significativo y tan sensible – como ya sucedió en su día en Granada con la Alambra –, reflexión que todavía no se ha producido o, al menos, no forma parte del debate público de la ciudad.

Número de visitantes de los principales museos y monumentos. Años 200-2004.

Monumento/Museo	Visitantes 2000	Visitantes 2004
Mezquita-Catedral	1.248.200	1.040.679
Alcázar de los Reyes Cristianos	337.053	341.764
Sinagoga	296.100	256.000
Medina Azahara	173.115	193.035
Torre de Calahorra	95.875	87.216
Museo de Bellas Artes	71.826	60.533
Museo Julio Romero	71.826	57.943
Museo Arqueológico y Etnológico	39.518	40.011
Museo Taurino	34.729	38.147
Museo Regina	n/a	33.279
Museo Diocesano	16.127	13.211
Total para los principales hitos patrimoniales	2.384.369	2.161.818

Fuente: Fundació Interarts. Project s3c – Córdoba diagnosis

1.9. Análisis DAFO del conjunto turístico-patrimonial-cultural

Una metodología tradicional ya en los estudios o diagnósticos para la planificación estratégica suelen ser los análisis DAFO, o de Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades de un territorio, institución o empresa, a fin de orientar su posicionamiento de futuro, minimizando las dos primeras y maximizando las dos restantes. Recientemente, en el marco de un proyecto europeo del programa Interreg, la Fundación Interarts realizó un análisis de tal tipo sobre el sector cultural cordobés, a partir de entrevistas con informantes cualificados de la ciudad (no tiene por tanto un carácter científico, sino ilustrativo y orientativo). Pues bien, aunque puedan discutirse bastantes de sus afirmaciones, lo cierto es que da una valoración del conjunto turístico-patrimonial-cultural que puede servir de recapitulación y valoración global de cuanto llevamos dicho hasta aquí sobre el conjunto turístico-patrimonial-cultural de la ciudad:

Fortalezas

- Imagen coincidente de ciudad cultural en vecinos y turistas potenciales
- Patrimonio universalmente reconocido y en buen estado de conservación (Patrimonio de la Humanidad / UNESCO)
- Situación geográfica privilegiada.
- Tranquilidad y buena calidad de vida
- Conexiones de transporte altamente desarrolladas (AVE, autovías)
- Precios competitivos

- Condiciones adecuadas para el Turismo de Congresos de tamaño medio
- Percepción positiva del clima
- Presencia de artistas, músicos y escritores en residencia.
- Reconocimiento de la calidad de la producción cultural, especialmente en música y danza.
- Población joven cualificada con capacidad para involucrarse
- Alto nivel asociativo de la población

Debilidades

- Percepción de la cultura de la ciudad como anticuada, especialmente por los ciudadanos
- Posición débil en el contexto territorial desde el punto de vista económico y político
- Insuficiencia de infraestructuras culturales
- Bajo nivel profesional y de formación
- Bajo índice de creatividad (medido por acceso a NT e Internet, diversidad origen población y nivel estudios)
- Alta estacionalidad en los flujos de turismo
- Sector cultural fragmentado e insuficientemente coordinado
- Insuficiente desarrollo de algunas áreas en el sector cultural
- Iniciativa privada limitada en el sector cultural
- Débil participación en redes internas y externas
- Conexión limitada entre el sector cultural y el industrial.
- Uso limitado de las nuevas tecnologías
- Escasez y fragmentación del presupuesto público dirigido al sector cultural
- Ausencia de una programación cultural planificada a un año vista.

Oportunidades

- Incorporación de nuevas infraestructuras a la oferta cultural (Medina Azahara, Teatro de la Axarquía, Mezquita de Santa Clara, etc.)
- Desarrollo de proyectos para aumentar la recepción de congresos de gran formato
- Imagen de la ciudad como una de las tres capitales en España del periodo romano
- Creciente tendencias para un turismo de calidad
- Posibilidad de desestacionalización a través del turismo de tercera edad y de alto poder adquisitivo.
- Crecientes tendencias de la oferta complementaria: golf, actividades culturales, centros de salud y belleza, etc.
- Proximidad a grandes ciudades (Madrid, Sevilla, Málaga)
- Promoción de la ciudad en temporada baja (otoño/invierno)
- Existencia de redes a nivel local, regional, nacional e internacional.

- Córdoba, Capital Europea de la Cultura 2016

Amenazas

- Alta y directa competitividad en la misma región
- Pérdida de capital humano
- Pérdida de las artes y oficios tradicionales
- Excesiva dependencia financiera de las administraciones de ámbito superior para la ejecución de grandes proyectos de infraestructuras

2. Instrumentos de gestión estratégica, patrimonial y turística en Córdoba

Hasta aquí hemos estado visionando una somera caracterización de la ciudad y una fotografía de la realidad del sector cultural, patrimonial y turístico de Córdoba, pero nada hemos dicho sobre los instrumentos de gestión de que se ha ido dotando la ciudad recientemente para mejor afrontar la preservación y mejora de ese sector, así como su aprovechamiento económico y social. Al respecto, cuatro son las piezas: el 2º Plan Estratégico de Córdoba, “Córdoba III Milenio”; el Plan Especial de Protección del Casco Histórico, el Consorcio de Turismo y el proyecto “Córdoba 2016. Ciudad Europea de la Cultura”. Comenzaremos hablando de los dos primeros, para detenernos luego más por extenso en el tercero.

2.1. El 2º Plan Estratégico de Córdoba, “Córdoba III Milenio”

Córdoba cuenta ya con una cierta tradición de planificación estratégica. En esa línea, se elaboró entre el 2003 y el 2005 el 2º Plan Estratégico “Córdoba III Milenio”, un instrumento de desarrollo basado tanto en el rigor de los análisis de la información disponible sobre la ciudad, como en la participación de los agentes e instituciones de la ciudad. En su Plan de Acción Integrado se establece que Córdoba ha de configurar un proyecto territorial de futuro que le permita ser una ciudad moderna, culta y de alta calidad de vida. Y se postulan seis grandes estrategias, una de las cuales, la cuarta, propone la concepción del factor cultural y patrimonial como elemento clave del desarrollo integral local, avanzando entre las acciones concretas, por ejemplo, un Plan integral de turismo cultural sostenible, el diseño de los ejes patrimoniales de la ciudad y la accesibilidad al sistema Patrimonio-Cultura-Turismo, así como la propia puesta en marcha de la Fundación de la Capitalidad Cultural. En realidad, el 2º Plan Estratégico ha sido uno de los desencadenantes e impulsores del proyecto “Córdoba 2016. Ciudad Europea de la Cultura”

2.2. Gestión Patrimonial: El Plan Especial de Protección del Casco Histórico

A fin de garantizar la preservación del Casco Histórico y su conjunto patrimonial, el Ayuntamiento de Córdoba promovió en su día la redacción de un Plan Especial de Protección del Casco Histórico y sus bienes patrimoniales, que quedó aprobado en mayo del 2003, uniéndose al PGOU como parte del ordenamiento urbanístico de la ciudad de obligado cumplimiento. Con posterioridad, la Gerencia de Urbanismo ha creado una oficina específica encargada de su seguimiento y supervisión.

Los objetivos fundamentales que persigue el Plan son:

- Protección y recuperación del patrimonio
- Revitalización del sistema de áreas libres
- Mantenimiento de la población y la habitabilidad, con dotación de equipamientos
- Propiciar un modelo de circulación con “mínimo tráfico y máxima accesibilidad”
- En total el Plan protege en distinto grado – desde la protección singular y de todos sus elementos de un edificio a la tipológica - 1.795 elementos, y contempla una inversión de más de 61 millones de Euros en 3 cuatrienios.
- A fecha de hoy, bastantes de las medidas, sobre todo de intervención en espacios públicos, y de dotaciones y equipamientos, están en marcha, como–por citar sólo algunos:
 - la rehabilitación-adaptación de las Caballerizas Reales a Centro Internacional del Caballo (con una clara orientación a espectáculos ecuestres y el turismo),
 - la remodelación y mejora del entorno del Puente Romano-Torre de la Calahorra-Puerta del Puente- Molinos
 - y el plan especial de recuperación del Palacio de Orive-Huerta San Pablo como jardines y equipamiento cultural de la ciudad.

Así mismo, el Plan de Accesibilidad está en la última fase de ajustes previa a su aprobación definitiva.



Plano de edificación Plano de calificación y gestión

Plan Especial de Protección del Conjunto Histórico de Córdoba. Elaboración: Gerencia Municipal de Urbanismo

2.3. Gestión Turística: El Consorcio de Turismo de Córdoba. Plan de Excelencia Turística

En el 2002, el Ayuntamiento de Córdoba y la Confederación de Empresarios de la ciudad (CECO), a partes iguales, crean el Consorcio de Turismo de Córdoba, con la finalidad de promover y fomentar el turismo en la ciudad, siguiendo el modelo de cooperación público-privada y corresponsabilización puesto ya en marcha anteriormente con éxito en otras ciudades, como Barcelona

El Consorcio, que comienza a funcionar a partir del 2003, persigue como principales objetivos:

- Incrementar la demanda turística
- La presencia de Córdoba en el mercado turístico, procurando la coordinación de los sectores interesados en el fomento del turismo.
- Mejorar la calidad de la oferta turística local
- Captar actividades congresuales
- Promover estudios e información sobre el sector turístico local
- Gestionar instalaciones y equipamientos y
- Promover y comercializar productos y servicios turísticos

Si en el 2003, el Consorcio contó con un presupuesto de unos 245.000€, en el 2006 ha contado con casi 1.300.000€ (incremento del 525%).

Entre las actividades que desarrolla, tenemos servicios de:

- Información turística: Oficinas (4), teléfono, web (www.turismodecordoba.org), etc.
- Atención a congresos (148 eventos celebrados en el 2005, con casi 22.000 participantes)
- Dinamización y creación de productos turísticos: Paseos por Córdoba, Teatro en los Patios, Noches Flamencas, Noches de embrujo, etc.
- Acceso al Patrimonio: Tarjeta turística “Córdoba Card”, bus diario a Medina Azahara, Ruta Fernandina (por las iglesias medievales del Casco Histórico), etc.
- Comercialización: en una cantidad creciente que pretende llegar en el 2006 a los 390.000€ (el 30% del presupuesto anual), el Consorcio dispone de un catálogo de 53 productos y servicios que comercializa tanto directamente como a través de operadores, la página web, etc.
- Promoción: relaciones con touroperadores, medios de comunicación, instituciones turísticas, redes (ciudades Patrimonio de la Humanidad, ciudades AVE, red de Juderías...), campañas de promoción, presencia en ferias turísticas, edición de folletos, Internet (boletín electrónico), etc.
- El Observatorio Turístico: actividad que inicialmente pone en marcha en el 2001 el Ayuntamiento de Córdoba con la Caja de Granada, a través del centro de estudios ESECA, hoy es coordinada por el Consorcio. El Observatorio comenzó con un Libro

Blanco sobre el turismo en Córdoba y a partir de entonces emite un informe y 4 boletines trimestrales al año. Se trata de herramientas estadísticas de recopilación y generación de información relevante sobre la actividad turística en la ciudad, que difundida entre el sector y las instituciones permite ir tomándole el pulso y diseñar estrategias.

- Promoción de la Calidad: integrado desde su principio en el Sistema Integral de Calidad Turística en Destino (SICTED), ha promovido 36 certificaciones de calidad en el sector.

Plan de Excelencia Turística

Nacido casi a la par que el Consorcio y gestionado por éste, surge en el 2002 el Plan de Excelencia Turística de Córdoba, tras acogerse el Ayuntamiento de la ciudad a las iniciativas de tal tipo que promueve el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, y la implicación también del propio Ayuntamiento, la Junta de Andalucía y la organización empresarial local. Comprende el Plan el periodo 2002-2006 y ha supuesto una inversión de 5.410.000€. Dirigido a promover la calidad y el cuidado y mejora de los detalles y de los aspectos complementarios de la oferta turística, las actividades desarrolladas por el PETC han sido:

- Mejora de los sistemas de señalización e información turística: señalética, planos, guías...
- Nuevos servicios e infraestructuras de información turística: oficinas, página web, etc.
- Mejora de la imagen del Casco Histórico de Córdoba: adecentamiento de entornos, pavimentación y rehabilitación de Acerados, mejora y homogeneización de mobiliario bares y restaurantes...
- Mejora de la iluminación ornamental del casco histórico: nueva iluminación de calles, plazas, iglesias, jardines...
- Rehabilitación de espacios monumentales: rehabilitación parcial de Caballerizas Reales, Posada del Potro, restauración y limpieza de estatuas, etc.
- Actuaciones de Musealización: Molino de Martos (Museo del Agua), Baños Califales, Posada del Potro (Casa del Flamenco)
- Contribución a la ampliación de la oferta turística y de ocio nocturno: servicio bus a Medina Azahara, taxitour, CD y DVD diversos, libros, Paseos por Córdoba, Teatro en los Patios...

3. Córdoba 2016: ciudad europea de la cultura

Con el proyecto “Córdoba 2016”, de aspiración a la capitalidad cultural de Europa, Córdoba se dota de un instrumento que persigue los siguientes objetivos:

- La dinamización cultural del conjunto de la ciudad en torno a un proyecto de consenso e ilusionante para los agentes sociales, institucionales, económicos y propiamente

culturales.

- La mejora de los hábitos culturales de la ciudadanía cordobesa (elevación del nivel cultural de la población)
- La dotación y mejora de los equipamientos culturales de la ciudad
- La recuperación, mejora y puesta en valor del patrimonio, vinculándolo tanto a la creatividad cultural local como al turismo
- La proyección internacional de la ciudad y la conexión con redes culturales europeas y de otros continentes, en torno a la idea de Córdoba como lugar de diálogo, paz y encuentro entre culturas.
- La mejora del tejido económico y el empleo en la ciudad, haciendo de la cultura un eje de desarrollo.
- El impulso de la creatividad y los artistas locales en conexión con las nuevas corrientes culturales del mundo.

3.1. ¿Por qué Córdoba 2016?

La “Capital Europea de la Cultura” es una acción comunitaria establecida a través de una decisión conjunta (1419/1999/CE) del Parlamento europeo y del Consejo de la Unión Europea, enmarcada dentro del Programa “Cultura 2000”. El objetivo de dicha acción es “resaltar la riqueza, la diversidad y los rasgos comunes de las culturas europeas, así como contribuir a un mejor conocimiento mutuo entre los ciudadanos de la Unión”.

Según se establece en la decisión anteriormente citada, desde el año 2005 hasta el 2019 se ha establecido un turno rotatorio entre los diferentes países participantes, adjudicando a España el año 2016 para que una de sus ciudades ostente el privilegio de ser “Capital Europea de la Cultura”.

No se incluyeron en dicha lista los diez nuevos Estados miembros que se adhirieron a la UE el 1 de mayo de 2004. Por ello, en noviembre de 2003, la Comisión presentó una propuesta para modificar la Decisión 1419/1999/CE para que los nuevos Estados miembros pudieran proponer capitales europeas de la cultura a partir de 2009. Dicha propuesta fue adoptada por el Parlamento Europeo y el Consejo el 13 de abril de 2005. Como consecuencia de ello, a partir de 2009 habrá dos Capitales europeas de la cultura cada año (una de EU-15 y una de los nuevos Estados miembros). Así en el año 2016 una ciudad de Polonia compartirá la distinción con la ciudad española designada.

Recientemente se ha aprobado una propuesta de modificación de la decisión de 1999 que afecta, entre otras cosas, a los procesos de selección de las ciudades candidatas.

La ciudad de Córdoba afronta este reto por segunda vez en su historia, ya que la primera tentativa se realizó en el año 1992, aunque en esta fecha fue otra ciudad española, Madrid concretamente, la que disfrutó de tal privilegio.

El reto de conseguir un proyecto de tal envergadura ha sido asumido por la ciudad de forma decidida. Por ello, tal como hemos comentado anteriormente, dentro del 2º Plan Estratégico de Córdoba se ha incorporado como una de las líneas básicas de trabajo el proyecto de la Capitalidad Cultural.

La estrategia denominada “Córdoba, ciudad Patrimonial, Cultural y Turística”, es una de las principales apuestas de futuro de la ciudad, encaminada a revalorizar y revitalizar el amplio Patrimonio Cultural que atesora, proyectando todo su potencial a través de importantes intervenciones tanto a nivel de infraestructuras como a nivel de programación cultural, que van a ir orientadas a conseguir la distinción de la Capitalidad Cultural, sin olvidar que la meta definitiva es lograr Córdoba vuelva a ocupar un lugar de privilegio entre las principales ciudades culturales europeas. Su historia, su cultura y su vasto patrimonio son sin duda el mejor aval.

3.2. Evolución de la candidatura

3.2. 1. Los primeros pasos: la Oficina de la Capitalidad

Para comenzar la andadura de la candidatura cordobesa el Ayuntamiento de Córdoba puso en marcha hace cuatro años una oficina técnica, cuyas funciones eran:

- Creación de nuevas propuestas culturales
- Liderar la creación de la Fundación que gestione en un futuro la candidatura
- Promoción de la candidatura
- Captación de apoyos y adhesiones al proyecto
- Establecer redes de contactos con agentes culturales destacados que puedan ser útiles en la planificación del proyecto

3.2.2. Órgano de gestión: la Fundación “Córdoba Ciudad Cultural”

La Fundación “Córdoba Ciudad Cultural” es la fórmula de gestión elegida por la Comisión Especial Interinstitucional de Córdoba Capital Cultural 2016, formada por responsables de las principales instituciones y colectivos sociales de la ciudad.

Se constituyó oficialmente en Junio de 2006, y asumirá el papel de eje aglutinador de todos los esfuerzos desarrollados con objeto de configurar la candidatura.

Los patronos fundadores de este nuevo órgano de gestión son:

- Ayuntamiento de Córdoba
- Diputación de Córdoba
- Junta de Andalucía
- Universidad de Córdoba

Durante los años previos, su trabajo se centrará en la planificación y programación

de eventos culturales relacionados con la candidatura, las relaciones nacionales e internacionales, así como la promoción, información y difusión entre la ciudadanía del proyecto “Córdoba 2016”.

Principales líneas de trabajo hasta el año 2006:

3.2.3. Consolidación de programas culturales existentes

Para poder contar con un proyecto de garantía es necesario consolidar aquellos eventos culturales que cuentan con una cierta tradición en el calendario cultural de la ciudad. Los más destacados son:

- Concurso Nacional de Arte Flamenco de Córdoba. Durante el año 2006 el flamenco centra una parte importante de la actividad cultural de la ciudad en conmemoración del 50 aniversario del este certamen, que es el más antiguo de todos lo que actualmente se celebran en nuestro país. Este concurso ha de ser uno de los pilares sobre los que se sustente parte de la programación cultural de Córdoba en el futuro proyecto, pues este elemento es un rasgo de la identidad cultural de la ciudad, cuya proyección internacional está fuera de toda duda. La música como nexo de unión entre culturas.
- Festival Internacional de la Guitarra. Este es el otro gran evento cultural que, anualmente, inunda de música el la oferta cultural del mes de julio en la ciudad. La proyección internacional de este Festival, que cuenta con un programa formativo en torno a la guitarra de primer nivel, es uno de los principales retos para darle la dimensión que dicho evento merece. Gestionado y organizado por el Gran Teatro de Córdoba, la Oficina de la Capitalidad Cultural colabora activamente con este evento para dotarlo de una mayor presencia en el calendario nacional e internacional.
- Festival de los Patios Cordobeses. Esta es, sin duda, una de las actividades culturales de mayor calado social tanto para los propios habitantes de la ciudad como para todos aquellos visitantes que, a lo largo del mes de mayo, se acercan a conocer y disfrutar esta ciudad. Los patios son el elemento de mayor personalidad con que cuenta la ciudad, cultura en estado puro, donde se mezclan patrimonio material e inmaterial, creando una atmósfera única que sólo se concibe una vez inmerso en este universo interior refugiado en el Casco Histórico de la ciudad. La apuesta es lograr que los Patios sean declarados por la UNESCO “Obra Maestra del Patrimonio Oral e Inmaterial de la Humanidad”. Dicha denominación respaldaría la obtenida por Córdoba en diciembre de 1994 por el mismo organismo como ciudad Patrimonio de la Humanidad”.

3.2.4. Creación de nuevas iniciativas culturales

Esta es una de las principales cuestiones que tiene que desarrollar la candidatura cordobesa para consolidar un proyecto cultural de garantías.

- Durante los últimos años se han creado las siguientes iniciativas: Cosmopoética. Este encuentro internacional de poesía tuvo su primera edición en el año 2004, celebrándose en este año 2007 su cuarta edición. El objetivo de este encuentro es traer a Córdoba una muestra de la mejor poesía que se está escribiendo en el mundo en estos momentos, para disfrutar de su lectura de boca de sus propios creadores. Juan Gelman, Gioconda Belli, Alejandro Jodorowsky, Volker Braun, Lasse Söderberg, María Kodama, Luis García Montero, entre otros, son algunos de los poetas que ya han participado en estos encuentros. La música, a través de conciertos de cantautores de primer nivel, o las exposiciones relacionadas con la poesía son algunas de las actividades paralelas que completan el programa de Cosmopoética.
- I Conferencia Europea sobre Ciudad y Cultura “La invención de las ciudades”. Esta iniciativa, que nace con vocación de continuidad, tiene como principal objetivo convertir a Córdoba en un referente europeo de vanguardia en lo que respecta a la reflexión sobre las relaciones que en la nueva sociedad se establecen entre ciudad y cultura. Esta clara dimensión europea hace de esta propuesta un elemento muy importante para consolidar la candidatura cordobesa.
- Homenaje a Antonio Machado. Es intención de la oficina de la Capitalidad Cultural celebrar anualmente programas de actividades en torno a figuras culturales de relieve, con una clara dimensión internacional. En este sentido, en noviembre de 2005 se ha promovido un ciclo homenaje al que quizá sea el poeta español de mayor proyección en el mundo, Antonio Machado. Paralelamente a este evento, se ha editado el disco “Cantando a Machado. La palabra más tuya” en colaboración con la Sociedad General de Autores de España.
- Asimismo se patrocinó la producción musical “Los Machado”, espectáculo basado en diversos pasajes de la obra de la Familia Machado – Antonio Machado y Álvarez “Demófilo”, y sus hijos Antonio y Manuel – en el que se combina la música clásica con el cante y baile flamencos.

3.2.5. Apoyo a la creación

Una de las principales líneas de trabajo de la Oficina de la Capitalidad Cultural es la apuesta decidida a los nuevos creadores que desarrollan su actividad en la ciudad.

A lo largo de los últimos tres años, se han promovido diversas publicaciones en las que los jóvenes creadores han tenido un papel relevante. Libros de poesía como “Radio Varsovia”, compilación de varios autores cordobeses, “Híbrida”, de Leyla Ouf, revistas

literarias como “Labellavarsovia”, dirigida por jóvenes poetas cordobeses, o discos como “¿De verdad quieres volver?” del cantautor cordobés Alberto Guerrero son una muestra del trabajo realizado por la Oficina.

Las exposiciones de artistas cordobeses en diferentes salas de la ciudad han sido otras de las líneas de actuación de la Capitalidad en apoyo a la creación.

3.2.6. Consolidar el papel de Córdoba como espacio de encuentro intercultural

La posición como lugar de encuentro de culturas, con la que la propia historia ha obsequiado a Córdoba, es uno de los grandes retos para el futuro inmediato. El pasado multicultural, que ha dejado en la ciudad un bagaje de respeto y convivencia, se quiere utilizar para volver a situar a la ciudad en un lugar preferente de encuentro entre las civilizaciones, máxime en este momento en el que la convivencia atraviesa uno de los momentos más complicados de las últimas décadas.

Desde diferentes áreas de gobierno local, así como desde otras instituciones de ámbito nacional e internacional, se está trabajando en esta línea. Fruto de ello son:

Por un lado, el establecimiento de lazos e intensificación de las relaciones de Córdoba a nivel nacional e internacional, participando y siendo miembro activo de redes de ciudades:

- Red de Juderías: Córdoba, Cáceres, Hervás, Toledo, Segovia, Tortosa, Barcelona, Girona, Tudela, León, Oviedo, Ribadavia, Jaén, Palma, Ávila.
- Red de Ciudades Patrimonio de la Humanidad: Córdoba, Santiago de Compostela, Salamanca, Ávila, Segovia, San Cristóbal de la Laguna, Alcalá de Henares Cuenca, Toledo, Cáceres, Ibiza, Úbeda, Baeza.
- Ciudades Hermanadas con Córdoba: La Habana Vieja, Córdoba, Veracruz, Córdoba (Argentina), Fez, Samara, Kairouan, Damasco, Bujara, Lahore.
- Cartas de Intención y Declaraciones de Amistad: Manchester, Belén, Amadora, Saint Denis, Porto Alegre.
- Córdoba ostenta la Secretaría Regional de las Ciudades Patrimonio Mundial de Europa del Sur y Mediterraneo. En total son 57 Ciudades pertenecientes a los siguientes países: España, Italia, Francia, Portugal, Grecia, Malta, Santa Sede.

Por otro lado, los diferentes encuentros interculturales e internacionales que en los últimos años han tenido su sede en la ciudad de Córdoba, tales como:

- IX Premios de Creación poética “Homenaje Ibn Zaydun” (Fundación Kuwaití Abdul Aziz Said Al-babtain)
- Conferencia de la Organización para la seguridad la cooperación de Europa (OSCE) sobre antisemitismo y otras formas de intolerancia.
- Reunión del Consejo ejecutivo del Consejo Judío Mundial
- Visita del Presidente de Israel Moshe Katzav

- VIII Conferencia Iberoamericana de Cultura
- Comité Averroes: (creado para el fomento de las relaciones hispano-marroquíes en el ámbito de la sociedad civil y para crear un espacio de encuentro en los ámbitos culturales, políticos y sociales entre ambos países)
- Foro Social Ibérico por la Educación

3.2.7. Trabajos técnicos relacionados con la candidatura

Durante el periodo que lleva en funcionamiento la Oficina de la Capitalidad Cultural, se han venido elaborando diferentes trabajos técnicos, cuyo propósito es conocer en profundidad la situación de partida de la ciudad de Córdoba en materia cultural. Los proyectos relacionados con la Capitalidad Cultural son los siguientes:

- Estudio de la participación de Córdoba en proyectos europeos y de ámbito internacional
- Base de Datos de los Recursos Culturales de Córdoba
- Informe sobre los equipamientos culturales de Córdoba
- Estrategias comunicativas en la Candidatura de Córdoba a la Capitalidad Cultural Europea de 2016

3.2.8. Creación de la Web del proyecto

Una de las principales herramientas de difusión de las que se ha dotado la Oficina de la Capitalidad Cultural Córdoba 2016 ha sido la creación de un portal que recoge toda la información que se va generando en torno al proyecto, así como ofrece la posibilidad de mostrar el apoyo al mismo a través de un formulario on line. La web ofrece apartados de noticias, adhesiones, Comisión Especial, actividades, Recursos Culturales, documentación y enlaces de interés. La dirección es www.capitalcultural2016.cordoba.es

3.2.9. Difusión del proyecto

La Oficina de la Capitalidad Cultural está llevando a cabo acciones de difusión enfocadas bajo dos criterios:

- Programas de difusión entre colectivos: entre estos, destacan las campañas de información realizadas en centros cívicos de la ciudad, así como en programas educativos como “Córdoba, Ciudad Educadora”, “Escuelas de Verano” y “Verano Joven”
- Programas de difusión en eventos socioculturales: asistencia a ferias comerciales, programas culturales (Selenitas, Noches Flamencas, Festival Internacional de Guitarra, etc.), congresos, etc. para ofrecer información sobre “Córdoba 2016” a todos los asistentes. Se han realizado labores de difusión en eventos de ámbito nacional e internacional como FITUR.

3.2.10. Captación de apoyos

Una de las principales actividades realizadas por la candidatura cordobesa es la captación de apoyos tanto individuales como institucionales al proyecto. En la actualidad, son más de 70.000 las adhesiones recibidas tanto en los puntos informativos atendidos por los técnicos/as de la Oficina como a través de la Web de Córdoba 2016, y la realización de programas de difusión y asistencia a eventos.

4. El futuro: a partir de 2017

Como parte de las actuaciones que se están desarrollando en Córdoba está la creación de nueva infraestructuras culturales en la ciudad:

- Auditorios: Antiguo cine Góngora
- Museos: Museo del Agua, Museo del Flamenco, Centro Arte Contemporáneo
- Centros de interpretación: Centro de Estudios Gongorinos, Centro de interpretación de Medina Azahara, Centro Andaluz de la Artesanía
- Teatros: Teatro de la Axerquía
- Salas de exposiciones: Centro de Exposiciones “Rafael Boti”
- Palacio de Congresos: Palacio del Sur

El principal reto al que se enfrenta Córdoba será a partir del 2017, en el que el desarrollo global del proyecto Córdoba 2016 permita la consolidación de la programación cultural y el aprovechamiento de toda la infraestructura creada.

5. Estrategias de trabajo: libro blanco de la capitalidad

Otro hecho destacado ha sido la realización del Libro Blanco para la Capitalidad Cultural, documento que recoge las líneas de actuación sobre las que deben discurrir todas las acciones que, con un horizonte claro, vayan encaminadas a la consecución de la designación de la ciudad como Capital Europea de la Cultura en el 2016. El Libro Blanco ha sido redactado por un equipo de la Universidad de Córdoba y consensuado por personas expertas y representantes institucionales, culturales y empresariales de Córdoba, tan sólo a falta de su aprobación definitiva que tendrá lugar durante el año 2007.

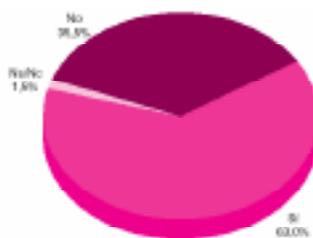
6. Grado de conocimiento entre la población del proyecto y valoración del mismo

En la misma encuesta que se realizó sobre los hábitos culturales, se trató de conocer la percepción que los ciudadanos tienen sobre el proyecto Córdoba 2016. A la vista de los resultados, en general, estamos satisfechos:

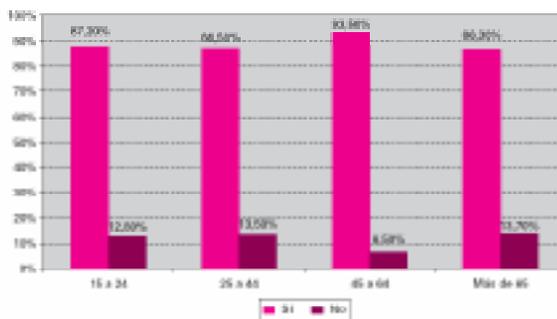
- La mayoría de los ciudadanos (63%) conocen lo que significa la Capitalidad Cultural

de Europa, más los hombres que las mujeres y, por edades, más los tramos de 45 a 64 años.

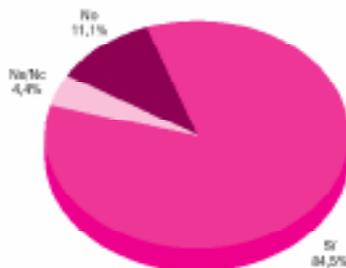
- Aún mejor es el grado de difusión del proyecto, pues un 88,5% sabe que Córdoba opta a hacerse con dicha Capitalidad en el 2016
- Y el 84,5% se siente identificado con el proyecto y lo apoya.
- En cuanto a la gestión que se está haciendo del proyecto por parte de la Administración municipal, se otorga una nota media de 7 sobre 10



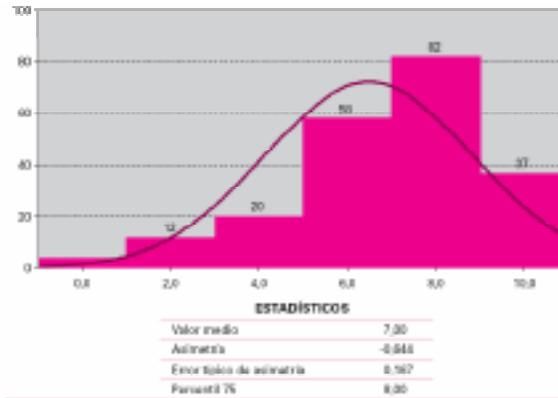
¿Conoce qué es la Capitalidad Europea de la Cultura?



¿Sabe que Córdoba presenta su candidatura?. Según edad.



¿Se siente identificado como cordobés/a con el proyecto?



Valoración de la gestión por parte del Ayuntamiento.

Fuente Informe Socioeconómico y Anuario estadístico de la ciudad de Córdoba 2004

En síntesis, podemos decir que Córdoba, una ciudad con índices socioeconómicos relativamente inferiores al contexto nacional y regional en que se inserta, es una ciudad con un rico legado histórico y patrimonial (declarada por la UNESCO Ciudad Patrimonio de la Humanidad), con una buena situación estratégica en el territorio y en la red de comunicaciones y en la que el turismo cultural juega un papel cada vez más importante. Córdoba, con el impulso de su ayuntamiento, ha puesto en marcha en los primeros años de este milenio, una serie de instrumentos de gestión para proteger y valorizar su rico patrimonio, para la gestión turística y para la planificación estratégica del desarrollo futuro, instrumentos basados en gran medida en la concertación de los distintos agentes sociales e institucionales. Como proyecto central de ese proceso, surge también en dicho periodo la candidatura de Córdoba a la Capitalidad Cultural de Europa en el 2016, próximo año en que tal título le corresponde a una ciudad española. El proyecto pretende conseguir la transformación de los hábitos culturales de la ciudad, así como de sus infraestructuras culturales y turísticas, convirtiendo a Córdoba en una ciudad donde la cultura sea un eje de su identidad y sus desarrollos económico y sociourbanístico.



Capítulo X: Toledo: Características y Problemáticas de un Destino Patrimonial

¹ El contenido de este texto forma parte del trabajo realizado en el marco del proyecto “Dinámicas recientes y estrategias de intervención en destinos patrimoniales”. Plan Nacional de I+D+I (2004-2007). Ministerio de Educación y Ciencia. Referencia: SEJ2006-10898/GEOG. Años 2006-2009.

0. Introducción

Toledo, una ciudad media que se aproxima a los 80.000 habitantes, debido a la concentración de referentes patrimoniales, reúne toda una serie de circunstancias favorables para convertirse en “ciudad de referencia turística”, cuenta con un patrimonio cultural de primera fila, recibe un elevado número de visitantes y se encuentra en una situación geográfica privilegiada, por su proximidad a la región urbana madrileña. En la encuesta realizada con motivo de la muestra promocional del Grupo Español de Ciudades Patrimonio de la Humanidad en Barcelona, en 2003, Toledo aparece en primer lugar dentro del ranking de visita, dentro del mercado catalán, de las Ciudades Patrimonio de la Humanidad (Boletín del Observatorio Turístico de Ávila 3/2003). Sin embargo, su modelo turístico, un modelo maduro, viene manifestando, a pesar de los esfuerzos realizados durante los últimos años, síntomas de cierto agotamiento y dificultades para lograr una plena y equilibrada integración del turismo en la realidad económica, social y urbanística de la ciudad (Troitiño et Al. 1998).



Toledo. Vista general desde los Cigarrales

Existe una opinión bastante generalizada entre los agentes urbanos, ya sean del sector turístico, del cultural o del urbanístico, sobre la necesidad de afrontar la cuestión con realismo e impulsar un cambio de rumbo. Toledo, quizás con más necesidad que otras ciudades históricas, se enfrenta al reto de construir la ciudad del siglo XXI y, en ese proyecto, el patrimonio y la oferta cultural, así como el turismo y las actividades de ocio, pueden y deben tener un importante protagonismo. El desafío está, por tanto, en diseñar

una estrategia de urbana que contribuya a consolidar un destino patrimonial potente y competitivo.

Toledo camina, aunque con lentitud, en la búsqueda de modelos de gestión sostenibles. En este sentido debería preocupar tanto preparar bien la ciudad para los ciudadanos como adecuarla, que no supeditarla, a las demandas turísticas, en el marco de políticas activas de recuperación urbana y de cualificación turística. Resulta urgente tender puentes de comunicación entre las políticas urbanísticas, las turísticas y las de patrimonio cultural, siendo necesario que se pongan en marcha infraestructuras de gestión de nuevo cuño o que las existentes, caso del Consorcio del Real Patronato, asuman estos planteamientos. Se trata, ciertamente, de una cuestión compleja que requiere de liderazgo institucional, implicación empresarial y participación social (Troitiño, M. A.; Prats, F. 1999).

Todo un conjunto de circunstancias, tanto internas como externas, aconsejan plantear la cuestión turística desde una perspectiva transversal que ayude tanto a clarificar las interdependencias como a buscar soluciones a los problemas planteados. Toledo está conociendo importantes transformaciones urbanísticas y funcionales, con cambios potentes en relación a la accesibilidad y la movilidad (autopista, AVE, remontes mecánicos, aparcamientos, etc.), así como en equipamientos (palacio de congresos, centro de interpretación, centro de recepción de visitantes Toletum), que introducirán, sin duda, cambios importantes en la relación patrimonio cultural y turismo, así como entre la ciudad antigua y los nuevos desarrollos urbanos.

En el marco de las políticas turísticas estatales (Plan Integral de Calidad del Turismo Español (2000-2006), Plan de Impulso del Turismo Cultural e Idiomático y Turismo 2020, la preocupación por el relanzamiento y cualificación de los destinos patrimoniales, caso de Toledo, ha sido una constante. También a nivel de la ciudad se vienen ensayando nuevos modelos de gestión patrimonial y turística (Consorcio de Toledo, Plan Especial del Centro Histórico, Plan Municipal de Ordenación, Plan de Excelencia Turística, Plan de Calidad en Destino, Toledo Convention Bureau, etc.), siendo oportuno valorar los resultados obtenidos y ver si los rumbos elegidos han sido o no los correctos, dado que Toledo necesita prepararse como un destino cultural de calidad que renueva y cualifica su oferta turístico/patrimonial, manteniendo una posición de liderazgo, algo que desborda ampliamente el marco de las políticas turísticas sectoriales.

El texto que ahora presentamos, con las correspondientes actualizaciones, se basa en el Estudio sobre la Situación y Evaluación de las Perspectivas del Sector Turístico de Toledo, realizado por encargo del Ayuntamiento de Toledo (Troitiño et Al. 2005), en el marco de lo trabajos del Plan de Excelencia Turística y del Plan Municipal de Ordenación. Su finalidad era, fundamentalmente, aportar una visión urbanística integral del turismo que permitiese identificar las demandas y las necesidades turísticas en conexión con los retos urbanísticos, de cara a perfilar las bases de una estrategia de actuación coordinada que

tuviese presente los aspectos específicamente turísticos, los urbanísticos, los patrimoniales y los de gestión.

1. Principales características de Toledo como destino turístico patrimonial.

En el marco de una lectura transversal de Toledo como destino patrimonial presentamos, de forma sintética, sus principales características.

1. 1. Un potente y diversificado patrimonio cultural no siempre bien adecuado como recurso turístico.

El patrimonio cultural constituye un recurso turístico de primer orden, es el ambiente, resultado de la interrelación de los factores físicos y humanos, el principal atractivo de la ciudad. Toledo, fue declarada en 1940 “Conjunto Monumental” e incluida en la Lista del Patrimonio Mundial de la UNESCO en 1986, al concurrir en ella toda una serie de factores que potencian su monumentalidad: una singularidad natural como consecuencia de las excepcionales características de su emplazamiento en el meandro del Tajo, una trama urbana de base medieval donde se conserva una parte importante de los trazados y la organización musulmana, un elevado número de edificios monumentales y espacios, correspondientes a las épocas históricas y culturas que dejaron sus huellas en el plano de la ciudad (Del Cerro et Al. 1991; Diez del Corral et Al. 1991).

La ciudad cuenta con 118 Bienes de Interés Cultural (112 declarados y 6 incoados), muestra brillante de la historia de las civilizaciones, conservando vestigios romanos, visigodos, musulmanes, judíos, de la reconquista cristiana, renacentistas, mudéjares, barrocos, del siglo XIX, etc. Los valores y recursos culturales del conjunto histórico desbordan el significado del patrimonio arquitectónico y una adecuada interpretación de la ciudad y su utilización como recurso turístico requieren dar entrada a aspectos paisajísticos y culturales de naturaleza diversa. En este sentido, la diferenciación histórica en barrios y parroquias, el patrimonio residencial, los espacios públicos, los restos arqueológicos, el meandro del Tajo, la vega, los cigarrales y las cornisas y fachadas de la ciudad adquieren un especial significado.

Toledo ha sabido conservar una buena parte de la herencia del pasado, a través de la reutilización de edificios de gran valor monumental, para la función museística. En la actualidad cuenta con 18 museos, todos ellos ubicados en edificios de relevante valor arquitectónico y patrimonial (Alcázar, Santa Cruz, Santo Tomé, Casa del Greco, hospital Tavera, museo Sefardí, etc.) La oferta turístico-cultural no se agota en el patrimonio arquitectónico y urbanístico o los museos, la ciudad ofrece otras muchas posibilidades en relación con el patrimonio arqueológico e intangible. En este sentido, tienen lugar toda una serie de celebraciones, tanto de carácter religioso, como lúdicas, que permiten

enriquecer la experiencia del visitante. La tradición religiosa está fuertemente enraizada y en relación con ella se encuentran algunos de los acontecimientos de mayor relieve, especialmente el Corpus Christi y la Semana Santa.



Cartel del Corpus Christi de 1917 (Archivo municipal de Toledo)

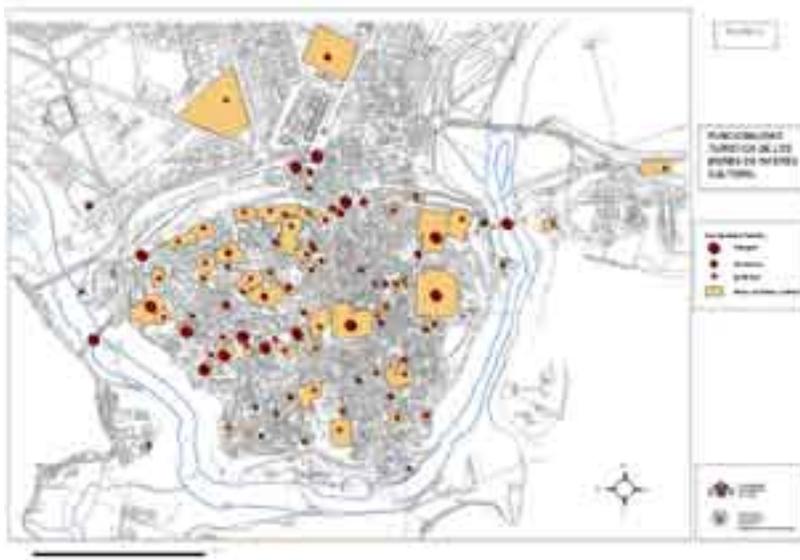
Los eventos culturales y exposiciones, impulsados por las administraciones públicas, constituyen la parte viva de la oferta cultural. En este sentido, Toledo cuenta con una programación cultural significativa, característica de una ciudad media, capital de Castilla-La Mancha. A otro nivel, existe un conjunto de fundaciones, asociaciones y entidades financieras que impulsan un número significativo de iniciativas culturales de diferente tipo (Real Fundación Toledo, Caja Castilla-La Mancha, Fundación Ortega y Gasset, etc.). Sin embargo, únicamente los eventos culturales potentes tienen repercusión turística, este fue el caso de la Exposición Carolus, que recibió por encima de los 250.000 visitantes, o la más reciente sobre los Visigodos en España.



Museo de Santa Cruz. Hito patrimonial y oferta cultural

La proximidad a Madrid convierte a Toledo en un destino con una fuerte presencia de

excursionistas y la corta duración de la estancia comporta, con frecuencia, un contacto somero con la realidad patrimonial, limitado a pasear por la ciudad o visitar los principales hitos monumentales. La preparación del patrimonio para la función turística es limitada, únicamente 18 de los Bienes de Interés Cultural están acondicionados para la de visita turística (Troitiño Torralba, 2005). Por lo general, el estado de conservación de los edificios y espacios urbanos ubicados en la ciudad histórico-turística es buena, sin embargo la realidad de la ciudad histórica, fuera de las rutas turísticas, no es tan favorable.



Niveles de funcionalidad turística de los Bienes de Interés Cultural

1.2. Una importante planta de hoteles y restaurantes.

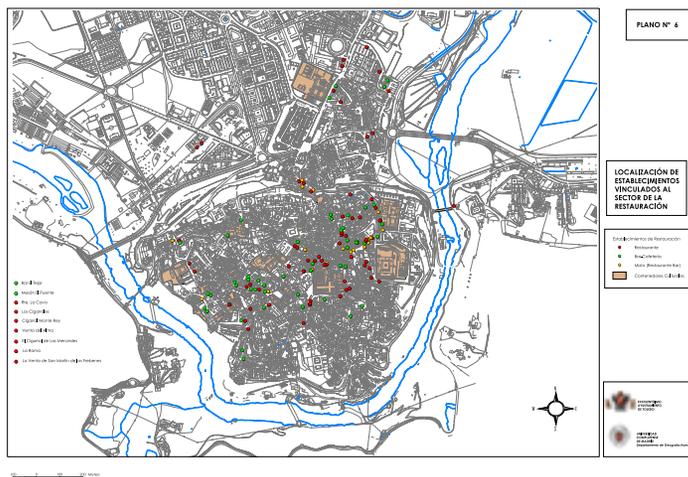
Toledo está asistiendo a un importante crecimiento y profunda renovación de su planta hotelera con la construcción de hoteles de tres, cuatro y cinco estrellas, ubicados en los bordes del casco histórico y en los ejes de acceso a la ciudad. Durante las dos últimas décadas el sector del alojamiento ha experimentado un fuerte crecimiento, de los 11 establecimientos y 591 plazas en 1980, se pasó a los 40 establecimientos y 2.358 plazas en 1990; especialmente significativo ha sido el incremento de la oferta de categorías media y alta y la elección de nuevas localizaciones, caso de los Cigarrales, para la ubicación de los establecimientos; en 2006 tenía 56 establecimientos y 3.525 plazas, ocupando el quinto lugar por número de plazas entre las 13 ciudades del Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España(Troitiño, et Al. 2007). Por otro lado, la recuperación de antiguas casonas y la demanda del visitante por alojarse en “lugares con encanto”, están propiciando que en el casco histórico surjan nuevos establecimientos, de pequeño tamaño, que dotan a la ciudad de una oferta más asequible para todo tipo de público.

Cuadro 1: Distribución de Alojamientos por categorías y número de plazas.2006

	Nº establecimientos	Establecimientos(%)	Nº de plazas	Plazas (%)
Hotel 4 estrellas	8	14,28	1.515	42,98
Hotel 3 estrellas	14	25,00	1.060	30,07
Hotel 2 estrellas	7	12,50	325	9,22
Hotel 1 estrella	1	1,79	36	1,02
Hostal 2 estrellas	20	35,71	496	14,07
Hostal 1 estrella	5	8,93	79	2,24
Pensiones	1	1,79	14	0,40
Total	56	100	3.525	100

Fuente: Turespaña. Guía Oficial de hoteles, 2006. Elaboración propia.

El sector de la restauración también ha experimentado un importante crecimiento, de los 118 restaurantes existentes en 1996 se ha pasado a más de 200 en la actualidad, produciéndose un incremento del 45,37% y generando más de 660 empleos. A pesar de las limitaciones de la ciudad histórica (accesibilidad, precios y disponibilidad de suelo), la mayoría de los restaurantes se ubican en el recinto intramuros, el 64,35%, en sus bordes y en los ejes de acceso. En el centro histórico el 62,39% de la clientela corresponde a los visitantes y en el eje turístico principal se eleva hasta el 80%.

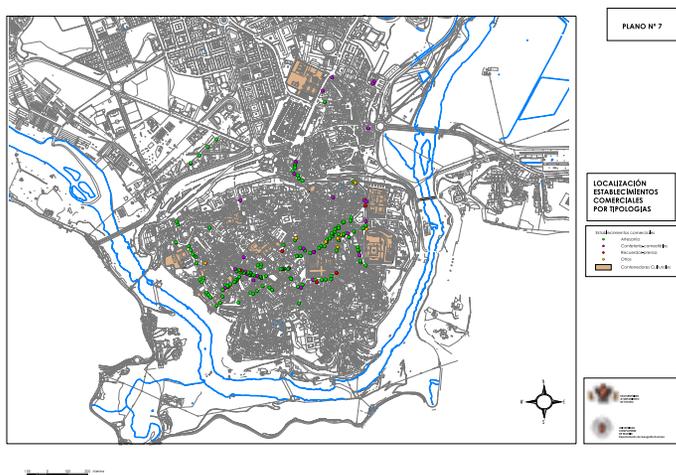


Localización de establecimientos del sector de restauración.

El sector hotelero y el de la restauración están contribuyendo a la rehabilitación y la recuperación funcional del patrimonio arquitectónico, algunos establecimientos se ubican en edificios históricos declarados Bienes de Interés Cultural, contrarrestando, en

cierta medida, la pérdida de población y de comercio tradicional que el centro histórico viene sufriendo en las últimas décadas.

El comercio y la artesanía constituyen funciones tradicionales de los centros históricos. Buena parte de estos establecimientos, tradicionalmente orientados a satisfacer las necesidades de la población residente, hoy se orientan a cubrir la demanda de turistas y excursionistas. Los trabajos del metal constituyen un buen ejemplo de actividad orientada al mercado turístico, entre los que se encuentran las actividades del damasquino, espadería y armaduras. La existencia de una demanda creciente de productos favorece la mecanización de buena parte de las tareas y la aparición de productos industriales de menor coste y calidad, si bien algunos talleres mantienen las técnicas tradicionales.



Localización de establecimientos de comercio turístico.

En la ciudad histórica existen 99 establecimientos orientados mayoritariamente a la venta de artesanías y recuerdos, con 247 puestos de trabajo, estrechamente asociados al mercado turístico. El tamaño medio, 2,49 empleos por local, denota una estructura empresarial minifundista derivada de la primacía del negocio familiar. La estrecha dependencia de este comercio respecto de la presencia de visitantes determina una localización prácticamente exclusiva en las áreas de fuerte tránsito turístico peatonal. Las oportunidades que el turismo de compras puede suponer para los establecimientos de la ciudad, ha motivado que el Servicio de Turismo de la Cámara de Comercio e Industria haya impulsado el proyecto Turismo de Compras y Ocio de Toledo. También empiezan a estar presentes otro conjunto de actividades, indicativas de la creciente profesionalización del sector turístico local, que cada vez diseña y oferta productos turísticos más complejos y de valor añadido más elevado, como visitas guiadas a la ciudad, cursos de español para extranjeros, congresos, convenciones y otro tipo de reuniones.

El turismo idiomático constituye un segmento emergente, el núcleo de la oferta de cursos de español para extranjeros corresponde al centro ESTO (español en Toledo), de la universidad de Castilla- La Mancha, y al Centro de Estudios Internacionales San Juan de la Penitencia, dependiente de la fundación Ortega y Gasset. Durante los últimos años, Toledo ha venido apostado por el turismo de reuniones (congresos, convenciones, seminarios...), aprovechando la proximidad de Madrid, la potencia de su legado histórico, su papel de capital regional y una oferta de servicios amplia y creciente. La punta de lanza de esta estrategia son Toledo Convention Bureau y la fundación Toledo Ciudad de Congresos. En el año 2006 la oficina de congresos contabilizó 1.635 reuniones (1.059 jornadas, 440 convenciones y 136 congresos) con un total de 120.202 participantes; con respecto al año 2003, se ha duplicado el número total de reuniones, casi en un 36% el número de participantes y en un 89% el número de congresos. La apertura del palacio de congresos en el Miradero, actualmente en construcción, el número total de reuniones, contribuirá a reforzar el papel de Toledo en este interesante y competitivo mercado.

1.3. La demanda turística: principales mercados emisores y caracterización básica de los flujos de visitantes.

Toledo goza de una posición privilegiada dentro del contexto turístico español, es uno de los destinos patrimoniales más populares y, como tal, son numerosos los visitantes que se acercan a la ciudad cada año. A Toledo llegan entre 1.500.000- 1.700.000 visitantes anuales, la mayor parte de ellos excursionistas que pasan en la ciudad un día o unas horas (Troitiño; Calle; García, 2001). El volumen de visitantes durante la última década del siglo XX creció a un ritmo que se situaba en torno al 5-6% anual; entre 2001 y 2004, Toledo se verá también afectado por el impacto negativo de los atentados de Estados Unidos en septiembre de 2001. En este sentido señalar que Santo Tomé pasó de tener 639.242 visitantes en el año 2000 a 418.351 en el 2003 y 457.992 en 2006 y la Casa del Greco de 232.865 en 1998 a 205.000 en el 2003 y 198.008 en 2006. También la evolución del número de consultas en las Oficinas de Información Turística refleja la crisis tras los atentados, 466.496 consultas en el año 2000, 309.355 en el 2002 y 428.847 en el 2003. Los viajeros alojados en establecimientos hoteleros y las pernoctaciones disminuyeron en 2002 y 2003, para iniciar en 2004 una recuperación que se mantiene hasta la actualidad.

En líneas generales, la distribución mensual de la afluencia de visitantes muestra un perfil muy similar al del resto de ciudades patrimoniales del interior peninsular. Existen tres temporadas claramente diferenciadas: temporada alta formada por los meses de primavera (abril y mayo) y verano-otoño (agosto, septiembre y octubre); temporada media integrada por los meses de marzo, junio y julio; y temporada baja formada por noviembre, diciembre, enero y febrero. Por tipo de visitante cabe destacar las diferencias en la distribución entre los visitantes individuales y los de grupo. La presencia de los visitantes

en grupo es especialmente marcada en otoño, mientras los visitantes individuales se concentran sobre todo en Semana Santa y verano. Por su parte, la distribución temporal de las consultas en las oficinas de información turística muestra también dos picos de afluencia en primavera y otoño (abril-mayo y septiembre-octubre), que se complementan con un pico también alto durante el mes de agosto.

En la distribución mensual de viajeros alojados en establecimientos hoteleros y de pernoctaciones, los picos de máxima afluencia se corresponden con los meses de agosto, septiembre y octubre, configurándose como temporada media los meses de primavera (abril y mayo). La temporada baja se corresponde, al igual que ocurre en la curva del resto de distribuciones temporales, con los meses de noviembre, diciembre, enero y febrero. El pico máximo de pernoctaciones coincide, por tanto, con la máxima presencia de visitantes individuales en la ciudad.

Cuadro 2: Toledo: Evolución de viajeros y pernoctaciones (2000-2006).

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Viajeros alojados	389.856	391.574	381.051	375.985	412.495	434.616	452.647
Pernoctaciones realizadas	568.399	596.170	592.004	575.802	639.269	677.065	730.880
Estancia media (noches/viajero)	1,46	1,52	1,55	1,53	1,55	1,56	1,62
Pernoctaciones touroperadores	21.917	54.701	61.411	Sin datos	Sin datos	Sin datos	Sin datos

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera (INE) 2000-2006.

La duración media de la estancia ha mejorado en los últimos años, 1,44 noches por viajero en 1999 y 1,62 en 2006, situándose el nivel medio anual de ocupación de la planta hotelera alrededor del 50%. Entre el colectivo de turistas que pernoctan destacan los visitantes individuales. Estas cifras, al ser Toledo un destino muy ligado con el excursionismo, infravaloran la realidad pues es preciso tener en cuenta los datos de visitantes que utilizan alojamientos no reglados (casas de familiares y amigos), camping, residencias, etc. En general, se estima que entre un 25-35% del porcentaje anual de visitantes acude a Toledo en grupos organizados, frente al 65-70% de aquellos que visitan la ciudad de manera individual. En relación con el tipo de grupo, cabe destacar la importancia que adquieren, junto con las visitas de escolares y grupos de turismo social, los grupos de agencias comerciales. Los grupos de agencia fueron los más afectados por la crisis del 2001, en este sentido señalar que la parroquia de Santo Tomé en el año 2003 solo contabilizó 78.829 visitantes en grupo, el 19% del total del monumento.

En líneas generales predominan los visitantes nacionales, sin embargo Toledo se configura dentro del panorama nacional como uno de los destinos de turismo cultural con mayor presencia de visitantes extranjeros. Así, en 2006, supusieron el 29,12% de los viajeros alojados en los establecimientos hoteleros y el 28,43% de las pernoctaciones. En el año 2007, en las consultas realizadas en la oficina de información turística del Patronato Municipal, los visitantes extranjeros representaron el 42,87%.

Para el colectivo de turistas que pernoctan en Toledo, la Encuesta de Ocupación Hotelera muestra un aumento considerable de los visitantes nacionales en los últimos años, 242.480 en 2003 y 320.834 en 2006, lo que implica un incremento del 32,31%. Los viajeros extranjeros, según esta fuente, disminuyeron de 133.505 en 2003 a 119.686 en 2005 y 131.813 en 2006.

Respecto a la distribución de los visitantes nacionales por procedencias, proximidad y potencia demográfica resultan claves. En este sentido, la Comunidad de Madrid representa el 29,33% de los visitantes españoles y el 16,60% del total de visitantes, Andalucía concentra el 12,92 % de las consultas realizadas, la Comunidad Valenciana (11,39%), Cataluña (9,15%) y Castilla-La Mancha (8,37%).

Entre los visitantes extranjeros destaca la Unión Europea: franceses, alemanes, italianos y británicos. También tienen una participación destacada Estados Unidos, que es el segundo país con mayor número de consultas, Argentina y México. Entre los viajeros alojados en los hoteles destacan los mismos colectivos: franceses, estadounidenses, británicos y alemanes.

Los visitantes extranjeros son menos numerosos en temporada baja y se reparten, en cambio, de forma más homogénea de marzo a octubre, marcando como picos máximos abril y agosto. Los viajeros extranjeros alojados se concentran en primavera, siendo el pico de verano menos marcado que en los visitantes nacionales. Las diferencias más notables entre los visitantes de proximidad (madrileños fundamentalmente) y los visitantes con origen en comunidades del resto de España está en que la llegada de los primeros se reparte de forma más homogénea a lo largo de todo el año y, en cambio, los segundos tienden a concentrarse de forma más marcada en los periodos vacacionales más largos (Semana Santa y agosto).

En las ciudades históricas las diferencias respecto a otros destinos, desde el punto de vista del perfil del visitante, se acentúan dos aspectos básicos: el nivel educativo y la categoría socioprofesional (Jiménez, C. 2000). Aunque para Toledo no se dispone de una encuesta que permita conocer en profundidad estos aspectos, la información recogida en trabajos realizados en el Museo Sefardí y en el Museo Victorio Macho proporciona datos muy parecidos. De esta manera, entre los visitantes del museo Sefardí del año 2002 un 75% tenía estudios superiores. El porcentaje era semejante entre los visitantes del museo Victorio Macho (67%), que además se repartían por categorías profesionales de la siguiente manera: un 53% eran ocupados superiores, un 21% trabajadores manuales, un 10% empleados en trabajos de naturaleza administrativa y un 8% estudiantes. Estos datos no son extrapolables al conjunto de los visitantes de la ciudad pero, al igual que ocurre en Ávila y Salamanca, se puede afirmar que predominan visitantes con niveles formativos altos y categorías profesionales con titulación superior y estudiantes.

2.1. Políticas, estrategias e infraestructuras de gestión

La naturaleza transversal del turismo implica que sea necesario analizar políticas, estrategias e infraestructuras de gestión de naturaleza diversa, nos centraremos en el ámbito urbanístico/ patrimonial y en el turístico.

2.1. Políticas urbanísticas y de recuperación urbana

En los destinos culturales resulta fundamental conocer como se trabaja en la preparación de la ciudad y de su patrimonio para la visita pública. Con la aprobación del Plan Especial de Protección del Casco Histórico (1997), se abrió un nuevo ciclo donde, quizás por primera vez, hubo una voluntad explícita de coordinación entre administraciones y también, aunque en menor medida, entre actuaciones de naturaleza diferente.



Obras de ampliación y renovación del Alcázar para sede del museo del Ejército.

El Plan Especial apuesta por una estrategia de recuperación física y funcional de la ciudad. En relación con el turismo, como aspectos negativos, señalaba que en las situaciones de saturación turística se producía una interrupción en las formas normales de desenvolverse la ciudad y sus ciudadanos, se podían incrementar los precios de los servicios de acceso diario y un incremento de costes de limpieza y mantenimiento. Como aspectos positivos se destacaba el importante soporte económico para museos, monumentos y sectores de comercio y servicios, así como ser una importante fuente de empleo con posibilidades de intensificación. No define una propuesta específica y diferenciada en relación con el sector turístico, ni tampoco aborda la evaluación de su capacidad de acogida, sin embargo su estrategia urbanística en relación con el paisaje, circulación y tráfico, funciones principales y grandes equipamientos, rehabilitación

residencial y zonificación, etc., propicia la puesta en valor del patrimonio arquitectónico, urbanístico y paisajístico y con ello la posibilidad de reforzar de su dimensión turística.

Más allá de la protección singularizada del patrimonio arquitectónico, 104 edificios monumentales, cerca de 300 edificios con valor patrimonial y del orden de 450 edificios con elementos de interés, hace una apuesta decidida por la puesta en valor del patrimonio. El tratamiento de la función turística, aunque considerada dentro del apartado cultural y turístico (museos, monumentos y centros culturales), está francamente minusvalorada en su significación urbanística y temas como la hostelería, restauración o el comercio turístico están muy poco tratados. La lectura urbanística del patrimonio monumental de la ciudad, además de una puesta en valor cultural, permitirá su revalorización turística y, por tanto, ampliar el ámbito del “Toledo turístico”.



Remontes mecánicos de Recaredo.

El Programa de Renovación Urbana del Centro Histórico de Toledo (1998-2002), dentro del Plan Estratégico del Centro Histórico de Toledo, se concibió como un instrumento de ejecución de las actuaciones propuestas en el Plan Especial del Casco Histórico (Ayuntamiento de Toledo, 2003) Con una inversión total de 39 millones de euros, se ha vertebrado en seis programas: 1. Accesos y mejora de trazados; 2. Ajardinamientos; 3. Aparcamientos; 4. Mejora o reurbanización de infraestructuras, plazas y miradores; Equipamientos culturales y deportivos; 6. Viviendas. Se han ejecutado 35 proyectos (entre ellos el aparcamiento y remontes de Recaredo, el aparcamiento del Tránsito y la rehabilitación de San Marcos), que han significado una importante mejora en las condiciones de accesibilidad y movilidad del centro histórico, del espacio público y de la imagen urbana, la creación de unas condiciones más favorables para la pervivencia de la función residencial y, también, el reforzamiento de los equipamientos culturales.



Archivo municipal y centro de interpretación de San Marcos.

El Real Patronato de Toledo, creado en 1998, nació con la finalidad de contribuir a fortalecer y potenciar las posibilidades de desarrollo cultural y turístico de la ciudad. El Consorcio de Toledo, concebido como ente gestor del Real Patronato y constituido en enero del 2001, con un presupuesto anual que se sitúa alrededor de los 10 millones de euros, ha centrado sus inversiones en los programas de patrimonio monumental, adecuación de paisaje urbano, rehabilitación de viviendas, conventos, patrimonio arqueológico y actividades comerciales. En estos primeros años de andadura han sido escasas las actuaciones directamente relacionadas con el sector turístico, destacando el programa Rutas de Patrimonio Desconocido.



Renovación y rehabilitación en el centro histórico.

Las relaciones directas establecidas entre las necesidades turísticas y la planificación patrimonial y urbanística han sido, hasta ahora, bastante limitadas y la preparación

urbanística de la “ciudad turística” no parece responder a una estrategia unitaria. El actual Plan Municipal de Ordenación considera el turismo como valor central del Toledo monumental, plantea cubrir los déficits urbanísticos, un nuevo modelo de accesibilidad y movilidad y, también, una estrategia de vertebración de los distintos barrios y, muy especialmente, de las conexiones con el centro histórico, aspecto fundamental desde una perspectiva turística. Frente a este planteamiento, algunos analistas siguen propugnando, no sin contradicciones en sus planteamientos, ya que no se pueden disociar las cuestiones patrimoniales y paisajísticas de las funcionales, por el aislamiento del centro histórico (Zárate, 2007).

2.2. Políticas e infraestructuras de gestión turística.

Hasta bien avanzada la última década del siglo XX, Toledo apenas se había planteado políticas turísticas mas allá de las promocionales, tampoco se habían desarrollado planteamientos orientados a integrar el turismo en el conjunto de las políticas urbanas. La descoordinación entre los agentes locales, la ausencia de proyectos comunes y la carencia de un verdadero liderazgo municipal ya preocupaban a finales de los noventa.

A partir del año 2000 se van a producir cambios importantes en la política turística de la ciudad y está teniendo lugar una apuesta, cada día más decidida, por la calidad. Los instrumentos van a ser, fundamentalmente, el Plan de Excelencia Turística, el Plan de Calidad y algunas iniciativas del sector empresarial, especialmente Toledo Convention Bureau.



En el marco del Plan Integral de Calidad del Turismo Español (2000-2006), se crearon las condiciones necesarias para la puesta en marcha del Plan de Excelencia Turística de Toledo (2000/2004). Se trataba, sin duda, de una apuesta compartida (Ministerio de Economía, Consejería de Industria, Ayuntamiento y Federación Empresarial Toledana), orientada a cualificar el destino para posicionarlo y mejorar su competitividad. Se perseguía la realización de actuaciones concretas orientadas a cubrir los siguientes objetivos: 1. Aumento de la calidad de los servicios turísticos del destino 2. La mejora del medio urbano y natural del municipio 3. Ampliación y mejora de los espacios de uso público 4. Mejora de los servicios públicos 5. Aumento, diversificación y mejora de la

oferta complementaria 6. Puesta en valor de los recursos turísticos 7. Creación de nuevos productos 8. Sensibilización e implicación de la población y agentes locales en una cultura de calidad.

Las actuaciones previstas se valoraron en 3.606.072,63 euros, a financiar por las tres administraciones. El proceso de puesta en marcha del Plan de Excelencia, dotado de gerencia y comisión de seguimiento, ha sido una tarea compleja pues no es fácil la coordinación interadministrativa ni tampoco lograr la implicación del sector privado, en una ciudad donde primaban las prácticas sectoriales y los conflictos institucionales. Las principales acciones y actuaciones realizadas se han relacionado con: el Centro de Recepción de Visitantes, campañas de imagen y comunicación, sensibilización, servicios de información, web, difusión, plan de mejora de pernoctaciones, rutas nocturnas teatralizadas, proyecto Toledo Excelente, promoción de la ciudad, etc. En suma, mejora de los servicios e infraestructuras turísticas, preparación y mejora del espacio público para la visita turística, imagen y difusión. Los resultados han sido bastante limitados y la ciudad no ha modernizado su modelo de gestión.



Centro de recepción de visitantes Toletum

El Plan de Calidad de Toledo ha tenido dos vías o pilares de actuación complementarios, uno Toledo Excelente-MACT y otro el Plan de Calidad Turística de Toledo- SICTED. Ambos proyectos, al coincidir en el tiempo, concertaron objetivos y, por tanto, son complementarios e interdependientes. El objetivo central del Plan de Calidad Turística de Toledo es: contribuir a la profesionalización de las empresas y servicios turísticos como clave para la mejora de la competitividad y por ende del destino, aportando una visión clara de los beneficios de la gestión profesional y de la calidad. El grado de implicación de los diversos sectores ha sido desigual, pero se evidencia que empieza a consolidarse la idea de trabajar en una línea de calidad integral de destino. En este proyecto han participado siete sectores: guías, taxis, actividades deportivas y de ocio, artesanos, Convention Bureau, OPC y Policía Local.

El Patronato Municipal de Turismo, tras la reforma de sus estatutos el 14 de julio de 1992, es una entidad de derecho público, creada por acuerdo del pleno del Ayuntamiento, a la que se le encomienda, en régimen de descentralización, la organización y administración de la actividad municipal en el campo del turismo. Tiene por objeto la promoción, fomento y desarrollo del turismo, para lo cual asume un amplio abanico de funciones. Se trata, en suma, de una estructura eminentemente administrativa, dependiente del partido mayoritario y donde la participación empresarial y de las diversas asociaciones implicadas en el turismo de la ciudad es meramente consultiva. En buena medida, todo depende de la voluntad política y de la capacidad económica del Ayuntamiento, algo que hasta la fecha ha sido muy débil.

La fundación Toledo Ciudad de Congresos, constituida por la Cámara de Comercio e Industria de Toledo, Federación Empresarial Toledana y Asociación Provincial de Empresarios de Hostelería, la Junta de Comunidades de Castilla- La Mancha, el Ayuntamiento de Toledo y Caja Castilla- La Mancha, tiene a las tres primeras como responsables de la gestión. La Oficina de Congresos, creada en enero de 2000, se propone integrar, dinamizar y promover la completa oferta de recursos profesionales que la ciudad y provincia ponen a disposición de los organizadores y promotores de reuniones e incentivos.

El turismo cada día se diversifica más y se relaciona con actividades culturales, de ocio y de compras. La Cámara de Comercio e Industria de Toledo ha creado un Servicio de Turismo que, además de acoger a la Oficina de Congresos, ha puesto en marcha otras iniciativas de desarrollo turístico empresarial. Uno de estos proyectos es el denominado “Turismo de compras y ocio en Toledo”, al que se han incorporado más de cien establecimientos vinculados directa e indirectamente con la actividad turística.

Toledo, un destino cultural clásico, tiene una importante Asociación de Guías, con 30 asociados y 350 habilitados, reflejo evidente de la importancia que el turismo organizado ha tenido y tiene en la ciudad. La Asociación apuesta por una mejora de la calidad y la adecuación a los nuevos segmentos de demanda, para ello consideran que se deben mejorar y cualificar los servicios de inspección, preparar de forma adecuada la ciudad turística, especialmente en lo relacionado con la movilidad y los servicios de atención al turista, y cualificar los recursos humanos relacionados directa o indirectamente con el turismo.

Los destinos de turismo cultural maduros, tal es el caso de Toledo, están realizando un importante esfuerzo por dotarse de nuevas infraestructuras y equipamientos que les permitan una mejor adecuación de la ciudad a las nuevas. En este sentido hay tres proyectos cuya dimensión turística es fundamental: El Centro Cultural San Marcos/ Centro de Interpretación de Toledo; el Centro de Recepción de Turistas “TOLETUM”, inaugurado a finales de 2007, y el Palacio de Congresos del Miradero.

3. La ciudad histórico-turística: usos e impactos del turismo.

Los impactos del turismo se producen a distinta escala: el impacto económico permeabiliza la totalidad del sistema productivo local, pero los impactos físicos y funcionales se concentran en la “ciudad histórico-turística”, es decir, en aquella porción de la ciudad donde se concentran los visitantes y se localizan la mayor parte de las actividades de orientación privada que les dan servicio.



Presión turística en la calle de Santo Tomé.

Los elementos del patrimonio edificado de carácter monumental configuran el principal atractivo turístico de la ciudad, sin embargo, no todos estos recursos patrimoniales se materializan de forma efectiva como recursos turísticos. En este sentido se pueden establecer una serie de niveles en base a su funcionalidad turística:

1. Primer nivel, la catedral, elemento patrimonial más visitado de Toledo, punto básico de referencia de toda visita turística, a finales de los años noventa se estimaba que su número de visitantes sobrepasa ampliamente el millón anual. El segundo elemento patrimonial más visitado es la parroquia de Santo Tomé, recibe anualmente cerca de 500.000 visitantes, lo que supone alrededor de 30% del total de visitantes que se estima visitan la ciudad cada año.

2. En un segundo nivel se encuentran el Alcázar, San Juan de los Reyes, el Museo Sefardí y la Sinagoga de Santa María la Blanca. Cada uno de estos elementos recibe en torno a 300.000 visitantes al año.

3. La casa-museo del Greco y el Museo de Santa Cruz se sitúan en un tercer nivel con una afluencia anual que ronda los 150.000-200.000 visitantes, en su mayoría

individuales y colegios e instituciones de carácter cultural.

4. Por último, el resto de los elementos visitables de los que se tiene información registran cifras de afluencia inferiores a los 50.000 visitantes al año.

Las diferencias que se aprecian respecto al nivel de utilización de los recursos patrimoniales turísticos depende en gran medida de tres factores: popularidad, “visibilidad-monumentalidad” y, en mayor grado, ubicación. La contundencia de los hitos arquitectónicos de especial relevancia como la catedral o el alcázar, en ocasiones, llega a ocultar el valor del conjunto y el potencial del patrimonio visitable como distribuidor de flujos turísticos por toda la ciudad.



El trenecito turístico en Zocodover.

A los problemas de accesibilidad que convergen en la plaza de Zocodover, se unen los de aparcamiento y la movilidad por el interior del casco (Corral, 1994). La llegada de alrededor de 2 millones de visitantes al año no es la causa principal de estos problemas, pero los acrecienta por la concentración temporal y espacial. La mayor parte de los visitantes acuden en coche, entre el 35 y el 40% de la afluencia diaria, o autocar turístico. El uso del transporte público, con la inauguración de la línea Madrid-Toledo del AVE, empieza adquirir un mayor protagonismo debido a la corta duración del viaje (30-35min). Durante los días de máxima afluencia de visitantes en grupo, se llegan a alcanzar cifras cercanas a los 100 autocares, aproximadamente 3.000 visitantes en grupo.

El acceso de los visitantes al casco histórico se ha venido realizando de forma generalizada por medio de transporte mecanizado, contribuyendo a la congestión de la vía de acceso principal (calle Real del Arrabal-Cuesta de las Armas). Los autocares turísticos, por su parte, han venido dejando a los turistas en uno de los extremos del casco (Alcázar-Plaza de Zocodover) y los recogen en el opuesto (Puerta del Cambrón-Puente de San Martín). Los remontes mecánicos de Recaredo son frecuentados fundamentalmente por visitantes individuales que dejan sus vehículos en el aparcamiento o en las inmediaciones

del circo romano. A las difíciles condiciones de accesibilidad al casco histórico se unen los problemas relacionados con la escasez de suelo disponible en la vía pública para aparcar. A pesar de los problemas, los aparcamientos públicos existentes tienen plazas disponibles.

La movilidad turística dentro del casco histórico es esencialmente peatonal. El itinerario básico discurre a lo largo de un eje discontinuo de dirección E-O, formado por las calles en las que se concentran los principales monumentos históricos de la ciudad: plaza de Zocodover-calle del Comercio-Hombre de Palo -Calle de Santo Tomé - calle Trinidad – San Juan de los Reyes- San Martín, vías que configuran el eje turístico principal, Itinerarios secundarios Calle de Samuel Levi hacia el museo del Greco, las sinagogas del Tránsito (Museo Sefardí) y Santa María la Blanca. Por su parte los visitantes en grupo descenden por la calle del Ángel hacia la calle Reyes Católicos y el monasterio de San Juan de los Reyes. El eje turístico principal divide el casco en dos mitades poco utilizadas turísticamente, especialmente la meridional; en la septentrional, las escaleras mecánicas de Recaredo están reforzado un eje secundario que enlaza con la catedral.

La “ciudad histórico-turística” se conforma en torno a los itinerarios seguidos por los turistas, y el uso turístico del espacio se focaliza sobre unos cuantos ejes y enclaves en los que convergen tanto los visitantes individuales como los grupos. En buena medida este fenómeno de concentración espacial constituye el reflejo en el espacio del proceso de simplificación cultural inherente al fenómeno turístico en destinos patrimoniales.



**La ciudad histórico/
turística**

A nivel físico, el uso selectivo del espacio, plantea problemas de saturación

y congestión tanto de los recursos acondicionados para la visita como en el espacio público. El desarrollo de la actividad ha propiciado la aparición de áreas de especialización turística, dentro de un proceso general de cambio funcional que viene explicado por la convergencia de dos factores: de una parte, la importancia y pujanza de la función turística y, de otra, los procesos de despoblamiento y abandono residencial y funcional del casco histórico. El complejo entramado viario y la pobre señalización produce una cierta desorientación entre los visitantes y son frecuentes los conflictos entre el tráfico rodado y el peatonal (García Hernández, 2003).

La situación es similar respecto a la movilidad peatonal, existen importantes flujos en el interior del casco, fundamentalmente en torno la eje turístico-comercial que partiendo de la plaza de Zocodover discurre por las calles del Comercio y Hombre de Palo. Este eje se bifurca hacia el interior del casco en dos ramales: uno que se dirige hacia la zona institucional del norte y otro hacia la zona turístico-monumental del oeste (Santo Tomé-San Juan de los Reyes). Especialmente conflictivos son el entorno de la catedral (Tornerías, Puerta Llana), las calles de Santo Tomé y el Ángel y alrededores del palacio de Fuensalida y la iglesia de Santo Tomé.

Aunque existen determinadas actividades claramente turísticas (alojamiento, restauración comercio de recuerdos, etc.), el gasto de turistas y excursionistas se reparte por un conjunto muy amplio de los sectores de actividad orientados a la demanda final y de forma indirecta sobre la práctica totalidad de la economía local. En el sector turístico (alojamiento, hostelería y comercio turístico) se han inventariado algo más de 300 establecimientos que concentran del orden de 2.000 puestos de trabajo. La situación dentro del casco histórico muestra una cierta segregación y distribución de las principales funciones urbanas.

Cuadro 3. Toledo: El sector turístico en la ciudad histórica (actividades turísticas privadas)

Ramas de Actividad	1996			2004		
	Estbl.	Emp.	ETP	Establ.	Emp.	ETP
Comercio Turístico	117	210	199	99	247	199
Hostelería	135	599	252	142	862	445
Alojamiento	37	408	376	61	846	479
TOTAL	289	1.217	828	302	1.955	1.123

Establ.: Número de Establecimientos/Emp.: Empleo Total/ETP: Empleo Turístico Ponderado

Fuente: Inventario de locales de actividad turística 1996 (Troitiño et alii, 1996); Estudio sobre la situación y evaluación de las perspectivas del sector turístico de Toledo. Inventario de locales de actividad turística 2004.

El riesgo de aparición de espacios urbanos turistizados depende, en buena medida, de la vitalidad del resto de las funciones urbanas. En este contexto, el comercio

turístico ha sido considerado como una alternativa rentable ante la escasa viabilidad que ofrecían los sectores de actividad tradicionales, en un contexto de vaciamiento demográfico del centro histórico, especialmente fuerte hasta comienzo de los años noventa del siglo pasado (29.184 habitantes en 1959, 22.169 en 1970, 12.717 en 1991 y 10.924 en 2006).

4. Fortalezas, debilidades, perspectivas y amenazas

Toledo, destino patrimonial maduro en fase de reorganización urbanística y de reubicación turística, tiene fortalezas y debilidades relacionadas con la configuración de un destino cultural potente, bien posicionado tanto en el mercado interior, cada día más importante, como en el internacional.

4.1. Fortalezas Turísticas

Toledo es uno de los principales destinos de Turismo Cultural de España y ocupa también una posición relevante en el concierto internacional.

- 118 Bienes de Interés Cultural, cerca de 300 edificios con valor patrimonial y del orden de 450 edificios con elementos de interés.
- Extraordinario esfuerzo en la conservación y puesta en valor de su patrimonio cultural:: Plan Especial del Centro Histórico (1997), Programa de Renovación del Centro Histórico (1998-2002) , Consorcio de Toledo (2001), etc.
- Incremento y modernización de la planta hotelera, mejorando la calidad en los segmentos de tipo medio, tres y cuatro estrellas, y de pequeños hoteles y hostales con encanto en el interior del recinto intramuros.
- Una potente oferta de restauración, más de 200 establecimientos y 16.130 plazas.
- Potente oferta de comercio turístico. Proyecto Toledo ciudad de compras.
- Mejora de las infraestructuras y equipamientos turístico/ culturales: aparcamientos, remontes mecánicos, tren turístico, centro cultural San Clemente, centro de interpretación de San Marcos, Toletum, etc.
- Proyectos o iniciativas en marcha: palacio de congresos y exposiciones, museo del Ejército, campo de golf, nuevos accesos y zonas de aparcamiento.
- Creación de nuevos productos turísticos y reforzamiento de club de producto, del Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España.
- Actitud favorable por parte de los gestores culturales, especialmente los museos, a colaborar en la creación de una “Red de Museos y Monumentos de la ciudad”.
- Apuesta por una mayor diversificación como destino turístico: Convention Bureau, el Servicio de Turismo de la Cámara, etc.
- Proximidad a Madrid y su potente aeropuerto, posiciona la ciudad en los circuitos internacionales, al ser un gran centro distribuidor de turismo internacional.

- Un elevado número de visitantes, 1.500.000-1.700.000, cifra con margen para apostar por estrategias cualitativas.
- La implicación empresarial empieza a ser más importante, apostándose por renovar la marca y una mayor profesionalización, pasando “despachar a vender”.
- La posición privilegiada en el ranking de los destinos culturales mundiales le permite captar nuevos segmentos de públicos (Europa Oriental, China, Corea).
- Fuerte peso del empleo directo generado por el turismo, especialmente en los temas de la hostelería, restauración, comercio turístico, guías, transporte y servicios culturales.
- Un destino seguro algo que, en coyunturas de inestabilidad como las actuales, constituye un activo importante.

En suma, Toledo reúne condiciones para ser un destino fuerte que haga valer su posición turística, así como asumir un mayor liderazgo en el concierto de los destinos culturales del mundo.

4.2. Principales debilidades

- Infraestructuras de gestión débiles y dispersas, con dificultades para impulsar proyectos compartidos.
- El patrimonio cultural no está siempre bien preparado para la visita pública.
- Ausencia de un bono turístico que integre los elementos más importantes de la oferta patrimonial.
- Unos recursos humanos con precario nivel de formación.
- Un modelo de visita en exceso focalizada en el eje turístico principal.
- Limitada significación de segmentos turísticos en expansión, como el de convenciones, idiomático o de compras.
- Una tasa media de ocupación hotelera baja, especialmente en invierno, aunque no tan baja como la que se registra en las estadísticas de la Encuesta de Ocupación Hotelera.
- El nivel de pernoctación de los grupos continúa siendo bastante bajo, sólo representan entre el 10-12% del total de pernoctaciones.
- La temporada baja es, todavía, excesivamente larga pues se extiende por noviembre, diciembre, enero y febrero.
- La duración media de la estancia, 1,62 noches, continúa siendo corta.
- La oferta de restauración de calidad en el Centro Histórico, aunque ha mejorado, es aún limitada y son pocas las empresas dedicadas a la prestación de servicios turísticos.
- La competencia de Madrid es fuerte, debido tanto al monopolio de los touroperadores como a la diversidad de la oferta madrileña.
- A nivel urbanístico, la ciudad continúa sin resolver algunas cuestiones fundamentales en relación con las necesidades de la “ciudad turística”.
- A nivel de imagen urbana y medio ambiente perviven problemas: cableado, la limpieza,

el tráfico y la polución visual por exceso de información comercial.

- La movilidad turística continúa siendo complicada en el casco histórico y zonas de borde, la peatonalización es aún limitada.
- Pervivencia de imagen de Toledo como destino cultural clásico.
- Precaria comercialización desde la ciudad.
- Bajo nivel del gasto turístico, en relación con el fuerte peso que tiene el excursionista con respecto al turista (75%-25%).
- Limitada implicación social en el turismo, a pesar de las campañas de sensibilización impulsadas por el Plan de Excelencia.
- Débil liderazgo institucional, aspecto relevante pues dificulta dar respuesta a algunos de los problemas planteados.

4.3. Perspectivas y oportunidades

Toledo se encuentra en un buen momento para reorientar posiciones y para ello tiene que sacar partido de toda una gama de oportunidades que se le brindan e, incluso, convertir en fortalezas algunas de las actuales debilidades. Las principales oportunidades son las siguientes:

- La experiencia adquirida con el Plan de Excelencia Turística, y con el Plan de Calidad para avanzar en el terreno de la concertación interadministrativa y de la progresiva implicación de la iniciativa privada.
- Aprovechar las iniciativas de gestión innovadoras, tanto del sector público como del privado para crear un órgano de gestión potente que coordine y de sentido a las diversas iniciativas.
- Rentabilizar las oportunidades, que ofrecen la restauración, comercio, oferta cultural, servicios turísticos, etc. para llenar de actividad parte del patrimonio heredado.
- Incorporar la actividad turística en la vida del centro histórico en el marco de estrategias de multifuncionalidad y autenticidad.
- Avanzar en una línea de comercialización que permita aumentar la pernoctación de los grupos y el reforzamiento de la ciudad como destino único.
- Rentabilizar la posición nodal (AVE, Autopista, centro regional de comunicaciones de Castilla- La Mancha) y la mejora de la accesibilidad para posicionarse como un destino con un papel destacado dentro de la región turística de Madrid.
- La Cámara de Comercio e Industria está comprometida con la mejora y diversificación del destino turístico Toledo.
- Reordenar los servicios de información turística y coordinar las actuaciones.
- Aprovechar la puesta en marcha del nuevo Plan Municipal Ordenación para reorganizar, con perspectiva integrada, el modelo de accesibilidad, movilidad y de gestión de los flujos turísticos.

4. 4. Algunas amenazas

Toledo, al ser un destino cultural clásico, puede sufrir los efectos de un cierto agotamiento y la competencia de ciudades más dinámicas e innovadoras. Algunas de las amenazas son:

- Las dificultades para dotarse de infraestructuras y presupuestos acordes a un nivel turístico.
- Pervivencia de prácticas de actuación sectorial y cultura de pequeña ciudad, en gestión, infraestructuras y equipamientos, movilidad, promoción y comercialización.
- El AVE y la autopista de peaje pueden reforzar el excursionismo.
- Dificultades para gestionar los equipamientos y las infraestructuras de forma acorde con las necesidades turísticas.
- Escasos recursos económicos y humanos dedicados a la planificación y gestión del turismo.
- Ausencia de una estrategia urbana explícita, que coordine y compatibilice la oferta turística y la cultural.
- Fuerte competencias con otros destinos patrimoniales.
- Progresiva inserción de Toledo en la región urbana de Madrid, sin estrategias de actuación acordes con la nueva realidad.
- Débil implicación social del toledano en el turismo y despoblación del casco antiguo, con riesgo de “turistización” y pérdida de autenticidad.

5. Demandas y necesidades urbanísticas, culturales y turísticas

La configuración de un destino patrimonial, desde una lógica de proyecto cultural requiere, coordinar políticas diversas y dar respuestas, desde frentes diversos, a las demandas y necesidades existentes (Brito, M. 2007)

5.1. Demandas y necesidades urbanísticas

Las demandas y necesidades del sector turístico implican conexiones estrechas con el planeamiento urbanístico, en relación a medidas de protección, usos del suelo, equipamientos e infraestructuras, medio ambiente urbano, accesibilidad, movilidad, etc. La puesta en marcha del nuevo Plan Municipal de Ordenación brinda una excelente oportunidad para contribuir a cualificar el destino turístico Toledo, creando una ciudad de calidad que integre bien las distintas piezas que la componen y que incorpore como recurso turístico los valores culturales y medioambientales del meandro y las vegas del Tajo, así como otros recursos ambientales y paisajísticos. Entre las demandas y necesidades urbanísticas, que pueden ayudar a un mejor funcionamiento y posicionamiento turístico de Toledo, destacan:

- La diversidad de patrimonio cultural de la ciudad y su precario acondicionamiento para la visita pública, tal como se evidencia en el Inventario de Recursos Patrimoniales (2005), aconseja prestar más atención al conocimiento y regulación de la funcionalidad del patrimonio. En este sentido, en el marco de las Políticas del Real Patronato y de las actuaciones del Consorcio de Toledo, se debería prestar más atención al conocimiento y regulación de la funcionalidad turística.

- Buscar alternativas razonables y viables para hacer compatibles diversas funcionalidades, caso de la cultural, turística y religiosa que en no pocas ocasiones entran en conflicto. En el marco de una razonable y realista regulación de usos buscar alternativas de funcionalidad para un elevado número de inmuebles propiedad de la Iglesia que actualmente están infrautilizados.

- Evaluar de forma adecuada la capacidad de acogida que los elementos patrimoniales y conjuntos urbanos tienen a nivel turístico, para que el tratamiento del espacio público y la regulación de usos y actividades sea acorde con sus capacidades.

- Dar respuestas integradas al problema de la accesibilidad y la movilidad turística, más allá de los aparcamientos o la peatonalización. El centro histórico de Toledo y su entorno tienen que hacer compatible un modelo de movilidad que garantice el desenvolvimiento equilibrado de todas las funciones que dentro de ese espacio urbano se desarrollan. Resulta evidente que por las características de las tramas urbanísticas del casco antiguo, sus valores patrimoniales y requisitos de la visita turística hay que priorizar la movilidad peatonal y la utilización del transporte público. En este sentido, la plataforma de transporte que se contempla en el Plan Municipal de Ordenación, desde Santa María de Benquerencia a la Peraleda, puede contribuir a resolver buena parte de los problemas planteados.

- Promover aparcamientos en las zonas de borde que permitan, a precios razonables, cubrir las demandas del visitante individual y del turismo de grupo. No hay duda que el centro de recepción de visitantes Toletum ayudará a resolver esta situación.

- Impulsar actuaciones de rehabilitación residencial al ser una vía fundamental para preservar la multifuncionalidad y garantizar la autenticidad.

- Aprovechar bien las oportunidades que los hoteles, centros de exposiciones, centros comerciales y de ocio, etc. brindan para articular las distintas piezas de la ciudad y cualificar, especialmente, las zonas de borde.

- Medidas de protección paisajística y de cualificación medioambiental en espacios clave para la pervivencia de la imagen turística de la ciudad, son los casos, entre otros, de los Cigarrales, meandro y vegas del Tajo.

- Preservar los entornos de los conjuntos patrimoniales de manera que se puedan poner en valor recursos ahora infrautilizados, tal como ocurre con el circo romano.

Resulta evidente que las estrategias urbanas deberán estar orientadas a propiciar una buena integración del turismo en la estructura urbanística y funcional de la ciudad,

dando respuesta y controlando, por un lado, de forma correcta las necesidades del sector y, por otro, rentabilizando de forma eficaz las oportunidades que ofrece para el desarrollo urbano y la recuperación de patrimonio cultural, cuestión fundamental en una ciudad como Toledo. En suma, la preparación de la ciudad como destino turístico y, especialmente, de la “ciudad histórico-turística” se tiene que realizar, forzosamente, en el marco de unas políticas urbanísticas que asuman la importancia funcional y social del turismo.

5.2. Demandas y Necesidades Culturales

La oferta cultural de la ciudad, más allá del patrimonio arquitectónico, urbanístico o museístico, debe estar estrechamente conectada con las demandas y necesidades turísticas. El patrimonio debe prepararse para la visita pública y la oferta cultural debe orientarse, además de dar respuesta a las necesidades locales, en función de las estrategias turísticas, al permitir, si está adecuadamente planteada, alargar la duración de la estancia, aumentar la pernoctación, distribuir mejor los flujos turísticos, disminuir la estacionalidad, cualificar la visita, etc. En este sentido, la ciudad tendrá que plantearse la necesidad de equipamientos culturales de nuevo cuño que complementen los ya existentes. En este sentido algunas de las demandas y necesidades culturales son las siguientes:

- Evaluar las posibilidades reales del patrimonio cultural, arquitectónico, urbanístico y museístico, para desempeñar una función turística, primaria, secundaria o incidental y dar respuesta a su adecuación como recurso turístico.
- Adecuar el patrimonio y sus entornos para que respondan a las exigencias de una visita pública de calidad, orientada a lograr una experiencia personal satisfactoria y enriquecedora.
- Articular la oferta cultural complementaria, viendo las posibilidades de ajustarla con las demandas turísticas y apostar, en la medida de las posibilidades, por alguna oferta cultural potente, especialmente en temporada baja, que permita renovar la imagen de la ciudad y captar nuevos públicos o repeticiones de visita.
- Incorporar los recursos patrimoniales y museísticos, en la línea ya iniciada con Toledo Excelente, Plan de Calidad, Rutas del Patrimonio Desconocido, etc. en el marco de estrategias integradas de destino.
- Propiciar un acercamiento entre la gestión turística y la cultural, experiencias como las desarrolladas en el museo Victorio Macho están dando buenos resultados.
- Impulsar iniciativas que propicien modelos donde, en función de los tipos de visitantes, prime la calidad sobre la cantidad. Ello implicaría, en algunos casos, limitar el número de visitantes en algunos elementos patrimoniales pero seguramente que contribuiría a desfocalizar la visita.

La experiencia de eventos turístico/ culturales, grandes exposiciones, capitalidades culturales, forum, etc., evidencian que los destinos patrimoniales ya no se pueden apoyar

solo en los monumentos, paisajes o museos, siendo necesario ser imaginativos tanto en la oferta cultural como en la manera de presentarla.

5.6. Demandas y Necesidades Turísticas

Además de las demandas y necesidades urbanísticas, culturales, medioambientales tráfico, etc. existen las específicas del sector turístico, algunas de ellas ya encauzadas y otras o en proceso de construcción.

- En relación con el turismo de negocios, el palacio de congresos, en construcción en el Miradero y el centro de exposiciones previsto en Safont, parecen suficientes para responder a las demandas a corto y medio plazo. También hay que considerar que los centros universitarios son sede de seminarios, congresos, etc. que tienen una importante dimensión turística.
- La dinámica reciente del sector hostelero y del de restauración evidencian que será necesario disponer de suelo para estos usos y aprovechar, especialmente en el caso de los hoteles, las oportunidades que puedan brindar para articular tejidos urbanos ahora precariamente conectados.
- Adecuar las normativas y las ordenanzas urbanísticas para propiciar la integración de las actividades turísticas en la vida del centro histórico (hostales, hoteles, restaurantes, comercios, salas de exposiciones, empresas de servicios). Resulta evidente que estas demandas no siempre son compatibles con las exigencias de la protección y conservación de los bienes patrimoniales.
- Reforzamiento de la oferta de ocio y la mejora de los equipamientos culturales y deportivos para propiciar la cualificación del destino y lograr el alargamiento de la duración de la estancia y la mejora de las tasas de ocupación hotelera.
- Reforzar las infraestructuras de gestión propiciando la coordinación institucional y una mayor implicación del sector privado. Desde el sector turístico se apuesta por modelos mixtos, tipo empresas mixtas o consorcios.
- Adecuar las políticas de tráfico y movilidad a las necesidades de los flujos turísticos, limitando la movilidad rodada.
- Impulsar las iniciativas de promoción y comercialización orientadas a penetrar en nuevos mercados y segmentos de demanda emergentes. El sector más concienciado y profesional apuesta por la calidad y explicita su voluntad de implicarse en las acciones más innovadoras, en unos casos con apoyo institucional y en otros por iniciativa y con recursos del propio sector.
- Se demanda de las administraciones un mayor apoyo institucional, la mejora de la señalización y la renovación del material promocional de la ciudad.
- Reforzamiento de los servicios y cualificación del personal de las oficinas de turismo.

- Las administraciones turísticas, estatal, regional y local, están apostando por los destinos culturales y por la mejora de la calidad (SICTED), demandando una mayor implicación de un sector privado cuya respuesta, por lo general, es desigual, tal como evidencian las distinciones de calidad de Toledo Excelente, Plan de Calidad o los niveles de implicación en Toledo Convention Bureau o Toledo Ciudad de Compras.

En general, desde el sector turístico se tiene el convencimiento, no siempre acertado, de que en Toledo al turismo no se le presta la atención que realmente tiene en la vida y en la economía de la ciudad. Perviven problemas estructurales, especialmente en el terreno de la gestión, e inercias y comportamientos sectoriales que será necesario superar si, realmente, se quiere avanzar hacia estrategias innovadoras que fortalezcan la posición de Toledo como destino cultural de primer nivel y aprovechen las nuevas oportunidades que se brindan en relación con las mejoras de la accesibilidad, su mejor posicionamiento dentro de la macroregión urbana de Madrid y los equipamientos e infraestructuras turístico/culturales/ comerciales con los que la ciudad va a contar a muy corto plazo. Creemos necesario impulsar un cambio importante en la cultura institucional, empresarial y, también ciudadana, en relación con el sector turístico.

6. Estrategias de actuación: superar el desencuentro entre ciudad y turismo

El modelo turístico de Toledo viene manifestando síntomas de cierto agotamiento y dificultades para lograr una plena y equilibrada integración del turismo en la realidad económica, social y urbanística de la ciudad (Troitiño et Al. 1998). Toledo se enfrenta al reto de construir la ciudad del siglo XXI y en esa ciudad el patrimonio y la oferta cultural, así como las actividades turísticas y de ocio, pueden y deben tener un importante protagonismo. Existen todo un conjunto de circunstancias, tanto internas como externas, que aconsejan plantear la estrategia turística desde una perspectiva transversal que ayude a buscar soluciones a los problemas planteados, ya que los enfoques sectoriales no parecen haberlas proporcionado

Una de las prioridades estratégicas debe ser la de impulsar un cambio en la cultura institucional, empresarial y también ciudadana en relación a las cuestiones relacionadas con el sector turístico. Sin un potente liderazgo municipal será difícil pasar del campo de la teoría al de la realidad. El desencuentro toledanos y turismo es una realidad histórica, ya la señaló Manuel de Terán a mediados del siglo XX, y parece llegado el momento de superarla.

6.1. Estrategias de actuación a nivel urbanístico

Hay que trabajar para conformar un destino turístico de calidad y competitivo, tanto en el mercado nacional como en el internacional. A continuación, de forma sintética,

planteamos algunos de los pilares de estas estrategias.

- Aprovechar el nuevo Plan Municipal de Ordenación para contribuir a cualificar el destino y resolver los problemas funcionales y de movilidad que el turismo plantea.
- Una regulación de usos que tenga muy presente el papel que el sector turístico tiene en el espacio urbano y no sólo en el centro histórico.
- Evaluar la capacidad de acogida turística de la ciudad en general y del centro histórico en particular.
- Aprovechar la plataforma de transporte, desde Santa María de Benquerencia a la Peraleda, para aportar respuestas integradas a la movilidad turística.
- Construir aparcamientos en las zonas de borde, de forma que se cubran las necesidades del visitante individual y de los grupos.
- Impulsar actuaciones de rehabilitación residencial en el ámbito de la ciudad histórico/turística para preservar la multifuncionalidad.
- Aprovechar los hoteles, centros de exposiciones, áreas comerciales y de ocio, equipamientos culturales, etc., para articular las distintas piezas de la realidad urbana toledana.
- Reforzar la protección paisajística y mejora medioambiental, en espacios íntimamente unidos a la imagen turística de la ciudad.
- Superar el urbanismo físico y apostar por un urbanismo cultural/medioambiental.

En suma, las estrategias de actuación urbanística deben orientarse, de forma explícita y decidida, a propiciar una correcta integración del turismo en la estructura urbanística y funcional de la ciudad.

6. 2. Estrategias de actuación a nivel patrimonial/cultural

El patrimonio cultural es, sin duda, el recurso turístico primario de la ciudad, su ordenación y gestión debe tener presentes las necesidades relacionadas con la funcionalidad turística. Algunos de los pilares de la estrategia patrimonial/cultural pueden ser los siguientes:

- Adecuar el patrimonio y sus entornos, para que responda a las exigencias de una visita pública de calidad.
- Impulsar desde el Consorcio de Toledo convenios y actuaciones con las diversas instituciones religiosas para contribuir a la conservación y reutilización funcional del patrimonio cultural.
- Configurar una oferta cultural potente y ajustada con las demandas y los flujos turísticos.
- Incorporar a la visita pública, de forma general o selectiva, elementos patrimoniales que por su situación (torreones de la muralla, alcázar, torres de los jesuitas, etc.) permitan un acercamiento diferente a la lectura cultural y turística de la ciudad.

- Crear, desde el ámbito de la coordinación, condiciones favorables para el acercamiento entre la gestión turística y la gestión cultural.
- Apoyar a las fundaciones actualmente existentes (Real Fundación Toledo, Fundación Ortega y Gasset...) e impulsar el nacimiento de otras nuevas en el sentido de propiciar una mejor reutilización funcional del patrimonio.
- Impulsar modelos de visita pública donde se prime la calidad sobre la cantidad.
- Ajustar contenidos y funcionalidad del centro de interpretación de San Marcos y del centro de recepción de visitantes Toletum a las demandas y perfiles de los visitantes.

Los destinos patrimoniales, incluso los que están mejor posicionados, ya no se pueden apoyar sólo en los grandes hitos monumentales, museos o paisajes, tienen que ser imaginativos tanto en la oferta cultural como en la forma y el lugar de presentarlo. En este sentido, Toledo tendrá que ser imaginativo y trabajar con nichos diferenciados para rentabilizar sus singularidades patrimoniales y paisajísticas.

6.3. Estrategias de actuación a nivel turístico

Algunos pilares para una estrategia de actuación turística, que pueda contribuir a resolver algunos de los desencuentros actualmente existentes, son:

- Apostar por la reubicación turística de Toledo en la región urbana de Madrid.
- Diversificar la oferta turística, en este sentido las perspectivas del turismo de negocios y reuniones parecen favorables.
- Propiciar iniciativas de signo diverso (urbanísticas, culturales, comercialización, promoción, etc.) orientadas a la calidad y a alargar la duración de la estancia.
- Impulsar la puesta en funcionamiento un “bono turístico” que permita tanto articular los diversos recursos patrimoniales como coordinar a agentes diversos.
- Impulsar iniciativas de promoción y comercialización orientadas a penetrar en nuevos mercados.
- Apostar por una imagen de marca diferenciada, renovando los logotipos y señales.
- Reforzar, cualificar y apoyar económicamente a los servicios municipales de planificación y gestión del turismo.
- Aprovechar la iniciativa de la Cámara de Comercio, Toledo Ciudad de Compras, para reordenar y cualificar la oferta y la imagen del comercio turístico de la ciudad.

Las perspectivas turísticas de Toledo, teniendo presente su buena posición en el ranking de los destinos patrimoniales, son ciertamente favorables, si se apuesta por la calidad, se aprovechan las iniciativas en marcha, la administración pública presta al turismo la atención que merece, el empresariado ve el futuro de Toledo con potencialidades de desarrollo y los toledanos asumen con orgullo que son un lugar que los ciudadanos del mundo quieren visitar y disfrutar.

6. 4. Estrategias de gestión

La naturaleza transversal del turismo lleva aparejada implicaciones de naturaleza múltiple y de ahí deriva la necesidad de introducir importantes cambios en los modelos de gestión. En este sentido, teniendo presentes las fórmulas de gestión tradicionales (concejalías de turismo, patronatos, centros de iniciativas turísticas) y las innovadoras (gerencias de planes de excelencia, consorcios, empresas mixtas, etc.), planteamos algunas pautas que ayuden a que Toledo defina un modelo de gestión mas acorde con sus características y necesidades.

Parece llegado el momento de analizar la viabilidad de poner en marcha una empresa mixta o un consorcio turístico que se encargue de la planificación y gestión del turismo. Otra de las posibilidades se relaciona con revitalizar el patronato municipal de turismo, en estrecha colaboración con un importante reforzamiento del pilar turístico del Consorcio de Toledo. En este mismo sentido, hay que apostar por la profesionalización al máximo de los servicios y departamentos relacionados con la planificación y gestión del turismo, así como impulsar la puesta en marcha de un Observatorio del Centro Histórico, entendido como herramienta de conocimiento orientado a la gestión integrada de las dimensiones patrimoniales, urbanísticas, paisajísticas, culturales, funcionales y turísticas.



Antiguo convento de las Madres, en la actualidad incorporado al complejo universitario de San Pedro Mártir

Superar las debilidades, hacer frente a las amenazas y conseguir que Toledo continúe siendo uno de los destinos patrimoniales mas importantes del mundo requiere innovar en profundidad en el terreno de la gestión y para ello, desde el liderazgo municipal, hay que contar con el sector empresarial, el apoyo institucional y la implicación ciudadana.

Bibliografía y Documentación de Referencia

Advanced Leisure Services (2004). Las implicaciones del Mercado de los Touroperadores en el futuro Centro de Recepción de Visitantes de Toledo. Plan de Excelencia Turística de Toledo.

Ayuntamiento de Toledo (1997). Plan Estratégico del Centro Histórico 1997-2000.

Ayuntamiento de Toledo (2000). Toledo y su futuro. El Plan Especial del Casco Histórico. Director: Joan Busquets. Ayuntamiento de Toledo / Caja de Ahorros de Castilla-La Mancha / Empresa Municipal de la Vivienda. Toledo.

Ayuntamiento de Toledo (2003). Toledo de Nuevo. Programa de Renovación del Centro Histórico 1998-2002. Toledo.

Ayuntamiento de Toledo / Plan de Excelencia Turística. Memorias de Gestión 2002-2003-2004.

Brandis, D.; Del Río, I. (1998): "Turismo y medio ambiente urbano. Las experiencias de Ávila, Toledo y Salamanca." En García Marchante, J.; Troitiño Vinuesa, M. A. Vivir las ciudades históricas: recuperación integrada y dinámica funcional. Fundación "La Caixa"/ Universidad de Castilla- La Mancha. Cuenca. Pp. 155-182.

Calle Vaquero, M. de la (2002). La ciudad histórica como destino turístico. Ariel. Barcelona.

Cámara de Comercio e Industria de Toledo (2004). Turismo de compras en Toledo. Toledo.

Cámara de Comercio e Industria de Toledo (2007). Toledo Convention Bureau. Guía de Congresos 2007-2008. Toledo.

Campos Romero, L. (Coord. 2002). El Turismo en Castilla- La Mancha. Análisis y Prospectiva. Universidad de Castilla- La Mancha. Cuenca.

Corral, C. (1994). "Proyecto piloto de accesibilidad al centro histórico de Toledo". Alfoz, 109, pp. 114 119. Madrid.

Del Cerro, R.; Saínez, M. J.; Delgado, Cl.; Franco, M. A. (1991). Arquitecturas de Toledo. Del Románico al Gótico. Junta de Comunidades de Castilla- La Mancha. Toledo.

Díez del Corral, R.; Navascues, P.; Suárez, D. (1991). Arquitecturas de Toledo. Del Renacimiento al Racionalismo. Junta de Comunidades de Castilla- La Mancha. Toledo.

García Hernández, M. (2003). "Toledo: movilidad turística y gestión de flujos de visitantes". En Turismo y conjuntos monumentales. Capacidad de Acogida Turística y gestión de flujos de visitantes. Tirant Lo Blanch. Valencia. Pp. 407-488.

García Hernández, M. (2007): "Entidades de planificación y gestión turística a escala local. El caso de las Ciudades de las Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España". Cuadernos de Turismo, 20, pp. 79-102.

García, M.; Calle, M. (2005): "Nuevas estrategias para la renovación del producto turístico urbano: El caso de las ciudades Patrimonio de la Humanidad". En VIII Forum Internacional

sobre Las Ciencias, las Técnicas y el Arte Aplicadas al Marketing”. Universidad Complutense de Madrid. Facultas de Ciencias Económicas y Empresariales. Madrid. Pp. 386-414.

Jiménez Morán, C. (2000). Museo Sefardí. Estudio de Público. Ministerio de Educación y Cultura. Madrid.

López López, A. (2005): “Desarrollo sostenible: medioambiente y turismo en las ciudades históricas: El caso de Toledo”, Observatorio Medioambiental 8, pp. 331-344.

Lorente Toledo et alii (1993). Rutas de Toledo. Guías Artísticas Electa. Real Fundación de Toledo Electra. Madrid.

Molina Collado, A. (2004). “La promoción turística. Análisis de los folletos de destinos turísticos: el caso de Barcelona, Córdoba y Toledo”. En Font (ed.). Gestión del turismo cultural. Ariel. Barcelona. Pp. 443-466.

Moptma y Ayuntamiento de Toledo (1994). Estudio Piloto de reordenación viaria del transporte en el casco histórico de toledo.

Plan de Excelencia Turística (2004). Toledo accesible. Plan Integral de Accesibilidad a los museos y monumentos de Toledo. Ayuntamiento de Toledo.

Terán, M. de (2004): “Toledo: Estudio de Geografía Urbana”. En Ciudades Españolas. Real Academia de la Historia. Madrid. Pp. 161-160.

Troitiño Torralba, L. (2005): “La oferta patrimonial y cultural de la ciudad de Toledo y su funcionalidad turística”. En: Ortega. E. et al. : VIII Forum Internacional sobre las Ciencias, las Técnicas y el Arte Aplicadas al Marketing. Universidad Complutense de Madrid. Pp. 415-434.

Troitiño Vinuesa, M. A. (1998). “Turismo cultural: la ciudad de Toledo”, en La actividad turística española en 1996, AECIT, Madrid. Pp. 507-513

Troitiño, M. A.; Prats, F. (1998): Toledo 21: Una estrategia Turística para una Ciudad Patrimonio de la Humanidad. Cámara de Comercio e Industria de Toledo.

Troitiño Vinuesa, M.A. (1998): “Tourisme et développement durable dans les villes d’art: le cas de Tolède ». En Cazes, G. ; Potier (Eds) : Le tourisme et la ville : Experiences européennes. L’Harmattan. París. Pp. 11-125.

Troitiño Vinuesa, M.A. et alii (1998). “Toledo: problemática e implicaciones urbanas del turismo”, Ería, .47, Oviedo. Pp.299-325.

Troitiño M. A.; García, M.; Calle, M. de la (2000). “Reorganising accessibility by car: the case of Toledo”. E. M. Manente and V. Minghetti (eds.), Visitor and Mobility Management in Tourism Destinaions. Spatial Behaviour, Accessibility and Information. Cafoscarina; Ciset. Venice. Pp. 93-108.

Troitiño M. A. ; Calle, M. de la ; García, M. (2001). “Los destinos patrimoniales de la región turística madrileña: un enfoque funcional a partir de los visitantes” en AECIT. La actividad turística española en 2000. Madrid: AECIT. Pp. 579-596.

Troitiño, M. A.; García M. ; Calle, M. de la (2003). “Los visitantes de las ciudades históricas españolas: caracteres generales y rasgos específicos inducidos por la celebración de

eventos turísticos-culturales”. En Investigación y estrategias turística. ITES-Paraninfo. Madrid. Pp. 37-64.

Troitiño, M. A.; Calle, M. de la; García, M; Troitiño Torralba, L. (2005). Estudio sobre la situación y evaluación de las perspectivas del sector turístico de Toledo. Plan de Excelencia Turística/ Ayuntamiento de Toledo.

Troitiño, M. A.; Calle, M. de la; García, M.; Troitiño, L. (2007): La Situación Turística del Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España. Bases para la puesta en marcha del Observatorio Turístico. Universidad Complutense de Madrid/ Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España. León.

Zárate Martín, M. A. (2007): “Toledo. Planeamiento y especulación en ciudades históricas”. Anales de Geografía de la Universidad Complutense de Madrid, vol. 27, nº 2.pp. 151-175.



Capítulo XI: Santiago de Compostela: Políticas de Rehabilitación y Recuperación Urbana

**Xosé Manuel Villanueva Prieto,
Gerente del Consorcio de Santiago de Compostela.**

A continuación, de forma sintética, trataré de exponer la experiencia que hemos vivido en el proyecto de renovación urbana de Santiago, y la forma en que se fueron desencadenando los hechos en un proceso lógico de planificación. Nuestra experiencia aporta unos resultados satisfactorios, pero la gestión urbana no debe parar nunca, de modo que la consecución de unos objetivos plantea automáticamente la aparición de nuevos problemas, en cuyo tratamiento hay que seguir trabajando, lo que exige una permanente evolución. Así, lo más útil que desde Santiago podemos aportar como experiencia generalizable es, sin duda, la vigencia y el valor del proyecto, porque la clave para los procesos de transformación urbana es la existencia del proyecto, herramienta fundamental para que el proceso se materialice de una forma ordenada y cualitativa.

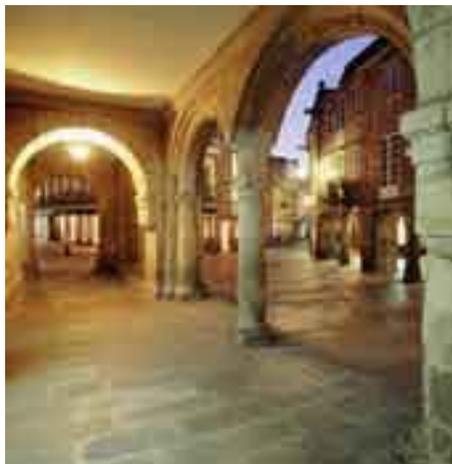


Vista aérea de la ciudad histórica y su entorno

1. La singularidad de la ciudad histórica

La ciudad histórica de Santiago es un complejo arquitectónico de tremenda riqueza, de unos 2 km² en los que viven 17.400 personas. El Plan Especial que la regula incluye 2.660 edificios destinados a vivienda (que acogen 6.200 viviendas) y 169 edificios de uso dotacional (iglesias, colegios, residencias...). La ciudad posee tres características muy condicionantes del desarrollo del proyecto urbano de transformación:

1^a. Es una ciudad que engaña con una ilusoria uniformidad: da la sensación de ser un corpus arquitectónico homogéneo pero en realidad es una acumulación de estratos arquitectónicos muy contrastados, desde la Edad Media hasta el Modernismo, porque ha sido espacio vivido como centro urbano hasta la década de 1960.



Rúa do Villar: calidad de las arquitecturas y del espacio público.

2ª. La preservación de la relación histórica de la ciudad con el entorno natural: la ciudad es un recinto compacto en contacto con espacios rurales: esto ha condicionado el enfoque de la política urbanística, ya que los espacios colindantes al centro histórico eran espacios exentos, fundamentalmente huertas, sobre los que planeaban grandes expectativas inmobiliarias, y que hoy se están recuperando como espacio público.

3ª. La relevancia del impacto de la ciudad desde el punto de vista simbólico como meta de peregrinación, como un espacio que suscita una gran convocatoria de gente.



Zona monumental de la ciudad histórica

2. Significados y trato institucional excepcional



Fachada barroca de la catedral: símbolo y referente de la ciudad.

La significación de la ciudad ha proporcionado grandes posibilidades para captar la voluntad y apoyo de las instituciones. Este es un hecho consustancial a la propia existencia del Apóstol: todo lo que es el hecho urbano de Santiago de Compostela se ha debido a un trato de excepcionalidad, dirigido no tanto a un proyecto de transformación urbana como de preservación o celebración de los eventos jubilares y del mantenimiento de la relevancia religiosa del lugar en que yacían los restos del Patrón de España.

Para las ciudades históricas españolas las innovaciones institucionales recientes que se producen en Santiago han tenido interés como modelo. Lo más destacado es la aparición del Real Patronato de la Ciudad de Santiago, en 1991, y la novedad de que se cree un instrumento de gestión permanente, el Consorcio, en el que confluyen las administraciones del Estado, de la Comunidad Autónoma y del Ayuntamiento. Ambos (Real Patronato y Consorcio) dan cobertura financiera y estabilidad. Sus finalidades son promover el ejercicio coordinado de las competencias de las distintas administraciones (central, regional y local) para preservar el patrimonio histórico de Compostela, dinamizarla turística y culturalmente y acometer infraestructuras de interés común. A partir del año 2000 este modelo se ha extendido a Cuenca y Toledo.



Plaza del Obradorio. Día 25 de julio, fiesta del Apóstol.

3. La importancia del proyecto político de ciudad

Pero la realidad de nuestra ciudad hace que tengamos que destacar como elemento determinante, incluso en el proceso de creación de instituciones, el proyecto urbano. Cronológicamente, en Santiago es antes el proyecto urbano de transformación que la existencia de instituciones que lo gestionen. Juzgar la importancia de lo que se hizo en la ciudad desde la perspectiva institucional es un error, ya que lo importante es ver cómo y en qué se materializa el proyecto urbano, que se legitima sobre todo en el área histórica.



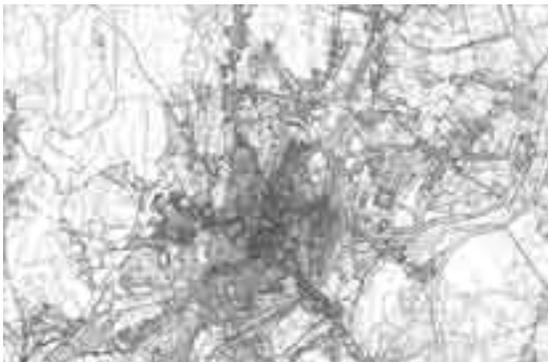
El proyecto de la ciudad histórica.

Tres características básicas definen el proyecto de transformación de la ciudad:

1^a. Es un proyecto esencialmente político, basado en una acción pública que ha trabado los acuerdos necesarios para sostenerlo y desarrollarlo.

2^a. Tiene un profundo fundamento técnico, de forma que, desde una reflexión rigurosa e interdisciplinar sobre la ciudad, se ha conseguido trabar un proyecto político.

3^a. Integra en el mismo esquema de trabajo aspectos urbanísticos, infraestructurales, culturales, sociales e institucionales.



La Ciudad histórica en el proyecto de ciudad.

El proyecto se empezó a gestarse en los albores de la recuperación de la democracia municipal (principios de los años 80) y para que haya funcionado fue fundamental la **estabilidad**. Así, ha habido una razonable continuidad desde ese momento hasta el actual, aunque ha habido **capacidad de renovación** de equipos y personas desde la propia lógica del proyecto. Los **instrumentos técnicos** más importantes fueron cuatro:

1°. La valorización internacional de la riqueza que significa Santiago, no sólo del hecho urbano sino también de la peregrinación jacobea (declaración de la ciudad y del camino como Patrimonio de la Humanidad, declaración del camino como primer itinerario cultural europeo). Fue una de las fases iniciales.

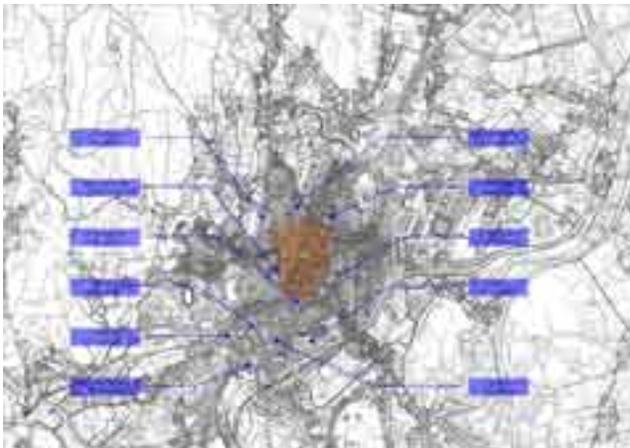


Los Caminos de Santiago en Europa

2°. Los Planes Generales de Ordenación Municipal, que concretaron en decisión jurídica y política vinculante las especulaciones iniciales. El elaborado en el 89, dio respuesta a todo el proceso de transformación de la ciudad sin tener que modificarlo. El siguiente se ha aprobado en este año 2007.

3°. El programa de infraestructuras Compostela 93/99, que dio pie a concitar recursos públicos.

4°. El Plan Especial de Protección de la Ciudad Histórica, aprobado en 1997.



Aparcamientos en la zona de borde del centro histórico.

La protección del área histórica se ha entendido desde el principio como una parte de un proyecto de transformación urbana global. Por ejemplo, el interés por convertir a Compostela en un gran destino turístico cultural se ha integrado en un proyecto urbano vitalizador en el que el turismo es (sólo) un elemento más de desarrollo.



Intervenciones de Rehabilitación

4. El proyecto urbano: implantar la cultura de la conservación

En 1950 toda la ciudad y sus infraestructuras pivotaban sobre la ciudad histórica. En los años 60 se empiezan a generar a su alrededor todos los grandes equipamientos de la ciudad (hospital, estadio...), orientación que haría imposible cualquier política sostenible de protección patrimonial ya que la intensidad de los nuevos usos urbanos era contradictoria con los requerimientos de la acción de protección. Así, el Plan General de Ordenación Urbana de 1989 se inventa una nueva estructura viaria que supone una ampliación física de la ciudad para crear espacios intermedios de expansión en los que responder a las necesidades que se vayan generando y se elabora un planteamiento para relocalizar los grandes equipamientos, imposibles de gestionar en la ciudad histórica (hospital, palacio de congresos, mercado de ganado y estadio).



Palacio de congresos

Ese diseño infraestructural se convierte en una realidad con los instrumentos antes mencionados, como el programa Compostela 93/99, que concentran el flujo inversor del conjunto de las administraciones por medio de una organización planificada a través de un proyecto municipal, avalado en términos urbanísticos, y asistido en términos institucionales. La clave fue ejecutar las previsiones de infraestructuras del PGOUM de forma ordenada, lo cual se ha conseguido a través de la **cooperación interadministrativa**.

Esta política se concretó, en primer lugar, en la ejecución de las **actuaciones de expansión**, especialmente en un nuevo sistema viario y en los nuevos grandes equipamientos. Se creó así un vial periférico que permite conectar todos los nuevos equipamientos (área industrial, nuevo mercado de ganado, palacio de congresos, estadio de fútbol, polideportivo cubierto de Sar, zonas comerciales, nuevo Hospital Clínico) y las áreas de expansión residencial. Estas operaciones de expansión tienen la función de posibilitar hacer una política cualificada de protección en relación con el centro histórico, que era imposible cuando éste tenía que asumir todas las funciones y expectativas urbanas.

En segundo lugar, se acometen las **intervenciones en la ciudad histórica**, que se realizan desde una visión integral de la recuperación urbana, que trata de dotarla de los recursos necesarios para atender correctamente las funciones que tiene que cubrir siguiendo dos criterios fundamentales: utilizar los espacios físicos no ocupados y hacerlo con arquitectura contemporánea.

Las nuevas **dotaciones** van desde una red de aparcamientos, lo cual permite una disminución del tráfico en la ciudad histórica y una política de peatonalización, y una dársena de recepción de autobuses para el uso turístico, hasta zonas y equipamientos culturales, como un Auditorio, un museo de arte contemporáneo y centros docentes universitarios, como los de la finca de Vista Alegre. En paralelo, se acomete el programa de rehabilitación de viviendas y locales comerciales, que afecta a aspectos exteriores e interiores e implica rehabilitaciones integrales o parciales. Se han rehabilitado en torno a 500 edificios y 1.500 viviendas. La densidad y contundencia de esa actuación ha permitido que la iniciativa privada haya acabado por incorporarse a estos programas.



Un espacio público de calidad

Por último, la actuación incluye acciones de cualificación del espacio público. Se ha hecho un gran esfuerzo para su puesta en valor, sobre todo para convertir en parques los espacios verdes del entorno del centro histórico, eliminando expectativas de colonización inmobiliaria, y se incorporan edificios históricos a iniciativas de contenido cultural, como la Fundación Eugenio Granell.



Un espacio público de calidad.



Fundación Eugenio Granell

El **coste de la ejecución** de este proyecto hasta el año 2000 fue de 900 millones de euros, por lo que se puede afirmar que Santiago ha sido privilegiada no tanto por concitar esa inversión pública (que no es muy diferente a la que se ha producido en otras muchas ciudades españolas) sino por haber podido concentrar este programa en un tiempo tan corto y en un marco coordinado e integrado.

Hoy, el reto en la intervención en la ciudad histórica es introducir la **cultura de la conservación** por encima de la de la rehabilitación. Para sostener este discurso necesitamos información de cómo se va modificando físicamente la ciudad y tener un criterio de responsabilidad social. Esto se refleja en una diversificación de las políticas de ayuda que tratarán de primar la conservación frente a la rehabilitación, elaborando

proyectos técnicos de mantenimiento que la administración tutela y pacta cofinanciar con el particular. Como segunda línea de trabajo se aprovechan las intervenciones para la formación de profesionales para la conservación de la ciudad histórica, porque no existe ya tradición de las profesiones que posibilitan la acción de mantenimiento real, como ocurre con la reparación del suelo enlosado. También se trata de sistematizar nuestro conocimiento objetivo, para que pueda ser utilizable y contrastable.



Rehabilitación de cubiertas.

Pero el gran desafío es mantener el equilibrio **funcional**. La rehabilitación y puesta en valor del patrimonio dificulta la sustitución normal de la gente que vive en la ciudad histórica, porque los precios de la vivienda crecen hasta expulsar la diversidad social y favorecer la terciarización. Así, los aspectos funcionales pasan a ser prioritarios para hacer de la ciudad histórica un tejido vivo, porque incluso el turista tiene una experiencia placentera si percibe un ambiente urbano real, auténtico. Por eso, estamos comenzando a trabajar en este sentido, en programas que vinculen protección patrimonial con política de vivienda, como el Proyecto de Edificios Tutelados, por medio del cual el ayuntamiento asume la rehabilitación de edificios abandonados a cambio de la cesión de su usufructo para que la administración haga política pública de vivienda en alquiler. Otra vía en la que estamos trabajando consiste en plantear la financiación en apoyo directo a la actividad, comercial o social, que preserve la diversidad de usos en la ciudad histórica.



Rehabilitación de edificio de arquitectura popular.



Rehabilitación de locales comerciales.



Títeres en la plaza de Platerías.

En este periodo ha aparecido un factor de cambio, ajeno al proyecto urbano originario, que es la construcción en Santiago de la denominada **“Ciudad de la Cultura”**. Esa macro instalación es un reto que altera todo el planteamiento estratégico existente sobre la posición funcional de la ciudad histórica en relación con el conjunto urbano. Así, se hace necesaria una nueva formulación de la estrategia urbana para que esa gran infraestructura se convierta en un factor que añada valor a la ciudad y no implique un vaciamiento funcional de la ciudad histórica.



Centro histórico y nueva ciudad de la cultura de Galicia



Edificio en construcción de la ciudad de la cultura (proyecto de Eisenman).

Nuestra ciudad ha partido de una posición de ventaja por sus características. Creemos que el balance de todo lo producido es satisfactorio pero somos conscientes de que la dinámica de construcción del futuro obliga a una vigilancia permanente y una capacidad de autocrítica; porque sólo una actitud de permanente tensión e innovación puede dar lugar a un futuro positivo.



Vista del centro histórico desde La Alameda



Capítulo XII: El Consorcio de la Ciudad de Cuenca y la Gestión de la Ciudad Histórica

Luis Esteban Cava,
Gerente del Consorcio de la Ciudad de Cuenca.

1.La ciudad de Cuenca, un emplazamiento original

Cuenca, hoy pequeña ciudad castellana (52.000 habitantes), ubicada en las estribaciones de la Serranía de Cuenca, en su confluencia con la Alcarria, eligió para su fundación en la Edad Media un emplazamiento eminentemente defensivo, el espolón formado por la confluencia de dos hoces, la del río Júcar y la de su afluente el Huécar.

Dicho emplazamiento presenta una gran originalidad que se debe fundamentalmente a la configuración geomorfológica de su entorno, consecuencia de su estructura geológica originaria (potentes bancos de caliza cretácica) y de la acción erosiva de las aguas de los ríos Júcar y Huécar, que han labrado dos imponentes gargantas cársticas a su paso por la ciudad. Ambos ríos confluyen en el límite entre el Casco Antiguo y la Ciudad Baja, formando sus últimos kilómetros antes de la confluencia un espolón montañoso entre dos profundos valles, estrechos y alargados, coronados por farallones rocosos verticales y a veces extraplomados, fácilmente defendible, que fue elegido por los bereberes en el siglo IX para la instalación de una ciudad-fortaleza que sería el origen de la actual ciudad de Cuenca.

Sin duda, el valle del Júcar era itinerario frecuente en aquella época para las comunicaciones entre la Meseta Sur y el valle del Ebro, atravesando la Serranía de Cuenca hacia Molina de Aragón y Albarracín. De ahí la importancia que adquirió la ciudad ya en época árabe por su situación estratégica; importancia que se acrecentó tras la reconquista definitiva en 1.177 por parte del rey castellano Alfonso VIII.

Entre los siglos XIII y XVI Cuenca experimentó un fuerte crecimiento no solo espacial, sino también económico y demográfico. Los numerosos rebaños ovinos trashumantes que se desplazaban todas las primaveras desde los invernaderos andaluces y manchegos hasta los agostaderos de la Serranía de Cuenca y durante el otoño a la inversa, fueron sin duda su base económica más firme, permitiendo la existencia de una nobleza local con amplio poder en la Corte. La lana aportada por dichos rebaños merinos permitió el desarrollo de una importante industria artesana en la ciudad, base así mismo de su floreciente comercio. El siglo XVI fue para Cuenca su siglo de Oro, el momento de su historia en que mayor protagonismo alcanzó en el contexto nacional e incluso internacional debido a la calidad de su lana y sus paños. La crisis del XVII supuso el comienzo de la decadencia de esta ciudad, como el de otras ciudades del interior peninsular. Ni los intentos regeneradores del XVIII, ni los esfuerzos de siglos posteriores permitieron recuperar el protagonismo que Cuenca había alcanzado a finales de la etapa medieval; sufrió el mismo proceso de estancamiento que padecieron otras ciudades castellanas que también habían mostrado un cierto dinamismo en la Edad Media.

2. Un Casco Antiguo singular, perfectamente integrado en su entorno

Su Casco Antiguo es la herencia de aquella época medieval; un plano irregular, anárquico, con calles estrechas y empinadas, jalonadas por frecuentes placetuelas; una arquitectura que sin contar con excesivos elementos singulares, que tampoco están ausentes, presenta uno de los mejores ejemplos de conjuntos urbanos de arquitectura popular, con el añadido de su singularidad respecto a la perfecta integración entre dicha arquitectura y la naturaleza que le circunda. Flanqueada por las hoces del Júcar y del Huécar que casi se juntan en el vértice NE de la ciudad medieval y rodeada por la muralla en el flanco SE, el espacio urbano se densificó a lo largo de la Edad Media, dando lugar a edificios de gran altura (hasta once pisos en los rascacielos del barrio de San Martín) o volando las edificaciones sobre los farallones calizos de las hoces, como es el caso de las famosas “Casas Colgadas”.

La perfecta adaptación de la edificación, calles, plaza y miradores a un emplazamiento con grandes irregularidades topográficas dan personalidad propia a la configuración urbana del casco histórico de Cuenca. Como toda edificación tradicional los materiales utilizados en la construcción de las viviendas son los existentes en el entorno: piedra caliza (mampostería con escasa sillería), cal, yeso y madera (de sabina y de pino principalmente). Las parcelas sobre las que se construye, adaptadas igualmente a la difícil topografía, son estrechas y largadas, dando lugar a largas medianerías y amplias manzanas. Todo ello contribuye a hacer del Casco Antiguo de Cuenca un espacio singular e irrepetible donde naturaleza y cultura aparecen plenamente integradas.



Rehabilitación del puente de San Pablo (foto D. León)

3. El complejo proceso de recuperación y rehabilitación del Casco Antiguo

Desde el comienzo de la Edad Moderna fue surgiendo la Ciudad Baja, fuera ya de las murallas; su crecimiento iba dejando el Casco Antiguo en una posición periférica. A lo largo de los siglos XIX y XX esta situación se acrecienta; la Cuenca Antigua pierde dinamismo y población, no es un espacio residencial apetecible. El comercio y la burocracia se desplazan a la parte baja. El Casco Antiguo queda casi abandonado; si en el siglo XVI llegó a albergar más de 15.000 habitantes, en el año 1.945 solo contaba con 6.250 y en 1.980 solo con 2.500; hasta los años setenta del siglo pasado, en que se redescubrió el encanto de este espacio urbano, sobre él planeó el peligro del despoblamiento y la ruina. La instalación en él de una serie de artistas (Zóbel, Saura, Millares, Rueda, Torner...), parte de cuyas obras forman hoy el Museo de Arte Abstracto de Cuenca, inició su revalorización como espacio cultural y residencial y permitió el comienzo de su rehabilitación.

Si bien sobre la Cuenca Antigua existía el peligro de ruina durante décadas, también tuvo la suerte, al estar ubicada en posición periférica respecto al centro urbano, de no sufrir las presiones especulativas y renovadoras de otros centros históricos, lo cual ha permitido que, a lo largo de las dos últimas décadas, sobre todo en los años más recientes, cuando los criterios y valoraciones sobre los cascos antiguos estaban más pergeñados, haya sido posible el desarrollo de una labor de rehabilitación que permite mostrar hoy un centro histórico que no solo ha recuperado gran parte de su patrimonio, tanto singular como popular, sino que es uno de los pocos de nuestro país que prácticamente no ha perdido población en las últimas décadas

En efecto, en los últimos años, la población residente en el Casco Antiguo de Cuenca casi no ha disminuido, pues, si en el año 2000 el número de habitantes era de 2.413, en el 2007 es de 2.296. Sin embargo, su potencialidad residencial continúa estando infrutilizado debido a la existencia de un número importante de viviendas vacías y a la proliferación de viviendas secundarias.

4. Hoy existe un Plan Especial de Protección del Casco Antiguo y su entorno

En la actualidad está aprobado un Plan Especial de Ordenación, Mejora y Protección del Casco Antiguo y sus Hoces. El ámbito delimitado por el Plan Especial tiene una superficie aproximada de 40 Has., una población de poco más de cuatro mil habitantes (2.296 en la Ciudad Alta y el resto en la parte de la Ciudad Baja incluida en el Plan Especial) y unas cifras de empleo aproximadas de 1.200 puestos de trabajo. Ocupa aproximadamente el 10 % del casco urbano de la ciudad y se corresponde fundamentalmente con su etapa de desarrollo medieval,

El Casco Antiguo continúa siendo el símbolo de la singularidad y personalidad urbana de Cuenca y es un importante recurso turístico-cultural sobre el que se apoya en

gran medida la economía conguense. Está declarado Paraje Pintoresco, junto con las hoces que lo rodean, desde 1.963; tiene incoado expediente de declaración de conjunto Histórico Artístico desde 1.981 y fue incluido en la Lista de Patrimonio Cultural de la Humanidad en 1.996.

Dicho Plan Especial, se plantea como retos importantes la recuperación del patrimonio arquitectónico, urbanístico, histórico, ambiental y cultural, la dinamización de la Ciudad Alta como lugar atractivo para residencia permanente de la población, en base a un amplio programa de rehabilitación de viviendas y recualificación de espacios públicos y la potenciación de un uso multifuncional, impulsando su actividad cultural, recuperando actividades económicas tradicionales, como la artesanía, y desarrollando otras nuevas, de tal forma que se posible la convivencia de los usos terciarios, hoy en expansión (turismo, ocio, cultura...), con aquellas actividades necesarias para la población residente y con la elevación de la calidad de vida para sus habitantes.



Restauración de la muralla del Alcázar (Foto D. León)

Uno de los problemas principales planteados en la actualidad en el Casco Antiguo de Cuenca, tal vez de una manera más acentuada que en otros, como consecuencia de su configuración topográfica, es el relacionado con la accesibilidad, la ordenación de la movilidad y el uso de los espacios no edificados; el aparcamiento y la circulación de vehículos cada vez hacen más difícil el uso peatonal de múltiples calles y plazas cuya vocación es ser preservadas del tráfico rodado. El progresivo incremento del uso turístico y cultural de este espacio, exige medidas permanentes de dotación de aparcamientos públicos, ordenación de la movilidad interna y mejora de la accesibilidad, incluso con medios mecánicos para los peatones, estableciendo a la vez soluciones disuasorias respecto al acceso de vehículos, que podría restringirse básicamente al de residentes y el necesario para el normal desarrollo de las actividades allí implantadas.

La conservación del medio ambiente urbano y su perfecta integración con el medio natural, de gran valor paisajístico, que le circunda, con propuestas incluso de supresión de los impactos negativos que puedan existir en la actualidad, es otro de los grandes retos

que tiene planteados la aplicación del Plan Especial.

5. Importante esfuerzo inversor en las últimas décadas.

En el Casco Antiguo de Cuenca se han realizado grandes proyectos e intervenciones urbanísticas en las últimas décadas. Intervenciones relacionadas con la rehabilitación de viviendas, la hostelería y los edificios públicos: El programa “Cuenca a Plena Luz” desarrollado desde finales de los ochenta hasta el año 2002, ha permitido rehabilitar más del 40 % de las viviendas del Casco Antiguo. Otras intervenciones significativas han sido la rehabilitación del antiguo convento de las Carmelitas para sede de la UIMP y de la Fundación Antonio Pérez; la rehabilitación de una parte del antiguo Castillo para Archivo Provincial; la construcción de un Teatro-Auditorio sobre una antigua cantera de extracción de piedra caliza situada en la hoz del Huécar, junto al Casco Antiguo; la rehabilitación del antiguo Asilo de los Hermanos de la Caridad para Museo Regional de la Ciencia; la rehabilitación del Instituto Palafox, inicialmente para sede de la Joven Orquesta Nacional de España (JONDE), y hoy sede de la Escuela Municipal de Música; el acondicionamiento del Convento de San Pablo para Parador Nacional de Turismo; la rehabilitación de la Casa Zabala para Centro Cultural; la ampliación del edificio consistorial, la rehabilitación de la Iglesia de la Santa Cruz para centro de Artesanía; la restauración del edificio del antiguo Tribunal Tutelar de Menores para museo de la Semana Santa y la reciente instalación de la Escuela de Artes y Oficios en las inmediaciones de la Plaza Mayor. Además, el desarrollo, entre los años 1.994 y 2.000, de un Proyecto Integral de Mejora urbanística dirigido al Turismo, financiado con fondos FEDER de la Unión Europea, con un presupuesto global de 3.200 millones de pesetas, ha permitido una mejora importante de las infraestructuras del Casco Antiguo y la construcción de una serie de aparcamientos periféricos para visitantes e interiores para residentes.

En la actualidad, la constitución del Real Patronato de la Ciudad de Cuenca y de su órgano de gestión, el Consorcio de la Ciudad de Cuenca, puede suponer un nuevo impulso para la recuperación y dinamización económica y social de la ciudad histórica.

6. El Real Patronato de la Ciudad de Cuenca

Dos Reales Decretos conforman el marco jurídico de creación del Real Patronato de la Ciudad de Cuenca. El primero es el R.D.112/2004, de 23 de enero, por el que se constituye y organiza el Real Patronato de la Ciudad de Cuenca. El segundo es el Real Decreto 238/2005, de 4 de marzo, por el que se modifica el Real Decreto antes citado, como consecuencia de la reestructuración de competencias, estructura e incluso denominación de algunos ministerios, adaptando a la nueva situación la composición de los vocales que representan en el Real Patronato a la Administración General del Estado.



**Excavación arqueológica en la plaza de Mangana, antiguo Alcázar
(Foto. D. León)**

En el primero de los Reales Decretos citados se señala que “la ciudad de Cuenca es uno de los principales conjuntos monumentales de España, con una gran proyección internacional que hizo que fuera declarada Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO”. Como consecuencia de ello, a propuesta del Ministerio de Educación, el Consejo de Ministros en su reunión del día 23 de enero de 2004 acordó la constitución del Real Patronato de la Ciudad de Cuenca.

El fin para el que se crea el Real Patronato, conforme al citado Real Decreto, es “promover y coordinar todas aquellas acciones que deban realizar en Cuenca las Administraciones y entidades que lo componen, orientadas a la conservación y revitalización del patrimonio cultural de la ciudad, así como al desarrollo y potenciación de las actividades culturales y turísticas vinculadas a ella”.

El Real Patronato, por tanto, debe facilitar la promoción y coordinación de las actividades en que participen las entidades estatales, autonómicas y locales directamente vinculadas a la ciudad de Cuenca para “fortalecer y potenciar sus posibilidades de desarrollo cultural y turístico”, mediante:

- “La promoción de la ejecución de obras, servicios e instalaciones en general relacionados con los objetivos del Real Patronato.
- El impulso de la coordinación de las inversiones que se proyecten por las Administraciones.
- La promoción de iniciativas y proyectos culturales orientados a la conservación del patrimonio histórico y a la potenciación de la ciudad de Cuenca como lugar de encuentro de culturas diversas”.

La composición del Real Patronato es la siguiente: Presidencia de Honor: El Rey. Presidente: el Presidente del Gobierno. Vicepresidenta: la Ministra de Cultura. Vocales: Cuatro Ministerios (Economía y Hacienda, Exteriores, Fomento y Vivienda), el Presidente

de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, el Delegado del Gobierno en la Comunidad Autónoma, el Alcalde de Cuenca, el Presidente de la Diputación Provincial de Cuenca, el Obispo de Cuenca y el Rector de la Universidad de Castilla-La Mancha.

El día 17 de marzo del 2005 se constituyó el Real Patronato de la Ciudad de Cuenca en reunión celebrada en el Ayuntamiento, con asistencia de la práctica totalidad de de sus miembros.

7. El Consorcio de la Ciudad de Cuenca

El artículo 6 del citado Real Decreto 112/2004 propone la creación de un Consorcio “para la coordinación institucional derivada de las atribuciones del Real Patronato, así como para la mejor aplicación y desarrollo de sus acuerdos”.

El día 22 de Julio de 2005, la Ministra de Cultura, la Subsecretaria del Ministerio de Economía y Hacienda, la Consejera de Economía y Hacienda de la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha, el Presidente de la Diputación Provincial de Cuenca y el Alcalde de Cuenca firmaron un convenio de colaboración por el que se crea el Consorcio de la Ciudad de Cuenca. La duración del convenio es indefinida. En el mismo se establece el presupuesto de ingresos del Consorcio previsto para el año 2005 y su distribución entre las Administraciones consorciadas. Los Estatutos del Consorcio, consensuados así mismo entre las cuatro administraciones, se incluyen como anexo al convenio de colaboración.

En dichos Estatutos se señala su carácter de ente público, su personalidad jurídica propia y su plena capacidad de obrar para el cumplimiento de sus fines. En cuanto a su régimen jurídico se dice: “El Consorcio de la Ciudad de Cuenca se rige por las disposiciones de estos Estatutos, por la reglamentación interna dictada en desarrollo de los mismos, por la normativa sobre régimen local, y en particular, por la Ley 7/1985, de 2 de abril, reguladora de las Bases de Régimen Local, por la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, modificada por la Ley 4/1999, de 13 de enero, de Régimen Jurídico y de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, y, supletoriamente, por la legislación específica que le sea aplicable”.

Sus órganos de gobierno son el Consejo de Administración (encargado de aprobar anualmente los presupuestos y las cuentas del Consorcio) y la Comisión Ejecutiva (formada por un representante de cada una de las cuatro administraciones consorciadas), que se reúne mensualmente y adopta las decisiones concretas sobre la actuación del Consorcio. La preside el Alcalde de la Ciudad.

El Consorcio, de acuerdo con el citado Real Decreto 112/2004, tiene como fines esenciales “servir de apoyo administrativo y de gestión al Real Patronato de la Ciudad de Cuenca para el mejor cumplimiento por éste de sus fines propios”.

El Consorcio de la Ciudad de Cuenca se constituyó el día 16 de septiembre de 2005, mediante reunión de su Consejo de Administración.

Solo cuentan con un Real Patronato y con un Consorcio semejante otras dos ciudades Patrimonio de la Humanidad en España, Toledo y Santiago de Compostela. El crearse el Real Patronato de la Ciudad de Cuenca se debe, sobre todo, a que si en Castilla-La Mancha hay dos ciudades declaradas por la UNESCO Patrimonio de la Humanidad, Toledo y Cuenca, no era lógico que solo la primera contara, por tal hecho, con ayuda de las instituciones a través de un Real Patronato.

8. La actividad del Consorcio: Conservación del patrimonio y apoyo al desarrollo cultural y turístico de la ciudad

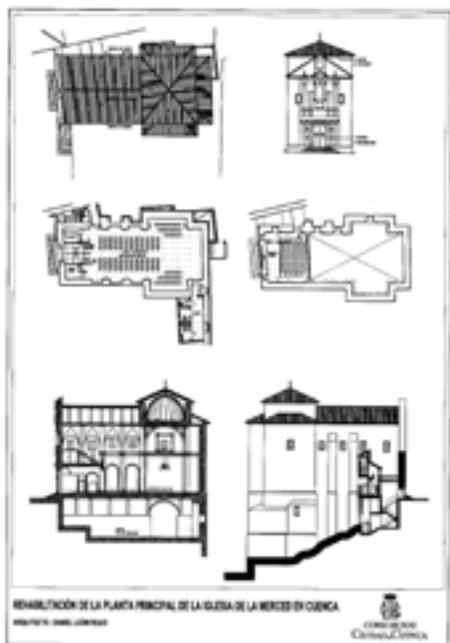
De un modo general y resumido se puede decir que desde su constitución en septiembre de 2005 y a lo largo del año 2006 el Consorcio se ha ido dotando de personal, se han celebrado reuniones periódicas de sus órganos de Gobierno, especialmente de su Comisión Ejecutiva y se ha ido avanzando en el desarrollo progresivo de la actividad para la que fue creado: la conservación del Patrimonio de la ciudad de Cuenca, la potenciación de su actividad cultural y su desarrollo turístico.

Nuestro presupuesto del año 2005 ascendió a un importe total de 7.204.000 euros, el del año 2006 a 8.213.300 euros y el del 2007 a 8.246.200 euros. El 50% aproximadamente es aportación del Estado y el resto de las administraciones regional y locales. Ello nos permite desarrollar una potente actividad inversora y de subvención a instituciones relacionadas con la conservación del patrimonio y el desarrollo de la cultura y el turismo en Cuenca.



Rehabilitación de la Iglesia de San Andrés (Foto. D. León)

Gracias a ello podemos realizar obras importantes para la rehabilitación del Casco Antiguo de Cuenca, unas ya terminadas, como la rotonda de acceso desde la carretera de Madrid al Centro de Recepción de Turistas, la rehabilitación del puente de San Pablo, la mejora de la iluminación de diversas calles del Casco Antiguo, la iluminación artística de la fachada del Ayuntamiento, la mejora de la urbanización de distintos espacios públicos y zonas verdes del Casco Antiguo, la consolidación de la iglesia de San Pantaleón, la rehabilitación de la planta principal de la iglesia de la Merced, para su uso como sala de lecturas de la biblioteca de Seminario; otras en proceso de realización como la ocultación de cables en diversas calles de la ciudad histórica, la reurbanización de varias calles, la rehabilitación de antiguas iglesias del Casco Antiguo, hoy sin culto y destinadas a usos socio-culturales (San Andrés y San Miguel) u otras iglesias destinadas al culto (Virgen de la Luz, San Pedro); acondicionamiento de espacios públicos como la torre de San Gil y jardín de los Poetas (obra realizada por una escuela taller municipal con ayuda financiera del Consorcio); la adecuación del antiguo Conservatorio para nueva sede de la UIMP, la restauración de las escaleras de acceso al hospital de Santiago o la ampliación del aparcamiento para residentes de la calle del Trabuco. Es importante destacar, también, la amplia labor de excavación arqueológica que venimos realizando en la plaza de Mangana, espacio urbano donde se situaba el antiguo alcázar árabe, en los orígenes de la ciudad, que posteriormente sufrió profundas transformaciones: judería, barrio cristiano entorno a la iglesia de Santa María, plaza modernista sobre las ruinas antiguas y plaza-mirador remodelada recientemente. Así mismo, es de destacar la actuación que venimos



desarrollando para la consolidación de los restos de la muralla medieval que rodeaba la ciudad, de la que se ha restaurado ya una parte, en la plaza del Carmen, se está trabajando actualmente en otra, la situada en el arco del Bezudo y su entorno y se encuentran otras dos fases en proceso de contratación. Finalmente, es de destacar un ambicioso proyecto de reurbanización de muchas calles del Casco Antiguo, que permitirá, además instalar conducciones para que los diversos suministros de gas, telecomunicaciones por cable, etc. lleguen a la parte alta de la ciudad y otros se mejoren, como los de agua, alcantarillado y electricidad. La instalación de conducciones subterráneas permitirá además ir eliminando poco a poco el cableado que afea las fachadas del Casco antiguo.

Planos del proyecto de rehabilitación de la Iglesia de la Merced.

Así mismo, hemos concedido, a lo largo de este año y medio de funcionamiento, un conjunto de subvenciones para la realización de una serie de obras a entidades o instituciones que colaboran en la conservación del patrimonio, en la potenciación de la cultura o en el desarrollo turístico de la ciudad, de acuerdo con los fines del Consorcio, como por ejemplo al Museo de la Ciencia para una renovación actualizada de sus contenidos museísticos, al Obispado para la rehabilitación de la iglesia de San Pedro y del órgano del Evangelio de la Catedral, a la Fundación de Cultura “Ciudad de Cuenca” para sus actividades culturales y artísticas, a la Fundación de Turismo de Cuenca para la promoción de la ciudad, al Ayuntamiento para el enterramiento de los contenedores de basura en el Casco Antiguo y para determinadas actuaciones de rehabilitación de viviendas en el Casco Antiguo, a la Junta de Cofradías de la Semana Santa de Cuenca para equipar el museo de la Semana Santa y a diversas Fundaciones (“Antonio Pérez”, “Antonio Saura”, “Gustavo Torner”) para el desarrollo de sus actividades culturales.



Arco de El Bezudo en la muralla del Castillo. Próxima actuación de restauración (foto D. León)

9. El nuevo Programa de Rehabilitación Integral del Centro Histórico

Actualmente estamos en proceso de poner en marcha un proyecto de Rehabilitación Integral del Centro Histórico de Cuenca, actuando el Consorcio como Ventanilla Única para dicha actuación, que será financiada por el Ministerio de Vivienda, la Consejería de Vivienda y Urbanismo de la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha y el Ayuntamiento de Cuenca.

En efecto, dentro del Plan Estatal de Vivienda 2005-2008 (REAL DECRETO 801/2005, de 1 de julio) se ha incluido un programa nuevo, que no existía en planes de vivienda anteriores, por el cual se concede por parte del Ministerio de Vivienda ayudas

especiales para las Áreas de Rehabilitación de Centros Históricos que puedan declararse, complementando, para estos ámbitos, las ayudas existentes para otras actuaciones de rehabilitación que se realicen fuera de dichos espacios.

Conforme a la normativa del Plan Estatal de Vivienda y al Decreto 38/2006, de 11-4-2006, por el que se regula en el ámbito de Castilla-La Mancha el Plan Estatal, el Consorcio de la Ciudad de Cuenca, preparó la memoria correspondiente para que el Ayuntamiento de Cuenca pudiera solicitar al Ministerio su inclusión en dicho programa. Recientemente (27-04-2007) se ha firmado un convenio entre el Ministerio de Vivienda, la Consejería de Vivienda y Urbanismo de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha y el Ayuntamiento de Cuenca, por el que se ha acordado la financiación del Área de Rehabilitación del Centro Histórico de Cuenca.

Los centros históricos que se acojan a dichas ayudas deben estar declarados Bien de Interés Cultural o categoría similar de la legislación autonómica o tener incoado expediente para obtener las citadas declaraciones. Además, deberán tener aprobado un plan especial de protección, conservación y rehabilitación o, si no lo tuvieran, los ayuntamientos respectivos deben comprometerse a disponer del mismo en el plazo que se establezca en el acuerdo de declaración del Área de Rehabilitación. Se concede ayuda económica también para realizar dicho Plan Especial.

En el caso de Cuenca, ambas condiciones se cumplen, pues su Centro Histórico está declarado Paraje Pintoresco, junto con las hoces que le rodean, desde 1.963, tiene incoado expediente de declaración de Conjunto Histórico Artístico desde 1.981 y está incluido en la Lista de Patrimonio Cultural de la Humanidad desde 1.996. Además cuenta con un Plan Especial de Ordenación, Mejora y Protección del Casco Antiguo y sus Hoces, que fue aprobado definitivamente en el año 2.002.

Las obras de rehabilitación que se pretendan realizar dentro de este programa deberán ajustarse, como no podría ser de otra forma, a la normativa del planeamiento urbanístico que marquen los Planes Especiales correspondientes; además, se debe preservar el uso residencial de las viviendas y edificios objeto de la actuación y asegurar la diversidad social y el realojamiento de la población residente.

Dentro de estas Áreas de Rehabilitación de Centros Históricos se pueden obtener ayudas del Ministerio de Vivienda tanto para actuaciones de rehabilitación de edificios y viviendas, como para la mejora de la urbanización o, incluso, reurbanización de espacio públicos. Por el contrario, no se pueden financiar actuaciones que supongan el vaciado de las edificaciones, es decir, no se financia la renovación urbana, sino solamente la rehabilitación.

En la normativa aplicable se establece la conveniencia de creación de Ventanillas Únicas de Vivienda, dotadas de personal y medios para informar, preparar documentaciones técnicas y realizar un seguimiento de las obras a realizar por los particulares. Esta función de ventanilla única es la que ejercerá el Consorcio de la Ciudad de Cuenca, pues de él

forman parte las tres Administraciones firmantes del citado convenio.

Así mismo, se permite eximir a estas actuaciones de rehabilitación de cumplir las limitaciones, establecidas en otros casos, relativas a metros cuadrados computables a efectos del cálculo del presupuesto protegido, niveles de ingresos de los solicitantes de ayudas financieras y antigüedad mínima del edificio. Es decir, se dan facilidades para la rehabilitación, al tratarse de Centros Históricos con su singularidad y su problemática propia.

El programa diseñado para la rehabilitación de viviendas del Centro Histórico de Cuenca se entiende insertado en una actuación general tendente a su recuperación integral, conforme a las directrices marcadas por el Plan Especial de Ordenación, Mejora y Protección del Casco Antiguo y sus Hoces.

Dicho programa se dirige a viviendas ocupadas o vacías, pero será necesario el compromiso de ocupación o puesta en alquiler para uso residencial a las personas que soliciten ayuda para la rehabilitación. Se concederá prioridad a la rehabilitación de edificios completos, en primer lugar, de elementos comunes, en segundo, y de viviendas individuales, en tercero. El proceso de rehabilitación debe crear unas condiciones favorables para la llegada al Casco Antiguo de nuevos residentes que deben contribuir a rejuvenecer la pirámide de edades y a elevar los índices de ocupación de las viviendas.

Se ha programado actuar a lo largo de los próximos cuatro años en la rehabilitación de edificios y viviendas, afectando a un total de 400 viviendas, con un coste global estimado de 4.800.000 euros. Para actuaciones en obras de infraestructuras y urbanización la inversión prevista se establece en 2.400.000 euros. Por tanto, el importe total de las actuaciones se estima que será de 7.582.378,08 euros, incluidos los 382.378,08 euros destinados a financiar los gastos que genere el equipo técnico adscrito a la Ventanilla Única. El Ministerio de Vivienda aportará un porcentaje cuantificado en el 43,17 % del coste total; la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha participará con el 14,68 %, el Ayuntamiento con el 20 % y los particulares con el 22,16 % del coste total. El Ayuntamiento, eximirá del pago de las licencias de obras, consecuencia de las actuaciones de rehabilitación, y se obliga a gestionar ante los organismos pertinentes y con las compañías suministradoras la renovación y supresión de las redes aéreas en el Área de Rehabilitación.

Según los datos aportados por el Plan Especial el número de viviendas del Casco Antiguo de Cuenca asciende a 2.371; de ellas sólo 1.364 son de ocupación permanente, 303 son viviendas secundarias y, por tanto, de utilización temporal y 704 estaban vacías. Por ello, las viviendas de ocupación permanente sólo representaban el 57,5% del parque residencial, existiendo, por otra parte, importantes contrastes a nivel espacial. A la infrautilización del espacio residencial contribuye la proliferación de residencias secundarias, que suponen el 12,8% y el importante número de viviendas vacías, que representan casi el 30% del parque de viviendas.

El citado parque residencial, aún cuando en las últimas décadas ha conocido

importantes mejoras, pues con el programa “Cuenca a Plena Luz” (1989-2002) se estima que se actuó en la rehabilitación de entorno a un 40% del mismo, aún cuenta con un número bastante elevado de viviendas cuyas condiciones de habitabilidad son bastantes precarias y cuyas tipologías están bastante alejadas de las demandas y necesidades actuales. Los principales problemas planteados son los siguientes: deficiencias en fachadas y cubiertas; problemas en los elementos comunes (escaleras, bajantes, suministros...), tamaños inadecuados en relación con los miembros de las familias, en unos casos por exceso y en otros por defecto, habitaciones en distintas plantas, precario nivel de servicios higiénicos, ausencia o deficiencias de calefacción, falta de ascensor, habitaciones sin ventilación, etc.

La adscripción de la oficina Municipal de Rehabilitación del Casco Antiguo al Consorcio de la Ciudad de Cuenca supondrá la posibilidad de coordinación del conjunto de actuaciones públicas de inversión sobre dicho Casco Antiguo. Por tanto, la puesta en marcha de este Programa Integral de Rehabilitación puede suponer un apoyo importante para la recuperación demográfica, económica y funcional del Casco Histórico de la ciudad de Cuenca.

www.unia.es

