

PATRIMONIO CULTURAL: SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD TURÍSTICA

Elisa Povedano Marrugat *

Resumen: Se presenta una reflexión sobre los problemas a los que actualmente se enfrenta el patrimonio, causado, en su mayoría, por un turismo desmedido, siendo conscientes de la necesidad de evaluar los riesgos para mejorar el trabajo que se realiza dentro de estos ámbitos. Un estado de la cuestión que nos anime a buscar el camino hacia un turismo cultural responsable para la resiliencia.

Palabras clave: Sobreturismo; resiliencia; turismo responsable; patrimonio cultural; turismo cultural.

Abstract: This article aims at reflecting upon the present State of the Art in heritage, mainly as the result of rampant overtourism, and the need to fully evaluate risks in order to improve preservation while advocating closer collaboration in promoting responsible cultural tourism for resilience.

Key words: Overtourism; Resilience; Responsible tourism; cultural heritage; cultural tourism.

En la vida de una ciudad, en cuanto realidad urbana viva y dinámica, las políticas de protección y recuperación, para ser eficaces, tienen que dotarse de instrumentos capaces de regular *la tensión* existente entre unas realidades físicas estáticas y unas realidades socioeconómicas cambiantes.

(Troitiño Vinuesa, M. Á. 2003, p. 131) (1)

I. REFLEXIONES SOBRE PATRIMONIO Y TURISMO CULTURAL

En este texto he querido reflexionar sobre la sostenibilidad y la responsabilidad turística y patrimonial, porque, como historiadora del arte y profesora de patrimonio cultural y turismo, tengo el deber de investigar y educar en el respeto hacia nuestro patrimonio y cómo posibilitar un buen uso del turismo

dentro de nuestros valores culturales más intrínsecos, sin perder nuestra idiosincrasia y nuestra identidad patrimonial.

El patrimonio cultural debería ser considerado un elemento imprescindible en nuestras vidas, no sólo desde el punto de vista cultural, sino también desde todos los ángulos: forma parte de nuestro legado, que hemos heredado y que debemos transmitir a las generaciones venideras, y de nuestra

* Universidad Carlos III de Madrid. ORCID 0000-0003-0719-7558.

sociedad y economía. Este último punto es uno de los que engarzan el patrimonio cultural con el turismo, y también uno de los que más preocupan en la actualidad. La clave está en cómo debemos trabajar el patrimonio cultural y su vinculación con el turismo y para ello necesitamos analizar los aspectos de la sostenibilidad del patrimonio y del turismo responsable.

Por este motivo, quería comenzar con estas ideas en las que considero que tanto el patrimonio cultural, tangible e intangible, y nuestro patrimonio común natural, son imprescindibles desde todos los puntos de vista. Lo hemos heredado y lo vamos a legar, somos usufructuarios con una responsabilidad hacia el futuro. Cuando incido en que es imprescindible en nuestras vidas y que está en toda nuestra existencia, es porque, indudablemente, está en todos los ámbitos que forman parte de la cultura, de la sociedad y de la economía, en definitiva, el patrimonio es nuestra identidad. Es cierto que el turismo da visibilidad a la dimensión económica del patrimonio y ayuda, en algunos casos, a la mejora de los bienes patrimoniales (Troitiño Vinuesa, 2018, p. 31), pero también es igualmente cierto que es un elemento que debe ser atendido, cuidado y conservado con especial atención, aunque se utilice como una infraestructura turística. Nunca hay que olvidar que el patrimonio es siempre frágil e insustituible.

La clave de que hagamos ese legado palpable a las próximas generaciones es cómo debemos trabajar ese patrimonio y su vinculación con el turismo. Sin patrimonio no hay turismo, pero sin turismo sí hay patrimonio, por este motivo debemos trabajar y analizar

todos los aspectos de la sostenibilidad del patrimonio y del turismo responsable.

Si queremos un patrimonio cultural, natural e intangible bien conservado y mantenido, debemos de tener cada vez más conciencia de qué debemos hacer para que los elementos que participan en este patrimonio sean los más sostenibles sin tensiones, sin enfrentamientos, en colaboración y tolerancia. Cuando hablamos de activos nos referimos tanto a ciudadanos como a turistas o a excursionistas. En definitiva, es la sociedad en general. Incidimos en esto, porque en la actualidad se están produciendo un gran número de desencuentros entre población y turistas o excursionistas en diversas ciudades turísticas: Venecia -que ha descendido su población a menos de 50.000 habitantes- (Pacho, 2022) o Barcelona, por poner dos ejemplos que están siendo muy estudiados en los últimos años, pero no serán, por desgracia, los últimos. Debemos alejarnos de todo aquello que rompa el equilibrio.

La concienciación es necesaria, pero también debemos tener cada vez más conocimiento de cuáles son nuestras herramientas para que ese patrimonio sea más sostenible.

De ahí nuestra insistencia a “sin tensiones, sin enfrentamientos”, y, por tanto, en colaboración y tolerancia, es necesaria la coparticipación y el trabajo colectivo.

Para ello es necesario que se analicen los aspectos más importantes que pueden afectar al patrimonio de manera directa o indirecta:

- Le ayuda una *buena política* y le afecta una mala política. Se necesita que las medidas políticas se preocupen por el mantenimiento y la conservación.
- Una *economía* que no sólo trabaje para el día a día, sino que también elabore planes económicos sostenibles a medio y largo plazo en los que se cuente con el patrimonio y se incida en la importancia de su conservación y no en su mera explotación, porque con el patrimonio hay que ser mucho más precavido, tener mucho más cuidado que con otros activos con los que trabaja la economía. En este sentido, los beneficios a corto plazo no son viables.
- Una *sociedad* que conozca, admire y respete su entorno y su idiosincrasia.
- Una *educación y cultura* que incida en la importancia del patrimonio y en la concienciación, que es una de nuestras herramientas más importantes tanto en el ámbito educativo como en los museos o en los centros de interpretación.
- Una calidad *medioambiental*, porque necesitamos un medioambiente adecuado y sano.
- Una *gestión* adecuada de los recursos y en la que se piense más en la preservación que en la economía desde un punto de vista simplista.
- Un *turismo* y una *industria turística* que se preocupe especialmente por tratar el patrimonio de la mejor manera posible, como un bien finito que hay que conocer,

pero que también hay que admirar y conservar.

- Y, por último, hay que hablar de la propia vida, del día a día, porque formamos parte de todo ello, porque somos piezas de ese patrimonio, de esa experiencia vital que debemos respetar.

En este sentido, Juan Monterroso analiza el caso de Santiago de Compostela, y señala, “la ciudad se ha adaptado a su condición de foco de atracción turístico [...] sin renunciar a su condición de ciudad viva y multifuncional, donde se pone de manifiesto la persistencia de sus funciones residenciales, educativas, comerciales, administrativas, religiosas y culturales” (Monterroso Montero, 2011, p. 84). Por ello, es necesario que los lugares, ya sean ciudades o espacios urbanos o naturales, sean, sobre todo, lugares y espacios vivibles, funcionales y que además puedan ser atractivos turísticos. No hay que perder la esencia existencial y funcional.

Sin embargo, a pesar de que este planteamiento es básico y que debería ser uno de los elementos de trabajo cuando manejamos estos dos términos: patrimonio y turismo; lo cierto es que lo habitual es encontrarnos con una serie de problemas, a veces insalvables, que son los grandes peligros que acechan al patrimonio cuando se gestiona mal desde el punto de vista turístico:

- El sobreturismo, quizás el más peligroso, dañino y difícil de combatir si no existen buenos gestores y buenos planes en los que la sostenibilidad y la responsabilidad sean los elementos más importantes a trabajar, ya que el sobreturismo u *overtourism* provoca:

- que los límites de la capacidad de carga y acogida se sobrepasen y esto sucede sino existen planes que analicen estos límites y le pongan remedio;
- si existe un exceso, es muy probable que se produzcan problemas entre ciudadanos y visitantes, lo que conlleva que la convivencia y el equilibrio sean imposibles;
- también produce una acumulación de residuos y, por tanto, un deterioro medioambiental que debe ser analizado y gestionado para que no se produzca;
- ocasiona una descontextualización cultural, que lleva a una falta de autenticidad que rompe el sentido patrimonial del lugar y, por consiguiente, se pierde su propio interés turístico;
- también provoca un enfrentamiento inmobiliario, ya que los edificios de los centros históricos se convierten en alquileres turísticos y se enfrentan a los alquileres de vivienda, cuyos precios suben de manera inexorable, haciendo que dejen de poblarse esas zonas por residentes;
- a su vez, conlleva un desproporcionado desequilibrio económico.
- Otro de los grandes peligros es que haya una mayor preocupación por la cantidad en lugar de por la calidad, es decir, por el número de visitantes, en lugar de por la calidad de la experiencia. Un número mayor de turistas puede beneficiar a corto plazo, ya que produce mayor pe-

culio, pero si la calidad de la experiencia se pierde en este proceso, que suele ser lo habitual, también habrá una pérdida inevitable de visitantes que se interesen realmente por el lugar y el beneficio no seguirá generándose, con las consecuencias que conlleva.

- Y, por último, pero no por ello de menor peso, una mala gestión patrimonial, porque: una “gestión adecuada en el momento preciso puede evitar la decadencia de un destino” (Butler & Hart Robertson, 2022, p. 268).

Nos sobrevuela el sobreturismo y lo que este comporta, además de la huella de carbono, el elevado precio de los combustibles y un sinfín de consecuencias. Recordemos que, por ejemplo, en el concepto de la capacidad de carga subyace el concepto de desarrollo sostenible (Butler & Hart Robertson, 2022, p. 269).

El sobreturismo está afectando también al turismo cultural y es palpable especialmente en algunas ciudades, pero también en algunos museos. Y lo más curioso de todo es que, los museos de mayor impacto y con mayor número de visitantes, se han lanzado a una carrera, yo diría sin retorno, aunque espero que consigamos retomar la “cordura” o lo que es lo mismo, que se tenga en cuenta que la experiencia del visitante ante la obra debe ser óptima y una sobrecarga en las salas de los museos no lo permite, como no lo permite en una ciudad, pero impacta todavía más en el espacio limitado de las salas de un museo.

No podemos dejar de mencionar casos como los del Louvre, Galería Uffizi o el Neues Museum de Berlín que han sido visitados en los últimos años por personajes famosos que han hecho aumentar el número de visitantes a estos museos, cuando, en realidad, a estos museos precisamente, no les hacía falta este reclamo turístico, pero además, en algunos casos, estos hechos han cambiado la mirada ante ciertas obras. El verano de 2018 la cantante Beyoncé y su marido el rapero Jay-Z rodaron un video musical en el museo del Louvre y como señala en un atinado comentario Estrella de Diego en *El País*,

Para algunos era una maniobra inteligente de *marketing* con el fin de visibilizar el Louvre, aunque no le hace falta. Para otros,

una repugnante artimaña de mercado; una forma de banalizar la verdadera cultura en un museo excesivamente preocupado por el número de visitantes.

Es posible que ambas opiniones sean ciertas: el video dio más visibilidad al Louvre y aumentó su presupuesto. De cualquier manera, la pregunta pertinente podría no estar relacionada sólo con estrategias de *marketing* y económicas. (de Diego, 2019).

Sabemos que esa estrategia llevó a más jóvenes al museo (J. K., 2019), pero también hay que decir que ha cambiado la mirada hacia ciertas piezas, ya que además de hacer interminables colas para ver obras como *La Gioconda*, ahora la gran mayoría de visitantes no se detienen tanto a admirarla en el poco tiempo que disponen para

Figura 1
Turistas ante La Gioconda en el Louvre (2022)



FUENTE: Elisa Povedano Marrugat.

ello, sino que hacen más hincapié en hacerse un *selfie* delante de su imagen, imitando a estos famosos, perdiendo la visibilidad real de este bien cultural que tanta expectación genera.

Ni que decir tiene que algo similar ocurrió cuando esta misma pareja se hizo fotos delante de una de las piezas emblemáticas del Neues Museum de Berlín, *Nefertiti* (Neues Museum, 2018), con el agravante de que nadie, excepto estos mitos del pop y algún otro más, pueden hacerse fotos delante o junto a esta pieza egipcia.

Un caso similar sucedió en la Galería Uffizi con la visita y la promoción hecha por *Vogue* de la *influencer* Clara Ferragni, que el propio museo aprovechó en sus redes, convirtiéndose en tendencia en Instagram y Twitter. Por ejemplo, la Galería Uffizi en su cuenta de Instagram utilizó la imagen de Clara Ferragni comparándola con la Venus de Botticelli y presentándolas como ideales de belleza, lo que causó una gran polémica. Esta promoción de *Vogue* en Uffizi produjo un aumento importante en el número de visitas, ya que recibió 9312 personas entre el viernes y el domingo siguientes, es decir, aumentó un 24% en comparación “con el anterior fin de semana” (Gómez Fuentes, 2020).

Ante estos sucesos y algunos otros similares, hay que reflexionar. En este sentido, no hablaría de boom, sino de moda y de una promoción del consumo de la cultura sin apreciación hacia la misma y, por otro lado, de cuál es la imagen que estamos proyectando hacia nuestros jóvenes. Me pregunto si

con estas acciones o con otras similares, podemos hablar de una buena concienciación para que perciban el patrimonio como un bien a conservar y no sólo un lugar donde fotografiarse. Hay muchos jóvenes concienciados, pero nos queda mucho camino que recorrer para concienciar a muchos más.

II. RUPTURAS DE EQUILIBRIO

El problema de la sobreexplotación, de la sobrecarga, en el caso de las ciudades, es que rompe el equilibrio entre residentes (habitantes) y turistas (visitantes) y hace que se produzca un fuerte rechazo de los primeros hacia los segundos. En la actualidad, se habla de turismofobia y de asociaciones vecinales contra el turismo, por ejemplo. Y ello conlleva además una actitud beligerante, en muchos casos, hacia el turista.

Si observamos algunas de estas ciudades sobreexplotadas, vemos como están perdiendo el sentido real de ciudad y se están convirtiendo en una mera imagen, un espacio teatralizado al que el turista va a admirar monumentos y disfrutar de su gastronomía, de sus espacios y de sus costumbres, sin percatarse, a veces, de que su población real ya no vive en ellas o cada vez viven menos. También hay algunas que ya son sólo lugares de turistas: la villa de Carcassonne (Francia) es quizás el mejor ejemplo, surgida en plena Edad Media, restaurada en el siglo XIX por Eugène Viollet-le-Duc y convertida en lo que hoy conocemos, es Patrimonio de la Humanidad desde 1997 y, en la actualidad, tiene unos 50 habitantes dentro del recinto amurallado,

Figura 2
Carcassonne y el turismo (2019)



FUENTE: Elisa Povedano Marrugat.

mientras que está inundada de tiendas de *souvenirs* y restaurantes, especialmente. Es decir, un lugar vaciado de sentido y contenido real y reconvertido en un escenario en el que algunos “ciudadanos”

visten de época acompañados de elementos actuales, como unas zapatillas de deporte, por ejemplo, y en el que se vende todo tipo de curiosidades, algunas típicas de la zona y otras no tanto.

Figura 3
Carcassonne y el turismo (2019)



FUENTE: Elisa Povedano Marrugat.

La imagen de la ciudad se deteriora, porque la experiencia del visitante es cada vez más negativa debido al exceso de turistas que se encuentran en la zona histórica, pero también es cierto, que es un lugar irreal, una fachada pensada para turistas.

Más grave es lo que ocurre con Venecia, que este mismo año ha llegado a tener menos de 50.000 habitantes en toda la ciudad y parece ya irremediable que se recupere el equilibrio entre turista y habitante (Giuffrida, 2022). A pesar de que ya no es posible, desde el 1 de agosto de 2021, navegar en crucero por las lagunas de Venecia, el flujo de visitantes sigue siendo alto —ha llegado a ser de 30 millones de turistas al año en una ciudad de 156,9 km² (Trancoso González, 2018, p. 49)—, haciendo imposible la convivencia diaria y por tanto, es una de las ciudades que tiene más posibilidades de convertirse en un museo de sí misma o en un espacio teatralizado, como ya ha sucedido en Carcassonne. Y citando el libro de Salvatore Settis:

Si Venecia muere, no será por la crueldad de un enemigo ni por la irrupción de un conquistador, se deberá sobre todo al olvido de sí misma. Para una comunidad de nuestro tiempo olvidarse de sí misma no solo significa olvidar su propia historia o caer en una negligente dependencia de la belleza, que, si se da por descontada, se vive como un exangüe ornamento en el que buscar consuelo (Settis, 2020, p. 11).

En definitiva, una ciudad es un conjunto cultural, social y espacial con una identidad y originalidad concreta (Settis, 2020, citado por Trancoso González, 2018, p. 39) y debe-

mos respetar la ciudad buscando soluciones para que no sea solo una mercancía bella.

Otras ciudades están conviviendo todavía con este problema y están buscando soluciones para que la ciudadanía no se sienta marginada y excluida de su propio lugar de residencia. Barcelona, por ejemplo, está todavía en plena batalla por volver a un equilibrio, que en la actualidad es inexistente y con un desarrollo importante de la “turismofobia”. Es la ciudadanía y son los gestores los que tienen que conseguir que Barcelona recobre su equilibrio y se consiga un turismo de calidad.

Por otro lado, casos como Toledo, que, con Córdoba, Granada o Sevilla, son destinos turísticos desde el siglo XIX, con un flujo turístico internacional cada vez más importante, es, también, reseñable, pues en Toledo el sobreturismo está sobre todo relacionado más con la congestión por mayor tráfico urbano y también por mayor flujo turístico. Es cierto que se ha convertido casi en una ciudad museo y el flujo turístico es excesivo, pero parece que el habitante de la ciudad no lo relaciona todavía con malos hábitos o con inconvenientes relacionados con el bienestar, que es donde comienzan a existir problemas básicos de convivencia. Por este motivo, según Escudero y Martínez no se percibe todavía turismofobia en Toledo. En esta línea, es importante entender la perspectiva de los residentes para minimizar los impactos negativos y maximizar sus beneficios y darle relevancia al desarrollo local (Escudero Gómez & Martínez Fernández, 2020, pp. 313-315).

Por lo tanto, debemos incidir en que sin control ni ningún tipo de regulación es posible que la turismofobia avance (Troitiño Vinuesa & Troitiño Torralba, 2018, p. 217). Porque:

Desde hacía varias décadas se han estado debatiendo las posibles medidas para mejorar y hacer más eficiente un destino turístico, así como para optimizar la experiencia turística de los visitantes y mejorar la competencia de productos y servicios concretos. Pocas veces estas estrategias han estado dirigidas a mejorar la calidad de vida de quienes residen en las áreas de acogida y no obtienen un beneficio directo y tangible de las plusvalías turísticas (Milano, 2018, p. 557).

Es decir, nos olvidamos de un elemento fundamental en la ecuación: la población local, y es necesario que aprendamos que es imprescindible tener en cuenta en todo momento a esa población local, sus intereses y sus necesidades para poder gestionar mejor los recursos patrimoniales y, en su caso, turísticos. Debemos respetar el espacio, la originalidad, la autenticidad y esos elementos que las definen y que las hacen únicas por su cultura, pero también por sus habitantes.

Es cierto, que la pandemia nos dio una nueva oportunidad de transformar tendencias, aprender de nuestros errores y rectificar directrices, pero la realidad es que al volver a cierta “normalidad”, observamos cómo se reconducía a sus antiguos cauces, con los medios de comunicación ofreciendo lo que entienden como datos “halagüeños” relacionados con la vuelta a las cifras habituales de turistas en las ciudades (Morales Ballesteros, 2021), sin que las reflexiones hechas y los análisis realizados durante ese

espacio de tiempo que tuvimos que parar hayan servido de mucho.

Indudablemente se debe recuperar el turismo, pero debemos cambiar la forma de trabajarlo y debemos pensar más en el desarrollo humano, vivencial, experiencial y patrimonial.

Todavía estamos a tiempo de analizar, de reestructurar y de aprender de nuestros errores, de tomar medidas responsables y adecuadas.

III. EQUILIBRIO Y RESPONSABILIDAD

Es incuestionable que el turismo trae efectos negativos al patrimonio, pero también debemos recalcar que no tienen por qué ser siempre nocivos y que debemos buscar cada vez más, con mayor ahínco, que sean lo más favorables posibles. Ni que decir tiene que su consecución es muy complicada, pero nunca debemos perder la esperanza: trabajar en turismo y patrimonio a través de una buena gestión y una buena concienciación, base de un buen funcionamiento de nuestras ciudades y lugares patrimoniales y turísticos: es “la responsabilidad de los gestores turísticos asegurarse siempre de que los impactos positivos pesan más de los negativos e incluso, si les cabe, mitigar o totalmente impedir todo efecto negativo” (Butler & Hart Robertson, 2022, p. 266).

Para conseguir este equilibrio y ser responsables después de la pandemia que nos ha tocado vivir, deberíamos ser resilientes, es decir, tener la capacidad de hacer

frente al cambio y seguir evolucionando, aprovechando todo aquello que perturba nuestras vidas —un cambio climático, una crisis financiera, una pandemia— para aprender de ellas, adaptarse, mejorar y estimular la renovación y el pensamiento innovador (Stockholm Resilience Centre, s.f.).

Nuestra forma de adaptarnos, de renovarnos, debería comenzar incorporando mecanismos que ya están en nuestro camino, marcando nuevas estrategias, utilizando cada vez más la concienciación y la educación en todos los niveles para que comprendamos mejor nuestro patrimonio y lo podamos respetar tanto desde el turismo como desde la gestión patrimonial y turística; trabajando cada día más en introducir los elementos necesarios de la economía circular en el mundo del turismo y del patrimonio; incluyendo las estrategias de los estudios de capacidad de acogida de una manera seria y responsable; utilizando cada vez más energías renovables; fomentando el viaje experiencial; aplicando los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS); preocupándonos más por la calidad y por la experiencia positiva frente a la cantidad y la experiencia negativa. Sería un buen principio y el camino está por hacer.

Tenemos ante nosotros un gran reto: conservar nuestro patrimonio cultural y natural y ser responsables con nuestras ciudades y con las ciudades que visitamos y, además, luchar para que ese patrimonio siga su viaje hacia el futuro, hacia las siguientes generaciones. Para ello debemos aportar nuestro saber y experiencia y utilizar todas las herramientas que estén en nuestra mano para conseguirlo.

Debemos plantearnos un patrimonio cultural y natural al alcance de todos y para todos tanto en nuestro pasado, como en nuestro presente y en nuestro futuro y para ello debemos seguir revitalizando nuestros entornos urbanos y naturales de la manera más sana para dichos entornos y para la vida en ellos. Seamos responsables.

BIBLIOGRAFÍA

- Butler, R. y Hart Robertson, M. (2022). Gestión turística ¿asignatura pendiente? *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 20(2), 265-274. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2022.20.019>
- Escudero Gómez, L. A. y Martínez Fernández, P. (2020). Comunidades anfitrionas frente al overtourism: un estudio comparado entre San Martín de los Andes (Argentina) y Toledo (España). En G. Pons, A. Blanco-Romero, R. Navalón-García, L. Troitiño Torralba y M. Blázquez Salom (Eds.). *Sostenibilidad Turística: overtourism vs undertourism. Mon. Soc. Hist. Nat. Balears*, 31 (pp. 307-317). Societat d'Història Natural de les Balears. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7601585>
- Milano, C. (2018). Overtourism, malestar social y turismofobia. Un debate controvertido. *Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 16(3), 551-564. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2018.16.041>
- Monterroso Montero, J. M. (2011). Ciudad, camino y señas de identidad. La dimensión cultural del Camino de Santiago como valor a conservar. *Cuadernos de la Cátedra de Patrimonio*(5), 79-110. <https://hdl.handle.net/10171/38514>
- Settis, S. (2020). *Si Venecia muere*. Turner.
- Trancoso González, A. (2018). Venice: The problem of overtourism and the impact of cruises. *Investigaciones Regionales. Journal of Regional Research*(42), 35-51. <https://investigacionesregionales.org/wp-content/uploads/sites/3/2019/01/03-TRANCOSO.pdf>

Troitiño Vinuesa, M. Á. (2003). La protección, recuperación y revitalización funcional de los centros históricos. *Mediterráneo económico*(3), 131-160.

Troitiño Vinuesa, M. Á. (2018). Las ciudades Patrimonio de la Humanidad de España: el desafío de construir destinos turísticos sostenible en clave de patrimonio cultural. *Estudios Turísticos*(216), 27-54. https://turismo.janium.net/janium/Objetos/REVISTAS_ESTUDIOS_TURISTICOS/02%20ciudades%20patrimonio.pdf

Troitiño Vinuesa, M. Á. y Troitiño Torralba, L. (2018). Visión territorial del patrimonio y sostenibilidad del turismo. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*(78), 212-244. <https://doi.org/10.21138/bage.2716>

HEMEROGRAFÍA

De Diego, E. (6 de abril de 2019). Beyoncé en el Louvre. *El País*. https://elpais.com/cultura/2019/04/05/actualidad/1554475372_807886.html

Giuffrida, A. (12 de agosto de 2022). Venecia se queda en menos de 50.000 habitantes mientras vuelve a estar “sofocada” por el turismo. *eldiario.es*. https://www.eldiario.es/internacional/theguardian/venecia-queda-50-000-habitantes-vuelve-sofocada-turismo_1_9239423.html

Gómez Fuentes, Á. (21 de julio de 2020). Sorprendente «boom» de visitas a los Uffizi tras las fotos de la bloguera Ferragni en el museo. *ABC*. https://www.abc.es/cultura/arte/abci-sorprendente-boom-visitas-uffizi-tras-fotos-bloguera-ferragni-museo-202007210117_noticia.html

J. K., J. (4 de enero de 2019). Beyoncé y Jay-Z son (en parte) responsables del incremento récord

de visitas de jóvenes al museo del Louvre. *La Vanguardia*. <https://www.lavanguardia.com/cribeo/cultura/20190104/47431798218/beyonce-y-jay-z-son-en-parte-responsables-del-incremento-record-de-visitas-de-jovenes-al-museo-del-louvre.html>

Morales Ballesteros, R. (24 de mayo de 2021). La ciudad de Ávila recupera el 85% del turismo perdido durante la pandemia;. *El Norte de Castilla*. <https://www.elnortedecastilla.es/avila/ciudad-avila-recupera-20210524134411-nt.html>

Pacho, L. (21 de agosto de 2022). Venecia se queda sin venecianos. *El País*, p. 44. <https://elpais.com/economia/2022-08-21/venecia-se-queda-sin-venecianos.html>

WEBGRAFÍA

Neues Museum. (31 de julio de 2018). *Neues Museum. Promi-Besuch bei Nofretete*. Obtenido de Facebook. NeuesMuseum: https://www.facebook.com/neuesmuseum/posts/2152795184761943?comment_id=2199376450103816&_rdr

Stockholm Resilience Centre. (s.f.). *What is resilience?* Obtenido de Stockholm Resilience Centre: <https://www.stockholmresilience.org/research/research-news/2015-02-19-what-is-resilience.html>

NOTAS

(1) Miguel Ángel Troitiño Vinuesa (1947-2020). *In memoriam*