Innovación del patrimonio cultural en las áreas periféricas: factores habilitantes para un desarrollo (incluso turístico) sostenible[1]

Mara Cerquetti
Profesora asociada de Management de la Universidad de Macerata. Departamento de Educación, Patrimonio Cultural y Turismo

SUMARIO. 1. Nuevas oportunidades para la valorización del patrimonio cultural periférico. 2. Cultura y turismo: ¿qué alianza es posible? 3. Premisas conceptuales y metodológicas 4. Del centro a la periferia, de los llenos a los vacíos: invertir el enfoque. 5. Un modelo de innovación sostenible: factores habilitantes. 6. Bibliografía.

1. Nuevas oportunidades para la valorización del patrimonio cultural periférico

Desde principios del nuevo milenio se ha producido, a escala internacional, una ampliación de la noción jurídica de patrimonio cultural (UNESCO, 2003; Council of Europe, 2005), hoy ampliamente reconocida también por las ciencias sociales (Lattanzi, 2013; Battilani, 2017; Bottesi, 2018): superada la noción elitista y centrada en la excelencia que había dado forma a los programas de la UNESCO de principios de los años setenta, se ha ido tomando conciencia del valor sistémico de los testimonios históricos, entendidos como una compleja red de relaciones estratificadas a lo largo del espacio y del tiempo. Esta apertura ha conllevado una mayor atención a la participación ciudadana en los procesos de reconocimiento y transmisión del

1. Este capítulo retoma y actualiza reflexiones parcialmente publicadas en italiano en Cerquetti (2022).

Fundación Democracia y Gobierno Local
Serie: Claves del Gobierno Local, 49
ISBN: 979-13-991427-1-6

valor del patrimonio cultural (Consiglio y Riitano, 2015; Arena, 2020) con los consiguientes beneficios tanto para su protección como para el desarrollo cultural y socioeconómico de los territorios.

En este proceso han sido decisivas las innovaciones introducidas por el Convenio del Consejo de Europa sobre el Paisaje (Council of Europe, 2000), la Convención de la UNESCO para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial (UNESCO, 2003) y el Convenio marco del Consejo de Europa sobre el valor del patrimonio cultural para la sociedad, más conocido como Convenio de Faro (Council of Europe, 2005). El primero tiene el mérito de haber considerado el paisaje como resultado de la acción e interacción de factores humanos y naturales (Council of Europe, 2000, art. 1, apdo. a), llamando la atención también sobre los paisajes cotidianos y degradados (Council of Europe, 2000, art. 2). La segunda, en cambio, ha adoptado una noción de cultura amplia y de matriz antropológica que incluye las prácticas y manifestaciones que caracterizan la vida humana en sociedad, reconociendo el carácter local, geográfica y culturalmente circunscrito del patrimonio cultural inmaterial (Zagato, 2008) como expresión viva (UNESCO, 2003), que se reproduce continuamente y cuya evolución debe salvaguardarse (Bortolotto, 2007). Por último, el Convenio de Faro ha dado lugar a una definición abierta y dinámica del patrimonio cultural, resultado de la interacción —continua y cambiante— con el contexto circundante (Schofield, 2015), más allá de cualquier distinción entre material e inmaterial. Según el Convenio, el patrimonio cultural no es solo un testimonio del pasado, un documento de la historia y una fuente de recuerdo, comprensión e identidad compartidos (*source*), sino también una fuente de cohesión y creatividad (art. 3.a) y un recurso del que beneficiarse en el futuro (*resource*) (preámbulo; art. 2.a; art. 7.c; arts. 1, 3 y 5): no solo objeto (*heritage-as-object*), sino también proceso (*heritage-as-process*) (Fairclough, 2009). Este proceso, que asigna un rol central a las comunidades patrimoniales, hace hincapié en la responsabilidad compartida del patrimonio, dando lugar a una gobernanza participativa.

La ratificación de los tres convenios aquí mencionados ha abierto a Italia nuevas oportunidades de valorización del paisaje y de la red de bienes culturales repartidos por el territorio. Estas oportunidades fueron reconocidas por la Estrategia Nacional para las Áreas del Interior (SNAI, 2014) y, posteriormente, también puestas de relieve por la pandemia de COVID-19, en la medida en que los límites impuestos a la movilidad nacional e internacional han permitido descubrir y redescubrir el potencial atractivo de lugares aún poco conocidos a través de formas de turismo de proximidad (Fenu, 2020; Romagosa, 2020).

Fundación Democracia y Gobierno Local
Serie: Claves del Gobierno Local, 49
ISBN: 979-13-991427-1-6

Sin embargo, para que este escenario renovado sea un verdadero activo para el patrimonio cultural, es necesario mejorar la resiliencia del sistema de oferta cultural (Cerquetti y Cutrini, 2022) y desarrollar y aplicar estrategias turísticas sostenibles e inteligentes capaces de potenciar las especificidades locales (European Commission, 2022). La visión 2040 para las zonas rurales pone de relieve su potencial e importancia para la identidad europea, además de destacar sus puntos críticos. Estas zonas, que en 2018 abarcaban el 83 % de la Unión Europea, no obstante su riqueza en recursos naturales y culturales, experimentan, de hecho, problemas de conectividad, tanto en términos digitales como de transporte. Además, las áreas del interior están alejadas de los centros de suministro de servicios esenciales (educación, sanidad y movilidad), se caracterizan por la fragilidad territorial, la despoblación y el envejecimiento de la población, los bajos niveles de empleo y la escasa industrialización (SNAI, 2014). Por lo tanto, las estrategias turísticas deben prestar atención a los puntos fuertes y débiles específicos de los destinos turísticos emergentes para ofrecer a los huéspedes experiencias únicas y auténticas, aprovechando también las sinergias con otros sectores (European Commission, 2022: 8-10).

2. Cultura y turismo: ¿qué alianza es posible?

El análisis de la distribución de los flujos turísticos pone de manifiesto una situación absolutamente desalentadora. Ante un amplio reconocimiento del valor de la especificidad de los lugares, de hecho, los turistas siguen concentrándose en unos pocos destinos de éxito, lo que se traduce en la turistificación de las principales ciudades de arte italianas y europeas, antes y después de la pandemia.

"Allarme mondiale PANDEMIA DI TURISMITE" ("Alarma mundial PANDEMIA DE TURISMITIS") era el título de *Il giornale dell'arte* en junio de 2019, cuando la COVID-19 era aún una incógnita, aunque estaba por llegar. El informe, dedicado a los daños causados por el turismo de grandes cifras a las ciudades de arte de todo el mundo, tuvo eco en otros artículos de prensa, que en el caso de Venecia, icono mundial del turismo excesivo, hablaban de "turismo contundente"[2], en referencia —en absoluto metafórica— al acci-

2. *La Repubblica*, 3 de junio de 2019, carta a Corrado Augias. El Estado italiano ha resuelto definitivamente la cuestión con el Decreto-ley n.º 103, de 20 de julio de 2021, *Misure urgenti per la tutela delle vie d'acqua di interesse culturale e per la salvaguardia di Venezia, nonché disposizioni urgenti per la tutela del lavoro* (*Medidas Urgentes para la Tutela de las Vías Navegables de Interés Cultural y la Salvaguardia de Venecia, así como Disposiciones Urgentes para la Tutela del Trabajo*), modificado por la Ley n.º 125, de 16 de septiembre de 2021, tras lo cual, a partir del 1.º de agosto de 2021, en Venecia, las llamadas "grandes embarcaciones" ya no

Fundación Democracia y Gobierno Local
Serie: Claves del Gobierno Local, 49
ISBN: 979-13-991427-1-6

dente ocurrido el 2 de junio de 2019, cuando un crucero perdió el control, estrellándose primero contra un barco, el River Countess, y luego contra el muelle de San Basilio. Precisamente en Venecia, en el periodo postcovid se volvió a las cifras prepandémicas, hasta el punto de que el Ayuntamiento, en determinados días desde el 25 de abril hasta el 14 de julio de 2024, introdujo una tasa de acceso[3], un experimento promovido con el objetivo de regular los flujos turísticos en el centro histórico y renovado también en 2025, suscitando no pocas críticas tanto por su ineficacia en términos de reducción de flujos como por el riesgo de mercantilización de la ciudad (*Welcome to Veniceland?*).

Por otro lado, las campañas publicitarias lanzadas por el Ministerio de Turismo no logran distanciarse de los iconos de siempre[4], continuando con la promoción de lugares "demasiado célebres y convertidos en meta de flujos turísticos desproporcionados para su capacidad de acogida" (Ceschin, 2024, traducción propia), en lugar de fomentar el desarrollo de localidades "menores" que aún se encuentran excluidas de los catálogos de la oferta.

En este contexto, no faltan quienes consideran imposible la alianza entre cultura y turismo. Criticable es sobre todo el modelo que, tras la revolución del transporte y las comunicaciones y la conquista del tiempo libre remunerado, ha "hecho de la posibilidad de viajar el fundamento de nuestra idea de libertad" (D'Eramo, 2021, traducción propia), sin tener en cuenta que es precisamente esa idea la que consume el mundo. Como escribe el periodista y ensayista Marco D'Eramo (2019: 79, traducción propia), "el turismo trastorna no solo el paisaje físico, sino también el paisaje humano", provocando una doble contaminación: por un lado, la contaminación debida al fomento de otras industrias, como la del transporte; por otro, la contaminación humana, que provoca el vaciamiento de los centros urbanos y la transformación del mundo en una gran Disneylandia. Entre los artífices de este "urbanicidio" es posible considerar también el toque "letal" de la etiqueta de la UNESCO, que somete a una "taxidermia" (D'Eramo, 2019: 93, traducción propia) la ciudad, etiquetada en un proceso de patrimonialización que está afectando también a la comida, en cuanto marcador de una cultura (D'Eramo, 2019: 209).

podrán transitar por las vías navegables urbanas *Bacino di San Marco*, *Canale di San Marco* y *Canale della Giudecca*. Véase Casini (2021).

3. Véase https://cda.ve.it/it/.

4. Véase la campaña "Italia. Open to meraviglia": https://www.italia.it/it/open-to-meraviglia, https://www.enit.it/it/italia-open-to-meraviglia.

Fundación Democracia y Gobierno Local
Serie: Claves del Gobierno Local, 49
ISBN: 979-13-991427-1-6

La crítica no se detiene en el impacto en las grandes ciudades del arte. La turistificación concierne también a la naturaleza, "elemento de la ideología del desarrollo, que nos incita a gestionarla e incluso de manera gerencial [...] para hacerla lo más productiva posible, para desarrollar su atractivo ante un público idealmente cada vez más amplio, a fin de crear 'riqueza' y empleo" (Christin, 2019: 88-89, traducción propia).

Por último, las voces críticas también conciernen a ciertas estrategias, como las propuestas por la OMT (UNWTO, 2018), basadas en la redistribución de los flujos turísticos[5], hasta el punto de mencionar la imposibilidad de un turismo sostenible (Tozzi, 2020). Si, por un lado, no se cree que los turistas extranjeros que viajan a Italia puedan "renunciar a la *Venus* de Botticelli para ser llevados a dar una vuelta por los Apeninos tosco-emilianos", por otro, se teme que se persiga "un plan de mercantilización progresiva de todo el territorio" en lugar de un proyecto de equilibrio (Tozzi, 2020, traducción propia). Según esta perspectiva, de hecho, una realidad turística, una vez "institucionalizada", deja de ser "una realidad autóctona" destinada a sus habitantes (Christin, 2019: 75, traducción propia).

Es necesario, por tanto, reconsiderar el turismo y el modelo económico que lo sustenta (Bellini *et al.*, 2020; Franch y Peretta, 2020; Hall *et al.*, 2020; Lapointe, 2020; D'Eramo, 2021; Van Der Borg, 2024) en una doble perspectiva: por un lado, implicando a las comunidades locales como actores clave en la transición hacia la sostenibilidad (European Commission, 2022: 13) y cortando "la dependencia de una demanda externa voluble y precaria" (Tozzi, 2020) para reorganizar territorios, espacios y servicios en función de los habitantes; por otro, promoviendo estrategias y acciones orientadas a satisfacer la demanda de sostenibilidad y cultura procedente de los turistas (European Commission, 2021), también para contrastar con acciones concretas el riesgo de una actitud cada vez más adversa por parte de los residentes.

Como confirma un reciente Eurobarómetro sobre las actitudes hacia el turismo (European Commission, 2021), el 82 % de los europeos está dispuesto a cambiar sus hábitos de viaje por prácticas más sostenibles[6]. La misma encuesta muestra también que las razones clave para elegir un destino son

5. Sobre la redistribución de los flujos turísticos, véanse en particular las Estrategias 1 (*Promote the dispersal of visitors within the city and beyond*) y 3 (*Stimulate new visitor itineraries and attractions*) (UNWTO, 2018: 8).

6. Estos porcentajes disminuyen cuando se examinan las prácticas individuales: el 55 % para consumir productos locales, el 48 % para reducir los residuos, el 42 % para viajar fuera de temporada, el 41 % para viajar a destinos menos visitados, el 35 % para elegir opciones de transporte en función de su impacto ecológico, y el 35 % para reducir el consumo de agua (European Commission, 2021: 24).

Fundación Democracia y Gobierno Local
Serie: Claves del Gobierno Local, 49
ISBN: 979-13-991427-1-6

la oferta cultural (44 %) y el entorno natural (43 %) (European Commission, 2021: 20), mientras que un tercio de los encuestados estaría dispuesto a pagar más para proteger el entorno natural (35 %) o sostener a las comunidades locales (33 %) (European Commission, 2021: 24). Esta concienciación también se recuerda en la Resolución del Parlamento Europeo, de 17 de septiembre de 2020, sobre la recuperación cultural de Europa (European Parliament, 2020, letra L), que, al reconocer el rol del turismo y del patrimonio cultural para Europa, recuerda en sus observaciones iniciales que Europa sigue siendo el destino más popular del mundo para el turismo cultural, y que dos tercios de los europeos creen que la presencia del patrimonio cultural influye en su elección del destino de vacaciones. Por último, según otra investigación (Booking.com, 2021: 5), el 84 % de los viajeros encuestados considera crucial aumentar la comprensión cultural y la tutela del patrimonio, mientras que el 73 % desea disfrutar experiencias auténticas representativas de la cultura local cuando viaja. En conjunto, estos datos demuestran que existe una demanda no solo de sostenibilidad, sino también de cultura, que debe satisfacerse y gestionarse adecuadamente teniendo en cuenta los derechos y las obligaciones.

Uno de los puntos fundamentales de la innovación, por tanto, es la implicación y no la exclusión de la demanda turística. En efecto, no se puede eludir el hecho de que el turismo es una realidad y de que, cuando y donde existe, no se puede eliminar de raíz, sino que hay que gestionarlo de la mejor manera posible, no solo teniendo en cuenta las necesidades de los habitantes, sino también partiendo de sus propias instancias, adoptando enfoques en los que las comunidades locales sean actores clave en la transición hacia la sostenibilidad (European Commission, 2022: 13)[7].

3. Premisas conceptuales y metodológicas

El debate sobre el tema no puede prescindir del proceso que en los últimos años ha conducido a la adopción de la Convención Marco de la OMT sobre la Ética del Turismo (UNWTO, 2020), que, recordando el Código Ético Mundial para el Turismo (UNWTO, 1999), entre otros principios, reconoce la contribución del turismo al entendimiento mutuo (art. 4) y a la valorización de los recursos culturales (art. 7), así como su valor beneficioso para las comunidades de acogida (art. 8). La Convención, además, considera el turismo como un medio de realización individual y colectiva (art. 5) y reafirma el concepto

7. No entraremos aquí en las ventajas de las estrategias de gestión del sobreturismo, que quedan fuera del ámbito de nuestro debate y para las que nos remitimos a la literatura científica específica. Entre las aportaciones más recientes, véase Pechlaner *et al.* (2020).

Fundación Democracia y Gobierno Local
Serie: Claves del Gobierno Local, 49
ISBN: 979-13-991427-1-6

del derecho al turismo como corolario del derecho al descanso y a las actividades recreativas, en particular el derecho a una limitación razonable de la duración del trabajo y a vacaciones periódicas retribuidas, en cumplimiento de los tratados internacionales (art. 10.2), precisando que la posibilidad de acceso directo y personal al descubrimiento y disfrute de los recursos del planeta constituye un derecho que todos los habitantes del mundo deben poder disfrutar en igualdad de condiciones (art. 10.1). Sin embargo, respetar estos principios dista mucho de ser sencillo y abre numerosos interrogantes[8], más o menos problemáticos, más aún en la era del sobreturismo.

Como ya se ha señalado (Ferraz y Serpa, 2021: 78), reflexionar sobre el turismo como derecho humano implica, de hecho, discutir sobre su rango fundamental de práctica humana y su relación con la satisfacción de las necesidades humanas, así como sobre el modelo de consagración de los derechos expresados en las cartas internacionales acerca del tiempo libre, la movilidad, la valorización cultural, el crecimiento afectivo-emocional y la expresión de la identidad que fundamentan ese rango y esas necesidades. Las cuestiones centrales son el derecho a la movilidad y a la libertad, así como al tiempo libre como espacio-tiempo de equilibrio psicofísico y de identidad expresiva, a lo que hay que añadir la potenciación afectivo-emocional y cultural y las oportunidades de crecimiento y fortalecimiento de las relaciones sociales, la necesidad de romper la rutina y el contacto con la naturaleza. Estas son algunas de las dimensiones más importantes relativas a la libertad, expresividad y plenitud del ser humano como turista (Ferraz y Serpa, 2021: 78).

Sin querer entrar en el fondo jurídico de la cuestión ni en la naturaleza del derecho al turismo —¿derecho humano o social? (McCabe y Diekmann, 2015)—, intentaremos aquí encontrar una convergencia entre los derechos de los turistas y los de las comunidades. Demasiado a menudo, de hecho, el debate sobre turismo y cultura opone las necesidades de las comunidades a las de los turistas, y con razón, si se tiene en cuenta el impacto negativo del turismo en algunos destinos. Sin embargo, no tiene sentido situar a comunidades y turistas en bandos opuestos defendiendo la valorización del patrimonio cultural *para las comunidades* frente a la valorización *para los turistas*. En efecto, bastaría con cambiar nuestro punto de vista para entender que las comunidades y los turistas son roles intercambiables: las comunidades que

8. Entre otras muchas preguntas, hace ya más de diez años Breakey y Breakey (2013: 740) se preguntaron: ¿cuáles son los deberes relacionados con este derecho?; ¿esos deberes se refieren únicamente a respetar un derecho (es decir, no interferir con él) o también a facilitarlo o realizarlo (adoptar medidas positivas para garantizarlo)?; ¿son estos deberes exigidos por la ley o simplemente morales?

Fundación Democracia y Gobierno Local
Serie: Claves del Gobierno Local, 49
ISBN: 979-13-991427-1-6

acogen turistas en un destino serán en otro lugar los turistas acogidos por otras comunidades, con los mismos derechos a la movilidad, la libertad, la realización personal —cuando son turistas—, pero también con el mismo derecho a obtener beneficios culturales, sociales y económicos de la actividad turística —cuando son comunidades—.

Si a continuación se consideran los componentes culturales del turismo —como en el caso del turismo cultural *stricto sensu*, pero no solo—, no se puede dejar de considerar el vínculo con los derechos de la ciudadanía a la cultura. Según esta perspectiva, un ciudadano tiene derecho a conocer, comprender y apreciar tanto el patrimonio cultural del lugar donde vive como el patrimonio cultural conservado en otros lugares.

Desde el punto de vista de la gestión, es necesario, por tanto, poner el patrimonio cultural en condiciones de crear valor tanto para las comunidades locales como para los turistas, no solo en las ciudades de arte más conocidas, sino también en los lugares menos conocidos. En Italia, alcanzar este objetivo requiere una estrategia global que sepa resolver las cuestiones que dificultan la innovación y la sostenibilidad de la oferta.

4. Del centro a la periferia, de los llenos a los vacíos: invertir el enfoque

Como se afirma en uno de los puntos del *Manifesto per riabitare l'Italia* (Cersosimo y Donzelli, 2020, traducción propia):

> "La riqueza de Italia reside en su diversidad, en su policentrismo territorial, antropológico, social y cultural. La geografía, la morfología y la sedimentación histórica a largo plazo han modelado un país vertebrado, diferenciado, granular y accidentado: un caleidoscopio de paisajes, bosques, climas, economías, tradiciones, dialectos, gastronomías, agriculturas, ciudades e instituciones. Muchas Italias, por tanto, entremezcladas en cada lugar, reconfigurándose de forma dinámica e incesante. La variedad es la principal fuente de la especificidad distintiva del país y, también, de su ventaja competitiva. Desde ahí debemos recomenzar".

En la especificidad de la oferta cultural —compuesta por museos, monumentos, zonas arqueológicas y parques— cabe destacar no solo el número de instalaciones, sino también su distribución capilar por todo el país. Como destacaba hace unos años un informe del Banco de Italia (Beretta *et al.*, 2019: 6), uno de cada tres municipios cuenta con un museo o institución similar. En 2017, en Italia funcionaban 1,6 centros museísticos por cada 100 km^2, una cifra apenas inferior a la de Alemania (1,9), pero superior a la del Reino Unido (0,7), España (0,3) y Francia (0,2).

Fundación Democracia y Gobierno Local
Serie: Claves del Gobierno Local, 49
ISBN: 979-13-991427-1-6

Otra investigación (Mangano, 2018) llevó a cabo un análisis geográfico del territorio cultural italiano mediante la identificación de tres *clusters*: municipios que albergan bienes/lugares culturales de propiedad estatal (*cluster 1*), municipios que albergan bienes/lugares culturales de propiedad no estatal (*cluster 2*), municipios con la etiqueta *Bandiera Arancione* (Bandera Naranja) del Touring Club Italiano y/o *Borghi più belli* (Pueblos más bonitos) y *Castelli* (Castillos) de Qviaggi (*cluster 3*). El análisis muestra que "todas las regiones italianas [...] tienen una cobertura excelente y, por lo tanto, presentan un buen potencial para desarrollar su territorio cultural, tanto implementando el disfrute de bienes/lugares culturales como, de forma más general, el turismo cultural" (Mangano, 2018: 151, traducción propia). También es interesante señalar que más de la mitad de los bienes/lugares de propiedad estatal (55,7 %) no se encuentran en ciudades de arte (Mangano, 2018: 144). Este porcentaje se eleva aún más cuando se consideran los bienes no estatales; solo una minoría se encuentra de hecho en ciudades de arte (27,6 %), mientras que el 72,4 % recae en otros municipios, incluidas localidades sin ninguna especificidad turística (33,4 %), seguidas de localidades de montaña (13,9 %), colinas (9,2 %) y marinas (9 %) (Mangano, 2018: 148).

Datos similares presentaba también la encuesta Istat de 2015, que situaba el 37,7 % de los museos en municipios de *cuore verde* (corazón verde), distribuidos casi en su totalidad en las regiones del centro-norte de Italia, con "marcadas características rurales, en particular baja incidencia de las superficies de los centros habitados y elevada extensión media de las localidades no urbanas" (Cicerchia, 2018: 135, traducción propia).

Reconociendo en estas características una potencial ventaja competitiva, la oferta cultural se considera hoy una de las principales claves del desarrollo turístico italiano. Superado el estéril debate que durante años contrapuso la protección y la valorización, en el periodo prepandémico el turismo cultural experimentó un crecimiento articulado y diferenciado, sostenido por una demanda cultural cada vez más amplia y diversificada, el envejecimiento de la población y el creciente rol de las tecnologías digitales. En conjunto, de 2000 a 2016 en las ciudades de arte se produjo un aumento del 55,9 % en las llegadas y del 39,8 % en las presencias, incremento superior al registrado por otras formas de turismo (Becheri, 2018: 487).

Entre los puntos fuertes del turismo cultural se encuentran su menor estacionalidad, y por tanto una tasa de utilización del alojamiento casi constante durante todo el año, y la mayor propensión al gasto de los turistas culturales. Otras oportunidades surgen del hecho de que el turismo cultural genera turismo en muchas "localidades satélite", que, aunque no sean des-

Fundación Democracia y Gobierno Local
Serie: Claves del Gobierno Local, 49
ISBN: 979-13-991427-1-6

tinos culturales, se benefician del turismo de las ciudades de arte vecinas (Becheri, 2018: 499). Además, la propia noción de "turismo cultural" se ha ampliado hoy al abordar no solo los destinos tradicionales del *Grand Tour*, sino todos los componentes de la cultura material de un lugar, incluyendo la enogastronomía, la artesanía y los elementos naturales y paisajísticos, que ofrecen extraordinarias oportunidades de desarrollo turístico para destinos aún poco conocidos.

Sin embargo, como ya destaca el Plan Estratégico de Turismo 2017-2022, en los últimos años los flujos turísticos han seguido dirigiéndose a los principales destinos nacionales, con más del 60 % de las llegadas internacionales, en 2014, concentradas en solo cuatro regiones: Véneto, Lombardía, Toscana y Lacio (MiBACT, 2017: 27). Teniendo en cuenta los datos anteriores a la pandemia, y en particular el fenómeno ya mencionado del sobreturismo en ciudades como Venecia, Roma y Florencia, huelga decir que la "vuelta a la normalidad" no debe considerarse necesariamente positiva (Montanari, 2020; Preiti, 2020)[9]. De hecho, los flujos de visitas están "polarizados en las estructuras principales y más atractivas" (Beretta *et al.*, 2019: 10, traducción propia), con los cinco primeros sitios italianos atrayendo una media de más de 3 millones de visitantes cada uno, los del sexto al vigésimo lugar algo más de 1,8 millones cada uno, y los 458 museos estatales restantes con una media de poco más de 28 mil visitantes al año. Estas cifras disminuyen aún más si se consideran los museos no estatales.

Frente a la atracción de turistas internacionales y al aumento constante del número de visitantes a un número limitado de museos estatales (Impresa Cultura, 2020: 24-25), cabe destacar también el escaso uso de la oferta museística por parte de los segmentos de población más jóvenes y de mayor edad: en 2015, los jóvenes de 18 a 25 años representaban menos de una quinta parte de los visitantes de nuestro patrimonio cultural, mientras que los mayores de 65 años suponían menos de una cuarta parte (Beretta *et al.*, 2019: 9). En particular, cabe destacar el insuficiente atractivo que ejercen los sistemas culturales locales sobre los *millennials* y la generación Z, entre los que se aprecia una valoración parcial de la oferta cultural del lugar en el que viven (43 %) y una falta de disfrute (50 %) por escaso conocimiento y falta de interés (Valeri, 2018: 31).

No obstante la recuperación de los viajes internacionales, la demanda turística en 2021 no alcanzó los niveles de 2019. Sin embargo, se produjo

9. Con la pandemia, mientras que en 2020 hubo un descenso del –60 % en los desplazamientos para visitar una ciudad, en 2021 se produjo una recuperación (+39 % respecto a 2020) (Istat, 2022: 4).

Fundación Democracia y Gobierno Local
Serie: Claves del Gobierno Local, 49
ISBN: 979-13-991427-1-6

un aumento de la duración media de los viajes (4 noches o más), hasta el punto de que se puede hablar de un retorno de las vacaciones largas en verano (Istat, 2022: 3). Además, en verano, la proporción de viajes en los que se practicó al menos una actividad cultural fue del 60,1 %, lo que supuso un aumento respecto a 2020 (56,1 %); las actividades preferidas fueron las visitas a ciudades y pueblos (86,4 % del total), seguidas por las visitas a monumentos y lugares históricos o arqueológicos (42,6 %) y a mercados locales típicos (31,5 %) (Istat, 2022: 5).

Este interés por los recursos culturales del país, combinado con la mayor duración de los viajes, abre oportunidades sin precedentes para el desarrollo de territorios culturales incluso en las zonas más periféricas y remotas del país, donde existe un patrimonio cultural infrautilizado (Carrosio *et al.*, 2018).

Según Esposito De Vita *et al.* (2020: 287, traducción propia):

> "Aprovechando este renovado atractivo y las estrategias de promoción de formas de turismo de matriz cultural y compatibles con las fragilidades intrínsecas a estos entornos de baja densidad, se pueden multiplicar y redistribuir los destinos, contribuyendo al reequilibrio territorial, por un lado, y a la protección y valorización de los recursos naturales y culturales destinados a desaparecer, [por otro]".

Debe prestarse especial atención a las áreas del interior de todo el país[10], ricas en recursos ambientales y culturales únicos aún poco conocidos[11], en las que deben activarse servicios, proyectos y vías de regeneración cultural y desarrollo turístico capaces de retener e implicar a las generaciones más jóvenes con un enfoque *place-based*, o sea, basado en el lugar (SNAI, 2014: 45). El valor estratégico del sector en estas áreas se confirma con los datos prepandémicos, que registran un creciente atractivo turístico en el cuatrienio 2016-2019: aunque con una concentración en un número limitado de zonas (Esposito De Vita *et al.*, 2020: 288), en 2019 los flujos turísticos superaron los 3,6 millones de llegadas y más de 13,3 millones de presencias en las aproximadamente 300 mil camas distribuidas en instalaciones hoteleras y extrahoteleras (Ceci *et al.*, 2020: 529). Sin embargo, "el análisis realizado en el SNAI [2018] muestra que la demanda turística consolidada se refiere a una oferta vinculada a los deportes

10. Véase https://politichecoesione.governo.it/it/politica-di-coesione/strategie-tematiche-e-territoriali/strategie-territoriali/strategia-nazionale-aree-interne-snai/le-aree-interne-2021-2027/.

11. La singularidad de esta doble diversidad (biodiversidad y diversidad cultural) fue también el tema del Pabellón de Italia (*Arcipelago Italia*) en la Bienal de Venecia (Arquitectura) de 2018 (Cucinella, 2018).

Fundación Democracia y Gobierno Local
Serie: Claves del Gobierno Local, 49
ISBN: 979-13-991427-1-6

y las actividades al aire libre, mientras que la demanda cultural sigue siendo puntual y rara vez se integra dentro de un itinerario turístico real" (Esposito De Vita *et al.*, 2020: 289, traducción propia)[12].

Esto confirma la necesidad de promover una estrategia a largo plazo que apoye el atractivo cultural de las áreas del interior "con intervenciones estructurales que estabilicen las afluencias y retengan a la población local, mejorando su calidad de vida" (Esposito De Vita *et al.*, 2020: 290). Por lo tanto, se requiere un enfoque holístico (Munsters, 2012) y *multistakeholder* que pueda desencadenar un proceso circular y acumulativo orientado a:

- garantizar la protección del patrimonio cultural (Timothy y Boyd, 2007), que, en el caso de las áreas del interior, es especialmente frágil, ya que sufre los efectos de repetidas catástrofes naturales y, en ocasiones, de una falta de uso prolongada;
- obtener beneficios socioculturales y económicos para las comunidades de acogida implicadas, en términos de aprendizaje continuo, cualificación del contexto territorial y aumento del capital inmaterial (imagen, visibilidad, cohesión social, etc.) (Caroli, 2016: 142), con el fin de contrarrestar el abandono de territorios ya gravemente afectados por el declive demográfico presenciado desde la segunda mitad del siglo XX;
- aumentar la calidad de la experiencia de visita con vistas al bienestar global (Pencarelli, 2020), con una propuesta de valor que tenga en cuenta uno o varios de los cinco elementos identificados por Caroli (2016: 139): singularidad, sistematicidad, carácter innovador, calidad del disfrute y aprendizaje. La presencia de turistas en el territorio debe ampliarse con una oferta estructurada, capaz de satisfacer, también mediante la contribución de las tecnologías digitales, la demanda de propuestas de compra maduras y personalizadas;
- garantizar la supervivencia a largo plazo de las empresas del sector turístico y afines.

Como ya se ha señalado (Cerquetti *et al.*, 2019), la innovación sostenible de la oferta debe basarse en la integración de los recursos locales,

12. "En general, no existe una correlación directa entre la demanda turística y la demanda cultural: la demanda turística se dirige sobre todo a otras ofertas territoriales (naturaleza, deporte y ocio), mientras que en los polos culturales más atractivos suele prevalecer la demanda turística de tipo excursión. Solo en algunos casos (por ejemplo, en Bassa Valle, Valle de Aosta; Sud Ovest Orvietano, Umbría; Unione Montana Agordina, Véneto) flujos significativos de presencias turísticas se asocian también a un elevado número de visitas culturales" (SNAI, 2018: 11, traducción propia).

Fundación Democracia y Gobierno Local
Serie: Claves del Gobierno Local, 49
ISBN: 979-13-991427-1-6

a través de formas eficaces de trabajo en red, y en la diversificación de los productos turístico-culturales, capaces tanto de distribuir los flujos turísticos hacia nuevos destinos como de satisfacer la creciente demanda del "paisaje cultural", vinculando orgánicamente "la red capilar de hoteles, agroturismos, casas de vacaciones", etc., con "la red de innumerables lugares de interés diseminados por el territorio (abadías, iglesias parroquiales, museos de la civilización rural, etc.)" (Pavolini, 2023: 159, traducción propia). Como sugiere Pavolini, hay que actuar de forma sistemática, involucrando a todas las partes interesadas, desde los gestores de las instalaciones de alojamiento hasta "las asociaciones locales de profesionales del patrimonio, quizá desempleados y a punto de cambiar de trabajo" (Pavolini, 2023: 159, traducción propia). Además, dada la fragilidad de las áreas del interior del país, la correcta implementación de este proceso no puede prescindir de la participación activa de los ciudadanos, tal y como propugna el mencionado Convenio de Faro. Por lo tanto, junto a la innovación digital, deben apoyarse las iniciativas de carácter espontáneo y *bottom-up*, fomentando así también la innovación social (Fig. 1).

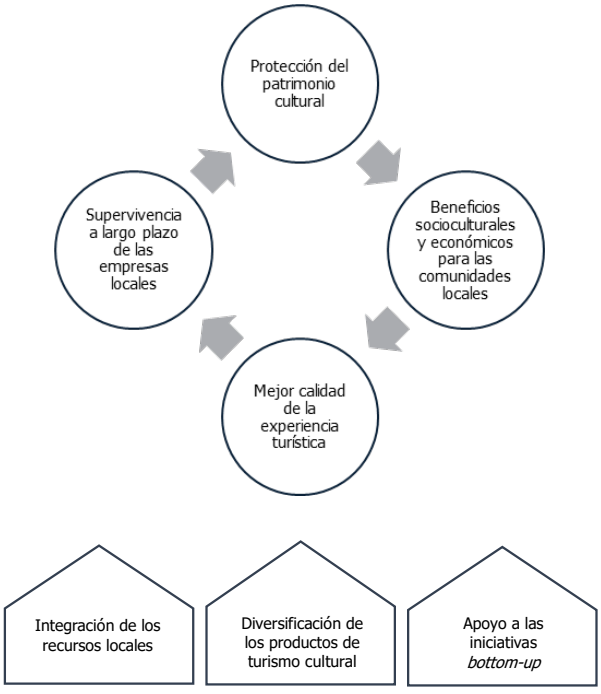


Fig. 1. Innovación social y sostenible en la valorización del patrimonio cultural con fines turísticos desde una perspectiva *multistakeholder* (elaboración propia a partir de Cerquetti y Cutrini, 2021: 75)

Fundación Democracia y Gobierno Local
Serie: Claves del Gobierno Local, 49
ISBN: 979-13-991427-1-6

En este sentido, no hay que olvidar que una de las claves del éxito de los proyectos de regeneración territorial de base cultural es el hecho de que son iniciativas de microemprendimientos fuertemente arraigados en el territorio, movidos por el deseo de cuidar y valorizar el patrimonio cultural material e inmaterial local (Franceschinelli, 2021). Estas microempresas, además de contar con profesionales adecuadamente formados, "se caracterizan por una marcada atención a la sostenibilidad económica" (Consiglio, 2021: 80, traducción propia), necesaria para garantizar tanto la remuneración del trabajo de los promotores y gestores de las iniciativas como la continuidad temporal de los emprendimientos (Cerquetti y Cutrini, 2021).

Teniendo en cuenta estas potencialidades, en los últimos años se han impulsado varios proyectos para la recuperación de áreas del interior (De Rossi, 2018; Osti y Jachia, 2020; Sargolini *et al.*, 2021). Conscientes de la insuficiencia de proyectos centrados únicamente en la rehabilitación física (De Rossi y Mascino, 2020), se han activado procesos de regeneración basados en la innovación social de base cultural (Carrosio *et al.*, 2018; Sacco, 2018; Bodo, 2020). Entre los estudiados en la literatura, destacamos el mapa de comunidades realizado en Val Sabbia en el marco del proyecto *Valli Resilienti* y la actividad de laboratorio sobre el tema del paisaje como recurso para la educación intercultural (*Comunitaria-mente*) realizado en Oltrepò en el marco del proyecto *Oltrepò (bio)diverso* (Bodo, 2020), o bien el trabajo realizado por la asociación cultural Menabò en el Museo de la obsidiana de Pau, en la zona del interior de Alta Marmilla (Carrosio *et al.*, 2018). Sin embargo, como nos recuerda Sacco (2018: 541, traducción propia), debemos evitar transformar las experiencias más exitosas "en una especie de estampas sagradas que se utilicen retóricamente para 'demostrar' que la batalla ya está ganada". De hecho, la batalla no puede considerarse ganada e incluso la mejor "efervescencia proyectual [...] puede agotarse en un instante si no encuentra el apoyo adecuado y si no se convierte en la clave para emprender un nuevo ciclo de políticas territoriales".

5. Un modelo de innovación sostenible: factores habilitantes

La implementación de una estrategia sostenible a través del tiempo requiere la cooperación de diferentes actores y políticas sectoriales. Centrándonos aquí en las intervenciones relacionadas con el patrimonio cultural, es necesario identificar tanto los problemas críticos que impiden la innovación como los factores habilitantes en los que invertir.

Respecto a los temas críticos, hay tres ámbitos en los que se considera prioritario intervenir para apoyar la resiliencia y la sostenibilidad

Fundación Democracia y Gobierno Local
Serie: Claves del Gobierno Local, 49
ISBN: 979-13-991427-1-6

en la gestión del patrimonio cultural. En primer lugar, en línea con lo argumentado en el apartado anterior, cabe destacar la necesidad de incluir los proyectos temporales —empezando por los más atractivos— en un proceso de desarrollo sostenible que garantice no solo la continuidad de las iniciativas a lo largo del tiempo, sino también beneficios de largo plazo en una perspectiva multidimensional y *multistakeholder*. En segundo lugar, es necesario intervenir sobre las limitaciones estructurales y financieras de las instituciones culturales implicadas, que, sobre todo en las zonas periféricas o del interior, pero no solo, son de pequeña dimensión y no están en condiciones de ofrecer individualmente determinados servicios; estas organizaciones pueden encontrar su límite eficiente a mayor escala haciendo uso de formas de colaboración interorganizacional y gestión asociada de funciones y servicios. Por último, no debe pasarse por alto el problema del profesionalismo y de las competencias necesarias para la innovación, que faltan en muchos de los contextos mencionados anteriormente. Este tema también se asocia al de la innovación digital, en términos de infraestructuras y habilidades que se pueden adquirir interviniendo en la eficacia de las relaciones interorganizacionales, así como en las figuras profesionales.

En resumen, las intervenciones abarcan tres dimensiones: *tiempo*, *espacio* y *personas* (Fig. 2).

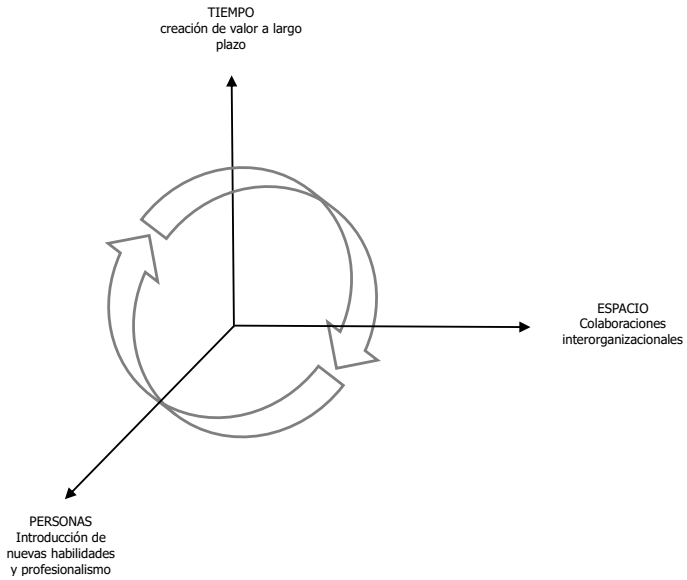


Fig. 2. Las tres dimensiones en las que actúan los factores habilitantes de la innovación sostenible del patrimonio cultural (elaboración propia)

Fundación Democracia y Gobierno Local
Serie: Claves del Gobierno Local, 49
ISBN: 979-13-991427-1-6

En relación con la dimensión temporal, es necesario promover la *accountability* cultural o, mejor aún, la cultura de la *accountability*, con el fin de crear valor a largo plazo para todos los actores involucrados. Para las organizaciones culturales, esto significa no solo equiparse con herramientas de planificación y medición, sino también adquirir los conocimientos y las habilidades para implementar estas herramientas. Los eventos culturales pueden ser un importante detonante de la innovación; sin embargo, para obtener beneficios mucho más allá de la duración de la iniciativa, junto a las innovaciones de producto (exposiciones, actividades, etc.), también es necesario promover innovaciones de proceso (cultura de servicio, *community building*, *capacity building*, etc.), de acuerdo con los objetivos de desarrollo sostenible establecidos por la UNESCO para la cultura (2019).

En cuanto a la dimensión espacial, es necesario invertir en la potenciación de las redes, una necesidad que se siente especialmente en todos los sectores de las áreas del interior, debido al tamaño micro y a la fragilidad financiera de las empresas (Monaco, 2020: 194). De acuerdo con lo previsto por la SNAI (2014), en el sector del patrimonio cultural, las redes, a implementar incluso con geometría variable, deberán estar destinadas a la gestión ordinaria de las funciones y los servicios culturales. En efecto, tanto en el ámbito cultural como en el turístico, las redes son un requisito fundamental para la innovación sostenible (Viassone, 2016: 208; Del Chiappa, 2018: 30). En este sentido, Caroli (2016: 155) sostiene que se debe promover la consolidación de la estructura de red del patrimonio cultural mediante la valorización de los bienes culturales, que son los "ejes" (*hub*) de la red, y mediante el desarrollo de las conexiones entre los nodos de la red y la orientación a la creación de valor.

Por último, en cuanto a las personas, es necesario introducir nuevas competencias y profesionalidad en las organizaciones culturales, teniendo en cuenta la necesidad de competencias disciplinarias transversales, jurídicas, económico-gerenciales, digitales y *soft skills* capaces de dar respuesta a los retos que plantea el escenario actual. Esto significa que el debate no debe detenerse en el análisis del tipo de figuras profesionales necesarias para la innovación, sino abrirse también a las modalidades de dotarse de dichas figuras, teniendo en cuenta las problemáticas críticas de muchas instituciones y lugares de cultura, principalmente públicos, de propiedad ciudadana y de pequeñas dimensiones, presentes en el territorio nacional. La cuestión requiere, pues, un enfoque multiescalar que incluya la participación de todos los niveles institucionales: Estado, regiones e instituciones culturales.

Las tres formas de intervención descritas aquí están vinculadas en una relación de causa-efecto. Si, de hecho, la posibilidad de innovación depende de la adquisición de una cultura de planificación y de la implementación de

Fundación Democracia y Gobierno Local
Serie: Claves del Gobierno Local, 49
ISBN: 979-13-991427-1-6

una gobernanza multinivel con el fin de crear valor a largo plazo (*tiempo*), este objetivo solo se puede lograr si se cuenta con las habilidades y el profesionalismo adecuados (*personas*), lo cual a su vez se puede lograr mediante la colaboración y el intercambio de recursos, incluidos los humanos, entre las instituciones involucradas (*espacio*).

El camino por recorrer no es nada sencillo ni está libre de obstáculos, como lo demuestra también el Plan Nacional de Recuperación y Resiliencia (PNRR), considerado por algunos como una oportunidad perdida para el desarrollo cultural de las áreas periféricas del país (Vitale, 2024). Basta pensar en los límites que pueden encontrarse en el análisis de la Inversión 2.1 de la Misión 1 — Digitalización, innovación, competitividad, cultura y turismo, Componente 3 — Turismo y Cultura 4.0, denominado "Atractivo de los Pueblos". Además de las dificultades encontradas durante la fase de planificación, que confirman las deficiencias de las Administraciones públicas, cabe destacar las cuestiones críticas relativas a la delimitación de las intervenciones y al papel de las regiones, implicadas en algunos casos solo formalmente, y en otros responsables de decisiones discrecionales en la selección de proyectos, sin una adecuada discusión con las autoridades locales. Si bien se refieren explícitamente al SNAI, las medidas del PNRR para los pueblos parecerían contradecir uno de sus pilares fundamentales, al estimular lógicas competitivas entre municipios en lugar de promover formas de agregación entre ellos. Además, no se debe descuidar la atención a la valorización turística de los territorios en detrimento de la atención a las comunidades residentes, ni a la digitalización, sobre las que se podrán hacer evaluaciones más exhaustivas al concluir los proyectos. Parecería entonces haberse abandonado completamente el enfoque local (*place-based*) y altamente contingente al contexto (*highly contingent on context*) promovido por el SNAI —una fortaleza y, al mismo tiempo, una debilidad de la estrategia, debido a las implicaciones en términos de complejidad procedimental, tiempos de implementación y coordinación entre las distintas instancias institucionales involucradas—.

6. Bibliografía

Arena, G. (2020). *I custodi della bellezza. Prendersi cura dei beni comuni. Un patto per l'Italia fra cittadini e istituzioni*. Milán: Touring Club Italiano.

Battilani, P. (2017). Si fa presto a dire patrimonio culturale. Problemi e prospettive di un secolo di patrimonializzazione della cultura. *Storia e Futuro. Rivista di storia e storiografia on line*, 45, 1-21.

Becheri, E. (2018). Cultura & Turismo: l'integrazione vincente. En E. Becheri, R. Micera y A. Morvillo (dirs.). *Rapporto sul Turismo Italiano — XXI edizione 2016/2017* (pp. 481-505). Nápoles: Rogiosi.

Fundación Democracia y Gobierno Local
Serie: Claves del Gobierno Local, 49
ISBN: 979-13-991427-1-6

Bellini, N., Campostrini, S., Pasquinelli, C. y Trunfio, M. (2020). 'Ripartenza' o 'rinascimento'? Le politiche del turismo oltre l'emergenza. *Vision — The Post Covid Series*. Disponible en https://www.thinktank.vision/images/2020/Paper_Turismo.pdf.

Beretta, E., Firpo, G., Migliardi, A. y Scalise, D. (2019). La valorizzazione del patrimonio artistico e culturale in Italia: confronti internazionali, divari territoriali, problemi e prospettive. *Questioni di Economia e Finanza (Occasional Papers)*, 524, Noviembre. Disponible en https://www.bancaditalia.it/pubblicazioni/qef/2019-0524/QEF_524_19.pdf.

Bodo, S. (2020). La chiave culturale di rinascita. En G. Osti y E. Jachia (dirs.). *AttivAree. Un disegno di rinascita delle aree interne* (pp. 95-104). Bolonia: Il Mulino.

Booking.com (2021). *Sustainable Travel Report 2021*. Disponible en https://globalnews.booking.com/download/1037578/booking.comsustainabletravelreport2021.pdf.

Bortolotto, C. (2007). From the "monumental" to the "living" heritage: a shift in perspective. En R. White y J. Carman (dirs.). *World Heritage: Global Challenges, Local Solutions. Proceedings of a conference at Coalbrookdale, 4-7th May 2006 hosted by the Ironbridge Institute* (pp. 39-45). Oxford: BAR Publishing.

Bottesi, A. (2018). Patrimonio: incertezza di un concetto in mutazione. *Archivio per l'Antropologia e la Etnologia*, CXLVIII, 112-128.

Breakey, N. y Breakey, H. (2013). Is there a right to tourism? *Tourism Analysis*, 18, 739-748.

Caroli, M. (2016). *Gestione del patrimonio culturale e competitività del territorio. Una prospettiva reticolare per lo sviluppo di sistemi culturali generatori di valore*. Milán: FrancoAngeli.

Carrosio, G., Moro, G. y Zabatino, A. (2018). Cittadinanza attiva e partecipazione. En A. De Rossi (dir.). *Riabitare l'Italia. Le aree interne tra abbandoni e riconquiste* (pp. 435-456), Roma: Donzelli.

Casini, L. (2021). La salvaguardia di Venezia "città acquatica": dall'utopia alla realtà. *Aedon*, 2. Disponible en http://www.aedon.mulino.it/archivio/2021/2/casini_venezia.htm.

Ceci, A., Cuccu, O., Misiani, A. y Lucatelli, S. (2020). *Il turismo come opportunità di sviluppo per le aree interne del paese*. En A. Morvillo y E. Becheri (dirs.). *Rapporto sul Turismo Italiano — XXIV edizione 2019-2020* (pp. 527-541). Roma: CNR Edizioni.

Cerquetti, M. (2022). *Competitività e sostenibilità del patrimonio culturale. Fattori abilitanti, prospettive di sviluppo e nuovi orientamenti per la practice*. Milán: Franco Angeli.

Cerquetti, M. y Cutrini, E. (2021). Modalità di valorizzazione compatibile con la fragilità del patrimonio culturale. En M. Sargolini, I. Pierantoni, V. Polci

Fundación Democracia y Gobierno Local
Serie: Claves del Gobierno Local, 49
ISBN: 979-13-991427-1-6

y F. Stimilli (dirs.). *Progetto Rinascita Centro Italia. Nuovi sentieri di sviluppo per l'Appennino Centrale interessato dal sisma del 2016* (pp. 74-75). Pescara: Carsa Edizioni.

Cerquetti, M., Cutrini, E. y Ferrara, C. (2019). Lo sviluppo del "turismo del paesaggio culturale" nel cratere sismico. Potenzialità e criticità per la rigenerazione dell'Appennino marchigiano. En I. Pierantoni, D. Salvi y M. Sargolini (dirs.). *Nuovi sentieri di sviluppo per l'Appennino marchigiano dopo il sisma del 2016* (pp. 217-257). Ancona: Consiglio Regionale delle Marche.

Cerquetti, M. y Cutrini, E. (2022). Structure, People, and Relationships: A Multidimensional Method to Assess Museum Resilience. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 1-23.

Cersosimo, D. y Donzelli, C. (dirs.). (2020). *Manifesto per riabitare l'Italia*. Roma: Donzelli.

Ceschin, F. M. (2024). Troppo turismo o potenzialità inespresse? *Letture lente*, 3 septiembre 2024.

Christin, R. (2019). *Turismo di massa e usura del mondo*. Milán: Elèuthera.

Cicerchia, A. (2018). *Il bellissimo vecchio. Strategie creative e modelli di impresa per il patrimonio culturale*. Milán: FrancoAngeli.

Consiglio, S. (2021). La cultura e quelle zes da realizzare. En S. Consiglio y M. D'Isanto. *La cultura che cambia* (pp. 79-81). Nápoles: Editoriale Scientifica.

Consiglio, S. y Riitano, A. (dirs.). (2015). *Sud innovation. Patrimonio culturale, innovazione sociale e nuova cittadinanza*. Milán: FrancoAngeli.

Council of Europe (2000). *Council of Europe Landscape Convention*, ETS n. 176 (Florence, 20 October 2000).

Council of Europe (2005). *Council of Europe Framework Convention on the Value of Cultural Heritage for Society*, STCE n. 199 (Faro, 27 October 2005).

Cucinella, M. (dir.). (2018). *Arcipelago Italia. Progetti per il futuro dei territori interni del Paese, Padiglione Italia alla Biennale Architettura 2018*. Macerata: Quodlibet.

D'Eramo, M. (2019). *Il selfie del mondo. Indagine sull'età del turismo*. Milán: Feltrinelli.

D'Eramo, M. (2021). Il covid impone di ripensare il turismo. *Internazionale*, 25 marzo 2021.

De Rossi, A. (dir.). (2018). *Riabitare l'Italia. Le aree interne tra abbandoni e riconquiste*. Roma: Donzelli.

De Rossi, A. y Mascino, L. (2020). Rigenerazione. En D. Cersosimo y C. Donzelli (dirs.). *Manifesto per riabitare l'Italia* (pp. 201-206). Roma: Donzelli.

Del Chiappa, G. (2018). *La sostenibilità del turismo. Prospettive di analisi e casi concreti*. Milán: FrancoAngeli.

Erschbamer, G., Innerhofer, E. y Pechlaner, H. (2018). *Overtourism: how much tourism is too much?* Report. Bozen: Eurac Research — Center for Advanced Studies.

Fundación Democracia y Gobierno Local
Serie: Claves del Gobierno Local, 49
ISBN: 979-13-991427-1-6

Esposito De Vita, G., Persico, P. y Longobardi, D. (2020). *Turismo culturale e riequilibrio territoriale: azioni artistiche negli spazi pubblici nell'era delle pandemie*. En A. Morvillo y E. Becheri (dirs.). *Rapporto sul Turismo Italiano — XXIV edizione 2019-2020* (pp. 287-294). Roma: CNR Edizioni.

European Commission (2021). *Flash Eurobarometer 499. Attitudes of Europeans towards tourism. Report*. Brussels: Directorate-General for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs. Disponible en https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2283.

European Commission (2022). *Transition Pathway for Tourism*. Brussels: Directorate-General for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs, Directorate G — Ecosystems II: Tourism & Proximity y Unit G.1 — Tourism & Textiles. Disponible en https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/404a8144-8892-11ec-8c40-01aa75ed71a1.

European Parliament (2020). *European Parliament resolution of 17 September 2020 on the cultural recovery of Europe*, 2020/2708RSP. Disponible en https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-9-2020-0239_EN.html.

Fairclough, G. (2009). New heritage frontiers. En *Heritage and beyond* (pp. 29-41). Strasbourg: Council of Europe Publishing.

Fenu, N. (dir.). (2020). *Aree interne e covid*. Siracusa: LetteraVentidue. Disponible en https://www.letteraventidue.com/it/prodotto/405/aree-interne-e-covid.

Ferraz, J. y Serpa, S. (2021). Tourism and Human Rights: A Complex Relationship. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, 3, 75-89.

Franceschinelli, R. (2021). *Spazi del possibile. I nuovi luoghi della cultura e le opportunità della rigenerazione*. Milán: FrancoAngeli.

Franch, M. y Peretta, R. (dirs.). (2020). *Turismo, fragilità, emergenze*. Milán: McGraw-Hill Education.

Hall, C. M., Scott, D. y Gössling, S. (2020). Pandemics, transformations and tourism: Be careful what you wish for. *Tourism Geographies*, 22 (3), 577-598.

Impresa Cultura (2020). *Dal tempo della cura a quello del rilancio. 16° rapporto annuale Federculture 2020*. Roma: Gangemi.

Istat (2022). *Viaggi e vacanze in Italia e all'estero. Anno 2021*. Roma: Istat. Disponible en https://www.istat.it/it/files//2022/04/Viaggi_vacanze_2021.pdf.

Lapointe, D. (2020). Reconnecting tourism after Covid-19: the paradox of alterity in tourism areas. *Tourism Geographies*, 1-6.

Lattanzi, V. (2013). Towards a Museum of Possible Worlds. En S. Ferracuti, E. Frasca y V. Lattanzi (dirs.). *Beyond Modernity: Do Ethnographic Museums need Ethnography?* (pp. 3-20). Roma: Espera.

Mangano, S. (2018). *I territori culturali in Italia. Geografia e valorizzazione turistica*. Roma: Carocci.

Fundación Democracia y Gobierno Local
Serie: Claves del Gobierno Local, 49
ISBN: 979-13-991427-1-6

McCabe, S. y Diekmann, A. (2015). The rights to tourism: reflections on social tourism and human rights. *Tourism Recreation Research*, 40 (2), 194-204.

MiBACT (2017). *Piano Strategico di Sviluppo del Turismo 2017-2022*. Roma: MiBACT.

Monaco, F. (2020). La strategia delle aree interne fra innovazione e ricostruzione post COVID-19. En N. Fenu (dir.). *Aree interne e covid* (pp. 176-214). Siracusa: LetteraVentidue. Disponible en https://www.letteraventidue.com/it/prodotto/405/aree-interne-e-covid.

Montanari, A. (2020). Covid-19 as an opportunity to tackle the phenomenon of tourism in European historic centres: the case of Rome. *Il capitale culturale. Studies on the Value of Cultural Heritage*, Supplementi, 11, 285-305.

Munsters, W. (2012). The Development of Cultural Tourism in Europe: Concepts, Aspects and Prospects revisited. En R. Garibaldi (dir.). *Il turismo culturale europeo. Prospettive verso il 2020* (pp. 33-44). Milán: FrancoAngeli.

Osti, G. y Jachia, E. (dirs.). (2020). *AttivAree. Un disegno di rinascita delle aree interne*. Bolonia: Il Mulino.

Pavolini, C. (2023). *Quale valorizzazione*. Turín: Robin edizioni.

Pechlaner, H., Innerhofer, E. y Erschbamer, G. (dirs.). (2020). *Overtourism. Tourism Management and Solutions*. Londres: Routledge.

Pencarelli, T. (2020). Cultura e turismo: sfide per una nuova dialettica virtuosa nella prospettiva del wellness tourism. *Il capitale culturale. Studies on the Value of Cultural Heritage*, Supplementi, 11, 307-331.

Preiti, A. (2020). *Il turismo culturale nel mondo post-Covid*. En *Impresa Cultura — dal tempo della cura a quello del rilancio. 16° rapporto annuale Federculture 2020* (pp. 109-117). Roma: Gangemi.

Romagosa, F. (2020). The COVID-19 crisis: Opportunities for sustainable and proximity tourism. *Tourism Geographies*, 22 (3), 690-694.

Sacco, P. L. (2018). *Il vuoto al centro. L'innovazione sociale a base culturale*. En A. De Rossi (dir.). *Riabitare l'Italia. Le aree interne tra abbandoni e riconquiste* (pp. 537-550). Roma: Donzelli.

Sargolini, M., Pierantoni, I., Polci, V. y Stimilli, F. (dirs.). (2021). *Progetto Rinascita Centro Italia. Nuovi sentieri di sviluppo per l'Appennino Centrale interessato dal sisma del 2016*. Pescara: Carsa Edizioni.

Schofield, J. (2015). Forget About 'Heritage': Place, Ethics and the Faro Convention. En T. Ireland y J. Schofield (dirs.). *The Ethics of Cultural Heritage, Ethical Archaeologies: The Politics of Social Justice* (vol. 4, pp. 197-209). Nueva York: Springer.

SNAI (2014). *Strategia Nazionale per le Aree Interne: definizione, obiettivi, strumenti e governance. Accordo di Partenariato 2014-2020*. Disponi-

Fundación Democracia y Gobierno Local
Serie: Claves del Gobierno Local, 49
ISBN: 979-13-991427-1-6

ble en https://www.miur.gov.it/documents/20182/890263/strategia_nazionale_aree_interne.pdf/d10fc111-65c0-4acd-b253-63efae626b19.

SNAI (2018). *Relazione annuale sulla Strategia Nazionale per le Aree Interne*. Disponible en https://politichecoesione.governo.it/media/1434/relazione_cipe_2018.pdf.

Timothy, D. J. y Boyd, S. W. (2007). *Heritage e turismo*. Milán: Hoepli.

Tourism Economics (2022). *European tourism: trends & prospects. Quarterly report (Q4/2021)*. Brussels: European Travel Commission. Disponible en https://etc-corporate.org/uploads/2022/02/Quarterly-Report-Q4-2021_Public-1.pdf.

Tozzi, L. (2020). *Dopo il turismo*. Milán: Semi/Nottetempo.

UNESCO (2003). *Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage* (27 October 2003). Disponible en https://ich.unesco.org/en/convention.

UNWTO (1999). *Global code of ethics for tourism*, adopted by resolution A/RES/406(XIII) at the thirteenth WTO General Assembly (Santiago, Chile, 27 September — 1 October 1999). Disponible en https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/imported_images/37802/gcetbrochureglobalcodeen.pdf.

UNWTO (2018). *'Overtourism'? Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions*. Executive summary. Madrid: World Tourism Organization. Disponible en https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420070.

UNWTO (2020). *Framework Convention on Tourism Ethics*. Madrid: World Tourism Organization. Disponible en https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421671.

Valeri, A. (2018). Millennials & Generazione Z, modi di vivere Arte e Cultura. L'indagine di Civita. En *Millennials e Cultura nell'era digitale* (pp. 15-51). Venecia: Marsilio.

Van Der Borg, J. (2024). Destinations During and After the Lockdown. Evidence from Venice. En H. Pechlaner, E. Innerhofer y J. Philipp. *From Overtourism to Sustainability Governance. A New Tourism Era* (pp. 23-39). London: Routledge.

Viassone, M. (2016). *Il circolo virtuoso a sostegno della competitività della destinazione turistica*. Milán: FrancoAngeli.

Vitale, C. (2024). *Riuso e valorizzazione del patrimonio culturale nelle aree interne. Profili giuridici*. Turín: Giappichelli.

Zagato, L. (2008). La Convenzione sulla protezione del patrimonio intangibile. En L. Zagato (dir.). *Le identità culturali nei recenti strumenti UNESCO. Un approccio nuovo alla costruzione della pace?* (pp. 27-70). Padua: Cedam.

Fundación Democracia y Gobierno Local
Serie: Claves del Gobierno Local, 49
ISBN: 979-13-991427-1-6