

EL PATRIMONIO CULTURAL COMO RECURSO TURISTICO EN LA ERA POST-COVID

Dr. Asier Baquero Pérez de Onraita

Doctor en Dirección de Empresas por la Universidad Católica de Valencia. Profesional del área hotelera, educativa y de la investigación. Valencia, España. E-mail: asier.baquero@mail.ucv.es

RESUMEN

El patrimonio cultural como recurso turístico en la era post-Covid.

El patrimonio cultural ha sido identificado como un importante recurso para el turismo en numerosos destinos. La era post-Covid manifiesta cambios en el comportamiento del consumidor que pudieran generar oportunidades de desarrollo de este segmento turístico. En el caso de las Islas Baleares en España, concretamente en la isla de Menorca, se encuentran los restos arqueológicos de la denominada cultura Talayótica, que están en vía de ser incluidos en la Lista de Patrimonio Mundial de la UNESCO. Sobre este entorno se realiza una revisión teórica con un acercamiento exploratorio. El presente ensayo profundiza en la relación entre el turismo, el patrimonio cultural y la UNESCO, con un enfoque post-Covid.

Palabras clave: Patrimonio cultural, Turismo, Islas Baleares, Comportamiento del consumidor, Post-Covid.

ABSTRACT

Cultural heritage as a tourism resource in the post-Covid era.

Cultural heritage has been identified as an important resource for tourism in numerous destinations. Post-Covid era shows changes in consumer behaviour that could generate development opportunities for this tourism segment. In the case of the Balearic Islands in Spain, specifically on the island of Minorca, there are archaeological remains of the so-called Talaiotic culture, which are in the process of being included in the UNESCO World Heritage List. Over this environment, a theoretical review with an exploratory approach has been carried out. The present essay deepens in the relationship between tourism, cultural heritage and UNESCO, with a post-Covid approach.

Keywords: Cultural heritage, Tourism, Balearic Islands, Consumer behaviour, Post-Covid.

Doctor en Dirección de Empresas por la Universidad Católica de Valencia. Director General de Hoteles pertenecientes a diversas cadenas hoteleras en España, Reino Unido, Guatemala, México y Cuba. Profesor Titular, Asociado y Visitante en diversas Universidades y Escuelas de Turismo y Hotelería en España, Latinoamérica y Asia.

1. INTRODUCCIÓN

La situación de paralización del sector turístico a causa de la pandemia del COVID-19 no ha tenido precedentes. En unos pocos meses, se ha pasado de una situación de sobre explotación generalizada en muchos destinos turísticos (Seraphin, Sheeran, y Pilato, 2018) a la inexistencia de actividad en el sector turístico.

En los últimos años los directivos hoteleros debido a la competitividad generada por la globalización se han enfocado en buscar la satisfacción de sus clientes perfeccionando el liderazgo sobre los equipos de sus empresas (Baquero, Delgado, Escortell y Sapena, 2019). Por lo tanto, es razonable pensar que los directivos hoteleros se van a adaptar a las nuevas circunstancias del mercado, y van a usar todas las actividades y recursos turísticos disponibles en el área de su destino. El patrimonio cultural es un recurso turístico de primer orden. Es un factor clave al diseñar la mayoría de los itinerarios turísticos. El patrimonio y el turismo se puede decir que comparten una relación recíproca, ambos se necesitan para sobrevivir. Es impensable que un destino como España pase por alto su patrimonio cultural con recurso turístico. Así mismo, el patrimonio también necesita del turismo para sobrevivir. Muchos palacios en España que ahora son utilizados como museos ya no tendrían sentido y se habrían dejado de usar si no hubiera sido por el negocio traído por los turistas. Por lo tanto, parece haber una relación recíproca de beneficio mutuo.

El patrimonio es un conjunto de elementos materiales o inmateriales, ya sea heredados de antepasados o creados en el presente, que permiten a las personas reconocer su identidad y deben transmitirse a las generaciones venideras. El patrimonio debe servir a un propósito social, debe tener una intención que sirva al desarrollo del grupo de personas al que pertenece. El patrimonio es un recurso social, económico y cultural (Caravaca et al., 1997).

El turismo como tal ha existido desde el momento en que las personas han podido emplear su tiempo libre viajando a otros lugares. Sin embargo, el turismo ha cambiado radicalmente a lo largo de la historia. Cuadrado y López (2011) describen cómo el turismo ha sido uno de los motores del crecimiento económico español en las últimas décadas. Es esperable que pese a la COVID-19 el peso de sector turístico en España siga siendo primordial. Para alcanzar esta situación de desarrollo turístico, se necesitan una serie de condiciones cruciales, como son facilidad de movimiento de las personas, tiempo libre y la existencia de una clase media con considerable poder adquisitivo. Estas condiciones parecen estar amenazadas, previsible solo de forma temporal por la COVID-19, y tomando perspectiva histórica se evidencia que solo podemos encontrar circunstancias similares en el periodo del final de la segunda guerra mundial. Fue en la década de los años sesenta cuando las condiciones antes mencionadas se cumplieron realmente.

Junto con la aparición del turismo, la década de los años sesenta fue testigo de otro factor vital en la relación con el turismo cultural: la expansión del uso de la televisión. Con el nacimiento de la televisión, hubo un cambio sin precedentes en la percepción de la realidad de las personas. La realidad se hizo más cercana y podría estar presente todos los días en los salones de las casas de cualquier ciudadano. Este cambio en la vida de aquellos que solo sabían lo que habían visto en fotografías o referencias fue muy drástico. Se hizo posible ver cosas que nunca antes se había soñado poder ver. La tesis de la "McDonaldización" se puede aplicar a numerosas industrias, a veces de manera positiva y otras de manera negativa (Weaber, 2005). El turismo y la televisión nos acercan así a realidades que difieren de las nuestras. Tanto el turismo como la televisión nos permiten observar un nuevo espectáculo, que es la realidad de los demás. Durante el confinamiento producido por la COVID-19 diferentes APPs y recursos vinculados a internet han producido un cambio similar al producido por la televisión años atrás, pero en este caso para dar acceso a las personas a visitar museos y diferentes espacios culturales.

El patrimonio, como la televisión o las APPs de visitas culturales, es espectacular. No solo los monumentos, festivales y tradiciones, sino también los procesos de producción y culturas enteras se han convertido en espectáculos o bienes de consumo a través de la televisión, APPs, o propiamente el turismo cultural. Todo esto puede resultar en una profunda transformación del patrimonio, que se ve más claramente en el sector turístico. Con este nuevo tipo de actividad, el

propósito del patrimonio como memoria se corrompe y la memoria se interrumpe. Se promueve una imagen que, a pesar de no ser real, resulta que es exitosa en ventas. Ya no somos nosotros mismos sino lo que otros quieren que seamos. Por lo tanto, el turismo, al menos en parte, ha corrompido y continúa corrompiendo el patrimonio, El patrimonio sigue siendo sumiso a las necesidades del turismo, y sin duda la era post-Covid ofrece innumerables posibilidades para corregir errores del pasado.

2. COVID-19 Y TURISMO

El turismo ha sido fuertemente influenciado desde finales del siglo XX por el factor de la globalización (Baquero, Delgado, Escortell y Sapena, 2019). Entre los resultados más destacables de los procesos asociados a la globalización se encuentran la popularización de los viajes internacionales y la expansión global de la industria del turismo.

El brote de COVID-19 ha dejado en suspenso a toda la industria turística y ha detenido la mencionada globalización. El turismo de masas tal y como se conocía hasta hace unos pocos meses ha dejado de existir, no se puede aún concluir si temporal o definitivamente. Aunque es evidente el efecto negativo sobre la economía y el precio que el mundo está pagando por esta situación, los procesos temporales de desglobalización ofrecen a la industria turística una oportunidad para volver a desarrollarse de acuerdo con los principios de sostenibilidad y eliminar efectos negativos conocidos de la globalización como la explotación económica, degradación ambiental y el hacinamiento (Niewiadomski, 2020).

En la Figura 2 se puede observar de igual manera el efecto de la globalización, pero en este caso sobre el número de casos de COVID-19 en todo el mundo (ECDC, 2020).

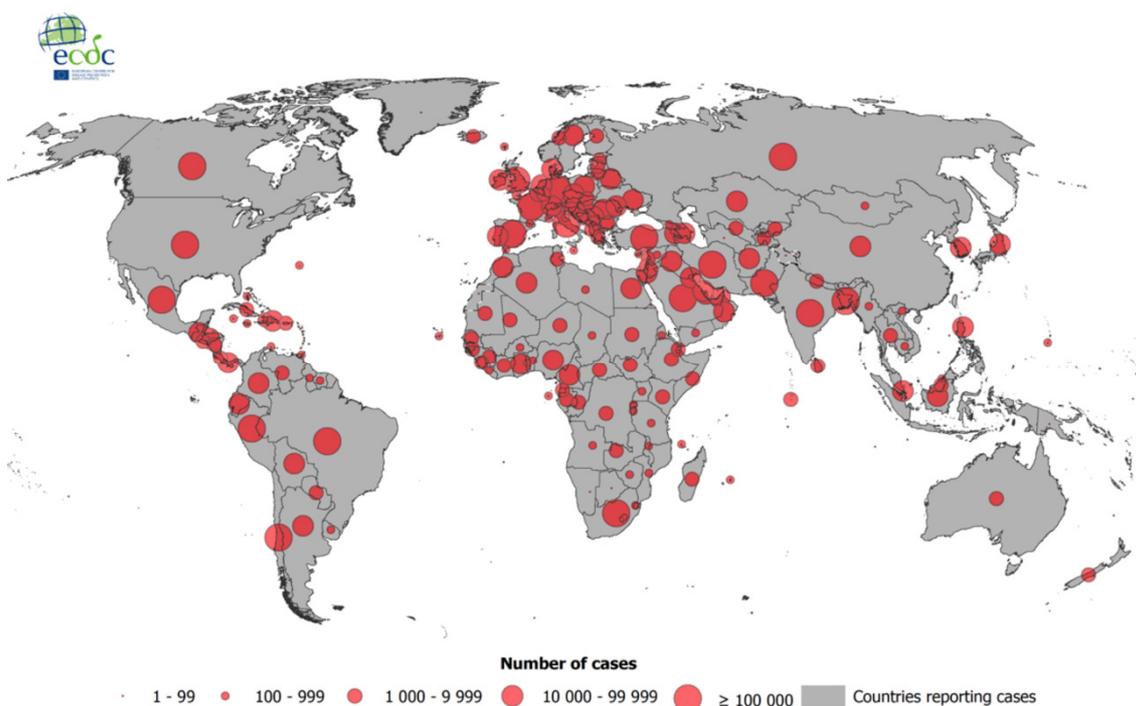


Figura 1. Distribución geográfica de los casos de COVID-19 en todo el mundo, a fecha de 27 de junio de 2020 (ECDC, 2020).

Los hoteles y líneas aéreas son la cara más visible de los efectos negativos en forma de pérdidas millonarias, pero de igual manera los aeropuertos están sufriendo una grave crisis financiera con

pérdidas estimadas de más de 76.6 billones de dólares en 2020 (Airports Council International, 2020).

3. TURISMO CULTURAL

Una de las primeras definiciones internacionalmente aceptadas de turismo cultural fue la adoptada por ICOMOS (2020) después de la Carta de Turismo Cultural firmada en Bruselas en 1976: “El turismo cultural es esa forma de turismo cuyo objeto es, entre otros objetivos, el descubrimiento de monumentos y sitios. Ejerce sobre estos últimos un efecto muy positivo en la medida en que contribuye, para satisfacer sus propios fines, a su mantenimiento y protección. De hecho, esta forma de turismo justifica los esfuerzos que el mantenimiento y la protección demandan de la comunidad humana debido a los beneficios socioculturales y económicos que otorgan a todas las poblaciones involucradas”.

McIntosh y Goeldner (1986) definieron el turismo cultural como aquel en el que todos los aspectos de un viaje en el cual los viajeros aprenden sobre la historia y el patrimonio de un destino o sobre su forma de vida o pensamiento contemporáneo. En este momento, el turismo cultural es difícil de definir debido a la complejidad de los términos “turismo” y “cultura” que comprenden el concepto. La literatura científica ofrece muchas definiciones dispares de turismo cultural. Este concepto se encuentra en un proceso permanente de construcción, donde se reúne el suministro de recurso y productos basados en el patrimonio monumental y material, ampliando gradualmente el significado general del término. El turismo cultural también incluye la demanda y su motivación. Es una actividad cada vez más amplia e inclusiva donde sus componentes se entremezclan y vinculan entre sí (Morere y Perelló, 2013).

En 1999 ICOMOS adoptó una nueva Carta de Turismo Cultural. A diferencia de la Carta de 1976, esta nueva carta se basa en una definición más amplia del patrimonio, que también incluye bienes naturales y culturales tangibles e intangibles. Según Pulido, de la Calle y Velasco (2013), la OMT y la UNESCO propusieron una definición más amplia y general del turismo cultural. Esta definición sugiere que el turismo cultural ya se estaba convirtiendo en un tipo de turismo popular porque afirma que “todos los movimientos de personas podrían incluirse en la definición porque satisfacen la necesidad humana de diversidad, tendiendo a elevar el nivel cultural del individuo y dando lugar a nuevos conocimientos, experiencias y encuentros”.

Según Tourspain (2020), el turismo cultural es un viaje con el propósito específico de conocer en profundidad un lugar, su gente y sus costumbres, y en el que el turista se dedica a visitar lugares, monumentos y edificios históricos, asistir a espectáculos musicales específicos, artísticos y disfrutar de la gastronomía. Por su parte, Pulido, de la Calle y Velasco (2013) afirman que el turismo cultural es el conjunto de fenómenos y relaciones entre los actores turísticos diseñados para promover actividades que permitan a los turistas disfrutar de eventos culturales, artísticos y patrimoniales en un entorno diferente de sus vidas cotidianas.

Prieto (2015) señala que, a pesar de las abundantes definiciones y explicaciones, en general, el turismo cultural es la forma de turismo que genera experiencias estéticas (a partir de arquitectura, edificios y otras fuentes visuales), experiencias intelectuales (a partir de un aumento en el conocimiento cultural e histórico), experiencias emocionales (de curiosidad, creencia, afecto, etc.) y experiencias de autenticidad o exclusividad. De ello se deduce que, a pesar de no ser un fenómeno completamente nuevo o un nuevo tipo de turismo, el turismo cultural ha cambiado en la medida de su consumo y el tipo de cultura consumida por los turistas culturales. También se ha expandido masivamente en su gama de actividades para satisfacer las nuevas expectativas y necesidades de la demanda turística: consumir cocina indígena, disfrutar de festivales populares, visitar parques temáticos, museos, monumentos etc.

El gran dinamismo que ofrece el turismo cultural, especialmente en los últimos tiempos, nos obliga a redefinir los recursos culturales en esta forma de turismo. Algunos de estos recursos culturales ya se han establecido durante muchos años, mientras que otros se han incorporado en las últimas décadas. Esto se manifiesta especialmente en ejemplos de cultura moderna como festivales de música, arte contemporáneo, cómics, arte callejero etc. El reajuste constante de la

actividad turística, fundamentalmente desde el punto de vista de la demanda, requiere de la actualización frecuente del mapa de recursos culturales para vislumbrar el tipo de entornos que se enmarcan dentro del turismo cultural (Prieto, 2015).

Los recursos talayóticos para el turismo son un conjunto de restos arqueológicos que se extienden principalmente por toda la isla de Menorca, pero que también se pueden encontrar en la isla de Mallorca (García, Fornés y Hoskin, 2000). Estos restos son antiguos lugares de residencia, sitios religiosos y recintos funerarios de la Edad de Bronce y de la Edad del Hierro. Representan una tradición cultural y reflejan un tipo de construcción único, poco conocido en el turismo de masas. Hay varios lugares en la isla de Menorca para visitar, con acceso libre o previo pago de entrada en algunos casos.

El proyecto “Menorca Talayótica” tiene como objetivo lograr la inclusión de la cultura y el patrimonio talayótico en la Lista del Patrimonio Mundial de la UNESCO. Hay más de treinta ubicaciones en la isla de Menorca (Menorca Talayótica, 2020): Necrópolis de Cala Morell, Naveta des Tudons, Es Castellás des Caparrot de Forma, Ses Roques Llises, Trepucó, Torralba den Salord, Cova des Càrritx, Taula de Torrellisar, Hipogeu de Torre del Ram, Hipogeu de Biniai Nou, Monumento de na Comerma de sa Garita, Naveta de Biniac Oriental, Navetes de Rafal Rubí, Necrópolis y Es Castellet de Calescoves, Poblado de Son Mercer de Baix, Poblado talayótico de Binissafúller, Poblado talayótico de Montefí, Sa Cudia Cremada, Poblado talayótico de Sa Torreta, Poblado talayótico de Sant Agustí, Poblado talayótico de Torrellafuda, Poblado talayótico de Torretrencada, Sala hipóstila des Galliner de Madona, So na Caçana, Sepretto Tala de Olé, Tórtola de Son Toreto, Talaiot de Trebalúger, Poblado de Cala Morell, Torre d'en Galmés y Cronia Nou.

Sirva como muestra de lo que los visitantes pueden encontrar, la Figura 2, de parte del Poblado talayótico de Trepucó, de acceso libre. Estas construcciones se enmarcan majestuosamente en el paisaje, mostrando poblados y necrópolis construidas con grandes piedras.

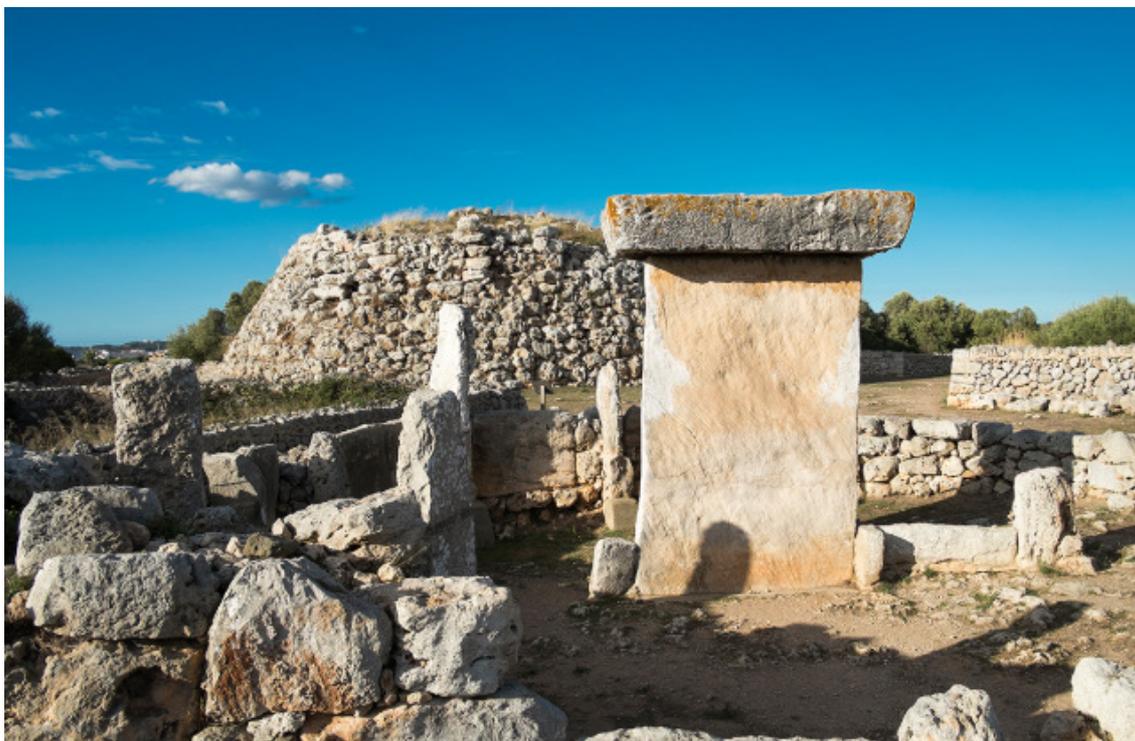


Figura 2. Poblado talayótico de Trepucó (Menorca Talayótica, 2020).

Se han llevado a cabo estudios para determinar exactamente cómo se realizaron estas construcciones y para explorar sus diferentes usos. Estos estudios solo han podido determinar que se trata de asentamientos fortificados utilizados como hogares en unos casos y como necrópolis en otros (Chapman y Grant, 1989).

4. EL PAPEL DE LA UNESCO EN EL TURISMO CULTURAL Y EL PATRIMONIO

La UNESCO se inspiró en los principios de la Declaración Universal de Derechos Humanos, y desde su creación en 1946 en París, ha trabajado para defender el patrimonio cultural, siendo la organización de la ONU encargada de promover la educación, la ciencia y la cultura. Su división de patrimonio cultural, que pertenece al sector cultural de la UNESCO, se encarga de cuidar los bienes culturales y los museos, y se encarga de las campañas internacionales correspondientes. También implementa proyectos operativos en cooperación con el Centro del Patrimonio Mundial, a través de una red de organizaciones.

La Convención del Patrimonio Mundial de 1972, ratificada por 190 países, establece que ciertos lugares de la tierra con valor universal excepcional pertenecen al patrimonio común de la humanidad. En otras palabras, todos los países son parte de una comunidad internacional unida en la misión conjunta de identificar, proteger y cuidar los ejemplos más importantes de patrimonio natural y cultural en nuestro planeta, independientemente de dónde se encuentren. Esta convención es única porque vincula el concepto de conservación de la naturaleza con la preservación de sitios culturales. Por lo tanto, los activos incluidos en la Lista del Patrimonio Mundial se dividen en tres categorías: activos culturales, activos naturales y activos mixtos. Para ser incluidos en la Lista del Patrimonio Mundial, los activos deben tener un valor universal excepcional y deben cumplir al menos uno de los diez criterios de selección. “Menorca Talayótica” cumple por lo menos dos de ellos (Menorca Talayótica, 2020):

- Criterio 3: “aportar un testimonio único o por lo menos excepcional de una tradición cultural o una civilización que sigue viva o que desapareció”. “Menorca Talayótica” se sitúa cronológicamente entre la Edad del Bronce tardío (2.500 – 2.000 a. C.) y la Edad del Hierro (650 – 400 a. C.). El excelente estado de conservación y diversidad de sus sitios hace que “Menorca Talayótica” sea única y de un valor excepcional en comparación a otras culturas prehistóricas.
- Criterio 4: “ser un ejemplo sobresaliente de un tipo de edificio o conjunto arquitectónico o tecnológico, o de paisaje que ilustre una etapa significativa o etapas significativas de la historia de la humanidad”. Los primeros pobladores de Menorca dejaron su huella en el paisaje con sus diversas construcciones. Estos se encuentran en toda la isla y abarcan un largo período, desde la Edad del Bronce hasta la Edad del Hierro. Su uso se extiende al Imperio Romano y al dominio islámico en la isla.

La candidatura para el Patrimonio Mundial de “Menorca Talayótica” ha llevado a una serie de acciones destinadas a lograr la mayor participación posible de ciudadanos, propietarios, municipios y especialmente la participación de ASHOME, la Asociación de Hoteles de Menorca (Gornes, Gual y Rojas, 2015). De hecho, ASHOME ha participado activamente como miembro de diferentes grupos de trabajo para apoyar la candidatura al Patrimonio Mundial de “Menorca Talayótica”. ASHOME ha contribuido proporcionando la amplia experiencia de los hoteleros en relación directa con los turistas de la isla y sus comentarios, preferencias y gustos (Baquero y Rivelles, 2020).

Según la investigación llevada a cabo por Adie, Hall y Prayag (2017) en tres lugares declarados Patrimonio de la Humanidad, esta situación tiene un efecto placebo, es una marca o etiqueta cultural que evoca la idea de alta calidad. Sin embargo, este efecto placebo no actúa directamente sobre los turistas, sino más bien sobre políticos y agentes locales que piensan que el título en sí mismo causará un aumento notable en el turismo. Después de analizar 178 artículos, Ruíz y Pulido (2015) también concluyeron que más del 20% de los autores observaron casos negativos de turismo como resultado de obtener el estatus de la UNESCO, mientras que solo el 18% de los autores ven la atribución de la UNESCO como positivo para el turismo.

De acuerdo con Córdoba y García (2003), el turismo cultural se centra en sitios arqueológicos que están estrechamente relacionados con el medioambiente. Sin embargo, estos sitios también son frágiles, pueden explotarse en exceso y pueden fomentar la destrucción de ecosistemas, como se ha observado en ciertos casos en el Caribe mexicano.

5. CONCLUSIONES

La COVID-19 ha cambiado el mundo tal y como lo conocíamos y ha impactado fuertemente en los viajes internacionales, la demanda turística y la industria hotelera (Chang, McAleer y Ramos, 2020). La COVID-19 ha paralizado las actividades turísticas y ha forzado al confinamiento de millones de personas quienes en dicha situación han usado las nuevas tecnologías para acceder virtualmente a museos y lugares de patrimonio. Las búsquedas de experiencias culturales y viajeras desde los hogares familiares han alcanzado cuotas nunca vistas (OMT, 2020).

Las pautas de consumo de los turistas en la nueva era post-Covid pueden ser diferentes a las que hemos conocido en los últimos años. Parece claro que el uso de las nuevas tecnologías, aplicaciones de videoconferencias vía internet pudiera tener un impacto negativo en el turismo de negocios (Gössling, Scott y Hall, 2020). Por el contrario, la promoción que las nuevas tecnologías han dado a los recursos culturales pudiera tener un efecto positivo sobre el turismo cultural. Nuevas conductas como el distanciamiento social, implantado durante la COVID-19, pueden inducir a los consumidores a preferir calidad a cantidad cuando se tomen decisiones respecto a dónde y cómo pasar las próximas vacaciones. Recursos como los expuestos de los restos arqueológicos Talayóticos, en la isla de Menorca, pueden convertirse en palanca de cambio en la nueva era post-Covid. Su vinculación a la UNESCO en la Lista del Patrimonio Mundial puede igualmente dar a este segmento una visibilidad especial, y aunque no sea hasta el año 2022 que se defienda la candidatura (Menorca Info, 2020), parece evidente pensar que desde el destino balear se dará la importancia y el seguimiento oportuno al Consejo de Patrimonio Histórico para que la candidatura siga adelante.

Sería adecuado enfocarse a políticas de destinos con estrategias de marketing en este sentido, con el objetivo de atraer nuevos perfiles de visitantes que valoren disponer de estas actividades. La accesibilidad de las instalaciones, productos y servicios culturales en general es un aspecto por mejorar en muchos casos. Los gestores públicos de los destinos deberían favorecer el emprendimiento y la innovación del sector privado en esta área y tratar así de conseguir un potenciamiento del desarrollo de una economía circular.

Aun con todas las incertidumbres presentes, el turismo y la cultura tienen en estos momentos la oportunidad de unir esfuerzos, avanzar de manera conjunta, llegar a la motivación de ese nuevo consumidor turístico y evolucionar así a una nueva realidad de calidad y sostenibilidad turística.

6. REFERENCIAS

Adie, B. A., Hall, C. M., y Prayag, G. (2017). World Heritage as a placebo brand: a comparative analysis of three sites and marketing implications. *Journal of Sustainable Tourism*. 399-415. doi.org/10.1080/09669582.2017.1359277

Airports Council International (2020). The impact of COVID-19 on the airport business. Disponible en: <https://aci.aero/wp-content/uploads/2020/03/200401-COVID19-Economic-Impact-Bulletin-FINAL-1.pdf> Consultado el 27/06/2020 a las 17:37

Baquero, A., Delgado, B., Escortell, R., y Sapena, J. (2019). Authentic leadership and job satisfaction: A fuzzy set qualitative comparative analysis (fsQCA). *Sustainability*, 11(8): 2412. doi.org/10.3390/su11082412

Baquero, A., Rivelles, R. (2020). Talaiotic cultural heritage as a tourism resource in the Balearic Islands. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 3(1), 64-70.

Caravaca, I., Colorado, D., Fernandez, V., Paneque, P., Puente, R., y Romero, C. (1997). El patrimonio cultural como factor de desarrollo en Andalucía. *Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico*, 20, 87-97.

Chang, C. L., McAleer, M., y Ramos, V. (2020). A Charter for Sustainable Tourism after COVID-19. *Sustainability*, 12(9), 3671. <https://doi.org/10.3390/su12093671>

Chapman, R., y Grant, A. (1989). The talayotic monuments of Mallorca: formation processes and function. *Oxford Journal of Archaeology*. doi.org/10.1111/j.1468-0092.1989.tb00191.x

Córdoba, J., y García, A. (2003). Tourism, globalization and the environment in the Mexican Caribbean Coast. *Investigaciones geográficas*, 117-136.

Cuadrado, J.R., y Lopez J.M. (2011). El turismo: un sector clave en la economía española. *Papeles de economía española*, 128.

ECDC (2020). European Centre for Disease Prevention and Control. Disponible en: <https://www.ecdc.europa.eu/en/geographical-distribution-2019-ncov-cases> Consultado el 27/06/2020 a las 17:37

García, J., Fornes, J., y Hoskin, M. (2000). Orientations of the Talayotic Sanctuaries of Mallorca. *Journal for the History of Astronomy*, 31(25), 58-64. doi.org/10.1177/002182860003102505

Gornes, S., Gual, J. M., y Rojas, A. (2015). Procesos de participación social en la candidatura de Menorca Talayotica a la nominación como patrimonio mundial. En *Personas y comunidades: Actas del Segundo Congreso Internacional de Buenas Prácticas en Patrimonio Mundial*. Universidad Complutense de Madrid, Servicio de Publicaciones, Madrid, pp. 627-637.

Gössling, S., Scott, D., y Hall, C. M. (2020). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism* <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>

ICOMOS (2020). Associated to UNESCO. Disponible en: <https://www.icomos.es>

McIntosh, R. W. y Goeldner, C. R. (1986). *Tourism: Principles, practices, philosophies*. New York: Wiley.

Menorca Info (2019). La "Menorca Talayotica" no optará al título mundial al menos hasta 2022. Disponible en: <https://www.menorca.info/menorca/local/2019/04/06/653869/menorca-talayotica-optara-titulo-mundial-menos-hasta-2022.html> Consultado el 27/06/2020 a las 17:37

Menorca Talayotica (2020). Disponible en: <http://www.menorcatalayotica.info/> Consultado el 27/06/2020 a las 17:37

Morere, N., y Perello, S. (2013). Turismo cultural. Patrimonio, Museos y Empleabilidad, Fundacion EOI, Madrid. Disponible en: <https://www.eoi.es/es/eventos/12056/turismo-cultural-patrimonio-museos-y-empleabilidad> Consultado el 27/06/2020 a las 17:37

Niewiadomski, P. (2020). COVID-19: from temporary de-globalisation to a re-discovery of tourism? *Tourism Geographies*. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1757749>

OMT (2020). Turismo cultural y Covid19. Disponible en: <https://www.unwto.org/es/turismo-cultural-covid-19> Consultado el 27/06/2020 a las 17:37

Prieto, J.J. (2015). Turismo cultural: el caso español. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, (2), 95-114.

Pulido, J.I., de la Calle, M. y Velasco (2013). *Turismo cultural*. Madrid: Ed. Síntesis.

Ruiz, A., y Pulido, J.I. (2015). El impacto del turismo en los Sitios Patrimonio de la Humanidad. Una revisión de las publicaciones científicas de la base de datos Scopus. *Pasos online*, 13 (5), 1247-1264.

Seraphin, H., Sheeran, P., y Pilato, M. (2018). Over-tourism and the fall of Venice as a destination. *Journal of Destination Marketing & Management*, 9, 374–376. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2018.01.011>

Tourspain (2020). Disponible en : <https://www.tourspain.es> Consultado el 27/06/2020 a las 17:37

Weaber, A. (2005). The Mcdonaldization tesis and cruise tourism. *Annals of Tourism Research*, 32 (2), 346-366.