

El pasado en su lugar

Patrimonio Arqueológico
Desarrollo y Turismo



Museu de Prehistòria de València

EL PASADO EN SU LUGAR
PATRIMONIO ARQUEOLÓGICO, DESARROLLO Y TURISMO

EL PASADO EN SU LUGAR
PATRIMONIO ARQUEOLÓGICO, DESARROLLO Y TURISMO
III JORNADAS DE DEBATE DEL MUSEU DE PREHISTÒRIA DE VALÈNCIA

Jaime Vives-Ferrándiz Sánchez y Carlos Ferrer García
(editores)

Con textos de:

Xurxo M. Ayán Vila, Carlos Ferrer García, Daniel Garrido Pimentel,
Rafael Martínez, Pau Rausell Köster, Elisa Rico Cánovas, Carmen Gloria
Rodríguez Santana, José Ignacio Sáenz Sagasti, Javier Solsona Monzonís y
Jaime Vives-Ferrándiz Sánchez

Museu de Prehistòria de València

2014

Diputación de Valencia

Presidente

Alfonso Rus Terol

Diputada de Cultura

María Jesús Puchalt Farinós

Museu de Prehistòria de València

Directora

Helena Bonet Rosado

Diseño y maquetación

Aída M. Lleó Dols

Diseño de Portada

Ángel Sánchez Molina

Impresión

Mare Nostrum S.L.

ISBN edición: 978-84-7795-700-3

Depósito Legal: V 1673-2014

© de los textos: los autores

© de las fotografías e imágenes: los autores

© de la edición: Museu de Prehistòria de València – Diputación de Valencia

AUTORES

Xurxo M. Ayán Vila, Grupo de Investigación en Patrimonio Construido, Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea.

Carlos Ferrer García, Museu de Prehistòria de València.

Daniel Garrido Pimentel, Sociedad Regional de Educación, Cultura y Deporte, Cantabria.

Rafael Martínez, Servicio de Cultura de la Diputación de Palencia.

Pau Rausell Köster, Econcult. Universidad de Valencia.

Elisa Rico Cánovas, Departamento de Análisis Geográfico Regional, Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas, Universidad de Alicante.

Carmen Gloria Rodríguez Santana, Museo y Parque Arqueológico Cueva Pintada, Cabildo de Gran Canaria.

José Ignacio Sáenz Sagasti, Museo y Parque Arqueológico Cueva Pintada, Cabildo de Gran Canaria.

Javier Solsona Monzonís, Conselleria de Turisme, Cultura i Esports, Generalitat Valenciana.

Jaime Vives-Ferrándiz Sánchez, Museu de Prehistòria de València.

ÍNDICE

	Patrimonio arqueológico, desarrollo y turismo. Introducción JAIME VIVES-FERRÁNDIZ SÁNCHEZ y CARLOS FERRER GARCÍA	1
1	La sostenibilidad económica de los proyectos de desarrollo local basados en el patrimonio PAU RAUSELL KÖSTER	5
2	Patrimonio arqueológico <i>in situ</i> : desarrollo y turismo JAVIER SOLSONA MONZONÍS y ELISA RICO CÁNOVAS	29
3	La villa romana de La Olmeda. Un ejemplo de gestión turística del patrimonio arqueológico desde la Diputación de Palencia RAFAEL MARTÍNEZ	63
4	Cuevas prehistóricas de Cantabria. Un modelo de gestión del patrimonio en el mundo rural DANIEL GARRIDO PIMENTEL	85
5	El liderazgo cultural en la gestión turística del Museo y Parque Arqueológico Cueva Pintada (Gáldar, Gran Canaria) CARMEN GLORIA RODRÍGUEZ SANTANA y JOSÉ IGNACIO SÁENZ SAGASTI	115
6	El capital social del patrimonio arqueológico. La gestión para el desarrollo y la participación de las comunidades locales XURXO M. AYÁN VILA	139
7	Patrimonio arqueológico y turismo. Unas reflexiones finales CARLOS FERRER GARCÍA y JAIME VIVES-FERRÁNDIZ SÁNCHEZ	177

PATRIMONIO ARQUEOLÓGICO, DESARROLLO Y TURISMO INTRODUCCIÓN

Este volumen recoge las aportaciones a las Terceras Jornadas de Debate del Museu de Prehistòria de València desarrolladas el 19 y 20 de diciembre de 2012. El objetivo principal de las jornadas fue reflexionar sobre las posibilidades que ofrece una gestión turística sostenible del patrimonio arqueológico y su impacto en el territorio. En anteriores jornadas se debatió sobre las relaciones entre la arqueología y la sociedad, y la necesidad de desarrollar proyectos participativos alrededor del patrimonio, tanto en la gestión como en el uso. Ahora nos preguntamos en qué medida los proyectos patrimoniales pueden encontrar en la actividad turística una vía de conservación y rentabilidad cultural, social y económica y el papel de cada uno de los agentes en este sistema de relaciones.

En el proceso de la construcción de espacios patrimoniales a partir de yacimientos arqueológicos, los agentes implicados sobre el territorio son diversos, desde arqueólogos hasta expertos en didáctica y gestores de patrimonio, con relaciones de poder complejas. Además, el diseño de productos turísticos incorpora a otros agentes, que incluyen a los sectores de actividad interesados, tales como el sector hostelero y de restauración, el comercial, o el de las empresas agroalimentarias. Sin duda, el proceso de construcción de estos productos es largo, pues conlleva la transformación del bien cultural –el yacimiento investigado y excavado– en recurso patrimonial, y de este al recurso turístico y, finalmente, a su comercialización.

Para avanzar en estos objetivos nos propusimos abordar, en primer lugar, aspectos generales relacionados con la viabilidad de las actividades económicas en torno al patrimonio cultural, y con la significación y el potencial

de los recursos culturales para el turismo. Pau Rausell Köster, experto en economía de la cultura, parte de la importancia de la cultura y la creatividad en el desarrollo social y económico y expone las particularidades del sector del patrimonio para generar innovación, riqueza y bienestar. Defiende un concepto de patrimonio producido por diversos agentes pero donde los grupos de interés pueden determinar impactos en el ámbito colectivo.

Javier Solsona Monzonís y Elisa Rico Cánovas, especialistas en turismo en la Comunitat Valenciana, contextualizan los productos culturales en el sector turístico valenciano y, concretamente, analizan el papel del patrimonio arqueológico en la provincia de Alicante como elemento diversificador de una oferta turística centrada en los recursos de sol y playa. Exponen el caso concreto del Plan Costa Blanca Cultura, un estudio para la creación de nuevos productos turísticos basados en recursos patrimoniales.

Para aproximarnos al proceso de construcción del patrimonio y de los recursos turísticos culturales sobre el terreno y la práctica diaria, invitamos a los gestores de tres proyectos para que relataran sus experiencias: Rafael Martínez con la Villa romana de La Olmeda, en Palencia; Daniel Garrido Pimentel con las Cuevas Prehistóricas de Cantabria; y Carmen Gloria Rodríguez Santana y José Ignacio Sáenz Sagasti sobre el Parque Arqueológico de Cueva Pintada de Gáldar en Gran Canaria. Aunque son casos muy dispares, todos son productos turísticos construidos a partir de recursos patrimoniales arqueológicos en el medio rural, en un sentido amplio, y desde administraciones públicas supramunicipales. Los proyectos están desarrollados en territorios con condiciones socioeconómicas diversas y tienen una significación patrimonial diferente que implica que cada institución ha diseñado un modelo propio de gestión y de relaciones con las comunidades locales.

La villa romana de la Olmeda está situada en la comarca de la Vega, en el centro de la provincia de Palencia, un área con densidad de población muy baja y que no cuenta apenas con otros recursos turísticos. El yacimiento posee una valiosa y variada colección de mosaicos romanos que lo hace único en el territorio de la antigua *Hispania*. De manera excepcional se ha logrado preservar este patrimonio *in situ*, gracias en gran medida a la labor del arqueólogo Javier Cortes, muy vinculado a Saldaña, y propietario de la finca en la que se ubica. La cesión del bien a la Diputación de Palencia permitió consolidarlo como hito cultural de primer orden a nivel provincial, así

como la continuidad de las investigaciones y el desarrollo de un ambicioso proyecto de conservación y puesta en valor. Es destacable que el Colegio de Arquitectos fuera un agente en la configuración del patrimonio, pues promovió proyectos para la creación del nuevo edificio que alberga la villa.

El proyecto de Cuevas Prehistóricas de Cantabria comprende nueve cuevas de cinco municipios distribuidos por el territorio cántabro que no superan los 3.000 habitantes. La relevancia del arte paleolítico en la zona es de sobra conocida, con Altamira como estandarte, y constituye uno de los hitos de la historia y del arte universal. El esfuerzo del Gobierno de Cantabria para facilitar su accesibilidad y generar productos turísticos ha sido manifiesto desde los últimos años, a través de la empresa pública Sociedad Regional de Educación, Cultura y Deporte. En el trabajo que presentamos se exponen en detalle la gestión de este patrimonio, desde la formación del personal hasta las actividades de promoción y los efectos en diversos ámbitos del territorio.

El Parque Arqueológico de Cueva Pintada se halla en el casco urbano de Gáldar que, con cerca de 25.000 habitantes, es una ciudad de tercer orden en el sistema de ciudades de Gran Canaria, fuera del área metropolitana de la capital y de los grandes centros turísticos del sur. Las actividades agropecuarias tienen un peso relevante en su economía, en particular el cultivo del plátano y el tomate y la producción de quesos artesanos. Cueva Pintada es un patrimonio histórico arqueológico aborigen conocido desde el siglo XIX, que adquirió relevancia social y patrimonial a partir del esfuerzo de un reducido grupo de historiadores a finales de los años 60 del siglo pasado. Ocupa un lugar destacado en el universo simbólico de los grancanarios, lo que ha facilitado su preservación y el desarrollo de proyectos de investigación, incluyendo excavaciones que contextualizaron las pinturas, y los procesos de puesta en valor por parte del Cabildo de Gran Canarias.

Finalmente, Xurxo Ayán Vila contribuye al debate desde los postulados de una arqueología pública. En su aportación critica la gestión del patrimonio que se ha hecho a espaldas de las comunidades locales y propone el desarrollo de modelos más integradores en los que se respete la participación ciudadana en los procesos de generación de conocimiento y, por extensión, de creación de patrimonio. Su discurso teórico está respaldado por su experiencia en el desarrollo de varios proyectos de arqueología en comunidad en Galicia en los que la atención al capital social y simbólico de las comunidades locales adquiere una importancia significativa.

Las jornadas concluyeron con una Mesa Redonda que giró en torno a la sostenibilidad del turismo cultural arqueológico. En ella participaron, junto a los ponentes invitados, especialistas en la planificación y creación de productos turísticos así como agentes económicos relacionados con proyectos de turismo arqueológico en Valencia. Las aportaciones que publicamos en este libro recogen, en mayor o menor medida, algunas de las ideas y conclusiones del debate generado. El volumen pretende dar respuesta a la necesidad de poner el patrimonio arqueológico *en su lugar*, en relación con su conservación y las posibilidades de hacerlo accesible, y en relación con su significado y función social, cultural, económica y su potencial como herramienta de gestión y ordenación del territorio.

Como en anteriores ocasiones, estas jornadas se han desarrollado en el marco del Plan de Formación Local de la Diputación de Valencia, a quien agradecemos el apoyo a la iniciativa.

Jaime Vives-Ferrándiz Sánchez
Carlos Ferrer García

Museu de Prehistòria de València
Valencia, 19 de mayo de 2014

LA SOSTENIBILIDAD ECONÓMICA DE LOS PROYECTOS DE DESARROLLO LOCAL BASADOS EN EL PATRIMONIO

Pau Rausell Köster

LA EVOLUCIÓN DEL CONCEPTO DEL DESARROLLO

Hasta hace prácticamente cuatro décadas el concepto de desarrollo estaba limitado al vector del crecimiento económico. El “productivismo” como estrategia de desarrollo consistió en tratar de maximizar la producción en términos cuantitativos. Pero la tecnología resultó ser menos milagrosa que lo que se auguraba. Pronto se evidenciaron las restricciones que impone en los recursos naturales y los riesgos medioambientales. En la década de los 80 se intensifica el uso del concepto de “desarrollo sostenible” que básicamente consistió en enfocar la concepción de desarrollo hacia aquellos procesos socioeconómicos que permiten satisfacer las necesidades de las generaciones presentes, sin comprometer las capacidades de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades. El avance en esta aproximación es que a partir de ese momento, el conjunto de necesidades que ha de satisfacer un concreto proceso de desarrollo será el resultado de un proceso de construcción social, que cada vez más incorpora la dimensión cultural de una comunidad. Es esta dimensión, la cultural, la que es capaz de explicar los sueños, los deseos y los anhelos colectivos.

La aportación de Amartya Sen con su obra *Development as freedom* (1999) define el desarrollo como aquel proceso que amplía los grados de libertad de los individuos y mejora su autonomía a través del fortalecimiento de sus capacidades. El desarrollo de la esfera simbólica de los individuos, el incremento de la formación y el conocimiento, facilita precisamente la ampliación de la autonomía de los sujetos y su empoderamiento. Por otra parte, Jon Hawkes (2001) sitúa precisamente a la cultura como el cuarto pilar del desarrollo sostenible, junto con la dimensión social, económica y ambiental. Se puede hablar por tanto de un “giro cultural” de la definición de desarrollo.

El salto hacia la dimensión cultural en la definición de las necesidades de una comunidad tiene, sin embargo, un camino de vuelta hacia el campo económico ya que, como reconoce el propio Consejo de Europa, la cultura y la creatividad están íntimamente relacionadas. La creatividad está en el origen de la cultura que, a su vez, crea un entorno que permite el florecimiento de la creatividad; y la creatividad está en el origen de la innovación, entendida como una explotación exitosa de nuevas ideas, expresiones y formas, y como un proceso que desarrolla nuevos productos, nuevos servicios y nuevas formas de empresas en funcionamiento o nuevas formas de responder a las necesidades sociales. La creatividad es, por lo tanto, de gran importancia para la capacidad innovadora de los ciudadanos, así como a organizaciones, empresas y sociedades. La cultura, la creatividad y la innovación son vitales para la competitividad y el desarrollo de nuestras economías y nuestras sociedades, y son tanto más importantes en tiempos de cambios rápidos y serios problemas.

Huyendo pues del limitado concepto económico del desarrollo llegamos a la cultura, que finalmente nos desvela su capacidad para activar, a través de la innovación, los procesos de crecimiento económico.

LA RELACIÓN ENTRE SECTORES CULTURALES Y CREATIVOS Y LA RIQUEZA DE LAS REGIONES

Los primeros apuntes sobre la correlación entre creatividad y renta per cápita territorial nos la proporciona una reciente publicación del European Cluster Observatory (Power y Nielsen, 2010), al presentar la evidencia de una fuerte correlación entre la renta per cápita regional y la ocupación en el sector cultural para el conjunto de las Regiones de Europa.

La correlación entre el PIB per cápita y la especialización relativa de la población ocupada en los sectores culturales y creativos presentada en dicho trabajo, nos induce a tratar de aceptar o descartar causalidades entre una y otra variables y en uno y otro sentido. Como es obvio, y a primera vista, las implicaciones sobre las políticas culturales de la dirección de la causalidad son notablemente distintas; es por ello que la investigación merece una atención especial. Si es la riqueza la causa de la intensidad de la ocupación en el sector de la cultura, es evidente que deberíamos dejar de lado las políticas culturales y simplemente dedicar nuestros esfuerzos colectivos a la mejora, sea la vía que sea, de la prosperidad territorial. Si existiera relación causal

en sentido contrario, las políticas culturales y todas aquellas otras que tenga que ver con el funcionamiento de los sectores culturales y creativos deberían adquirir mucha mayor centralidad en la acción pública. Ambos enunciados empujan a un cambio significativo sobre el alcance y la funcionalidad de las políticas culturales.

LAS HIPÓTESIS DE CAUSALIDAD

1) Cultura y capacidad de atracción de las regiones

Esta relación es quizás la más obvia y la más utilizada en la justificación de las políticas culturales regionales. La direccionalidad de esta causalidad es bastante clara. El elemento central de este proceso es que la atracción de talento, visitantes e inversión extranjera directa se explica no sólo en términos de las estructuras de producción y de accesibilidad, sino, cada vez más, por la calidad de los lugares, que descansa sobre características de no-mercado, tales como los niveles de inclusión social, el dinamismo cultural, la calidad urbana, y la provisión de los servicios públicos e instituciones eficaces.

Otro aspecto interesante de esta perspectiva es determinar el papel que podrían desempeñar las dotaciones culturales, especialmente aquellas relacionadas con el patrimonio. Algunos intentos se hicieron en el proyecto SOSTENUTO (Rausell *et al.*, 2012). Si aceptáramos que la disposición de mayor o menor cantidad de patrimonio cultural de una región amplía el potencial de crecimiento regional, entonces ello nos llevaría a la interesante reflexión acerca de la capacidad endógena de las políticas regionales para mejorar el patrimonio y las estrategias abordadas por algunas regiones (por lo general, estrategias bastante caras) para “producir un nuevo patrimonio”.

2) Hipótesis relacionadas con la interacción entre la especialización regional y las Actividades Culturales y Creativas (ACC)

Esta hipótesis puede ser formulada a partir de la constatación de que las actividades culturales y creativas tienen un mayor efecto sobre el desarrollo de las regiones que tienen una especialización regional y estructura sectorial determinada.

Esta es básicamente la labor llevada a cabo recientemente por un grupo de investigadores españoles (De Miguel *et al.*, 2012), que encontraron que la variable que tiene una mayor importancia explicativa en el ingreso por habitante de las regiones europeas es el porcentaje de trabajadores en las ACC.

Y, de acuerdo con el sentido común, este trabajo destaca la relación entre las ACC con la producción de alta tecnología y los servicios intensivos en conocimientos (KIS – Knowledge Intensive Services). Es decir las actividades relacionadas con los sectores culturales interactúan especialmente con aquellos sectores más intensivos en conocimiento.

3) Hipótesis relacionadas con la demanda

Una aproximación que no ha recibido mucha atención es el papel que puede desempeñar la demanda. En las regiones que contienen muchos trabajadores en las ACC, éstos no sólo deben ser considerados desde la perspectiva de la oferta como “factores de producción”, sino también como demanda solvente de productos innovadores y servicios creativos. Por lo tanto, las regiones que contienen muchos trabajadores creativos también son los mercados más sensibles y con mayor propensión a la creatividad y a la innovación. Los trabajadores creativos muestran una mayor sensibilidad para demandar bienes y servicios que contienen creatividad e innovación. Esto no se debe a un efecto ingreso (en el caso de los trabajadores de las ACC contarán con mayor nivel de renta disponible) sino que la “clase creativa” se manifiesta también a través de un “estilo de vida” singular que implica un mayor nivel de consumo de productos y servicios más innovadores y con mayores contenidos creativos. En pocas palabras, una comunidad con una mayor proporción de trabajadores de la cultura y la creatividad es también una comunidad con mayores niveles de requerimientos institucionales y una mayor propensión a presentar propuestas para la transformación y el cambio que mejorará la eficiencia general de las lógicas económicas y políticas sociales (Rausell *et al.*, 2012).

4) Hipótesis sobre las conexiones entre las teorías del capital humano y la teorías de la clase creativa

Los estudios sobre el crecimiento endógeno, iniciados por Romer (1986) y Lucas (1988) en los últimos años ochenta, introdujeron una nueva perspectiva que reconoce explícitamente el papel del capital humano, compuesto por la educación, el conocimiento y las habilidades contenidas en los trabajadores. Como constatan estudios recientes, la evidencia empírica muestra que la relación entre capital humano (sobre todo en forma de altos niveles de educación) y los resultados económicos aparecen como una constante muy estable que resiste a una amplia serie de contextos diferentes (regiones, períodos de

tiempo, metodologías, el papel de las covariables). Por el contrario Richard Florida (2002) defiende aproximaciones que van un poco más allá de las teorías tradicionales de capital humano y, de hecho, mantiene que la teoría de la clase creativa es mejor que la teoría del capital humano para predecir el desarrollo económico urbano, y que existe una fuerte interacción entre clase creativa y capital humano, que resulta explícita a través de las universidades.

Y de acuerdo a sus resultados, la universidad se muestra no sólo como espacio para la formación de capital humano, sino como espacio que favorece la formación de capital cultural, aumenta la propensión a consumir cultura, fomenta la producción creativa, y, en última instancia, impulsa la innovación (económica, social, política) y el espíritu empresarial.

5) Hipótesis relacionadas con la flexibilidad de las ACC

La idea principal es que la existencia de las ACC mejora el desempeño general de la economía regional, ya que su estructura más flexible permite reducir los costos del ajuste ante los cambios bruscos y las tensiones económicas.

Las ACC, con modelos de “trabajo por proyecto”, escasa estandarización de los procesos de producción, bajas barreras de entrada, necesidad menor de inversiones de capital físico y financiero, y variedad de relaciones de trabajo, muestran una estructura mucho más flexible que la mayoría de las actividades económicas. A partir de estas características las ACC se convierten en un sector que puede tener algún efecto amortiguador en las variaciones y tensiones sobre los agregados macroeconómicos y el mercado de trabajo. En consecuencia, las regiones que cuentan con un sector cultural y creativo más grande muestran niveles más altos de resiliencia a las crisis de oferta o demanda.

6) Hipótesis relacionadas con la conexión entre capital cultural y capital social

Genéricamente la cultura conforma espacios amables y ocasiones no conflictuales que promueven las relaciones humanas (*vernissages*, estrenos, presentaciones,...). Estas ocasiones propician, en algunos casos, que lleguen a materializarse en contactos, redes y proyectos conjuntos. Además el campo transversal de la cultura posibilita la interacción entre agentes y actores de características muy diversas como artistas, activistas culturales, *policy makers*, empresarios, representantes del sistema financiero, fundaciones, etc.

7) Cultura y creatividad como fondo sistémico de la innovación

La investigación que vincula las industrias creativas y la innovación, entendida tanto en el sentido más restringido como en el más amplio, se encuentra todavía en una fase inmadura. Hay dos líneas principales de investigación: una se centra en la innovación de las industrias creativas y sus impactos sobre el resto de la economía. Es evidente que los efectos de interacción entre sectores diversos no sólo se dan para las industrias creativas, pero es plausible que en las ACC estos efectos sean más relevantes. Las ACC generan innovaciones en cascada en los sectores de servicios y las manufacturas, y es a través de estas fertilizaciones cruzadas que la creatividad afecta indirectamente a la economía de la innovación en general, contribuyendo al crecimiento económico.

Por otra parte autores como Jason Potts (2012), de una manera más holística, defienden que las actividades culturales y creativas son el substrato sistémico de los procesos de innovación en el ámbito económico, político-institucional y en el social. En consecuencia la densidad de las actividades culturales y creativas determina de manera global la capacidad de innovación de un determinado territorio.

EL PATRIMONIO COMO RECURSO SOSTENIBLE. ALGUNAS VENTAJAS

El patrimonio cuenta con algunas ventajas respecto a otros sectores culturales y creativos, ya que, especialmente a partir de 2004 y hasta la llegada de la crisis, el sector del patrimonio ha pasado de suponer 452 millones de euros en términos de VAB, a significar 1232 millones de euros, es decir se ha multiplicado por 2,7. La participación del subsector del patrimonio en el sector de la cultura se ha duplicado pasando de un 2% a un 4%. La tasa promedio anual entre 2000 y 2008 de crecimiento del empleo en el sector del patrimonio supera al 8%, muy por encima de la tasa del conjunto de los sectores culturales (1,8%). Además, el patrimonio es el sector cultural que más trabajo requiere por unidad de riqueza generada. Se trata del sector cultural más intensivo en trabajo. En 2008 cada 100.000 euros de PIB creaban en el sector del patrimonio 2,7 trabajos equivalentes a tiempo completo mientras que sólo creaban 2,1 en el conjunto de los sectores culturales.

Desde el punto de vista territorial también hay que considerar que las inversiones económicas realizadas sobre el patrimonio son difícilmente deslocalizables. Las intervenciones sobre el patrimonio también pueden

tener un efecto redistributivo ya que territorios relativamente menos ricos, como Andalucía y Extremadura, cuentan con una dotación elevada (por habitante) de elementos patrimoniales. Por el contrario CCAA como Madrid o País Vasco están por debajo de la media en dotación de capital patrimonial. El patrimonio como generador de actividades económicas sirve no sólo para equilibrar situaciones de desarrollo entre comunidades autónomas sino, incluso dentro de las comunidades autónomas, entre las zonas de costa y las zonas del interior.

Por otra parte, la existencia de patrimonio en un determinado territorio está fuertemente correlacionada con el gasto total de los turistas internacionales. Para el caso español, junto con las infraestructuras, la existencia del patrimonio es lo que le otorga mayor competitividad al sistema turístico. Al contrario que en otros hábitos culturales, la crisis ha reforzado tanto el interés por el patrimonio como su consumo. El 40% de los ciudadanos ha visitado un monumento en el último año, mientras que otros tipos de hábitos culturales como asistir al teatro, conciertos de música, asistir al cine o visitar galerías de arte o museos han descendido.

La expansión exponencial de la formación relacionada con el patrimonio está aportando un nutrido grupo de egresados que no sólo forzarán la ampliación de las actividades profesionales del patrimonio sino que con sus niveles de formación aportarán innovación e inteligencia a las actividades del sector.

Al contrario que en otros ámbitos de las políticas culturales, donde la parte principal del gasto la ejecutan en primer lugar las corporaciones locales y, en segundo lugar, las CCAA, en el caso de la preservación del patrimonio, el gobierno central resulta un actor relevante en la proporción global de los recursos. Es, además, la administración que mayor proporción del presupuesto total dedica a las inversiones reales –el 43%–, y es por ello que puede ejercer un papel de liderazgo.

Cabe señalar que el sector del patrimonio ha sido tractor de innovaciones tecnológicas en el ámbito de la identificación y protección, en la conservación preventiva, en la restauración, en la difusión y divulgación, y en los propios modelos de gestión del patrimonio.

Asimismo, numerosos estudios empíricos evidencian la importancia del patrimonio construido en la articulación del sentimiento positivo de identidad territorial, que a su vez se conforma con uno de los elementos más relevantes para el bienestar individual.

Concluyendo, podemos afirmar que tanto desde el punto de vista de la demanda (mayor interés de la ciudadanía y mayores niveles de asistencia), como de la oferta (mayor cantidad de bienes BIC, salto tecnológico, creciente cantidad de profesionales formados en aspectos relacionados con el patrimonio), las tendencias apuntan a que el sector de patrimonio va a seguir en la próxima década mostrando un dinamismo diferencial.

En este contexto, las políticas públicas adquieren una responsabilidad estratégica (Rausell, 2007), dada la relevancia del patrimonio en el desarrollo de una región, su capacidad de tracción de procesos de innovación, sus efectos sobre el bienestar individual y colectivo, y su contrastada vinculación con los niveles de riqueza.

También en este sentido, al contrario que en otros ámbitos de las políticas culturales, la importancia –en términos presupuestarios, pero también de orientación estratégica–, de las acciones de la administración general del Estado, supone la posibilidad de asumir un liderazgo activo desde esta administración.

LA ACCIÓN PÚBLICA Y LA PARTICIPACIÓN EN LA DEFINICIÓN DEL PATRIMONIO

Como señalan numerosos autores, no cabe duda que, dadas las características de los bienes patrimoniales, tiene lógica que la provisión sea principalmente pública. Así, cabe reseñar que la decisión de proteger el patrimonio en entornos colectivos, es decir la decisión que se deriva de la lógica de la acción pública, es una decisión doblemente económica. En primer lugar toda sociedad, en términos teóricos, debe decidir qué parte de sus recursos se destina a la protección del patrimonio existente. Y esta decisión ya supone un dilema social, ya que toda elección tiene un coste de oportunidad. Es evidente que los recursos utilizados no pueden satisfacer simultáneamente a ningún otro tipo de preferencias colectivas.

El segundo nivel de decisión, una vez destinados el montante global de recursos, consiste en acordar qué bienes y servicios patrimoniales de todos los posibles merecen la recuperación, la preservación, la conservación o la recreación y en qué grado. El conjunto de bienes patrimoniales es un magma conceptualmente impreciso y potencialmente infinito y, por tanto, imposible de acotar. Al mismo tiempo las intervenciones pueden ser de múltiples facturas, desde el simple acondicionamiento para evitar su ruina, hasta la

creación de entornos arquitectónicos de excelencia, y por tanto los recursos “necesarios” se pueden estirar también casi hasta el infinito. Además hay que considerar que, como todas las decisiones de intervención pública, las políticas tienen no solo costes en términos de oportunidad sino que implican cambios relevantes desde el punto de vista asignativo y redistributivo. Una sociedad actual y dinámica debe ser consciente del valor que tiene su patrimonio histórico, valor que vendrá reflejado por un lado en el valor intrínseco que tiene *per se*, derivado del valor artístico otorgado por el tiempo y la historia; en segundo lugar su originalidad, que viene reflejada en la singularidad del bien, su antigüedad y el grado de conservación, elementos capaces de decantar nuestra preferencia por uno u otro bien; la mayor o menor carga afectiva que imprime determinado bien sobre la sociedad en la que se ubica; y por último, el valor añadido que genera sobre el territorio y que se materializa en los posibles usos públicos o privados que se le pueden asignar al mencionado bien (Rausell y Carrasco, 1999). Estas características son perfectamente medibles y deben contar a la hora de decidir nuestras preferencias colectivas. Sin embargo, a pesar de que somos capaces de racionalizar el origen del valor de los bienes patrimoniales nos resulta absolutamente imposible determinar un baremo inequívoco que sea capaz de jerarquizar ni tan sólo ordinalmente el valor de los bienes patrimoniales.

Así, ante situaciones concretas de decisión sobre qué bienes intervenir y en qué magnitud, surge la cuestión de quiénes son los agentes que determinan esa jerarquización. Las dos posiciones extremas son que el criterio sea establecido por disquisiciones y valoraciones de personas o comisiones técnicas o, por el contrario, que sean los ciudadanos –propietarios de los recursos escasos–, los que determinen como ordenar en valor esos bienes patrimoniales. Naturalmente entre estos dos extremos (decisión tecnocrática extrema, decisión democrática extrema) cabe ubicar posiciones intermedias donde la valoración sea coparticipada en mayor o menor grado. Defendemos por tanto la necesidad de que en entornos democráticos informados hay que reducir el sesgo extremadamente conservacionista de la filosofía que informa a las políticas de protección del patrimonio y aumentar la capacidad de los ciudadanos de decidir cómo construyen su entramado simbólico y la flexibilidad para dotar a los bienes patrimoniales de elevado valor añadido social. Esta defensa, sin embargo, solo se puede sustentar si la política patrimonial incorpora mecanismos que permitan una participación más activa de los ciudadanos en las decisiones.

Lo que determina el nivel de participación ciudadana en la protección del patrimonio es el grado de conexión entre los usuarios/demandantes/beneficiarios de bienes y servicios ligados a los bienes patrimoniales y los agentes públicos o privados, que toman decisiones y asignan recursos sobre la protección del patrimonio. Es cierto que en las democracias representativas existe de alguna manera esa participación al ser los ciudadanos los que eligen a sus representantes en función de las propuestas de actuación política. Y esto es cierto también para la política de protección de patrimonio. Sin embargo la relativa marginalidad de las políticas de protección del patrimonio en el conjunto de la actuación pública hace que esta aproximación teórica tenga poca virtualidad real. Así, salvando este modo de participación débil, en la realidad española podemos entender que se participa en la protección del patrimonio, especialmente a nivel local, a través de instituciones y organismos como los Centros de Estudios territoriales, los Talleres de Historia o instituciones similares, las fundaciones o asociaciones culturales orientadas a la preservación del patrimonio, así como a través de las movilizaciones o movimientos puntuales de defensa de elementos patrimoniales concretos sujetos a amenazas. Es evidente que el grado de democratización alcanzado, en el caso de las asociaciones, fundaciones y los movimientos ciudadanos puntuales, dependerá de las dimensiones de las organizaciones implicadas y su arraigo en el conjunto de la ciudadanía.

Desde esta perspectiva, tal como señala Montagut (2004), estas instituciones pueden considerarse como los gestores del criterio colectivo frente a los intereses estrictamente de mercado y los fallos del sector público. A esta visión, relativamente ingenua, cabe el matiz de recordar que finalmente dichas instituciones responden también a los intereses de unas minorías no necesariamente representativas que, aunque no muestren intereses económicos directos, sí que responden a un conjunto de individuos al menos emocionalmente implicados en los bienes patrimoniales que defienden y valorizan, por lo que finalmente pueden ser considerados grupos de interés con la intención de capturar los beneficios (simbólicos, afectivos, e incluso en algunas ocasiones también económicos) de la intervención pública. En este sentido puede que tampoco las decisiones públicas respondan a óptimos socialmente paretianos, es decir, que mejoren la situación de los que valoran el patrimonio sin perjudicar a algún tercero.

Para superar la dificultad planteada en los párrafos anteriores podemos recurrir a las técnicas de valoración que nos ofrece la Economía como Ciencia Social. La teoría de los bienes públicos nos resuelve una primera cuestión al afirmar que debemos destinar recursos a la protección del patrimonio hasta el punto en el que el beneficio social marginal sea inferior al coste marginal de proveer dicho bien público. Es evidente que para utilizar este marco de análisis debemos ser capaces de estimar los costes y los beneficios de la preservación de los bienes patrimoniales. Y este no es evidentemente un trabajo sencillo.

Las técnicas más habituales para valorar los bienes simbólicos provienen de técnicas desarrolladas en el ámbito de los bienes medioambientales. Sin resultar prolijos, dado que la literatura existente es muy amplia, podemos decir que existen dos perspectivas instrumentales diferentes (y quizás con finalidades distintas): los estudios de impacto económico de los bienes culturales y los estudios de disposición a pagar (o a recibir).

a) Los estudios de impacto económico son análisis que implican la existencia de una relación causa efecto entre la intervención sobre determinado bien cultural y sus impactos económicos directos o indirectos en términos de renta y ocupación. Nos dan una medida del valor de intervención a partir de sus consecuencias. Por razones técnicas y metodológicas los estudios de impacto económico han presentado algunas deficiencias y por ello, desde mediados de los años 90, algunos autores han mostrado sus reservas sobre la utilidad de algunos de estos estudios. En estos momentos, sin embargo se está planteando una metodología menos simplista de manera que evalúen (es decir “cuenten”) también las contribuciones sobre los efectos en el capital social, las mejoras en la construcción de comunidades, la contribución al cambio social y la conciencia pública, etc. (Reeves, 2002).

b) Los estudios sobre la disponibilidad a pagar consisten en aproximaciones en las que se trata de averiguar cuánto están los ciudadanos dispuestos a pagar (es decir cómo valoran) por la preservación de los bienes patrimoniales. Dado que no existen mercados amplios y profundos sobre la mayoría de los bienes patrimoniales, especialmente en aquellos con características de bienes públicos, estos métodos de cálculo se desarrollan a través de técnicas indirectas. Aunque estas técnicas están en pleno desarrollo, las más utilizadas son la técnica de valoración contingente (preguntando a través de cuestionarios realizados a una muestra de la población implicada cuánto estarían dispuestos a pagar por la preservación o recuperación de un determinado

bien, y simulando por tanto la contingencia de un mercado), la del cálculo de los precios hedónicos (calculando a través del incremento de los precios de los bienes y servicios asociados a dicho bien patrimonial, por ejemplo la vivienda), y la del cálculo de los costes de desplazamiento (donde los investigadores tratan de calcular la valoración del bien patrimonial a partir del dinero que los ciudadanos están dispuestos a pagar por visitar el bien en cuestión, que básicamente son el coste del transporte y el coste del acceso).

Todas estas técnicas muestran naturalmente dificultades prácticas y algunas complicaciones metodológicas y conceptuales. Quizás la valoración contingente como ejercicio de sondeo muestral, *ex ante*, en caso de que esté bien diseñado, aparece como la mejor herramienta que profundiza el calado participativo de la preservación del patrimonio. Aun así, todas estas técnicas nunca deben ser aceptadas con criterio acrítico para tomar decisiones que finalmente hubieran de ser resultado de consensos colectivos. La aproximación económica debe ser entendida como mecanismo de revelación de preferencias sobre valores como el desarrollo artístico, educativo o social en contextos donde esto es un procedimiento difícil. Y esta circunstancia ya es un modesto avance en un marco que tradicionalmente se ha mostrado refractario a cualquier reflexión sobre el origen y la naturaleza de los valores de los bienes patrimoniales y que, por tanto, ha forzado mecanismos de decisión que bajo supuestos criterios técnicos se ha movido en márgenes arbitrarios y opacos.

LAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS LIGADAS AL PATRIMONIO

La voluntad de “proteger el patrimonio” puede ser una loable intención, pero para que su materialización sea efectiva, implica una secuencia bastante compleja de decisiones. En primer lugar valga la aproximación conceptual de Xavier Greffe que afirma que el patrimonio puede considerarse como un conjunto de servicios de “fronteras cambiantes y calidad variable” que son producidos por el sector público, los propietarios privados, y los agentes territoriales (públicos o privados) que muestran interés por los elementos patrimoniales, en un entorno normativo fijado por el Estado. La producción de patrimonio depende por tanto de la agregación y la interacción de decisiones de producción, estáticas o no, de cada uno de los agentes tomadas a priori, y de forma independiente (Greffe, 2003).

De esta consideración nos interesa resaltar que la propia “producción de patrimonio” es un proceso de construcción social en el que entran en juego

tanto agentes públicos como privados o del denominado tercer sector y que su éxito depende de la agregación de decisiones de agentes diversos con motivaciones y perspectivas distintas. Para que algún elemento se pueda considerar adecuadamente como patrimonio tiene que cumplir con algunas de las características de los *cultural commons*. Éstos son los contenidos simbólicos ubicados en un tiempo y en un espacio –ya sea físico o virtual– y compartidos y sentidos por una comunidad cohesionada socialmente. Algunos ejemplos son: la imagen cultural de una ciudad, una lengua, el paisaje conformado por una ermita protagonista de una romería, la marca de vino de una denominación de origen, un movimiento artístico, los contenidos “wiki” generados por la comunidad de usuarios “amantes de los castillos” en la web o los conocimientos tradicionales de las comunidades indígenas.

También la mayoría de los bienes culturales patrimoniales, tanto si su titularidad es pública o privada, se caracterizan por la no rivalidad en el consumo, la dificultad en aplicarles principios de exclusión o la capacidad de generar efectos externos positivos. Es decir, se trata de bienes con carácter de bienes públicos. Y la valorización de éstos resulta de complejos procesos sociales.

En algunos casos, la producción y la generación y la apropiación del valor patrimonial sigue la lógica del mercado, y la magnitud de este valor dependerá de las posibilidades de materializar bienes y servicios con valor de mercado derivados del uso del bien patrimonial.

En otros casos, los procesos de generación de valor se basarán en mecanismos de interacción de agentes dinámicos de la sociedad civil que prestan atención a los sentidos o significados de los bienes patrimoniales y les otorgan funciones en el ámbito de la cohesión social, el sentido de identidad y pertenencia.

Y finalmente, en otros casos, la valoración y la apropiación se articulan a través de mecanismos de intervención colectiva por medio de la lógica de la acción pública. O también se puede dar el caso de que se combinen en distintas cuotas las tres lógicas descritas en los párrafos anteriores.

Si tratamos de atender a la dimensión de las actividades económicas ligadas al patrimonio, podemos considerar desde la perspectiva de la oferta las siguientes: 1) En primer lugar, tenemos aquellas actividades relacionadas con la gestión de monumentos y sitios históricos, museos y archivos, por parte de las Administraciones Públicas, así como las actividades de gestión de las artes

plásticas. 2) Un segundo conjunto de actividades son las relacionadas con la explotación de la red de Paradores, que constituyen una actividad singular de hostelería de titularidad pública. 3) Seguidamente, tratamos de contar con aquellas actividades de regulación que conforman los organismos correspondientes a la certificación, tutela y control de los activos patrimoniales. 4) Para completar la dimensión pública de las actividades económicas, nos referiremos a las actividades de enseñanza relacionadas con el patrimonio, como las escuelas de arte y las de artes plásticas. 5) En quinto lugar contemplamos aquellas actividades privadas sobre patrimonio, museos y archivos. 6) Y las actividades de lo que podríamos denominar el tercer sector, como fundaciones y asociaciones culturales. 7) Seguidamente, las actividades de las empresas privadas cuya actividad principal es la arqueología, la rehabilitación o la museografía, el transporte y la custodia, y que se conforman como proveedores tanto del sector público, privado o del tercer sector. 8) En el siguiente conjunto de actividades referimos a todas aquellas relacionadas con el mercado del arte y las antigüedades, 9) Las enseñanzas privadas relacionadas con las artes y las artes plásticas, y 10) la artesanía.

Desde la perspectiva del acceso y disfrute podemos incorporar también las actividades y servicios turísticos relacionados con el patrimonio, bien los tradicionales como el alojamiento o la restauración, o bien aquellos servicios como guías, servicios de comunicación, interpretación y didáctica (figura 1).

LAS PERSONAS OCUPADAS EN EL SECTOR DEL PATRIMONIO

Determinar el número de personas trabajadoras en los sectores culturales relacionados resulta un ejercicio bastante complejo, dadas por una parte las diferentes aproximaciones sectoriales, la no existencia de un consenso definitivo sobre la definición del campo “patrimonio” y la difusa concreción sobre las actividades económicas que se derivan de su existencia. Por todo ello, resulta necesario establecer unos criterios envolventes que permitan dibujar una serie de escenarios que van de menos a más. Desde el punto de vista de la disponibilidad de las estadísticas, la Clasificación Nacional de Actividades Económicas, nos da una aproximación bastante ajustada de aquello que podríamos denominar el núcleo indiscutible de aquellas profesiones que tienen que ver con el patrimonio (tabla 1).

Con esta clasificación podemos obtener la evolución de la ocupación desde el año 2000 a partir de los datos de la EPA. Si comparamos la evolución

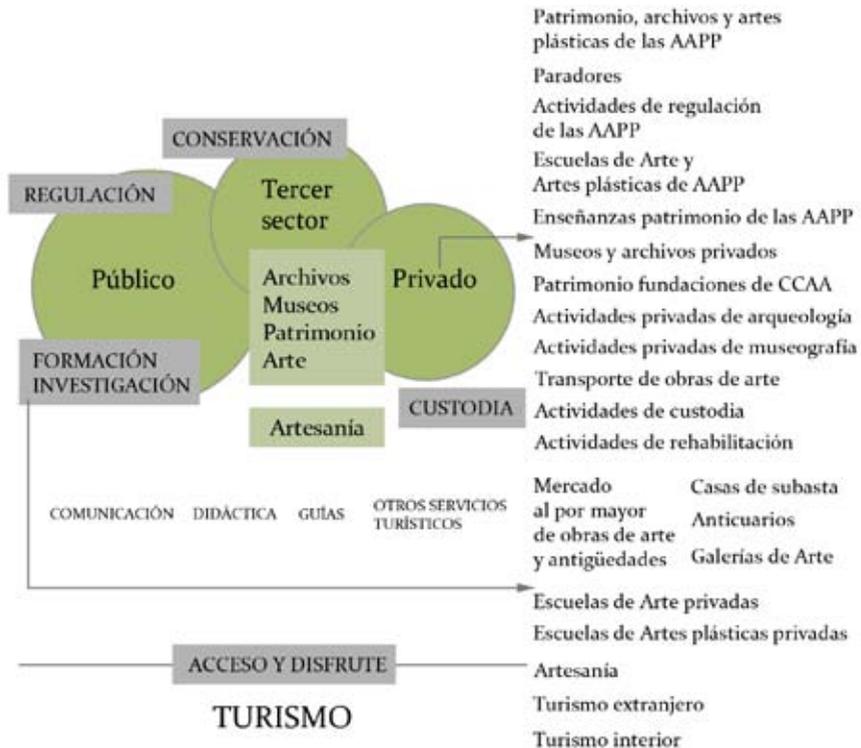


FIGURA 1. Mapa conceptual sobre las actividades económicas vinculadas al patrimonio.

Actividades artísticas, recreativas y de entretenimiento	
Grupo	910 Actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales
Clase	9101 Actividades de bibliotecas y archivos
	9102 Actividades de museos
	9103 Gestión de lugares y edificios históricos
	9104 Actividades de los jardines botánicos, parques zoológicos y reservas naturales

TABLA 1. Actividades relacionadas con el patrimonio según la Clasificación Nacional de Actividades Económicas.

del sector de bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales con la evolución de otros sectores culturales y con el total de la ocupación desde el primer trimestre de 2008, para observar los diferenciales de la crisis, podemos comprobar que las tendencias son casi simétricas respecto al sector de otras actividades artísticas. Hay dos fases bien diferenciadas: la primera hasta el segundo trimestre de 2009, donde el deterioro es notablemente superior a la media de la economía, luego se observa una recuperación que se ajusta a la dinámica media de la economía, y es a partir del tercer trimestre del 2011, cuando se produce un creciente deterioro que supera ampliamente la tendencia del resto de la economía, pero ahora de manera paralela a otras actividades de creación y artísticas. A partir del primer trimestre de 2012 se puede observar una discreta recuperación que se trunca en el último trimestre, con una pauta que de nuevo se repite en el año 2013 (figura 2).

Durante el período considerado, las personas ocupadas en el sector del patrimonio suponen el 0,22% de promedio del total de ocupados. Si tratamos de comparar los datos para 2009 con algunos otros países europeos, podemos observar que la posición de España resulta relativamente modesta según los parámetros europeos.

Desde una perspectiva más ampliada podemos alcanzar hasta el 1,9% de los ocupados en 2008, incluyendo los ocupados del sector turístico que se pueden imputar de forma más directa a la existencia de elementos relacionados con el patrimonio (museos, sitios patrimoniales, espacios históricos, etc.) (tabla 2).

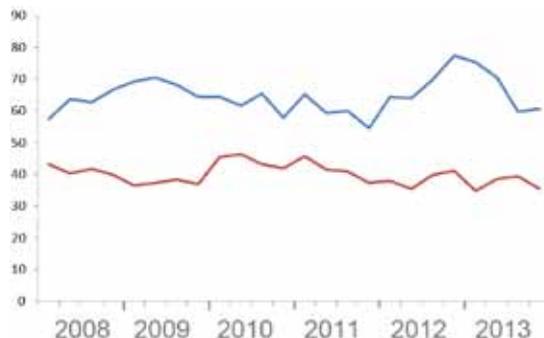


FIGURA 2. Activos por ramas de actividad (en miles) del periodo 2008-2013. Arriba las actividades de creación, artísticas y espectáculos. Abajo las actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales. Fuente EPA.

Actividad Sector	VAB M€	OCUPADOS
1.1. Patrimonio histórico-artístico de las AAPP	578,5	16.496
1.2. Archivos de las AAP	156,7	4.469
1.3. Artes plásticas de las AAPP	26,3	750
2. Paradores	168,1	4.795
3. Actividades de regulación de las AAPP	78,6	2.242
4.3 Enseñanza de Patrimonio de las AAPP, artes y artes plásticas	393,5	11.223
5.1 Archivos privados	99,4	2.833
5.2 Museos privados	366,7	10.458
6. Actividades sobre el patrimonio de las fundaciones de las Cajas de Ahorro y sus Obras Sociales	156,9	4.473
7.1 Actividades de Arqueología privada	42,0	1.336
7.3 Transporte de Obras de Arte	ND	
7.4 Custodia de museos y bienes patrimoniales	83,6	2.753
7.5 Empresas privadas de rehabilitación del patrimonio	ND	
8.1 Comercio al por mayor de obras de arte y antigüedades	22,7	647
8.2 Anticuarios	12,1	343
8.3 Galerías de Arte	36,6	1.166
8.4 Casas de subastas	ND	
9.1 Enseñanzas privadas de las artes y las artes plásticas	71,6	2.057
10. Artesanía	4.004,0	200.000
11. Turismo (entre el 5% y el 7% del total de los ocupados en el sector turístico se pueden imputar a la existencia directa de Patrimonio)	6796,4	145.852
Total	13093,7	411.817
% sobre el total de PIB y personas ocupadas	1,2%	1,9%

TABLA 2. Personas ocupadas y VAB de las actividades económicas vinculadas a la existencia del Patrimonio (2008). Estimaciones del autor a partir de distintas fuentes.

Las conclusiones que podemos recoger sobre la situación de la ocupación en el sector de patrimonio son: a) se trata de un sector que en función de lo restrictiva que consideremos su definición se mueve en España entre las 30.000 y las 400.000 personas ocupadas; b) en términos comparativos muestra unas cifras bastante discretas respecto a otros países europeos.

Se trata de un conjunto de personas compuesto en dos terceras partes por mujeres, con una edad media que ronda los 40 años y con unos niveles de formación muy elevados. Sus niveles salariales, aún situándose por encima del salario medio en España, aún se encuentran bastante por debajo de lo que corresponde a sus niveles de formación. El reducido dinamismo del mercado de trabajo y la eclosión de la oferta formativa por el tránsito hacia el modelo de Bolonia, augura una creciente producción de oferta laboral, que a corto plazo se va a ver frustrada, ante la imposibilidad de enfrentarse a un nivel de demanda suficiente.

Ya no nos cabe ninguna duda que el patrimonio es un atributo de los territorios que no sólo sirve para satisfacer algunos de los derechos culturales básicos de la ciudadanía, como el derecho a ser o el sentido de la identidad y la pertenencia o el derecho a emocionarse a través de la contemplación y el uso de la belleza, sino que el sector del patrimonio se configura como un nicho de desarrollo profesional con enormes potencialidades. Como ya señalamos en otros textos, parece claro que la dinámica de la ocupación en el sector del patrimonio, está condicionada por la dinámica general de la economía, que en estos momentos muestra notables signos de alarma, ante el proceso continuado de ajustes y consolidación fiscal.

LAS OPORTUNIDADES DE LA DIMENSIÓN LOCAL

El principal agente valorizador del patrimonio en España es el sector público y especialmente las administraciones autonómicas, como podemos observar en las distintas evidencias constatadas. En ellas se puede observar que las CCAA juegan un papel determinante tanto en términos de dimensiones absolutas (suponían más del 60% del gasto público total), como de crecimiento durante la década de los 90. Las estrategias concretas de las CCAA sobre las políticas de protección del patrimonio, devienen así en elementos centrales para explicar las dinámicas de crecimiento de la ocupación en el sector.

Hemos comprobado en los estudios de los casos que hemos realizado en los últimos años (Rausell *et al.*, 2011; Rausell *et al.*, 2012), que intervenciones integrales sobre el sector del patrimonio tienen claros efectos multiplicado-

res considerables, tanto sobre el empleo como en términos de generación de riqueza. Por ejemplo, el estudio de los efectos de la restauración del patrimonio y posterior exposición “Camins d’Art”, realizada por la fundación pública “La Llum de les Imatges” en 2012 en Alcoi, tuvo unos efectos multiplicadores de la riqueza sobre la inversión pública de un 1,06 y de 5,1 sobre el empleo.

Un segundo vector relevante para la evolución de la ocupación en el sector del patrimonio es el desarrollo del turismo cultural. Este tipo de turismo otorga oportunidades al espacio local, ya que habitualmente los elementos patrimoniales muestran una elevada dispersión sobre el territorio, y finalmente todo territorio tiene oportunidades en el proceso de valorizar su patrimonio cultural. Como hemos comprobado en los datos empíricos, el turismo cultural es una de las dimensiones de mayor impacto en el ámbito de la creación de empleo ligado al patrimonio. Resulta indiscutible que el turismo muestra comportamientos mejores que la evolución del resto de la economía. El turismo cultural es una actividad emergente en España, y dados sus determinantes, desde el punto de vista de la demanda, es previsible que estas circunstancias persistan a medio y largo plazo. Estas tendencias van a tener un efecto sobre las capacitaciones profesionales exigidas, de forma que sin duda se incrementará la sofisticación de las herramientas, ya que empezamos a establecer marcos donde los procesos de valorización del patrimonio no sólo han de ser eficaces desde el punto de vista instrumental, sino competitivos en un entorno donde se multiplican las ofertas.

El turismo, y específicamente el turismo cultural, deviene en una de las anclas más sólidas, a corto plazo, para tratar de hacer despegar el crecimiento de las ocupaciones en el sector del patrimonio, pero esta circunstancia empuja también a las profesiones de gestión y valorización del patrimonio hacia una creciente complejidad.

Finalmente, el tercer vector dinamizador del mercado de trabajo, quizás de menor impacto, resulta ser la propia presión que ejercen las propuestas formativas en el ámbito de la gestión cultural del patrimonio. En este sentido, la oferta formativa no sólo funciona como estrategia reactiva a las demandas del mercado, sino que se origina por lógicas diversas y los “formados” constituyen un elemento capaz de generar su propia demanda, cumpliendo la *Ley de Say*. Esta circunstancia puede ser especialmente relevante en aquellas CCAA de dimensiones reducidas, y con mercados de trabajo relacionados con la gestión cultural, muy estrechos pero con ofertas formativas dinámicas. El

modelo formativo, por tanto, no va a ser neutral y resulta esencial incorporar aquellas capacidades que tienen que ver con la eficiencia en la gestión de los proyectos. Para que cuajen estas posibilidades resulta necesario transformar, modificar y mejorar todas aquellas variables que afectan a la propensión al emprendimiento. Es necesario buscar mecanismos específicos de intervención que mejoren las posibilidades de financiar proyectos de emprendimiento alrededor del patrimonio, pero también resultará clave simplificar procesos burocráticos y alejarse de posiciones excesivamente reglamentistas, así como utilizar metodologías que permitan aproximarse al valor colectivo de los bienes patrimoniales.

A MODO DE CONCLUSIONES

No nos cabe ninguna duda de que es posible articular procesos de desarrollo local basados en la valorización de elementos patrimoniales. Los bienes patrimoniales por tanto, han de devenir en un conjunto de bienes al servicio de las colectividades en las que se asientan y para ello es necesario relajar algunos de los principios filosóficos sobre los que fundamenta la legislación relativa a la preservación del patrimonio. Hemos de reconocer que los bienes patrimoniales (es decir sus contenidos materiales, simbólicos y sus usos) son un recurso que nos pertenece como fruto de un proceso de construcción social y sobre los que tenemos el derecho de conservarlos, pero también de reinventarlos, recrearlos e incluso llegado el caso, en procesos democráticos y participativos, de amortizarlos.

Todo ello concuerda con los nuevos paradigmas de desarrollo local y rural propuestos ya desde hace más de un lustro por la OCDE: promoviendo la diversificación productiva, impulsando la cooperación interterritorial, redefiniendo los modelos de gobernanza y basando la sostenibilidad de los modelos locales en el aprovechamiento de los recursos propios.

Es de esperar en el futuro inmediato un menor protagonismo público en el ámbito de la gestión del patrimonio. Se acaba un modelo tradicional de gestión del patrimonio financiado por el sector público y basado en uso museístico de los recursos patrimoniales, por lo que es previsible, por una parte, la extensión de las demandas de nuevos modelos de participación ciudadana, y de manera paralela, una mayor presencia relativa del capital privado. Para afrontar estos nuevos retos se requiere una mayor democratización de la definición de patrimonio. Se acaba también el modelo de definición del

patrimonio supuestamente técnico/político y obliga a nuevos modelos de gobernanza. Y finalmente se requiere una regulación sensata.

Los estudios valoración económica pueden contribuir a la generación de información necesaria que pueda nutrir un rico debate social, pero hay que tener en cuenta que estos ejercicios no son meramente técnicos. Y nada impide que los colectivos ciudadanos participen en la decisión de qué se cuenta y cómo.

“Contar” permite expresar valoraciones, otorgarles consistencia lógica, ordenar y centrar debates sociales, aportar información para posicionarse como ciudadano... y esto se puede hacer sobre el ámbito de los bienes patrimoniales. No se trata por tanto de poner precio a los bienes simbólicos, tal como destacan algunas críticas a una aproximación económica malentendida, sino de establecer mecanismos que posibiliten a los ciudadanos expresar sus valores y que serán finalmente el resultado de una compleja relación entre los individuos, las apreciaciones de los expertos, la visibilidad social y simbólica de los bienes en cuestión y de muchos otros factores. Pero este ejercicio de explicitación y auto explicitación de las preferencias construye marcos de interacción social donde la información deviene un elemento esencial y que obliga a la reflexión sobre la construcción de nuestros propios valores. Las técnicas de valoración económica de los bienes patrimoniales se convierten así en un ejercicio pedagógico que nos revela el trasfondo de nuestras jerarquías de valoración simbólica. Si además estos resultados se difunden de manera transparente y amplia, enriquecen notablemente las posibilidades de un debate social que resulta mucho más relevante de lo que pudiera parecer en un principio, ya que en definitiva nos permite tomar posiciones sobre decisiones que afectan al andamiaje de nuestra cosmología simbólica.

AGRADECIMIENTOS

Este artículo propone una transcripción actualizada, amplia y de síntesis de las conferencias pronunciadas en el Museo de Prehistoria de Valencia en el marco de las Jornadas de Reflexión sobre el Patrimonio Arqueológico, Desarrollo y Turismo, celebradas en Valencia en diciembre de 2012 y en las X Jornadas de Recerca Històrica de Menorca de noviembre de 2012. Las investigaciones que sustentan las afirmaciones son fruto de la ayuda financiera del Ministerio de Economía y Competitividad, Plan Nacional de I+D+i 2008-2011 (proyecto CSO2012-39373-Co4-3).

BIBLIOGRAFÍA

- De Miguel B., Hervás J. L., Boix R., De Miguel M. (2012): The importance of creative industry agglomerations in explaining the wealth of European regions, *European Planning Studies*, 20 (8), 1263-1280.
- Florida, R. (2002): *The Rise of Creative Class*. Basic Books, Nueva York.
- Grefre, X. (2003): *La valorisation économique du patrimoine*. Ministère de la Culture et de la Communication. DEPS, Collection Questions de Culture. La documentation française, París.
- Hawkes, J. (2001): *The Fourth pillar of Sustainability: Culture's Essential Role in Public Planning*, Cultural Development Network, Melbourne, Victoria.
- Lucas, R. E. (1988): On the Mechanics of Economic Development, *Journal of Monetary Economics* 22, 3-42.
- Montagut, J. (2004): Economía Social y Patrimonio. La Historia continúa. En E. Sánchez, P. Rausell (eds.), *Rehabilitación, patrimonio y participación*. Fundación Pere Compte. Valencia, 17-42.
- Potts, J. (2012): Creative industries and innovation in a knowledge economy. En D. Rooney, G. Hearn, T. Kastle (eds.), *Handbook on the Knowledge Economy*. Vol II. Edward Elgar, 193-203.
- Power, D., Nielsen, T. (2010): *Priority Sector Report: Creative and Cultural Industries*, European Cluster Observatory.
- Rausell, P. (2007): Les politiques de patrimoine en Espagne. En L. Bonet, E. Négrier (dirs.), *La politique culturelle en Espagne*, Karthala, París, 123-146.
- Rausell Köster, P., Carrasco Arroyo, S. (1999): El Patrimoni Industrial de Sagunt: Un Factor Possilbe de Desenvolupament Territorial. En X. Revert (comis.), *Reconversión y revolución. Industrialización y Patrimonio en el Puerto de Sagunto*, Universitat de València, Valencia, 83-90.
- Rausell P. (dir.), Abeledo et al. (2012): *Culture as a factor for Economic and Social Innovation*. Report Tome 01 Sostenuto Project.
http://www.uv.es/soste/pdfs/Sostenuto_Volume1_ENG.pdf
 [Consultado el 27 de mayo de 2014]
- Rausell, P. (dir.), Marco, F., Montagut, J. (2011): Impacto y dimensión económica del Museo Nacional de Cerámica y Artes Suntuarias 'González Martí'. ECONCULT. Universitat de València, *Revista MUSEOS.es* núm. 7-8, 232-253.
- Rausell, P. (dir.), Montagut, J., Marco, F. (2012): Propuesta de viabilidad para la Unidad Museística Ene.Térmica. ECONCULT. NIMEO. Universitat de València.
- Reeves, M. (2002): *Measuring the economic and social impact of the arts: a review*. Arts Council of England, Londres.

La sostenibilidad económica de los proyectos de desarrollo local basados en el patrimonio

Romer, P. M. (1986): Increasing Returns and Long run Growth, *Journal of Political Economy* 94, 1002-1037.

Sen A. (1999): *Development as Freedom*. Oxford University Press, Oxford.

PATRIMONIO ARQUEOLÓGICO *IN SITU*: DESARROLLO Y TURISMO

Javier Solsona Monzonís y Elisa Rico Cánovas

EL TURISMO EN LA COMUNITAT VALENCIANA

El turismo se constituye en un sector estratégico para la Comunitat Valenciana como demuestra el hecho de representar el 12,6% del producto interior bruto y el 13,4% del empleo total, en torno a 270.000 puestos de trabajo (Exceltur, 2011), cifras que se corresponden con las de un destino turístico de primera magnitud. Se trata del tercer destino en España en cuanto a demanda interna y el quinto en lo que se refiere a la demanda extranjera, datos que evidencian su auténtica relevancia, más si se considera que España es un destino líder a nivel mundial, situándose como el segundo destino en cuanto a ingresos por turistas tras los Estados Unidos, y el cuarto en cuanto a número de viajeros recibidos.

La oferta turística de la Comunitat Valenciana cuenta con una gran capacidad de acogida, alcanzando los alojamientos reglados las 375.000 plazas (tabla 1), destacando especialmente la oferta hotelera y de apartamentos turísticos, a lo que hay que sumar el gran volumen de segundas residencias que asciende, según el censo de población y vivienda de 2011 (INE, 2013), a 655.137, lo que representa en torno a 2,5 millones de plazas disponibles en esa tipología de vivienda.

También destacan los establecimientos de restauración, con un total de 14.656 unidades de negocio, así como un importante volumen de agencias de viajes, que rebasan las 1.300 sucursales y una amplia red de oficinas de información turística con cerca de 200 delegaciones a lo largo del territorio, entre otros muchos otros servicios turísticos.

Pero además de la oferta como elemento facilitador de la estancia en los destinos turísticos, hay que citar los recursos turísticos con que cuenta el

territorio de la Comunitat Valenciana que actúan como atractivos, entre los que se podría citar –junto a las excelentes condiciones geográficas y climáticas– los más de 260 kilómetros de playas, 22 parques naturales, centros termales e instalaciones de turismo de salud diseminadas por todo el territorio, 40 puertos deportivos, 36 campos de golf, 9 parques acuáticos, además de una amplia red de senderos, centros de congresos, de actividades varias como el buceo, de ocio, cines, teatros y otros atractivos de gran importancia entre los que destacan muy especialmente los bienes patrimoniales: 394 museos y colecciones museísticas y 1.309 monumentos y conjuntos históricos (Observatorio Turístico de la Comunitat Valenciana, 2012b).

	Alicante	Castellón	Valencia	TOTAL
Est. hoteleros	70.996	24.061	35.792	130.849
Campings	27.145	19.223	19.717	66.085
Apartamentos	95.493	44.061	27.779	167.333
Aloj. rural	2.671	4.383	3.919	10.973
TOTAL	196.305	91.728	87.207	375.240

TABLA 1. Oferta Turística de la Comunitat Valenciana en 2011. Fuente: Observatorio Turístico de la Comunitat Valenciana (2012a).

PATRIMONIO Y TURISMO CULTURAL

La Organización Mundial del Turismo (2005) califica como turismo cultural al flujo de personas que se desplaza desde su lugar de residencia para visitar recursos culturales con la intención de adquirir nueva información y experiencias y de satisfacer sus necesidades culturales.

El turismo cultural es uno de los productos emergentes que con más fuerza se está desarrollando en los últimos años en el panorama turístico español. El potencial de recursos patrimoniales permite servir de base a este creciente desarrollo. De este modo, patrimonio y turismo cultural son dos realidades íntimamente ligadas que, aunque no siempre con intereses comunes, se desarrollan de forma dependiente.

El patrimonio no es algo que existe por sí mismo, ni los bienes alcanzan la categoría de bien patrimonial por propiedades innatas, sino que su “generación” (y su desaparición) responde a la intervención de diferentes agentes sociales (Grande, 2001). Por tanto, los bienes patrimoniales adquieren valor

en la medida que son apreciados por la sociedad, lo que les convierte en un recurso económico. De esta forma, el patrimonio ha dado origen a la aparición de un nuevo sector, y ha pasado de ser considerado una carga presupuestaria a transformarse en un motor de desarrollo económico y social. Ha cambiado la imagen del patrimonio, de considerarse únicamente por su valor intrínseco ha pasado a ser valorado por su capacidad de generar desarrollo (Throsby, 1997).

Así pues, se da un paso más en la consolidación del patrimonio como elemento básico de un turismo en alza como el cultural, alcanzando ya no sólo la categoría de recurso sino siendo considerado, en su adaptación a los requerimientos del mercado, como un auténtico producto turístico (Hernández, 2004).

Sin embargo, es necesario establecer un equilibrio entre la conservación y la explotación eficaz del patrimonio, motivo por el que la sostenibilidad debe jugar un papel fundamental en esta tipología de producto, ya que facilitará alcanzar modelos turísticos integrados en la economía y en la sociedad, respetuosos con el patrimonio cultural. El turismo debe servir para reforzar la multifuncionalidad y la dimensión social de los lugares patrimoniales, pero hay que asumir que las posibilidades de crecimiento no son infinitas y, por tanto, es necesario, en algunos casos, poner límites (Troitiño, 2007).

Partiendo de esta conceptualización del patrimonio y el turismo cultural, hay que centrarse en el caso específico del producto turístico cultural de la Comunitat Valenciana, que dentro de la estructura de productos planteada por la Agència Valenciana del Turisme en el “Plan Estratégico Global de la Comunitat Valenciana 2010-2020”, se encuentra entre los calificados como “en desarrollo”, la segunda fase entre las tres identificadas en dicho documento como fases del ciclo de vida de los productos turísticos de la Comunitat Valenciana (metodología basada en la propuesta por Butler, 1980) (figura 1).

Los rasgos que hacen del producto cultural un elemento esencial para potenciar el sector turístico son su capacidad desestacionalizadora, el elevado nivel de gasto que caracteriza a la demanda cultural, así como la imagen positiva que proyecta del destino por el conocimiento del patrimonio.

También caracteriza a este producto la complejidad en su gestión, debida fundamentalmente a la necesidad de establecer un equilibrio entre el aprovechamiento turístico y la conservación por una parte y, por otra, de generar un adecuado marco de cooperación y colaboración entre los numerosos agentes que intervienen en su gestión.

Tanto los agentes públicos como privados intervienen o participan con mayor o menor intensidad en dicha gestión. Entre los entes públicos destaca el papel desempeñado por las administraciones públicas, tanto la del Estado –donde entes como Turespaña o el Instituto de Estudios Turísticos realizan una labor fundamental de promoción y análisis del turismo cultural–, como las autonómicas –a través de los entidades de gestión cultural y turística– y locales –a través de la gestión de los propios recursos y actividades de carácter cultural y de la prestación de servicios de diversa índole de influencia directa sobre el desarrollo de la actividad turística. También otros organismos tienen un papel relevante, como son los centros formativos, las universidades o los institutos tecnológicos, entre otros. En la parte privada destacan empresas de alojamiento, restauración, de ocio y recreación, agencias de viajes, empresas de transporte y otros proveedores y prestatarios de servicios.

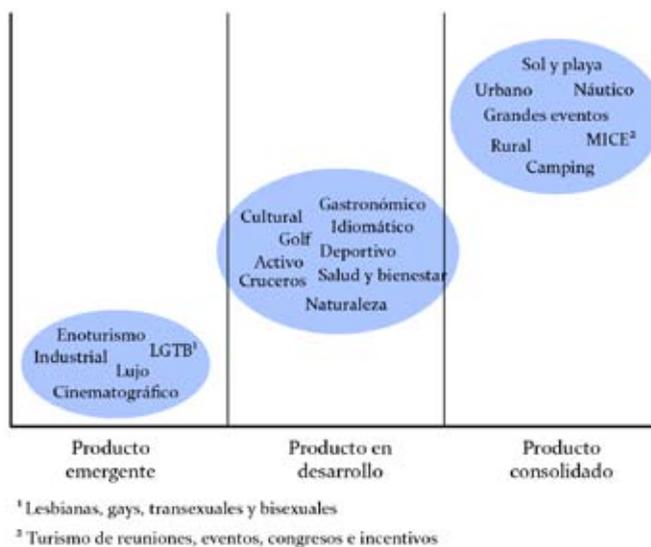


FIGURA 1. Ciclo de vida del producto turístico.

EL TURISMO CULTURAL EN LA COMUNITAT VALENCIANA

En 2011 en España se produjeron más de 100 millones de viajes que incluyeron alguna actividad cultural, 74 millones fueron realizados por españoles y 26,7 por extranjeros (IET, 2012a). La cultura está presente en una gran parte de los

viajes de los turistas en España, especialmente de los realizados por turistas extranjeros. Las visitas culturales se integran en el 47,2% los viajes y los espectáculos culturales en el 11,6% (IET, 2012b).

Los viajes con motivación principal cultural tienen un menor peso. En torno a 15,5 millones de viajes turísticos tienen motivación principal cultural, siendo 52,2% españoles y 47,8% extranjeros. El 14,5% de los viajes de ocio de los residentes en España y el 17,2% de los de los extranjeros tuvo motivación principal cultural (figura 2).

En el caso específico de la Comunitat Valenciana en 2011, 8,9 millones de turistas realizaron visitas culturales durante sus viajes (6,5 millones residentes en España y 2,4 millones en el extranjero). Las actividades culturales son las terceras más habituales para los turistas españoles en la Comunitat, por detrás de las relacionadas con la playa y las compras, si bien la cultura fue la motivación principal del viaje sólo para el 3,8% de los turistas españoles que visitaron la Comunitat Valenciana en 2010 (figura 3).

En general, el turismo cultural –y el patrimonio arqueológico como elemento fundamental que forma parte de dicho producto– genera importantes efectos para el desarrollo de la actividad turística en la Comunitat Valenciana. Además no sólo hay que considerar dichos atractivos como integrantes de un producto específico, como es el caso del turismo cultural, sino también

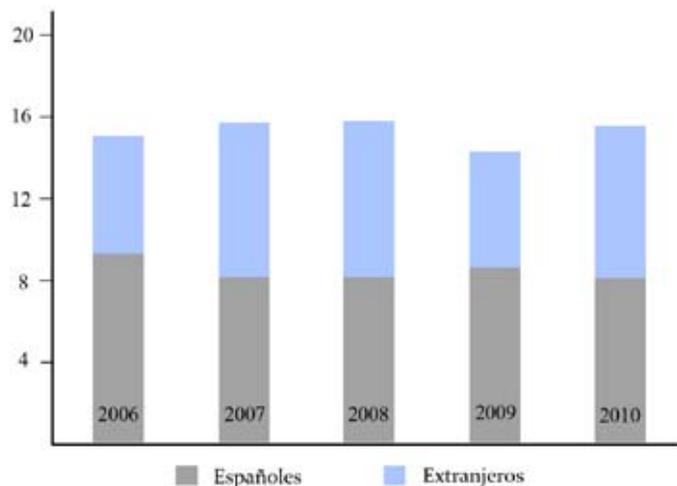


FIGURA 2. Turistas en España con motivación principal cultural (en millones de personas). Fuente: Observatorio Turístico de la Comunitat Valenciana (2013).



FIGURA 3. Actividades realizadas por los turistas españoles en la Comunitat Valenciana. Fuente: Observatorio Turístico de la Comunitat Valenciana (2013).

como uno de los elementos más relevantes para los viajeros que se desplazan por otras motivaciones: disfrutar del sol y la playa, turismo urbano, turismo rural, turismo de naturaleza, entre otros.

Así pues, el turismo cultural y, dentro de éste, el arqueológico, se constituye en alternativa de diversificación del producto turístico global, al tiempo que enriquece la oferta que integra otros productos turísticos. Pero para que todo ello sea posible, es necesario actuar sobre los bienes patrimoniales, adecuarlos y adaptarlos para que puedan ser aprovechados por la demanda turística de un modo racional, que permita al mismo tiempo una correcta conservación de los mismos.

Por tanto, las acciones de ordenación sobre los recursos deben ser coordinadas entre las diferentes administraciones competentes al respecto, tanto desde las administraciones locales como desde las autonómicas o estatales, tanto desde los entes responsables de cultura y patrimonio como desde los responsables de impulsar la actividad turística. En el caso contrario, la falta de ordenación de yacimientos y lugares culturales sólo puede generar una actividad espontánea con los consiguientes problemas de conservación.

Actuar sobre el patrimonio de una forma ordenada puede generar importantes beneficios, la adecuación (o puesta en valor) da importancia a los recursos desde el punto de vista estético, científico, social, político, cultural y económico, dotándoles de relevancia en un plano local, regional o internacional, dependiendo del poder de atracción de los mismos. Además, este aprovechamiento turístico potencia la identidad social con el patrimonio y la historia local.

Sin embargo, no todos los recursos, pese a experimentar un proceso de adecuación, tendrán la misma capacidad de atracción. Su proyección vendrá determinada por su valor intrínseco y por la capacidad de diferenciarse de otros recursos de similares características.

PATRIMONIO ARQUEOLÓGICO *IN SITU*: DESARROLLO Y TURISMO

A partir de los datos comentados anteriormente, podemos afirmar que el turismo es una actividad económica de carácter estratégico para la Comunidad Valenciana. El producto turístico tradicional ha sido y es el producto asociado a los recursos naturales de sol y playa, producto que ha convertido a este territorio en un espacio turístico líder en el contexto del turismo internacional desde la década de los años sesenta del siglo xx hasta la actualidad. Sin embargo, en los últimos años se han producido importantes cambios en el mercado que han llevado a la necesidad de diversificar el producto turístico principal. Los atractivos patrimoniales, culturales y naturales, han adquirido una gran importancia tanto para enriquecer y dotar de mayor valor añadido al producto turístico desarrollado en el litoral valenciano como para generar nuevos productos turísticos asociados a otras modalidades turísticas como el turismo urbano, turismo de naturaleza, enoturismo y turismo gastronómico, turismo rural, etc. Estos cambios en el mercado se imponen desde el lado de la oferta turística inducidos fundamentalmente por los procesos de transformación observados en la demanda. Los viajeros son en la actualidad

más expertos y conocedores del destino seleccionado, al tiempo que exigen mayor especialización para el desarrollo de las estancias vacacionales, en las que el disfrute y el desarrollo de verdaderas experiencias, novedosas y diferenciadas, se convierte en un argumento fundamental para elegir un destino turístico. Por tanto, las nuevas necesidades y requerimientos de la demanda y en consecuencia, la necesaria adaptación de la oferta turística del destino al potencial visitante, ofrece una oportunidad importante para la implementación de procesos de valorización del patrimonio cultural que persigan el objetivo de la gestión patrimonial que incluye, evidentemente, la conservación y difusión de los valores patrimoniales de un territorio. Por otra parte, desde la perspectiva social del turismo, la cultura ha pasado a formar parte del ocio habitual de los individuos. Esto ha llevado a que desde hace unas décadas, se entienda que los visitantes, el público de recursos patrimoniales, sea amplio, heterogéneo y con motivaciones muy distintas en temas y grados de interés, que hacen que un mismo recurso (museo, yacimiento arqueológico, monumento, centro histórico, centro de interpretación, ruta cultural, etc.) sea disfrutado y contemplado desde múltiples perspectivas, tantas como visitantes existen en el patrimonio cultural. Este es el punto de encuentro entre turismo, ocio y patrimonio cultural (Ballart, 2004), una relación estrecha desde los primeros movimientos turísticos en el mundo occidental que se mantiene en la actualidad (Donaire, 2012) y cuyo futuro se augura como esperanzador, fundamentalmente para los propios recursos patrimoniales, que se convierten en los últimos años en objeto de atención para el turista del siglo XXI.

En este contexto es evidente que el patrimonio arqueológico forma parte de la oferta turística de numerosos destinos turísticos en el mundo. Por ello resulta de interés analizar cuál es la relación entre patrimonio arqueológico y turismo, las dificultades que encuentran los recursos arqueológicos para su conversión en producto turístico y la importancia que tiene, para los gestores de productos turísticos patrimoniales, el conocimiento profundo del público, del visitante, del turista en los lugares de interés arqueológico. Por ello centraremos la atención en el papel que desempeña, o puede desempeñar, el patrimonio arqueológico en contextos turísticos, en concreto en el caso de un destino litoral consolidado como la Costa Blanca (Alicante, España), y en analizar las posibilidades de éxito de un producto patrimonial basado en estos recursos tan particulares y cómo se debería ofrecer el valor y el significado de estos elementos al público, un público muy heterogéneo, diverso en

cuanto a motivaciones y perspectivas de visita y que en la inmensa mayoría de los casos no posee el conocimiento necesario para comprender aquello que observa. Se parte del concepto de gestión del patrimonio como un “proceso integral, que implica comprender el trabajo en torno del patrimonio como una cadena o sucesión de trabajos que se inicia con la identificación y la recuperación del registro, continúa con su estudio y valoración, ofrece soluciones a la administración actual de los bienes que lo integran, posibilita su revalorización y rentabilización como recurso cultural y culmina con la difusión” (Martín, 2002). Se trata de poner en contacto el patrimonio con la sociedad. Por este motivo es una gestión cultural mediadora entre dicho patrimonio y la sociedad. De ahí que, a nuestro modo de ver, sea la interpretación del patrimonio la herramienta que puede conseguir transmitir su valor y significado a partir del uso de unas técnicas propias que permitirán que las “piedras hablen”.

EL PATRIMONIO ARQUEOLÓGICO EN DESTINOS LITORALES CONSOLIDADOS

El patrimonio arqueológico forma parte de la oferta turística de numerosos destinos turísticos del ámbito nacional e internacional, hasta el punto que algunos países son identificados por parte del turista como destinos relevantes de arqueoturismo o turismo arqueológico como Perú, Egipto, Jordania, México o Italia (Tresserras, 2004 y 2008). En el caso español, existen comunidades autónomas que incluyen en sus portales oficiales de promoción turística la arqueología como un recurso turístico importante o destacado en el contexto de su oferta turística global. Como se ha podido comprobar en dichas fuentes de información, en la promoción de comunidades autónomas como Castilla-León, Cataluña, Castilla-La Mancha y Murcia¹ por ejemplo, el patrimonio arqueológico adquiere un protagonismo importante en las acciones de promoción de dichos destinos aunque, en la mayoría de los casos, esta visibilidad no corresponda a una gestión turística real de los recursos arqueológicos que son objeto de promoción. En el caso de Murcia, es Cartagena el destino que cabe destacar por su magnífica

¹ <http://www.turismocastillayleon.com>
<http://www.turismocastillalamancha.com/patrimonio>
<http://www20.gencat.cat/portal/site/Patrimoni>
http://www.murciaturistica.es/es/arte_y_cultura
<http://www.cartagenaturismo.es>
[Consultados el 27 de mayo de 2014]

gestión del patrimonio arqueológico en el marco del proyecto Cartagena Puerto de Culturas, a través del cual el turismo se ha convertido en una actividad estratégica para el desarrollo económico de la ciudad, mediante la implantación de procesos de recuperación y musealización de recursos arqueológicos relevantes como el Museo del Teatro Romano o las Termas del Barrio del Foro, entre otros (López, 2004; Ruiz *et al.*, 2005). Por tanto, el nivel de visibilidad promocional no siempre corresponde con el grado de gestión turística del patrimonio arqueológico, un patrimonio que presenta unas características muy particulares por su fragmentación y, en la mayoría de sus registros, por su falta de visibilidad y monumentalidad necesarias para poder realizar sobre ellos una lectura patrimonial en el contexto de una experiencia de ocio. Normalmente la comprensión del patrimonio cultural por parte del público visitante requiere de un proceso de musealización e interpretación intenso para traducir el significado histórico y cultural al público, un público no especializado que no está formado generalmente en patrimonio y que, por tanto, necesita un apoyo informativo e interpretativo de espacios, museos y centros de interpretación que ayuden a desarrollar esta experiencia patrimonial. Esta realidad es compartida por el patrimonio arqueológico, incluso éste por las propias características que lo definen – patrimonio fragmentado, antiguo, artístico (Querol y Díaz, 1996), requiere de actuaciones más profundas que lo hagan comprensible a todo tipo de público. La fragmentación del patrimonio arqueológico supone un obstáculo añadido para su comprensión por parte del público general. Su escaso grado de monumentalidad y atracción formal para el visitante impide una fácil comprensión o identificación como sucede en otros tipos de elementos patrimoniales que son mejor reconocidos por parte del visitante. Así, el patrimonio arqueológico debe ser objeto de procesos de musealización y traducción al visitante con el fin de que éste comprenda aquello que observa, para que pueda valorarlo y posteriormente contribuir a la protección y conservación de estos bienes (Tilden, 2006). El proceso de musealización variará en función del grado de conservación de los recursos arqueológicos, pero su fin último es alcanzar la máxima accesibilidad física e intelectual. Este proceso debe incorporar al público como elemento fundamental de la actuación cuyo objetivo es hacer accesible física e intelectualmente el contenido y resultado científico al público (Espinosa, 2006). En palabras de Ruiz Zapatero (2012: 35): “No hay un tipo de público

general sino que siempre tratamos con distintos públicos, que a su vez tienen diferentes capacidades, distintos intereses y una gran diversidad de posibilidades de acceder al pasado”.

Por ello, tomamos como referencia la definición de gestión del patrimonio arqueológico de Querol y Martínez (1996) como argumento para tratar la situación actual de la relación existente entre patrimonio arqueológico y turismo en los siguientes términos: “Definimos la gestión del patrimonio arqueológico como el conjunto de actuaciones destinadas a hacer efectivo su conocimiento, su conservación y difusión, que incluye ordenar y facilitar las intervenciones que en él se realicen”. Hacer efectivo el conocimiento y difusión del patrimonio arqueológico constituye un proceso largo, tradicionalmente alejado de la sociedad hasta el momento en que el recurso se abrió al público de forma oficial. El concepto de difusión debería desarrollarse de forma paralela al proceso de excavación y estudio del yacimiento, mediante la organización de visitas guiadas *in situ* que permitan fomentar la concienciación social sobre este patrimonio y sensibilizar a la población local, y a los visitantes, sobre la importancia de la arqueología en la construcción del conocimiento histórico (Pastor, 2004). Por tanto, el acercamiento del patrimonio arqueológico al público pasa en primer lugar por su presentación a la comunidad que lo acoge, a la aceptación de aquella por parte de las comunidades locales para lograr una accesibilidad integral (Ruiz Zapatero, 2012: 62).

El caso de estudio seleccionado es la Costa Blanca, un espacio turístico que abarca territorialmente el ámbito de toda la provincia de Alicante incluyendo el interior inmediato a un espacio litoral vinculado a una oferta marcadamente centrada en el producto de sol y playa. Esta marca turística, lejos de referirse únicamente a un espacio de monoproducción turística vinculada a la costa, debería asociarse a un entorno natural diverso en cuanto a sus rasgos identitarios se refiere que, a lo largo de su historia, ha condicionado el asentamiento de comunidades humanas dando lugar a la localización y distribución por todo el territorio provincial de elementos culturales característicos de cada una de las fases de poblamiento identificadas en este espacio geográfico.

La Costa Blanca, como destino turístico litoral, se encuentra inmersa en unas tendencias de cambio de la demanda turístico-recreativa, tanto de la que ya está presente en los destinos turísticos consolidados que jalonan sus costas, como de los susceptibles visitantes procedentes de las áreas urbanas e industriales del interior regional o nacional. Este destino turístico, como

tantas otras áreas turísticas consolidadas, se ha visto obligado a plantear y desarrollar estrategias de diversificación y diferenciación de la oferta turística con el fin de mantener la competitividad de sus destinos en un mercado global e incierto, empleando para ello tanto los recursos patrimoniales disponibles en los municipios costeros, como intentando incorporar los activos del espacio aledaño, todavía de un modo incipiente y escasamente articulado. Toma fuerza así la idea de que apostar por la activación del patrimonio cultural como uno de los argumentos de diversificación y diferenciación es una de las mejores opciones desde el ámbito de la planificación del destino turístico para diseñar y ejecutar actuaciones encaminadas a la renovación del mismo (Navalón y Rico, 2012).

En este contexto, el patrimonio arqueológico constituye un activo importante desde la perspectiva turística que tiene como objetivo la implantación de estrategias encaminadas a la diferenciación y diversificación del destino turístico. Así, la búsqueda de argumentos en el territorio para la creación de nuevos productos turísticos es una de las líneas de trabajo que han elegido algunos destinos turísticos consolidados del litoral para iniciar procesos de renovación para estos espacios (Anton, 2004). En este sentido, los procesos de valorización del patrimonio cultural pueden suponer una nueva forma de articular el territorio provincial, superando la dicotomía entre litoral e interior, ya que la localización de los recursos patrimoniales, en este caso arqueológicos, se encuentran diseminados en todo este espacio geográfico, dando lugar a enclaves arqueológicos importantes de larga trayectoria científica como Elche, Alcoy, Villena, Alicante o Villajoyosa, entre otros. Por tanto, la creación de productos turísticos basados en el patrimonio arqueológico provincial dotaría de mayor coherencia territorial a la actividad turística ampliando los efectos positivos derivados de la misma a espacios hasta ahora alejados de las prácticas turísticas tradicionales.

*PATRIMONIO ARQUEOLÓGICO Y TURISMO EN LA COSTA BLANCA:
PLAN COSTA BLANCA CULTURA*

La información relativa a la potencialidad turística y las posibilidades para la valorización social del patrimonio arqueológico en la Costa Blanca es fruto de un proyecto de investigación realizado por el Instituto de Investigaciones Turísticas de la Universidad de Alicante desde 2008 a 2012 titulado Plan de Valorización Turística del Patrimonio Cultural de la provincia de Alicante

(Plan Costa Blanca Cultura). Esta investigación se desarrolla a través de un encargo realizado por el Patronato Provincial de Turismo de la Costa Blanca a la Universidad de Alicante que tiene como objetivo analizar el potencial turístico del patrimonio cultural del destino turístico con la finalidad de llegar a proponer la creación de nuevos productos turísticos basados en temas patrimoniales que contribuyesen a diferenciar este destino consolidado del litoral. La investigación toma como marco de referencia un escenario turístico altamente competitivo, sobre todo para los destinos tradicionales de sol y playa que necesitan procesos de renovación para poder seguir manteniendo los niveles de competitividad como destinos líderes en el contexto turístico internacional. Por tanto, la existencia de un escenario turístico altamente competitivo, las nuevas tendencias de la demanda turística, que incluye en sus prácticas de ocio habituales el disfrute de la cultura y el patrimonio, y el elevado potencial de uso social y turístico del patrimonio cultural de la Costa Blanca, son los motivos fundamentales que llevan a orientar las actuaciones de dicha investigación a la creación de productos turísticos de temática patrimonial y a proponer un modelo de gestión adecuado, eficaz y ágil para la incorporación de éstos a la oferta turística del destino. Al mismo tiempo, el desarrollo de estos objetivos contribuiría a reivindicar el valor y significado del patrimonio cultural provincial y a articular el territorio desde la perspectiva turística superando las dicotomías tradicionales entre el litoral y el interior.

Así, tras una fase previa de análisis e información sobre la amplitud, volumen, temas existentes y grado de uso turístico del patrimonio cultural provincial, se llegó a un diagnóstico a partir del que se desarrollaron unas estrategias de trabajo encaminadas a la creación de productos turísticos de naturaleza cultural, centrados en la valorización de determinados elementos patrimoniales. El arqueológico es uno de los temas patrimoniales que mayor proyección social y turística podía tener en el marco del Plan Costa Blanca Cultura para la diversificación del destino. Su amplia distribución en el territorio provincial y la existencia del Museo Arqueológico Provincial de Alicante (en adelante, MARQ) que es el elemento que ha impulsado y desarrollado los proyectos y actuaciones más relevantes en cuanto a difusión del patrimonio arqueológico se refiere, son las principales razones que llevaron al equipo de trabajo a centrar gran parte de sus actuaciones en la propuesta de creación de un producto de arqueoturismo para la Costa Blanca.

*DEL RECURSO AL PRODUCTO TURÍSTICO:
LAS LIMITACIONES DEL PATRIMONIO ARQUEOLÓGICO*

Tresserras (2004: 2) define el arqueoturismo como una modalidad turística en los siguientes términos: “El arqueoturismo o turismo arqueológico es una modalidad del turismo cultural bajo la que se presentan actividades, productos y servicios culturales y turísticos en los que la arqueología es el ingrediente principal y el objeto de la motivación para realizar un viaje bien sea de proximidad, de media o larga distancia.” Para llegar a crear productos turísticos, ofrecer actividades y servicios culturales y turísticos al visitante, es necesario en primer lugar conocer cuál es el volumen, la distribución y el grado de uso turístico de los elementos arqueológicos, con el fin de establecer las premisas de partida para proponer actuaciones que contribuyan a mejorar el nivel de accesibilidad y de visibilidad de los recursos.

Para ello se aplicó una matriz DAFO con el objetivo de obtener información sobre el contexto externo e interno del patrimonio arqueológico en la Costa Blanca, de sus fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades. Los resultados de este análisis ofrecen una información valiosa para saber cuál es el grado de uso turístico del patrimonio arqueológico provincial, qué fortalezas potenciar y cuáles son las actuaciones necesarias para disminuir las amenazas y las debilidades. En términos generales, entre las fortalezas destacan la existencia de yacimientos arqueológicos musealizados; la variedad temática asociada a distintas etapas históricas; la existencia de una oferta museística que pudiera servir de apoyo para la creación de un producto de arqueoturismo; la larga tradición en la gestión del patrimonio arqueológico en la provincia de Alicante y el interés mostrado por parte de sus responsables en la mejora y ampliación de la difusión de estos recursos patrimoniales.

En cuanto al análisis concreto de los yacimientos arqueológicos, la mayoría de ellos no se encuentran preparados para la visita del público, salvo evidentes excepciones cuyo grado de intervención y presentación de los elementos arqueológicos es fruto de un proceso de musealización. Así, podríamos afirmar que gran parte de los yacimientos arqueológicos provinciales no están consolidados y permanecen cerrados a la visita.

Este análisis procede de cuatro categorías que permiten clasificar a los yacimientos abiertos al público según el tipo de intervenciones realizadas en ellos, desde el yacimiento consolidado y abierto a la visita hasta el yacimiento reconstruido (Pérez-Juez, 2006). Según los conocimientos previos derivados

del análisis del grado de uso turístico del patrimonio arqueológico de la Costa Blanca, podemos afirmar que son muy pocos los casos que puedan ser incluidos en una de las categorías que la autora propone. En definitiva, esta afirmación nos lleva a confirmar que únicamente yacimientos muy concretos están abiertos al público. Los yacimientos consolidados y abiertos a la visita se caracterizan por haber sido objeto de actuaciones para la consolidación y protección de las estructuras a partir de la instalación de sistemas de drenaje para evitar la inundación de las mismas. La actuación en muros es mínima y no se prevé la creación de infraestructuras. Quizá puede existir algún tipo de señalización y en ocasiones se coloca un vallado. Normalmente están situados en espacios rurales de difícil acceso y pueden convertirse en argumento para la creación de rutas arqueológicas que se complementan con patrimonio natural, etnográfico y gastronomía. A veces el material de promoción y la web oficial del municipio informan de la imposibilidad de realizar la visita al tiempo que el yacimiento es promocionado como parte de un producto de turismo cultural en una zona turística. Esto significa que esta promoción no ha sido seguida por un proceso paralelo de acondicionamiento del yacimiento para el disfrute del público. La ausencia de elementos que permitan la lectura histórica por parte del visitante hace de la visita una experiencia poco satisfactoria. Esta descripción correspondería a la mayoría de los yacimientos arqueológicos de la provincia.

En una segunda categoría de clasificación se encuentran los yacimientos restaurados y acondicionados, yacimientos a los que se dota de una infraestructura en función de un proyecto museográfico. El objetivo de esta infraestructura es facilitar la visita y la comprensión del contenido del yacimiento a partir de material informativo. En algunos casos, las intervenciones de restauración pueden pecar de excesivo diseño arquitectónico a pesar de haber actuado según el criterio de reversibilidad.

La tercera categoría hace referencia al parque arqueológico. Es un término generalmente utilizado de forma errónea porque no todos los yacimientos o zonas arqueológicas consolidadas, restauradas y abiertas al público, pueden ser definidos como parque arqueológico. Normalmente se asocia el concepto de parque arqueológico a cualquier yacimiento musealizado y abierto al público. Otras veces se confunde parque arqueológico con otro tipo de espacios de arqueología experimental o historia recreada que no tienen nada que ver con la definición de parque arqueológico que tratamos. Desde

el punto de vista de la normativa del patrimonio cultural, únicamente País Vasco, Canarias, Cantabria y Castilla-La Mancha incluyen en su articulado la denominación de parque arqueológico como figura de protección de un yacimiento o zona arqueológica. Según la única ley existente, la Ley de Parques Arqueológicos de Castilla-La Mancha, el parque arqueológico implica protección, investigación, disfrute de este patrimonio en su propio entorno, además del fomento del desarrollo sostenible del territorio en el que se localiza.

El parque arqueológico se define según las siguientes características (Querol, 1993):

- Se trata de un bien inmueble (yacimiento, zona arqueológica, conjunto o sitio histórico) declarado Bien de Interés Cultural y que incluye su entorno, ya que una característica esencial del parque ha de ser su vinculación con su medio natural y cultural. No se trata de yacimientos monumentales sino susceptibles de transmitir información histórica.
- Presenta un alto grado de interés científico, educativo e histórico. Este interés científico ha de ser independiente de su grado de monumentalidad y su selección como parque arqueológico dependerá del nivel de representatividad histórica. Es aconsejable que posea un proyecto de excavación paralelo ya que este aspecto demuestra que el sitio arqueológico posee un interés científico como elemento patrimonial vivo que permite la incorporación de nuevos vestigios al proyecto. Al mismo tiempo, la existencia de una excavación en curso permite sensibilizar al público en relación a las técnicas de excavación y la investigación arqueológica como productora de conocimiento histórico desmitificando su función (Pastor, 2005).
- Su estado de conservación ha de ser correcto, de manera que sea posible mostrarlo al público y hacerlo comprensible. Por tanto la investigación arqueológica y la puesta en valor son dos acciones que deben desarrollarse al mismo tiempo. Para ello es necesaria la existencia de un proyecto de acondicionamiento que permita la comprensión de los restos a través de reconstrucciones y mayores dosis de restauración en determinados puntos del yacimiento.
- Ha sido dotado de una infraestructura apropiada para su consideración como área visitable o abierta al público: aparcamiento, área de

acogida, servicios de restauración, señalización, itinerarios definidos, áreas de descanso y puntos de observación.

- Su conversión en zona visitable ha tenido en cuenta la doble interacción entre el yacimiento y su entorno (micro entorno) y entre el parque y su entorno (macro entorno). Para un mayor acercamiento al visitante habría que explicar la contextualización del parque, es decir, la relación que ha guardado durante siglos con su entorno y el papel que ocupa en la actualidad. La clave o guía de dicha conversión ha sido la consecución de la mayor rentabilidad social posible. Para ello, habrá que poner en funcionamiento el diseño de programas, planes, técnicas, medios y servicios de interpretación del patrimonio.

La cuarta categoría es la que define a los yacimientos reconstruidos. La reconstrucción es un instrumento muy útil para la divulgación de la arqueología y para aquellas situaciones en que la conservación del yacimiento resultaría difícil. Puede realizarse sobre el yacimiento mismo o en zonas diferentes para reproducir yacimientos reales o ideales.

Si tomamos como referencia estas cuatro categorías de yacimientos abiertos al público, podemos afirmar que en la provincia de Alicante son muy pocos casos los que quedarían asociados a alguna de ellas. La mayoría de los yacimientos arqueológicos de la provincia se encuentran en un estado de conservación mejorable y no son accesibles al público, salvo en determinadas ocasiones cuando se celebran jornadas de puertas abiertas y no en todos los casos. Son, por tanto, recursos patrimoniales que generalmente no han sido objeto de intervenciones posteriores a la excavación arqueológica encaminadas a la consolidación de las estructuras y a su preparación para la apertura al público. Sin embargo, existen casos aislados que se encuentran en un nivel de gestión superior a la apertura al público, que implica la creación de figuras como el parque arqueológico o el yacimiento restaurado y acondicionado como es el caso de Lucentum-Tossal de Manises (Alicante), la Illeta dels Banyets (El Campello), La Alcudia (Elche) y la Villa Romana de L'Albir (Alfaç del Pi) (figura 4). Sin embargo, según la información obtenida a través de las entrevistas y cuestionarios realizados a responsables de museos arqueológicos en la primera fase del Plan Costa Blanca Cultura, se pudo comprobar la existencia de yacimientos que podrían ser objeto de intervenciones mínimas que asegurasen su apertura al público y las condiciones necesarias para poder realizar una visita (señalización, información) sin necesidad de que fueran dotados con infraestructuras de acogida.

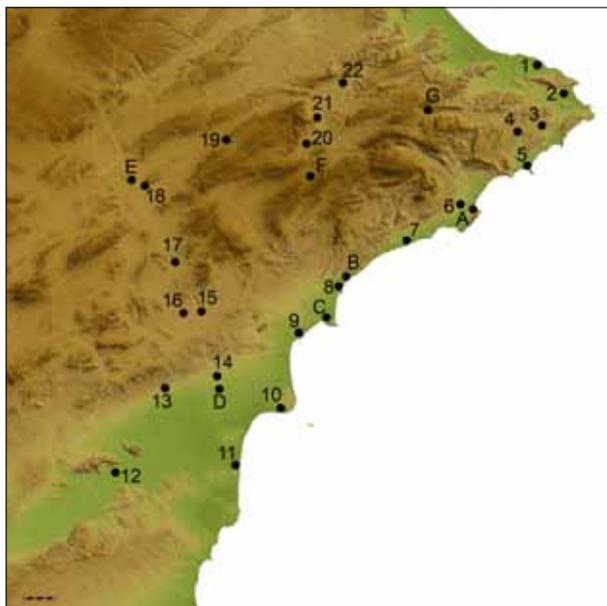


FIGURA 4. Municipios citados en el texto: 1. Dénia, 2. Xàbia, 3. Teulada, 4. Benissa, 5. Calp, 6. L'Alfaç del Pi, 7. Villajoyosa, 8. El Campello, 9. Alicante, 10. Santa Pola, 11. Guardamar del Segura, 12. Orihuela, 13. Crevillent, 14. Elche, 15. Monforte del Cid, 16. Novelda, 17. Elda, 18. Villena, 19. Banyeres de Mariona, 20. Alcoy, 21. Cocentaina, 22. Beniarrés. Yacimientos citados en el texto: A. Villa romana de L'Albir, B. Illeta dels Banyets, C. Lucentum-Tossal de Manises, D. La Alcuàdia, E. Cabezo Redondo, F. La Sarga, G. Pla de Petracos.

En este análisis de la oferta arqueológica existente en la Costa Blanca es necesario mencionar brevemente algunos aspectos a propósito de la estructura museística relacionada. La mención sobre el grado de uso turístico de los museos arqueológicos de la provincia de Alicante resulta fundamental en la propuesta de actuaciones para la creación de un producto de arqueoturismo en la Costa Blanca. A partir de la información aportada por los cuestionarios y entrevistas realizadas a los responsables de museos arqueológicos, se extrajeron unas características generales que confirmaban de nuevo la situación identificada en un estudio anterior (Olcina, 2000). Así, se puede afirmar que en la actualidad, salvo casos excepcionales, la situación de estos espacios no ha mostrado cambios significativos. Los museos pioneros en arqueología en la provincia de Alicante, además del MARQ, fueron los de Alcoy, Elche y Villena (creados entre 1940 y 1950) seguidos por los museos de Dénia, Xàbia y

Orihuela. La década de 1980 es el período de mayor proliferación de museos arqueológicos en la provincia, hecho que se une a la consolidación de la formación de técnicos universitarios a partir de la creación de las cátedras de Arqueología y Prehistoria en la Universidad de Alicante. Las características de los museos arqueológicos de la provincia de Alicante según Olcina (2000), son las siguientes:

- Museos y colecciones museográficas de ámbito generalmente local.
- Dispersión en el territorio y concentración en determinadas comarcas (Vega Baja).
- Contrastes evidentes en cuanto a instalaciones, actividades científicas y de divulgación.
- Problemas de personal, sobrecarga de trabajo del director conservador por la concentración de actividades en una sola persona.
- Repetición de la cultura material y reiteración de los temas tratados.
- Acentuación en la exhibición de las épocas más antiguas frente al escaso tratamiento a las etapas de formación de las localidades.

Entre las propuestas que apuntaba el autor para corregir estos desajustes y desequilibrios temáticos y territoriales, está la creación de museos de ámbito comarcal y supracomarcal con el objetivo de disponer de mayores recursos económicos y humanos. Esto permitiría el desarrollo coordinado de programas científicos, de proyectos de musealización de yacimientos arqueológicos y de difusión, evitando la sobrecarga de trabajo que sufren los directores de la mayoría de los museos arqueológicos locales. Otras propuestas del autor pasan por fomentar la colaboración entre museos para organizar actividades conjuntas y compartir información. En la actualidad estos aspectos son desarrollados de forma muy amplia por el MARQ a través del Programa Museos Municipales iniciado en 2003, con la dedicación de una sala de exposición temporal bajo el tema Arqueología y Museo a diferentes museos arqueológicos locales (Crevillent, Xàbia, Novelda, Villena, Alcoy, Elda, Calp, Guardamar del Segura y Santa Pola).

En la actualidad existen veintidós museos arqueológicos², todos de gestión local municipal salvo el Museo Monográfico de La Alcudia, que es gestionado

² http://www.cult.gva.es/dgpa/museoscv_c.html [Consultado el 27 de mayo de 2014]

por la Fundación Universitaria de Investigación Arqueológica del mismo nombre, y el MARQ, gestionado por su parte por la Fundación de la Comunidad Valenciana MARQ. Los problemas de gestión de los propios museos y del patrimonio arqueológico dependiente de ellos se mantienen en la actualidad en la mayoría de los museos arqueológicos de la provincia, salvo la excepción obvia del MARQ. Por lo general, los museos locales se enfrentan a problemas de financiación y de dotación de personal. Estos dos factores dificultan la organización y el desarrollo de programas de difusión arqueológica, de actividades temporales, y sobre todo, el diseño de proyectos de musealización de yacimientos arqueológicos representativos que funcionen como salas de exposición externas al museo. Bien es cierto que en la mayoría de ellos se desarrollan actividades didácticas en forma de talleres orientadas al público escolar de diferentes edades (Villajoyosa, Banyeres de Mariola, Alcoy, Villena, etc.) así como jornadas de puertas abiertas en determinados yacimientos para contribuir a la difusión del patrimonio arqueológico municipal. Por otra parte, existen algunos casos entre los museos arqueológicos locales de la provincia de Alicante en los que la creatividad, la innovación en el diseño de programas y la sensibilización de la población por el propio patrimonio constituyen resultados exitosos fruto de un cambio en la concepción de la relación entre el museo y la sociedad, filosofía que propugna la Nueva Museología (Barbier-Bouvet, 1993), que podrían ser el inicio, en términos generales, de la transformación museística necesaria para la creación de un producto de arqueoturismo en la Costa Blanca. Dados los resultados del análisis de la oferta museística asociada a la temática arqueológica, cabe decir que es urgente una renovación museológica de estos espacios con el fin de comenzar a orientar las actividades y programas a todo tipo de público, con la implantación de actuaciones fácilmente desarrollables, sin necesidad de grandes inversiones y sin la renovación espacial y arquitectónica de los museos. La creatividad y la innovación pueden ser herramientas que faciliten la apertura del museo a los visitantes de una forma atractiva, novedosa y estimulante.

Las fortalezas detectadas sobre el patrimonio arqueológico de la provincia de Alicante, se pueden ver potenciadas con las oportunidades identificadas en el análisis externo del contexto turístico de este destino. Es decir, aquellos aspectos que no son propios del patrimonio arqueológico provincial pero que pueden dar lugar a un escenario turístico muy favorable para el desarrollo del

producto de arqueoturismo. Entre las oportunidades identificadas destacan las nuevas tendencias de la demanda turística que muestra mayor sensibilidad por conocer el espacio que visita, por la autenticidad en el destino, por realizar prácticas turísticas más individualizadas y específicas (Anton, 2004; Vera, 2002) al tiempo que se ha identificado un segmento de demanda específico que ha convertido las visitas a lugares de interés arqueológico en el motivo principal de sus experiencias de ocio (Tresserras, 2004). Por otra parte, la Nueva Museología ofrece enormes posibilidades para la renovación de los discursos museográficos en la presentación y comunicación del patrimonio cultural, con el uso de nuevas tecnologías que pueden suplir la ausencia de visibilidad de estos recursos. Por otra parte, existe un conjunto de debilidades y amenazas que deben ser superadas. Según esta matriz, la accesibilidad de la mayoría de los recursos arqueológicos es susceptible de mejora, bien en lo referente al estado de conservación o a la señalización o los horarios de visita, que son inadecuados o no existen. Como se comentó anteriormente, la oferta museística asociada que debería de incluirse en este nuevo producto turístico está atomizada y repite contenidos arqueológicos (Olcina, 2000). Los museos son de carácter local, con escasas fuentes de financiación y dotación de personal. Estas características, fruto de la fase de análisis, son aplicables a la gran mayoría de recursos arqueológicos provinciales, salvo aquellos casos gestionados por el MARQ, que evidentemente, no comparten las mismas características en cuanto al estado de conservación y grado de difusión de los yacimientos arqueológicos, o los rasgos que definen a los museos arqueológicos de la Costa Blanca. El MARQ es un caso excepcional en cuanto a la gestión del patrimonio arqueológico provincial en todas sus acepciones, desde la parte científica relacionada con la investigación en diferentes yacimientos de la provincia hasta las labores de difusión del patrimonio arqueológico alicantino a través de su extenso programa de actividades en el propio museo y en los yacimientos que gestiona, así como con su presencia en redes sociales, proyectos internacionales, etc. Este hecho ha de entenderse como una enorme oportunidad para la presentación de un producto de arqueoturismo en la Costa Blanca.

Así, el patrimonio arqueológico de la provincia de Alicante está formado por un conjunto de elementos representativos de distintas fases culturales diseminados por el territorio tanto en espacios litorales como interiores. En la Costa Blanca se encuentran enclaves importantes en la historia de la arqueología provincial, localizados en municipios que poseen elementos

arqueológicos de sumo interés en el ámbito nacional e internacional y de amplia trayectoria científica, como Villena, Alcoy, Elche, Alicante y Villajoyosa entre otros. En la tabla 2 se recogen los registros arqueológicos existentes y destacan los casos mencionados en cuanto al volumen de registros que coinciden con la trayectoria arqueológica científica de estos municipios y con la existencia de diversos yacimientos arqueológicos que han sido objeto de procesos de musealización para su apertura al público.

Lo más significativo del conjunto de registros arqueológicos en la provincia de Alicante es no tanto su volumen como su amplia distribución en el territorio. Su localización en todo el territorio provincial ofrece argumentos para una planificación integrada del producto de arqueoturismo. A ello se le suma la existencia de yacimientos arqueológicos musealizados (Lucentum, La Alcudia, la Illeta dels Banyets, Cabezo Redondo o la Villa Romana de L'Albir). A estos casos se suman otros que están en proceso de excavación y musealización y que, en un corto período de tiempo, podrían incluirse en un producto temático de arqueoturismo para la Costa Blanca. Por otra parte, la relevancia del patrimonio arqueológico provincial también radica en la representatividad del arte rupestre declarado Patrimonio Mundial de la Humanidad en 1998³, con manifestaciones significativas en el Pla de Petracos (Castell de Castells) o La Sarga (Alcoy).

Como se ha podido observar, la existencia de museos arqueológicos locales ofrece enormes oportunidades para la creación de un producto de arqueoturismo para la Costa Blanca. A pesar de las debilidades identificadas en la matriz DAFO, son espacios que podían ser aprovechados para iniciar trabajos en forma de red, para compartir información, servicios y actividades de difusión. Con ello se afianzaría la oferta museística provincial sin necesidad de crear nuevos espacios de acogida de visitantes ni presentación de los recursos como los tan manidos centros de interpretación, un equipamiento necesario cuando el proceso de planificación interpretativa así lo decide pero que *a priori* no son imprescindibles. En palabras de Sivan (2006): “La decisión política *a priori* de un centro aquí o allí donde los temas son los mismos lleva al caos de superposición de ofertas y temáticas, falsa competencia y dilapidación de recursos.”

Así, en el análisis previo de los recursos arqueológicos nos encontramos con las primeras limitaciones para crear un producto turístico. Salvo los casos mencionados que aseguran la accesibilidad y visibilidad necesarias para

³ <http://whc.unesco.org/en/list/874> [Consultado el 27 de mayo de 2014]

Municipio	Recursos arqueológicos
Villajoyosa	75 registros
L'Alfaç del Pi	1 registro. Villa romana de L'Albir
Benissa	20 registros
Calp	49 registros. Banys de la Reina, Pobra medieval de Ifach
Dénia	88 registros
Teulada	12 registros
Xàbia	49 registros
Alcoy	70 registros. La Serreta, La Sarga
Banyeres de Mariola	59 registros
Cocentaina	81 registros
Beniarrés	9 registros. Cova de l' Or
Villena	126 registros. Cabezo Redondo
Elda	50 registros. El Monastil
Monforte del Cid	12 registros
Elche	107 registros. La Alcudia, Baños Árabes
Santa Pola	13 registros. Portus Ilicitanus
Alicante	160 registros. Lucentum, Tossal de les Basses
El Campello	32 registros. Illeta dels Banyets
Guardamar del Segura	21 registros. La Ràbita, La Fonteta

TABLA 2. Distribución municipal de recursos arqueológicos en la provincia de Alicante. Fuente: Dirección General del Patrimonio Cultural Valenciano.

realizar una visita, la mayoría de los recursos arqueológicos de la Costa Blanca no reúnen las características fundamentales para formar parte de una oferta turística cultural. Son recursos inaccesibles en la mayoría de los casos, con un estado de conservación y visibilidad mejorable a pesar de su importancia científica, carentes de soportes y equipamientos de información, y sin preparación para la realización de una visita. Por tanto, en nuestro estudio de caso se repetían las características que han definido tradicionalmente al patrimonio arqueológico como patrimonio diferente, fragmentado, conocido por gran parte del público desde una visión romántica y cinematográfica, y de muy difícil lectura sin la existencia de soportes y equipamientos de

información. A ello hay que añadir que la mayoría del público que visita estos lugares no se encuentra formado ni posee los conocimientos previos necesarios para poder comprender aquello que observa. Por tanto, los problemas de accesibilidad física e intelectual son evidentes, problemas que habrían de ser subsanados mediante las acciones oportunas con el objetivo de transformar estos recursos patrimoniales en recursos turísticos. Como otros tipos de recursos turísticos, el patrimonio arqueológico requiere del cumplimiento de unos requisitos para ser considerado como recurso turístico (Leno, 1993). En primer lugar ha de ser un elemento accesible (Espinosa, 2002, 2003, 2004 y 2006) desde la perspectiva física (señalización direccional, informativa, horarios establecidos) y también desde la intelectual (carteles, paneles, guías explicativas, lenguaje de colores, etc.). También sería importante disponer de servicios turísticos como por ejemplo las visitas guiadas, teatralizadas, recreaciones históricas o talleres para grupos, pero no son imprescindibles para poder hacer un uso social de este recurso. Son actividades que mejorarían su presentación y comprensión por parte del público. En el caso de la Costa Blanca, algunos municipios han realizado este tipo de iniciativas, destacando entre ellas el amplio programa de actividades de difusión realizadas en los yacimientos arqueológicos gestionados por el MARQ y el caso de Villajoyosa. Para la mejora de la accesibilidad intelectual del patrimonio arqueológico es importante que los recursos dispongan de equipamientos, instalaciones o soportes de información. Los casos mencionados, aquellos yacimientos arqueológicos que han sido objeto de procesos de musealización como Lucentum, la Illeta dels Banyets o La Alcudia disponen de soportes de información para el visitante, e incluso, en el caso de La Alcudia, el Centro de Interpretación localizado en el mismo yacimiento. Para finalizar, también cabe resaltar que la existencia de material informativo y divulgativo sobre el recurso arqueológico en cuestión es un elemento importante para el visitante. Este material debe estar disponible *in situ* pero también en cualquier punto de llegada de visitantes, como establecimientos hoteleros, de restauración, oferta comercial, transporte u oficinas de turismo, que informe de la existencia del recurso arqueológico y las posibilidades que ofrece para la visita y la realización de otras actividades si las hubiere.

A la vista de los resultados obtenidos en la fase analítica se propuso un conjunto de actuaciones necesarias para la creación de un producto de arqueoturismo centrado en las mejora de diferentes aspectos relativos al patri-

monio arqueológico provincial. Así, estas actuaciones se agruparon en cuatro temas: presentación y adecuación del patrimonio arqueológico (en adelante PA) del recurso patrimonial al recurso turístico, la comunicación del PA, nuevos planteamientos para la gestión y estrategias para la promoción y comercialización del producto de arqueoturismo. A continuación se muestran las principales acciones propuestas para la consecución de estos objetivos:

Presentación y adecuación del PA: del recurso patrimonial al recurso turístico

- 1.- Mejora de la accesibilidad física a los yacimientos (establecimiento de horarios, dotación de personal para su apertura, actividades de difusión, etc.).
- 2.- Selección de yacimientos arqueológicos según grado de conservación, representatividad y posibilidades de musealización.
- 3.- Creación de la ruta Costa Blanca Arqueológica.
- 4.- Plan de formación para personal responsable de desarrollar las actividades de difusión.
- 5.- Valorización del patrimonio arqueológico industrial.

Comunicación del PA al público e información en red

- 6.- Aplicar los criterios de la interpretación del patrimonio para mejorar la comunicación del valor del PA al público (diseño de programas interpretativos, selección de medios y equipamientos asociados a la ruta).
- 7.- Estudio de visitantes: estudios sistemáticos de público en museos y yacimientos arqueológicos incluidos en el producto.
- 8.- Orientación al público de las actividades desarrolladas en museos y yacimientos.
- 9.- Potenciación de actividades temáticas a partir de la ruta arqueológica (cursos, visitas teatralizadas, conferencias, talleres didácticos, representaciones históricas).
- 10.- Edición de la guía Costa Blanca Arqueológica.
- 11.- Diseño de una marca específica que diferencie e identifique este producto de arqueoturismo.
- 12.- Promover el trabajo en red entre agentes turísticos implicados (oferta turística, oficinas de turismo, museos).

Nuevos planteamientos para la gestión

- 13.- Coordinación entre áreas, instituciones y administraciones implicadas en la gestión del PA.

14.- Participación mixta para la creación del producto: Club de Producto Costa Blanca Cultura.

15.- Diseño de un plan de acción integral de arqueología para toda la provincia.

16.- Diseño de productos turísticos específicos en yacimientos que lo permitan.

17.- Potenciación de iniciativas existentes en escalas superiores (Caminos del Arte Rupestre Prehistórico de Europa, integración en Arqueotur, Via Augusta).

Promoción y comercialización del producto

18.- Captación de segmentos de mercado específicos: el turista arqueológico.

19.- Creación de la fórmula multi-tiquet para yacimientos, museos y oferta turística incluida en el Club de Producto.

20.- Establecer mecanismos para la compra *on line* de entradas, servicios turísticos, productos de promoción.

21.- Diseño de la tarjeta Costa Blanca Arqueológica como soporte de marca de productos, actividades, recursos arqueológicos y equipamientos asociados.

22.- Promover la creación de empresas de servicios relacionadas con la difusión de la arqueología.

Como se señala, aparece el Club de Producto como una propuesta de modelo de gestión del PA en la Costa Blanca, caracterizado por su carácter mixto donde ha de tener cabida la participación pública y privada que conforma la fórmula eficaz para la generación y gestión de un producto de arqueoturismo. Este modelo permitiría concentrar los intereses de agentes turísticos (empresas de servicios turísticos, red de oficinas de información turística, responsables de concejalías de turismo, etc.) y responsables de la gestión del patrimonio cultural provincial (museos, concejalías responsables del patrimonio cultural, centros de interpretación, fundaciones, etc.) en la implantación de los productos patrimoniales creados. La razón de llegar a diseñar un modelo de gestión de este tipo radica en que, tradicionalmente, los procesos de valorización del patrimonio cultural finalizan con la apertura al público de los recursos.

Es evidente que la accesibilidad es la premisa de partida sobre la que actuar para pensar en la valorización del patrimonio cultural, pero no puede identificarse nunca recurso turístico accesible, preparado para la visita, con

un producto turístico. Un producto turístico (Blaya, 2004) requiere de la combinación de recursos turísticos y servicios turísticos, que permitan acoger al visitante para que pueda desarrollar sus experiencias de ocio en términos satisfactorios mediante un precio. Así, tras varios encuentros con los agentes turísticos y sociales mencionados, y después de investigar el grado de éxito de otros casos relacionados con este tema, se llegó a la conclusión de que el modelo que mayores posibilidades de éxito ofrecía para la implantación de productos turísticos patrimoniales en la Costa Blanca era la creación de un club de producto, donde se unirían los intereses de la iniciativa privada y la pública, con el fin de trabajar de forma coordinada en la misma dirección. La pertenencia al club de producto ofrece ventajas a sus miembros (presencia en catálogos y guías, participación en actividades promocionales específicas, asesoramiento técnico, foro profesional, presencia en web) pero también requiere de unos compromisos por parte de los interesados, centrados fundamentalmente en compartir información en red y colaborar de forma integrada con el resto de miembros para crear sinergias en cuanto a recursos humanos y económicos. La propuesta de este Club de Producto en el momento que se redactan estas líneas todavía es un proyecto que por diversas circunstancias no ha tomado forma definitiva. Sin embargo, los agentes turísticos y responsables del patrimonio arqueológico en la Costa Blanca siguen trabajando desde las iniciativas locales por crear un modelo eficaz que permita ofrecer al turista un producto de turismo arqueológico, avanzando por un camino que hasta hace pocos años era una ilusión.

Por tanto, se supera la visión tradicional de la arqueología y del yacimiento arqueológico en que el yacimiento es un lugar destinado exclusivamente a la investigación arqueológica. En la actualidad esta función sigue siendo una de las funciones prioritarias pero este mismo recurso es objeto de diferentes miradas, no sólo la científica, sino también la recreativa y turística. Resulta obvio recordar que el estudio científico y la conservación de los elementos arqueológicos son fundamentales, pero también lo es la presentación de estos elementos a la diversidad de públicos para un mayor aprovechamiento social y recreativo de este patrimonio. El turismo, por tanto, no se ha de ver como una amenaza sino como una oportunidad, sobre todo en los términos que se tratan a lo largo de este texto, dado que el patrimonio arqueológico de la Costa Blanca se localiza en un contexto turístico evidente. Se acepta el patrimonio arqueológico como un legado, por ello se define como patrimonio,

pero no debe ser un legado fosilizado sino un recurso activo que forme parte del presente y del futuro de las sociedades responsables de su conservación, mantenimiento y difusión.

PIEDRAS QUE HABLAN... LA INTERPRETACIÓN DEL PATRIMONIO

El tercer apartado de esta intervención se centra en la importancia del conocimiento público en los procesos de valorización del patrimonio cultural y en las posibilidades que la interpretación del patrimonio ofrece para comunicar el valor de los recursos a los visitantes. Los visitantes del patrimonio cultural muestran motivaciones y grados de interés muy diversos que no permiten hablar de un único perfil. El público, como el término que define a los visitantes en su conjunto, es diverso y diferente tanto como personas se encuentran en un lugar de interés patrimonial. En ese sentido es fundamental conocer los perfiles de los visitantes porque si de lo que se trata, en el caso que nos ocupa, es de difundir y comunicar el valor y el significado del patrimonio arqueológico, el conocimiento del visitante es imprescindible en un proceso de comunicación. Así, Morales y Ham (2008) definen la interpretación del patrimonio como un “proceso creativo de comunicación estratégica, que produce conexiones intelectuales y emocionales entre el visitante y el recurso que es interpretado, logrando que genere sus propios significados sobre ese recurso, para que lo aprecie y disfrute”. En este proceso de comunicación existe un emisor, responsable del programa interpretativo y un receptor, definido como visitante, el público o audiencia. Por eso es fundamental conocer los distintos tipos de público que se encuentran en el lugar de interés patrimonial. Se trata, en definitiva, de entregar un mensaje al público, un mensaje elaborado a partir de un guion lógico que contenga pocas ideas, que sean fáciles de transmitir a través de un medio interpretativo personal (guía, demostraciones) o no personal (panel, folleto, cartel, audiovisual, audioguía) seleccionado en función de las características y necesidades de difusión del recurso interpretado. Este mensaje tiene que ser ameno, breve y claro, rasgos definidores de una comunicación atractiva. De ahí que podamos afirmar que informar no es interpretar. En la mayoría de las visitas turísticas desarrolladas sobre recursos culturales se ofrece ingente cantidad de información al visitante, pero en pocas ocasiones se comunica algo al público. La interpretación ha de estimular el uso de los sentidos durante una visita, ha de mostrar al visitante del patrimonio arqueológico

cómo hablan de las personas del pasado, qué cuentan sobre sus vidas y qué relación guarda ese contenido con la experiencia cotidiana del visitante. Es lo que Tilden definió como relevancia al ego, es decir, qué relación tiene el contenido del recurso cultural interpretado con la experiencia cotidiana y la personalidad del visitante. Por otra parte, esta disciplina ofrece unas técnicas, medios y trucos para hacer accesible y explicar el significado de las cosas. La eficacia de esos medios interpretativos dependerá del recurso interpretado y del mensaje que se quiera transmitir al visitante. Normalmente, los medios interpretativos más eficaces son aquellos atendidos por personas, de ahí que una visita guiada diseñada, elaborada y desarrollada a partir de criterios de interpretación sea, en muchos casos, una experiencia más interactiva, personal y estimulante que otros tipos de medios como los tecnológicos no concebidos según los criterios que la interpretación propone. Desde el punto de vista de la gestión de recursos patrimoniales, la interpretación también puede contribuir a gestionar flujos de visitantes en los lugares de interés patrimonial, ya que si se explica al visitante que se encuentra en un lugar especial, y que por tanto su comportamiento ha de ser especial, si convertimos al visitante en cómplice durante la visita a través de la transmisión de mensajes en positivo, conseguiremos que su comportamiento sea adecuado y respetuoso con el recurso. Esta es la idea que propugnaba Tilden tomando las palabras de autor anónimo del Servicio de Parques en Estados Unidos: “Por la interpretación, entendimiento; por el entendimiento, aprecio; por el aprecio, protección” (citado en Ham, 2008).

La interpretación como instrumento para la difusión del patrimonio cultural (Sivan, 1998) surge por la necesidad de adaptar los conocimientos científicos sobre el patrimonio, para que puedan ser transmitidos, digeridos y entendidos por el gran público. Este aspecto resulta importante porque enlaza perfectamente con la seriedad de esta disciplina que va más allá de las técnicas interpretativas que es, al fin y al cabo, lo que puede quedar en la mente del visitante. Sin embargo, la presentación del patrimonio facilita al público el acceso a dicho conocimiento. No se trata de disfrazar el objeto histórico para hacerlo más atractivo, más bien se trata de crear una experiencia global en la cual el visitante sea partícipe de visualizar lo que no existe, en convertir el objeto patrimonial en placer sensorial y mental sin destruir su autenticidad. En palabras de Sivan, “se trata de hacerlo comprensible, por lo menos ‘visible’”. Esta afirmación resulta significativa

para el patrimonio arqueológico ya que, en la mayoría de los casos, no reúne las condiciones necesarias de presentación para facilitar su acercamiento a los diferentes tipos de público. Esta visibilidad del patrimonio cultural facilita el conocimiento de los valores que posee y despierta la conciencia sobre la importancia de su protección y conservación para el beneficio de la sociedad. Se trata en definitiva de revelar aquello que está oculto y en última instancia de enamorar al visitante.

CONCLUSIONES

El turismo es una actividad económica fundamental para el contexto territorial de la Costa Blanca. Como destino consolidado de litoral cuyo producto turístico principal es el producto de sol y playa, se encuentra en un proceso de cambio derivado de la necesidad de renovación y reestructuración del destino con el fin de mantener el nivel de competitividad en un escenario turístico internacional complicado y cambiante. Como algunos destinos turísticos litorales, la Costa Blanca busca los argumentos necesarios para diversificar y diferenciar el destino en el propio territorio, aprovechando aquellos elementos patrimoniales que, por su singular valor simbólico, ofrecen rasgos diferenciadores en relación a otros destinos de similares características. En este sentido, el patrimonio arqueológico de la provincia de Alicante posee un potencial de uso social recreativo y turístico relevante a pesar de que la mayoría de los recursos arqueológicos no reúnen las condiciones necesarias de accesibilidad, grado de conservación y disponibilidad de información necesarias para que puedan ser considerados como recursos turísticos. Por otra parte, y relacionado con lo anterior, en la actualidad la unión evidente entre cultura y ocio, provoca que el patrimonio cultural se haya convertido en objeto de ocio y disfrute de tiempo libre, ampliando la heterogeneidad y variedad del público que podemos encontrar en lugares de interés patrimonial. Desde el lado de la demanda, el público es heterogéneo, con diferentes motivaciones y grados de interés, siendo en su amplia mayoría profano en cuanto a conocimientos arqueológicos se refiere. Para conseguir el equilibrio necesario entre oferta turística (patrimonio arqueológico) y demanda turística (público, visitantes, audiencia, turistas) es necesario paliar las debilidades que ofrece en la actualidad el patrimonio arqueológico provincial con la introducción de mejoras en cuanto a su nivel de accesibilidad, visibilidad y comprensión. Por otra parte, es fundamental dotar de los instrumentos necesarios a los visitantes para

comprender aquello que observan, poder apreciarlo y así contribuir a un uso adecuado de los recursos y, en último término, a su conservación y protección. La interpretación del patrimonio nos ofrece estos instrumentos, entendiendo que es un proceso de comunicación estratégica entre patrimonio arqueológico y público visitante, una comunicación que contribuirá a disfrutar del patrimonio arqueológico en un contexto de ocio sin vulnerar el contenido científico que dota de palabras y que hace que las piedras consigan contarnos cosas.

BIBLIOGRAFÍA

- Agència Valenciana del Turisme (2010): *Plan Estratégico Global de la Comunitat Valenciana: 2010-2020*, Conselleria de Turismo, Generalitat Valenciana.
- Anton Clavé, S. (2004): De los procesos de diversificación y cualificación a los productos turísticos emergentes. Cambios y oportunidades en la dinámica reciente del turismo litoral, *Papeles de Economía Española* 102, 316-333.
- Ballart, J. (2004): Un nuevo público para unos nuevos museos. Debate e Investigación, *Boletín de Patrimonio Histórico* 48, Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico. <http://www.iaph.es/revistaph/index.php/revistaph/article/viewFile/1726/1726> [Consultado el 27 de mayo de 2014]
- Barbier-Bouvet, J. F. (1993): La museología. En G. H. Rivière. *Curso de Museología*. Textos y testimonios, J. Sureda (dir.), Akal, Madrid.
- Blaya, N. (2004): La interpretación del patrimonio como herramienta para la conversión del recurso patrimonio en producto turístico cultural. Reflexiones y propuestas. Documento interno de la Asociación para la Interpretación del Patrimonio.
- Butler, R. (1980): The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources, *Canadian Geographer* 24 (1), 5-12.
- Donaire, J. A. (2012): *Turismo cultural. Entre la experiencia y el ritual*. Edicions Vitel·la, Bellcaire d'Empordà.
- Espinosa A. (2002): La accesibilidad física e intelectual de todo tipo de público al patrimonio cultural, I-II, *Boletín de Interpretación* 6-7. www.interpretaciondelpatrimonio.com/docs/pdf/boletin-6.pdf [Consultado el 27 de mayo de 2014]
- Espinosa, A. (2003): Los nuevos tipos de museo a comienzos del siglo XXI y la interpretación del patrimonio cultural (I), *Boletín de Interpretación* 9. www.interpretaciondelpatrimonio.com/docs/pdf/boletin-9.pdf [Consultado el 27 de mayo de 2014]
- Espinosa, A. (2004): Los nuevos tipos de museo a comienzos del siglo XXI y la interpretación del patrimonio cultural (II), *Boletín de Interpretación* 10.

- www.interpretaciondelpatrimonio.com/docs/pdf/boletin-10.pdf
[Consultado el 27 de mayo de 2014]
- Espinosa, A. (2006): La accesibilidad al patrimonio cultural: cinco tópicos, cinco estrategias, *Turismo Polibea* 23.
<http://www.polibeaturismo.com/boletinesAnteriores/2006/marzo/noticia6.htm>
[Consultado 27 de mayo de 2014]
- Exceltur (2011): Estudio del impacto económico del turismo sobre la economía y el empleo en la Comunitat Valenciana.
http://www.exceltur.org/excelo1/contenido/portal/files/impactur_cvalenciana2010.pdf [Consultado el 27 de mayo de 2014]
- Grande, J. (2001): Análisis de la oferta de turismo cultural en España, *Estudios Turísticos* 150, 15-40.
- Ham, S. (2008): De la interpretación a la protección: ¿hay una base teórica?, *Boletín de Interpretación* 18.
- Hernández, A. (2004): El papel del patrimonio en el progreso económico, social y cultural. El caso particular del turismo, *Pasos: revista de turismo y patrimonio cultural* 2 (2), 307-310.
- IET (2012a): Movimiento de los turistas residentes en España. Familitur, Instituto de Estudios Turísticos, Ministerio de Industria, Energía y Turismo, Madrid.
- IET (2012b): Movimiento de los turistas no residentes en España. Frontur, Instituto de Estudios Turísticos, Ministerio de Industria, Energía y Turismo, Madrid.
- INE (2013): Censos de Población y Viviendas 2011. Edificios y viviendas. Datos provisionales.
<http://www.ine.es/jaxi/tabla.do> [Consultado el 5 de junio de 2013].
- López Vera, Y. (2004): El proyecto Cartagena Puerto de Culturas: un ejemplo de intervención del Fondo Europeo de Desarrollo Regional, *Cuadernos de Turismo* 13, 127-143.
- Martín, M. (2002): Reflexiones críticas sobre patrimonio, turismo y desarrollo sostenible II. *Boletín de Interpretación* 6.
- Morales, J., Ham, S. (2008): ¿A qué interpretación nos referimos?, *Boletín de Interpretación* 19.
- Morales, J. (1998): *Guía práctica para la interpretación del patrimonio. El arte de acercar el legado natural y cultural al público visitante*, Consejería de Cultura, Junta de Andalucía.
- Navalón, R., Rico, E. (2012): Renovación de destinos litorales maduros a partir del patrimonio cultural: Plan Costa Blanca Cultura. En J. F. Vera Rebollo e I. Rodríguez Sánchez (eds.), *Renovación y reestructuración de destinos consolidados en áreas costeras*, Colección Desarrollo Territorial, Universitat de València.
- Observatorio Turístico de la Comunitat Valenciana (2012a): La oferta turística

- municipal y comarcal, 2011, Agència Valenciana del Turisme.
- Observatorio Turístico de la Comunitat Valenciana (2012b): El turismo en la Comunitat Valenciana 2011, Agència Valenciana del Turisme.
- Observatorio Turístico de la Comunitat Valenciana (2013): Informe de producto Turismo Cultural, septiembre 2012, Agència Valenciana del Turisme.
<http://www.turisme.gva.es/turisme/es/files/pdf/observatorio/estudiosmercado/TurismoculturalCV2012.pdf> [Consultado el 27 de mayo de 2014]
- Olcina, M. (2000): Acerca de los museos arqueológicos de la provincia de Alicante, *Canelobre* 41-42, 47-54.
- Organización Mundial del Turismo (2005): *City Tourism and Culture: The European Experience*, Organización Mundial del Turismo.
- Pastor, I. (2005): La difusión durante el proceso de excavación: un recurso para la concienciación social sobre el patrimonio y la arqueología. En C. de Francia Gómez y R. Erice Lacabe (coords.), *De la excavación al público: procesos de decisión y creación de nuevos recursos*, Congreso Internacional sobre Musealización de Yacimientos Arqueológicos, Ayuntamiento de Zaragoza, Zaragoza, 59-66.
- Pérez-Juez Gil, A. (2006): *Gestión del patrimonio arqueológico. El yacimiento como recurso turístico*. Editorial Ariel, Barcelona.
- Querol, M^a A. (1993): Filosofía y concepto de Parque Arqueológico, *Seminario de Parques Arqueológicos*. Dirección General de Bellas Artes y Archivos. Instituto de Conservación y Restauración de Bienes Culturales. Ministerio de Cultura, Madrid, 11-22.
- Querol, M^a A., Martínez, B. (1996): *La gestión del patrimonio arqueológico en España*. Alianza Editorial, Madrid.
- Ruiz Valderas, E., Lechuga Galindo, M., Martínez Molina, A. (2005): Cartagena Puerto de Culturas: una apuesta por el patrimonio de la ciudad. En C. de Francia Gómez y R. Erice Lacabe (coords.), *De la excavación al público: procesos de decisión y creación de nuevos recursos*, Congreso Internacional sobre Musealización de Yacimientos Arqueológicos, Ayuntamiento de Zaragoza, Zaragoza, 197-202.
- Ruiz Zapatero, G. (2012): Presencia social de la arqueología y percepción pública del pasado. En C. Ferrer García y J. Vives-Ferrándiz Sánchez (eds.), *Construcciones y usos del pasado. Patrimonio arqueológico, Territorio y Museo*, Museu de Prehistòria de València, València, 31-73.
- Sivan, R. (1998): Dialogar con el pasado, comunicar con el legado. Reflexiones sobre la presentación del patrimonio *in situ*, *Boletín de Patrimonio Histórico. Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico* 25, 148-149.
- Sivan, R. (2006): Uso y abuso de los medios interpretativos en los itinerarios culturales, Itinerarios culturales y rutas turístico-culturales. *Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico* 60, 142-145.

- Throsby, D. (1997): Seven questions in the economics of cultural heritage en *Economic perspectives on cultural heritage*. En M. Hutter e I. Rizzo (eds.), *Economic perspectives on cultural heritage*, Macmillan Press, Londres, 13-30.
- Tilden, F. (2006): *La interpretación de nuestro patrimonio*, Asociación para la Interpretación del Patrimonio.
- Treserras Juan, J. (2004): El arqueoturismo o turismo arqueológico: un paso más para la valorización del patrimonio arqueológico, *Boletín GC: Gestión Cultural* 9, Turismo Arqueológico.
- Treserras Juan, J. (2008): Turismo arqueológico. En D. López y J. I. Pulido (eds.), *La actividad turística española en 2007*, Asociación Española de Científicos en Turismo, Editorial Universitaria Ramón Areces, Castellón, 676-690.
- Troitiño, M. A. (2007): Estrategias sostenibles en los destinos patrimoniales: De la promoción a la gestión integrada e innovadora, *Estudios turísticos* 172-173, 225-232.
- Vera Rebollo, J. F. (2002): Estrategias de diversificación y diferenciación en destinos turísticos litorales: la revalorización del patrimonio cultural y urbano. En *Estrategias turísticas urbanas*, Asociación Galega de Ciencia Rexional, Universidade de Vigo, 187-207.
- VV.AA. *Plan de Valorización Turística del Patrimonio Cultural de la provincia de Alicante. Plan Costa Blanca Cultura, 2008-2012*. Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas, Universidad de Alicante (inédito).

LA VILLA ROMANA DE LA OLMEDA. UN EJEMPLO DE GESTIÓN TURÍSTICA DEL PATRIMONIO ARQUEOLÓGICO DESDE LA DIPUTACIÓN DE PALENCIA

Rafael Martínez

Antes de hablar sobre la gestión de La Olmeda, y sus repercusiones turísticas en el territorio, y comentar otros aspectos que son objeto de estas Jornadas a las que amablemente se me ha invitado a participar, quiero hacer un breve recorrido por el yacimiento y su historia para poder encuadrar mejor las reflexiones sobre los otros aspectos (Abásolo y Ríos, 2010; Abásolo y Martínez, 2012; Martínez, 2011).

LA VILLA ROMANA LA OLMEDA

Descubierta en 1968 por D. Javier Cortes Álvarez de Miranda en terrenos de su propiedad (figura 1), la villa romana La Olmeda es uno de los principales yacimientos del bajo imperio romano conservados en la península Ibérica. La *pars urbana* de dicho yacimiento fue excavada por su propietario hasta 1980.

Donada a la Diputación Provincial en 1980, desde 1981 la Diputación excavó la villa y construyó una cubierta provisional que permitiera los trabajos arqueológicos y la visita del yacimiento, dotándolo también de una pasarela. Desde 1984 estuvo abierta al público en estas condiciones, al tiempo que se rehabilitó una iglesia en la cercana localidad de Saldaña para instalar un Museo Monográfico con algunos de los objetos procedentes de las excavaciones efectuadas en el edificio de la villa y en sus necrópolis.

Los restos excavados hasta el presente se corresponden con la *pars urbana* y la *pars rustica* de la villa bajoimperial, fechada a partir de 375 d.C. y abandonada a partir de los últimos años del siglo V, dos necrópolis romanas y una necrópolis altomedieval. También se han detectado los restos de la villa antigua altoimperial. Y en todas las excavaciones y prospecciones se han encontrado multitud de fragmentos de cerámica, metal, hueso y vidrio, que

junto con los importantes restos arquitectónicos y los mosaicos proporcionan información para la historia de la villa, sus habitantes y la ocupación del territorio en época romana (figuras 2 y 3).

La Junta de Castilla y León declaró Bien de Interés Cultural la Villa Romana La Olmeda el 3 de abril de 1996.



FIGURA 1. Descubrimiento de los mosaicos, campaña de 1969.

EL NUEVO EDIFICIO: UN MUSEO PARA UNA VILLA

La Delegación de Palencia del Colegio Oficial de Arquitectos de León convocó en diciembre de 1999 un concurso de ideas de adecuación del yacimiento arqueológico de la Villa Romana de la Olmeda al que se presentaron 64 proyectos.

En abril del 2000 el jurado, formado por prestigiosos arquitectos y catedráticos de toda España, entre otros, y en el que también estuvo representada la Diputación, otorgó un primer premio *ex-aequo* a tres concursantes, proponiendo a la Diputación la realización de un concurso restringido para desarrollar el mismo entre los tres.

La Diputación, una vez delimitado el perímetro completo del yacimiento y teniendo en cuenta que por las necesidades mismas de la excavación, tanto el cerramiento como la cubierta del mismo se habían realizado con materiales provisionales que simplemente permitieran la visita, pero sin poder plantear una musealización moderna y contemporánea del yacimiento, acogió la idea del Colegio de Arquitectos. Este fue un paso previo para poder acometer una renovación integral del edificio que cubriera la villa, a los efectos de transformarla en un



FIGURA 2. El gran mosaico del *oecus* (175 m²).

espacio museístico adecuado a la importancia arqueológica del yacimiento, a las dimensiones del mismo, y a los varios millares de visitantes anuales que tenía.

Así la Comisión de Gobierno de 10 de noviembre de 2003 aprobó un convenio con la Delegación de Palencia del Colegio Oficial de Arquitectos de León para la realización del citado concurso restringido, al que se invitó a los tres equipos



FIGURA 3. Aquiles en Skyros, detalle del mosaico del *oecus*.

Algunas cifras de la *pars urbana* de La Olmeda

Superficie total de la vivienda: 4.400 m²

Treinta y una habitaciones

Pavimentos con mosaico: 1.416 m²

Dos pórticos

Cinco pasillos

Cuatro torres, dos octogonales, dos cuadradas

Oecus o salón: 175 m²

Patio con jardín y *labrum*

Zona de baños con diez estancias: 900 m²

Salas de baños fríos y templados; vestuario

Zona de letrinas

ganadores en el anterior. El 29 de mayo de 2004 se resolvió el concurso, resultando ganador el proyecto llamado *Noli me tangere* del equipo Paredes-Pedrosa Arquitectos (García de Paredes y García Pedrosa, 2010) (figura 4).

Posteriormente, y de acuerdo con las bases 5, 6 y 7 del convenio, se adjudicó la redacción del Proyecto básico y de ejecución para la adecuación del yacimiento de la Villa Romana de la Olmeda al citado estudio, y el Pleno de la Diputación de 25 de mayo de 2005 aprobó el proyecto básico y de ejecución de “Adecuación del yacimiento arqueológico de la villa romana de La Olmeda”. Las obras comenzaron en octubre de 2005 y finalizaron el 31 de marzo de 2009, con un presupuesto total en torno a los nueve millones de euros, a los que habría que añadir los gastos del cerramiento de la valla, del aparcamiento y otros, además del mobiliario interior y las instalaciones.

La financiación de todo ello ha corrido a cargo de la Diputación de Palencia, con importantes ayudas del Estado, la Junta de Castilla y León, y la Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y León, quien además financió la dotación museográfica y audiovisual.

El edificio está organizado en un único espacio de cuatro naves cubierto por cuatro grandes bóvedas tendidas de 22 metros de luz y 14 de altura máxima, con un peso total de 680.000 kg, apoyadas sobre unos pilares metálicos, con un entramado romboidal de acero revestido con chapa de aluminio, proporcionando una vista al interior como si se tratase de un moderno artesonado.



FIGURA 4. La Olmeda. El nuevo edificio (Paredes-Pedrosa Arquitectos, 2009).

El conjunto se ha concebido de modo que, envolviendo los restos arqueológicos, se permita salvar y respetar los mismos, desde el punto de vista estructural, y dotarle de una visión global y única en la que unas mallas metálicas insinúan los muros de la villa en algunos puntos. El cerramiento está formado por un zócalo de hormigón sobre el que se asienta una superficie de policarbonato que permite matizar la luz exterior (figura 5).

Un sistema de pasarelas de madera permite realizar un completo recorrido y contemplar, a los pies del visitante, los restos excavados y conservados. Además, en el interior, una adecuada iluminación permite reforzar la importancia de los pavimentos mosaicos (figura 6).

El exterior mimetiza con el paisaje mediante unos módulos de chapa metálica perforada que van variando su densidad en función de la altura para integrarse con las arboledas del paisaje.

La superficie total construida es de 7.130 m², la de las bóvedas 6.083 m². El cerramiento de policarbonato tiene una superficie de 1.800 m² y el cerramiento exterior de acero corten de 3.300 m². El volumen de edificación total es de 63.865 m³.

El nuevo edificio fue abierto al público el 3 de abril de 2009, la instalación museográfica de apoyo se presentó al público en julio de ese año, y



FIGURA 5. Interior del nuevo edificio.

finalmente el 4 de noviembre de 2009, S. M. la Reina Doña Sofía inauguró oficialmente las nuevas instalaciones que permiten visitar la Villa Romana La Olmeda.

El proyecto arquitectónico ha obtenido hasta el presente los siguientes reconocimientos: Finalista Premios ENOR 2009; Premio Cámara de Comercio de Palencia 2009; Mención especial Europa Nostra 2010; Finalista Piranesi Premio de Roma 2010; VII Bienal Iberoamericana Arquitectura Urbanismo 2010; XI Bienal Española de Arquitectura y Urbanismo 2011; Nominada Premio Mies van der Rohe 2011; Finalista Premio Dedalo Minosse Vicenza 2011; XI Bienal Española de Arquitectura y Urbanismo 2011; Mención Especial Premio Fassa Bartolo 2011. Y sobre el edificio contemporáneo se han publicado reportajes en las más prestigiosas revistas de arquitectura y de patrimonio cultural.

El coste del conjunto de obras y equipamientos del nuevo espacio, incluida la musealización, el aparcamiento, la iluminación y la jardinería han superado los 9 millones de euros, financiados por el Ministerio de Fomento a cargo del 1% cultural, la Junta de Castilla y León (Consejerías de Cultura y Medio Ambiente), Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y León (musealización), y la Diputación de Palencia con más del 50% del importe total.



FIGURA 6. Detalle del interior del nuevo edificio.

Algunas cifras del nuevo edificio	
Superficie total construida	7.040 m ²
Superficie cubierta bóvedas	6.083 m ²
Superficie pasarela visitantes	974 m ²
Superficie instalaciones de visitantes	528 m ²
Superficie público total	1.502 m ²
Superficie de áreas internas	430 m ²
Superficie de madera de IPE	4.136 m ²
Cerramiento de policarbonato	1.850 m ²
Cerramiento de acero corten	3.300 m ²
Urbanización	28.000 m ²
Volumen de edificación total	63.865 m ³
Estructura de hormigón	1.600 m ³
Estructura de acero	aprox. 680.000 kg

LA GESTIÓN DE LA OLMEDA

Antes de señalar las principales etapas en la gestión de la villa romana, se ha de decir que, además de la suerte que desde un punto de vista arqueológico supuso el ocasional hallazgo, lo fue también la personalidad del descubridor, Javier Cortes, puesto que se dio cuenta de la importancia de la villa y luchó por la conservación *in situ* de los mosaicos, iniciando las excavaciones a su costa y dando la bandera de salida a un proyecto a largo plazo que, a finales del invierno de 2009, más de 40 años después, se culminó, en lo fundamental, y especialmente en lo relacionado con la excavación de la *pars urbana* y su apertura al público.

LA SINGULARIDAD DE LA GESTIÓN

Desde nuestro punto de vista, la gestión de La Olmeda, con la perspectiva que da el haber pasado más de cuarenta años desde su descubrimiento y el conocimiento de otros casos en España de yacimientos arqueológicos, constituye un caso singular, puesto que:

- El antiguo propietario la excavó a su costa durante 12 años, después trabajó en la villa como encargado de ella, y tras su jubilación vivió

hasta vísperas de la reapertura. En suma, 40 años de presencia y dedicación a La Olmeda.

- La Administración provincial dio continuidad al proyecto durante casi 30 años.
- Solo han intervenido dos directores-arqueólogos, maestro y discípulo, el Dr. D. Pedro de Palol y el Dr. D. José-Antonio Abásolo.
- También ha habido una continuidad en el personal técnico del Servicio de Cultura de la Diputación encargado de la gestión
- Y, finalmente, ha habido continuidad en buena parte del equipo de excavación y conservación de la villa.

Asimismo, en la gestión de la Villa Romana La Olmeda por parte de la Diputación de Palencia, han confluído tres vectores: voluntad de investigación, voluntad de excavación y voluntad de difusión. También se ha dado una afortunada unión, basada en el entendimiento entre los gestores políticos y los gestores técnicos, por un lado, y en el entendimiento entre las administraciones competentes, Estado primero, Junta de Castilla y León después y siempre la propietaria, la Diputación de Palencia que, no solo ha tenido fe en La Olmeda, sino que durante más de 30 años ha hecho un importante esfuerzo de medios humanos y materiales para el conocimiento y difusión de la villa.

LOS PILARES DE UN PROYECTO ESTABLE

Por otra parte, los pilares del proyecto de gestión de La Olmeda desde el primer momento han posibilitado el mantenimiento de la investigación del propio yacimiento a través de la excavación y la publicación, la conservación del mismo mediante un sistema de cubiertas y su difusión mediante la musealización y la divulgación turística, habilitando un sistema de pasarelas, pionero en España en aquel momento, que permitiera la visita. Ello ha permitido una feliz conjunción que concretaríamos en varios puntos: equilibrio entre ciencia y divulgación, equilibrio entre monumento y turismo y adecuación de gastos.

Así pues, consideramos que técnicamente no se ha perdido la perspectiva de lo que se trataba de gestionar atendiendo las varias facetas que presenta un yacimiento de este tipo: la faceta científica, arqueológica e histórica, lo que comprende la excavación, análisis y estudios, la publicación,

etc.; la faceta divulgativa y didáctica, que incluye las visitas, el museo, la promoción, etc.; y la faceta turística cultural.

Etapas en la gestión de La Olmeda

1968 a 1980: Gestión privada: D. Javier Cortes.

1980 a 2005: Gestión pública: Diputación de Palencia.

1980 a 1984: Acondicionamiento para apertura.

1984: Inauguración de la villa y el museo monográfico.

1984 a 2004: Continuación de trabajos y ampliación hasta los baños.

2004: Apertura al público de los baños. [Concurso Ideas]

Octubre 2005-marzo 2009: Remodelación

Construcción del nuevo edificio y trabajos preparatorios para la nueva musealización

Desde abril 2009: La nueva La Olmeda

3 de abril de 2009: Apertura al público

4 de noviembre: Inauguración oficial por S.M. la Reina

RECURSOS HUMANOS

Para todo ello y tras el esfuerzo inicial del propietario, quien se encargó él mismo de enseñar los restos hallados y que incluso cubrió a su costa una pequeña parte de ellos, en una etapa en la que el boca a boca consiguió llamativos resultados de visitantes, una vez que la Diputación se hizo cargo del yacimiento, contó con el siguiente personal. En La Olmeda había un director de las excavaciones, un encargado-mosaista, tres peones de mantenimiento, un guía de la villa y un guía del museo, al que se sumaba otro guía de refuerzo en temporada alta. En el Servicio quedaba el Jefe de Servicio y técnicos y personal administrativo.

La nueva etapa, comenzada en 2009 tras la construcción del nuevo edificio, se mantiene fiel a los mismos criterios de gestión directa ya señalados que se realiza con la participación de un personal específico en La Olmeda, la dirección y apoyo técnico y administrativo del Servicio de Cultura, de quien depende su gestión, y la colaboración de otros servicios de la Diputación. Así pues, desde el 3 de abril de 2009, el personal que atiende a La Olmeda, queda como sigue: en La Olmeda el Director de las excavaciones (externalizado), un

encargado-mosaista, dos peones de mantenimiento, cuatro guías didácticos de la villa y tres taquilleros vendedores, mientras que en el Servicio quedan un Jefe de Servicio, un técnico y un administrativo además de una persona para la contabilidad.

Además, al estar gestionada directamente por la Administración Local, todos los recursos de la misma colaboran en todo lo necesario (Archivo y Biblioteca, Servicios Técnicos y resto de Servicios Administrativos, y personal de oficios).

Toda la plantilla de La Olmeda es personal laboral de la Diputación, salvo el Director de las excavaciones.

OTROS RECURSOS

A ello hay que sumar la externalización del servicio de cafetería (mediante contrato de prestación de servicios), el de limpieza, el de seguridad y todos los de mantenimiento técnico de instalaciones y aparatos.

El Patronato Provincial de Turismo, también dependiente de la Diputación, de forma coordinada con el Servicio de Cultura, se encarga de la promoción y difusión de la villa en España y en el extranjero.

La villa cuenta con salón de actos e instalaciones para despachos, sala de reuniones, almacén, etc. Y se tiende a la accesibilidad completa, estando preparada para discapacitados físicos, y, en parte, para invidentes. En la tienda se venden publicaciones científicas y divulgativas de La Olmeda, además de objetos de regalo, y *merchandising* en exclusiva con motivos de la propia villa. Finalmente, como cualquier museo y equipamiento cultural moderno, La Olmeda tiene su propia página web¹, y un sistema de adquisición de entradas y reservas *on line* (figura 7).

RÉGIMEN DE VISITAS

Para facilitar la visita y homologarla a los estándares de otras instalaciones museísticas importantes la villa abre de martes a domingo, cerrando los lunes. El horario es ininterrumpido de 10:30 a 18:30 h. La visita es libre apoyada en la instalación, los aparatos de la musealización y un folleto que se entrega de forma gratuita con la entrada.

Las visitas guiadas se hacen con reserva previa para grupos de más de 10 personas, y también se ofertan sin costo en la villa a las 11, 12, 13, 16:30 y 17:30 horas.

¹ www.villaromanalaolmeda.com [Consultado el 27 de mayo de 2014]

Ocasionalmente se realizan, previo anuncio, visitas vespertinas y además hay visitas vinculadas a las actividades culturales que se programan en la villa.

El precio de la entrada general es de 5 euros. La entrada reducida para grupos, estudiantes, carnet joven, pensionistas y familias numerosas es de 3 euros. Hay una entrada especial de 1,50 euros para grupos de 8 estudiantes o más y para profesionales de instituciones museísticas, profesores, guías de turismo, periodistas en ejercicio de la actividad profesional, miembros de las Asociaciones nacionales e internacionales de Museos, e investigadores. Y gratuita para menores de 12 años y los profesores o guías que acompañan a los grupos, hasta dos por grupo (figura 8).

LA RELACIÓN DEL PROYECTO CULTURAL VILLA ROMANA LA OLMEDA CON LAS COMUNIDADES LOCALES

Se ha de tener en cuenta que, de todos los proyectos que se han analizado en estas Jornadas, La Olmeda es el único que está enclavado en una provincia cuyos recursos turísticos son escasos, al no existir turismo vacacional, ni de verano ni de invierno. A ello hay que añadir que la provincia solo cuenta con 171.668 habitantes censados en enero de 2012, lo que representa el 0,37% de la

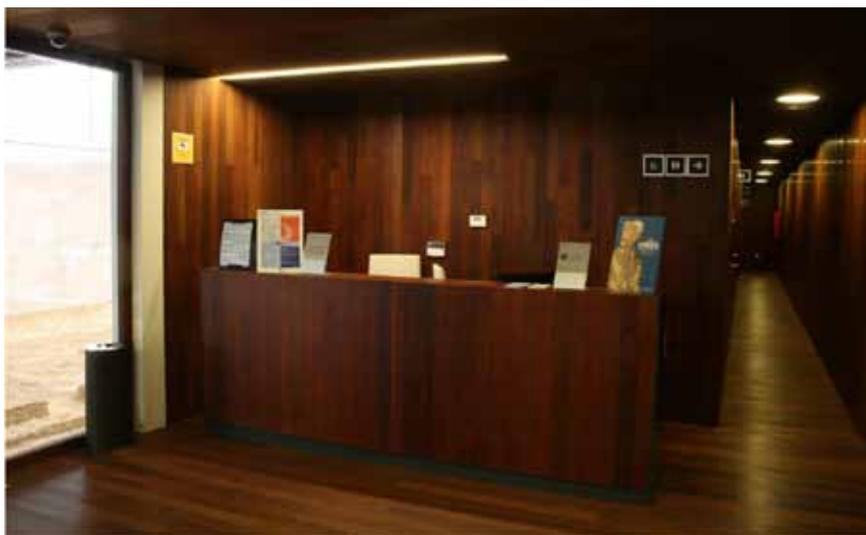


FIGURA 7. Detalle del interior del nuevo edificio: recepción de visitantes.

población de España, ocupando el puesto 47 entre las provincias españolas, siendo su densidad de población de 21,4 hab/km², pero si descontamos la población de la capital, la densidad no llega a 11,5 hab/km². Los dos pueblos más próximos al yacimiento, Pedrosa de la Vega, en cuyo término municipal se encuentra, y Gañinas, en la carretera autonómica C-615 desde donde hay que desviarse para llegar a él, tienen 340 y 53 habitantes respectivamente, sin centros escolares, evidentemente. Por el sur y por el norte se encuentran próximos Carrión de los Condes y Saldaña, que es la cabecera de la comarca de la Vega, en la que se encuentra la villa, pero tampoco son grandes poblaciones, ya que cuentan con 2.231 y 3.032 habitantes respectivamente, aunque tienen centros escolares, biblioteca y algún equipamiento cultural. Desde 1984 los objetos procedentes de la excavación de la villa romana La Olmeda se exponen en el Museo Monográfico habilitado en la Iglesia de San Pedro de Saldaña.

En este contexto poblacional, y con una economía eminentemente agraria, y en la zona con un fuerte componente ganadero, ha de enmarcarse el hallazgo arqueológico en 1968, en la España del Plan de Desarrollo. El propietario, en cuyos terrenos se descubre la villa, pertenece a una de las familias adineradas de la zona, con implicaciones políticas en la república y



FIGURA 8. Talleres para escolares.

en el régimen franquista, y con generosidad y altruismo excava a su costa la villa los primeros años. En ese momento la participación de las comunidades locales vecinas no pasó de los obreros que se contrataron para la excavación y de las numerosas visitas de curiosos al lugar del yacimiento tras la noticia del hallazgo primero, y de las sucesivas campañas después. Era algo de lo que no podían participar más que mirando. Algo extraño a su mundo con un propietario y un equipo especializado de arqueólogos que ni siquiera venían de Palencia, sino de la Universidad de Valladolid.

No obstante la dedicación del propietario a enseñar lo encontrado a cuantos lugareños primero, palentinos luego, y más tarde de otras latitudes se fueron acercando a ver lo hallado, hizo que en la opinión pública y en la sensibilidad de la pequeña provincia, fuera cobrando naturaleza un estado de admiración por algo digno de ser conocido, y donde llevar a amigos, familiares, visitantes, etc.

Es decir, el arranque de la difusión de La Olmeda se hizo casi con el boca a boca primero, los medios de comunicación locales después, y la continua y paciente labor del descubridor. Pero en aquellos momentos, hace más de 45 años, nadie se planteó cómo implicar a las comunidades locales, ni mecanismos de colaboración en núcleos donde había otras muchas necesidades, algunas básicas.

Habida cuenta de la importancia arqueológica del yacimiento, reconocida nacional e internacionalmente desde los primeros años, y ante la fórmula tantas veces aceptada de que los más importante hallazgos del territorio nacional se llevaran al Museo Arqueológico Nacional, el propietario pensó que debería implicar a los poderes locales para conseguir continuar con las excavaciones y, a ser posible, que se conservasen *in situ*. Como el municipio al que pertenece es demasiado pequeño, e incluso la cabecera de la comarca, Saldaña, no podía plantearles una aventura que requería medios materiales y humanos que estos no podían garantizar, dirigió su mirada hacia la Diputación, quien, en la escala de sus recursos, hacía años ya que llevaba apostando por un turismo cultural a través de los principales monumentos de la provincia, San Martín de Frómista, San Juan de Baños, y la concentración de edificios románicos en el norte de la provincia.

Esto es lo que llevará a la cesión a la Diputación en el año 1980, a la que ya he hecho referencia, y esto es lo que condiciona la supervivencia del yacimiento, pero también su modelo de gestión.

LA OLMEDA. UN PROYECTO DE LA DIPUTACIÓN DE PALENCIA

Así, a partir de la cesión, La Olmeda fue un proyecto de la Diputación gestado desde el Servicio de Cultura, entonces dirigido por mi recordada amiga y compañera Maritina Calleja, quien con todo su impulso y conocimiento concitó voluntades para que se pudiera seguir excavando hasta su finalización con medios de la Diputación, no en campañas anuales, sino día a día, tras la realización de un sistema de cubiertas ampliable.

Es pues, antes que nada, un proyecto de salvaguarda de un yacimiento *in situ*, que rápidamente se considera posible abrir al público, lo que se hizo en cuatro años, en unas condiciones mínimas, contando con una persona para enseñarlo a la que se sumaba en temporada alta otra de refuerzo, y siempre el antiguo propietario que había quedado como responsable de la conservación del yacimiento encargado por la Diputación. El personal de excavación, mantenimiento y guías eran de la zona.

Pero lo temprano en el panorama nacional de la puesta en valor de un yacimiento de este tipo, comienzos de los 80 del siglo pasado, y la tónica general de las actuaciones de la Diputación, no solo en el campo del Patrimonio, sino en otros campos, hicieron que el proyecto en su conjunto fuese una gestión directa y dirigida desde Palencia en la que no se contó con los pequeños núcleos de población próximos, ni tan siquiera con su ayuntamiento ni con la cabecera de la comarca. Y la Diputación se volcó en que La Villa Romana La Olmeda fuera (antes de la última remodelación) un referente arqueológico en España y uno de los atractivos turísticos de la provincia de Palencia habiendo sido visitada antes de octubre de 2005 por más de 700.000 personas, con una media en torno a los 35.000 visitantes anuales.

En esa etapa se subvencionó a los colegios de la provincia que se desplazasen a visitar La Olmeda, asumiendo la mitad del costo del autobús la propia Diputación, lo que permitió que generaciones de escolares durante más de 15 años visitaran La Olmeda. También se organizaron cursos para universitarios.

No se ha de olvidar que la provincia de Palencia es una provincia de una región pobre de Europa, de las que fueron definidas como Objetivo 1, es decir con un PIB inferior al 75% de la media de UE y por consiguiente receptora de ayudas y subvenciones.

En estas jornadas se han visto zonas con turismo consolidado de vacaciones, o de fiestas, e incluso gastronómico –caso de Galicia, Cantabria, Canarias y Comunidad Valenciana; son casos además con costa, y en ocasiones

tras decenas de años siendo lugar de veraneo, o con otros atractivos (Fallas, Compostela...). El número de turistas que captan nuestros yacimientos, sitios arqueológicos, museos, etc., no son sino una parte muy pequeña del conjunto de turistas (ver datos en el capítulo de Solsona y Ruiz en este volumen), siendo necesario estudiar líneas de trabajo que sean capaces de aumentar el turismo cultural en ellas.

Sin embargo, en el caso de La Olmeda no ocurre lo mismo, porque la provincia mueve más turismo cultural que de otro tipo y, dentro de él, La Olmeda y San Martín de Frómista se llevan entre ambos la visita de uno de cada tres viajeros que llegan a la provincia.

EL TURISMO EN PALENCIA Y LA APORTACIÓN DE LA OLMEDA

Antes de nada, he de decir que los datos sobre turismo que se disponen, generalmente facilitados por la Junta de Castilla y León, no parecen elaborados con herramientas adecuadas que permitan discriminar pernотaciones y viajes puramente turísticos de las demás, y mucho menos definir los diversos intereses turísticos.

Al no ser Palencia una provincia eminentemente turística, hay que señalar en primer lugar que, a pesar de los esfuerzos hechos tanto por la Junta de Castilla y León como por la Diputación Provincial, a través de su Patronato de Turismo, no existen buenos estudios retrospectivos sobre la realidad turística de la provincia, ya que las cifras de las que se disponen están basadas en tipos y encuestas que no permiten, desde nuestro punto de vista, conocer muy bien la realidad del turismo provincial, ya que sus datos están principalmente proporcionados por los establecimientos hosteleros. Tampoco existen buenos estudios prospectivos, por lo que no es posible alcanzar a vislumbrar cifras que permitiesen saber en qué parámetros nos movemos, ni cuáles son los umbrales que se pueden alcanzar, ni cuáles son los yacimientos de posibles turistas, ni los de carácter general, ni segmentaciones por tipo de turismo que se realiza.

Tomando los datos publicados para el año 2012 por el Observatorio Turístico de la provincia de Palencia en sus boletines, sabemos que el número total de viajeros que entraron en la provincia fue de 291.486, de los cuales 249.071 fueron españoles, y 42.415 extranjeros (14,55%). La villa romana La Olmeda fue visitada por 52.506 visitantes, lo que supuso un descenso, entendemos motivado por la crisis, de en torno al 25% respecto del año 2011. Esta cifra re-

presenta el 18,93% del total de viajeros contabilizados para la provincia, y es prácticamente la misma de los visitantes de la iglesia románica de San Martín de Frómista, y está muy por encima de los visitantes del Museo de Palencia (antiguo museo arqueológico), de la Catedral o del Museo Diocesano. Al ser ambas cifras muy próximas y estar ambos lugares a unos 35 km, podríamos pensar que ambos se benefician de los visitantes del otro, y que el 20% de los viajeros de la provincia es la cifra que se aproxima al turismo cultural. Pero reitero que el tipo de datos, y como se obtienen, no nos permite tener grandes certezas al respecto.

Si consideramos un radio de en torno a 20 km alrededor de la villa romana, que en términos de la provincia de Palencia suponen el 15,60% del territorio y comprendería buena parte de la comarca de la Vega y parte de la comarca de Carrión, el conjunto de núcleos de población de esta zona solo suponen 11.036 habitantes. Si tenemos en cuenta que los visitantes de la villa en el 2012 han sido 52.506, vemos cómo el número de visitantes del yacimiento multiplica prácticamente por cinco el de habitantes de la zona. Evidentemente esto supone un impacto económico importante complementario de la tradicional economía de base agrícola y ganadera de la zona.

Por ello, en este orden de cosas, hay que tener en cuenta que se han abierto varios establecimientos hosteleros en la zona.

Si analizamos los datos de visitantes, vemos que en 2012, solo el 15,54% de los visitantes procedían de la provincia de Palencia y que el resto de la Comunidad Autónoma de Castilla y León aportó el 25,52%. El resto, el 54,19%, procede del territorio español y el 4,74 % fueron extranjeros (figura 9).

Desde la reapertura de la villa se viene observando que año a año viene descendiendo el número de visitantes de Palencia y Castilla y León, cuyas medias desde el 2009 son 20,25% y 28,21% respectivamente y aumenta el número de visitantes del resto de España (figura 10).

Los fines de semana han supuesto el 60,71% de los visitantes, con más afluencia los sábados, que se llevan el 26,12%. Fuera de los fines de semana, el martes es el día de más visitantes (15,83%), quizá influenciado por la entrada gratuita en sus tardes, en aplicación de la Ley de Patrimonio (8,56%).

Si del total de visitantes descontamos los que acceden los fines de semana (solo sábado y domingo), puentes y otras festividades, los martes con gratuidad y los días de actividades culturales complementarias, que llamamos Cultura a la Romana, nos quedarían 17.045 visitantes, el 32,46%

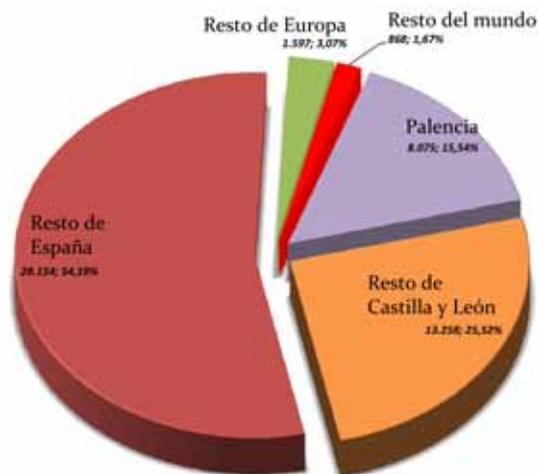


FIGURA 9. Procedencia de visitantes en 2012.



FIGURA 10. Procedencia de visitantes desde la reapertura (309.105 encuestados de 320.996 visitantes desde la reapertura).

del total. Cifra que consideramos importante, pues indica que prácticamente la tercera parte de los visitantes de La Olmeda lo hacen en martes, miércoles, jueves y viernes, sin atractivos añadidos. Estas cifras tienen muy poca variación, si se contempla el total de visitantes desde la reapertura en 2009 (figuras 11 y 12).

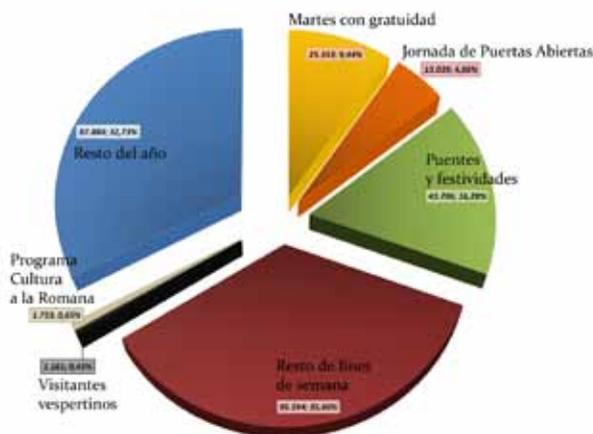


FIGURA 11. Visitantes desde la reapertura en abril de 2009 (visitantes totales 320.996).

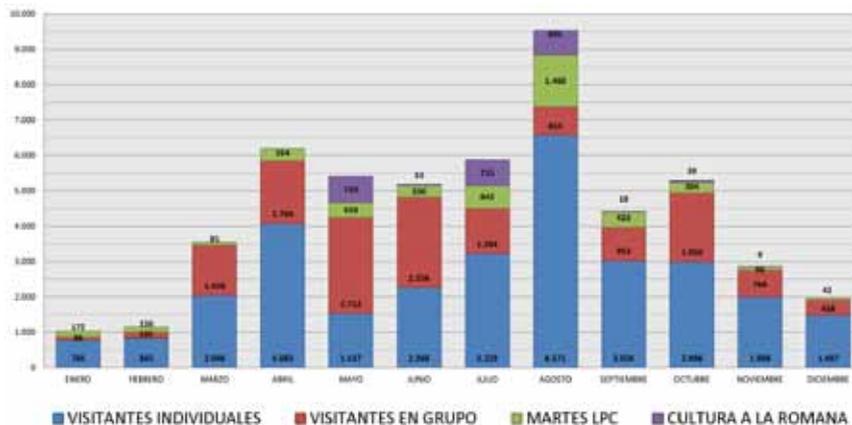


FIGURA 12. Afluencia de visitantes en 2012 y tipos de visita.

Otro aspecto a analizar es el de los grupos que visitan La Olmeda. Agrupamos aquí a todo tipo de grupos organizados que solicitan la visita con antelación. Generalmente se trata de grupos de escolares de todos los niveles, grupos de Asociaciones de Amas de Casa, Tercera Edad y otros colectivos, o del grupos de Congresos, Simposios y otras reuniones de trabajo que se celebran en algún

lugar de la provincia, preferentemente en la capital. Excepcionalmente puede tratarse también de grupos familiares de más de 10 personas, que visitan el yacimiento con motivo de alguna celebración o reunión familiar. El número total del conjunto de grupos que han visitado La Olmeda en 2012 ha ascendido a 532, aportando 14.906 visitantes, lo que supone el 28,39% del total de visitantes.

Todo esto nos permite, en nuestra escala, ser moderadamente optimistas, puesto que, si más del 50% de los visitantes de la villa llegan desde fuera de la Comunidad de Castilla y León, implica necesariamente que, al menos, la comida y algún otro tipo de gasto, cuando no el alojamiento, deben de hacerlo en nuestra provincia, con el consiguiente movimiento económico en el sector de la hostelería e incluso en el del comercio. De hecho, en la zona de más directa influencia de La Olmeda, y que hemos señalado antes, según datos de la Junta de Castilla y León, desde 2009 se han abierto 3 nuevos hoteles/hostales, 7 casas rurales de alquiler, 9 restaurantes, 1 cafetería, 8 bares, 4 albergues, 3 centros de Turismo Activo y una agencia de viajes.

ALGO MÁS QUE UN YACIMIENTO

Desde la reapertura tras la construcción del nuevo edificio, en 2009, se han superado en 43 meses los 320.000 visitantes. En el éxito de visitantes seguramente influye, además del propio interés del yacimiento y su estado de conservación, y el moderno edificio que lo acoge, una campaña de promoción publicitaria intensísima en los momentos de la reapertura, para la que se contó con los servicios de una empresa especializada que consiguió que los principales medios de comunicación generalistas y especializados visitaran la villa y diese noticia de ella, tanto en los informativos, como en los programas especiales, y también en reportajes de medios especializados en historia, viajes, turismo, etc. Baste señalar que en el primer fin de semana que estuvo abierta la villa, correspondiente a sábado y domingo de Ramos, 4 y 5 de abril de 2009, los informativos nacionales de las primeras cadenas de televisión cerraron con la noticia. La inauguración oficial por S.M. la Reina, en noviembre de ese año, fue también recogida en los medios nacionales. Indudablemente esto puso a la villa en la mira de muchos posibles turistas.

El objetivo de la Diputación, volcada en esta obra y gestionándola con los criterios a los que hemos hecho referencia es que, además de la conservación y divulgación de este importante Bien de Interés Cultural, pueda ser

un referente para el turismo cultural que, al tiempo, dinamice su comarca, y la provincia de Palencia.

Por ello, y una vez abiertas las nuevas instalaciones, se ha preparado un programa de actividades culturales y de difusión, que complementarán el régimen ordinario de visitas y permitirán divulgar, en distintos niveles y de distintas maneras, la villa romana, sus materiales y el conocimiento de Hispania romana (figura 13).

Los trabajos científicos relacionados con la arqueología del yacimiento, su conservación y la atención a los investigadores, se encuentran siempre en la primera línea de la gestión del mismo, fruto de lo cual se realizan ciclos de conferencias y exposiciones.

En cuanto a la gestión divulgativa y de turismo cultural, en La Olmeda se atiende no solo a los visitantes, sino que también se realizan actividades culturales de toda índole, además de recreaciones del mundo romano, que permiten complementar la difusión y divulgación del yacimiento. Al mismo fin sirve la página web citada más arriba.

Ejemplo de la colaboración con instituciones, sitios, yacimientos y museos similares, La Olmeda acogió, en octubre de 2009, el V Encuentro sobre nuevas Museologías del ICOM-España, y ha sido la sede del I y II Encuentro Nacional de Yacimientos Romanos, celebrado el 23 de junio de 2010 y 18 de octubre de 2012 respectivamente. También está participando en la puesta en marcha del proyecto Red de Villas Romanas en Hispania.



FIGURA 13. Actividades culturales en La Olmeda. Taller de caligrafía.

BIBLIOGRAFÍA

- AA.VV. Boletín del Observatorio Turístico de Palencia 2009-2013.
<http://www.palenciaturismo.es/contenido/f45dad8d-d5f4-11de-b283-fb9baaa14523?seccion=b66e6d2a-e24e-11de-acbb-fb9baaa14523>
[Consultado el 27 de mayo de 2014]
- Abásolo, J. A., Martínez R. (2012): *Villa romana La Olmeda. Guía Arqueológica*, Palencia.
- Abásolo, J. A., Ríos, D. (2010): La Villa romana La Olmeda. La nueva Olmeda. Intervención arqueológica (2005-2009), *5º Encuentro Internacional Actualidad en Museografía (Palencia, 1 al 3 de octubre de 2009, ICOM España)*, Vigo, 141-148.
- García de Paredes, A., García Pedrosa, I. (2010): La villa romana La Olmeda. Noli me tangere. El nuevo proyecto para La Olmeda, *5º Encuentro Internacional Actualidad en Museografía (Palencia, 1 al 3 de octubre de 2009, ICOM España)*, Vigo, 149-160.
- Martínez, R. (2011): La Olmeda: un nuevo espacio museístico, *Studies on the rural Word in the Roman period*, 6, *The musealization of Roman villas*, Gerona, 81-90.

CUEVAS PREHISTÓRICAS DE CANTABRIA. UN MODELO DE GESTIÓN DEL PATRIMONIO EN EL MUNDO RURAL

Daniel Garrido Pimentel

LA RED DE CUEVAS PREHISTÓRICAS DE CANTABRIA

La Red de Cuevas Prehistóricas de Cantabria está constituida por siete cavidades con arte paleolítico, abiertas al público de manera ordinaria. Estas son: Chufín (en Riclones, Puentenansa), El Castillo, Las Monedas (en Monte Castillo, Puente Viesgo), El Pendo (en el Barrio del Churi, Camargo), Cullalvera, Covalanas (en Ramales de la Victoria), y Hornos de la Peña (Tarriba, San Felices de Buelna). Las siete cuevas están sujetas a un régimen de visitas controlado que garantiza su conservación. Desde 2013, y bajo un régimen de visitas restringido a 30 personas al año, se han abierto de manera excepcional otras dos cuevas: La Pasiega y Las Chimeneas (en Monte Castillo, Puente Viesgo) (figura 1).

Ocho de ellas, con la excepción de Cullalvera, fueron declaradas Patrimonio Mundial por la UNESCO en 2008. Constituyen un conjunto de calidad excepcional por la gran variedad de técnicas, estilos y temas que en ellas se realizaron, ejemplificando con creces el significado y la importancia del arte paleolítico en la región cantábrica y sus analogías con el arte rupestre paleolítico en Europa.

La distribución de esas siete cavidades, sujetas a un régimen ordinario, por los principales valles que confluyen a lo largo del litoral cántabro, permite al visitante no sólo conocer éste patrimonio subterráneo, también la diversidad paisajística, gastronómica y cultural entre la bahía de Santander y los valles del Asón, el Pas y el Nansa. Además, por su carácter estratégico para las poblaciones prehistóricas las siete cavidades están situadas en plena naturaleza y cinco de ellas poseen un control visual del valle en el que están situadas.



FIGURA 1. Localización de las Cuevas Prehistóricas de Cantabria: 1. Cueva de Chufín (Rioclones, Rionansa), 2. Cueva Hornos de la Peña (Tarriba, San Felices de Buelna), 3. Cueva de El Castillo, Cueva de Las Monedas, La Pasiega, Las Chimeneas (Monte del Castillo, Puente Viesgo), 4. El Pendo (Escobedo de Camargo, Camargo), y 5. Cueva de Covalanas y Cueva de Cullalvera (Ramales de la Victoria).

110 AÑOS DE GESTIÓN ARQUEOLÓGICA

El Castillo, Las Monedas, La Pasiega y Las Chimeneas están situadas en el Monte Castillo (Puente Viesgo), uno de los hitos geográficos con mayor concentración de conjuntos rupestres en toda Europa. Su gestión comienza en 1903, año en el que se descubren las pinturas y los grabados de El Castillo (Alcalde del Río, 1906). Las políticas de socialización y sensibilización cultural, social y económico de esta cavidad han estado siempre vinculadas a la historia de Altamira.

El descubrimiento de las pinturas de Altamira en 1879 y la polémica que suscitó su autenticidad, ocasionó la llegada de curiosos, investigadores y personalidades del momento hasta Santillana del Mar. Para evitar el paso incontrolado de personas que pudieran ocasionar la destrucción de este conjunto parietal en 1880, su descubridor, Marcelino Sanz de Sautuola cerró la boca de la cueva con una puerta de madera que el mismo costeó (Heras Martín y Lasheras Corruchaga, 1997).

En 1902, y tras el reconocimiento de la autenticidad de Altamira, se desarrolla en Cantabria la llamada etapa de los descubrimientos por parte de Hermilio Alcalde del Río, director de la Escuela de Artes y Oficios de Torrelavega y defensor de la existencia de más “altamiras” en Cantabria (Alcalde del Río, 1906). Su trabajo pronto obtuvo resultados. En 1903 descubre las ciervas rojas

de Covalanas, los grabados de Hornos de la Peña y el conjunto rupestre de El Castillo. La publicación del contenido de estas cavidades en 1906 suscitó un gran interés en el ámbito nacional e internacional. En 1909 Alberto I de Mónaco visita Altamira, El Castillo y Covalanas. Este viaje motiva la creación del Instituto de Paleontología Humana en París, la primera institución dedicada al conocimiento de los modos de vida y los cambios tecno-culturales y antropológicos de las poblaciones prehistóricas (figura 2).

Los primeros trabajos del Instituto de Paleontología Humana se centraron en Cantabria y se dividieron en dos: la excavación de varios yacimientos entre los que destaca el vestíbulo de El Castillo, excavado por Hugo Obermaier entre 1910 y 1914; y el estudio y posterior publicación en *Les cavernes de la Région Cantabrique* de todo el arte rupestre conocido hasta 1910 por Henri Breuil, permitiéndole realizar la primera secuencia temporal del arte paleolítico en el sector cantábrico (Alcalde del Río *et al.*, 1911). Ambos trabajos ocasionaron un gran interés en el mundo académico nacional, iniciándose estudios y excavaciones homólogas en el norte peninsular.

En el ámbito local, estas cavidades eran conocidas por los lugareños, quienes en ocasiones no creían que estas pinturas y grabados fueran tan antiguas porque nadie antes que Hermilio Alcalde del Río las había visto. Este hecho originó el bulo de que su descubridor era el autor de la decoración interior de las cavidades. En este sentido, existe una anécdota local sobre la cueva de El Castillo en Puente Viesgo. El guía Gerardo Castillo, cuyo trabajo era costeadado



FIGURA 2. Instantánea de la visita guiada realizada en 1909 por Henri Breuil a Alberto I de Mónaco en El Castillo. Fotografía: Instituto de Paleontología Humana de París.

por el propio Alcalde del Río, quien debido a sus disputas con Hugo Obermaier, registró a su nombre esta cavidad y la explotó turísticamente hasta 1931, le comunicó a un visitante que mostraba gran interés: *“no haga usted mucho caso de las pinturas porque las pinta D. Hermilio, es un gran pintor, un artista”*.

En general las cuevas eran enseñadas por su descubridor o por personas de la localidad. Estos últimos, guardaban la llave del cerramiento de la cavidad, sin apenas preparación y escaso conocimiento científico, conducían a los visitantes hasta el interior mostrando a su paso donde se encontraban las pinturas y los grabados durante el recorrido. Su principal finalidad era la de controlar y evitar que el interesado alterara o destruyera el conjunto rupestre. El lugar donde se informaban todos los que estaban interesados en visitar la cavidad y de cómo contactar con la persona que tenía la llave solía ser el bar del pueblo o a través de algún lugareño. Surgió así la figura del guía local y los hosteleros del lugar vieron como sus establecimientos comenzaban a ser frecuentados por foráneos. Esto no fue igual en todas las localidades. Santillana del Mar, por su conjunto histórico, o Puente Viesgo, por sus aguas termales y ubicación en la carretera nacional Santander-Burgos, ya estaban acostumbradas a recibir forasteros.

El paulatino incremento de las visitas en Altamira produjo la primera intervención destinada a la recepción y atención de visitantes de forma sistemática. Entre 1924 y 1935 la Junta de Administración y Explotación de la Cueva de Altamira, presidida por el Duque de Alba y avalada por Alfonso XIII (figura 3), desarrolla el primer proyecto que pretendía la construcción de un modesto Museo, la dotación de un buen acceso hasta la cueva, la instalación de iluminación eléctrica y un cómodo recorrido por el interior de la misma. Se construye una caseta cercana en el camino de acceso a la cavidad, utilizada como vivienda por el guarda-guía que efectuaba a su vez labores de mantenimiento e informaba a tiempo real de todo aquello que aconteciera fuera y dentro de la cueva. Esta actuación, que regulariza la situación del guía, se toma como ejemplo con posterioridad en otras cuevas (figura 4).

En 1944 se crea el Patronato de las Cuevas Prehistóricas de la Provincia de Santander encargado de la gestión y conservación de todos los conjuntos rupestres en Cantabria. En 1950, y con motivo del incremento del turismo exterior, comienza un plan de acondicionamiento y regularización de la situación de otras cavidades como El Castillo, La Pasiega, Santián, Covalanas, La Haza y Hornos de La Peña, al concebirse este Patrimonio subterráneo



FIGURA 3. Visita de Alfonso XIII a Altamira junto al Duque de Alba, a la derecha. Su visita produjo la creación de la Junta de Administración y Explotación de Altamira presidida por el Duque de Alba y la habilitación de Altamira para las visitas. Fotografía: Museo Nacional y Centro de Investigación de Altamira.



FIGURA 4. El prehistoriador Hugo Obermaier observa las remodelaciones efectuadas en el interior de Altamira para las visitas durante los años 30. Fotografía: Centro de Estudios Montañeses.

como un potente aliciente turístico (figura 5). En las principales vías de comunicación se instalaron paneles direccionales para redirigir al turismo hasta estas cavidades. En el interior de las cuevas se efectuaron escaleras de cantería, se rebajaron los suelos modificando su orografía natural (figura 6). En el exterior se realizó un camino de acceso peatonal hasta su boca, donde solía estar la caseta del guarda-guía, el cual desempeñaba las mismas funciones que el de Altamira. Incluso se desarrollaron proyectos de conservación, eliminando los grafitis de las paredes por el paso incontrolado de personas durante la Guerra Civil española, que utilizaron las cavidades como refugio improvisado.

La mayor intervención se efectuó en el Monte Castillo, los trabajos se centraron en el acondicionamiento de El Castillo y La Pasiega, renovando o dotándolas de iluminación artificial, servicios sanitarios, una caseta para el guía y un camino en el farallón de la montaña que comunicaba ambas cuevas. Durante la realización de estos trabajos se produjo el descubrimiento de dos



FIGURA 5. Alfredo García Lorezo, en el centro y con un cigarrillo en la boca, fue el encargado por el Patronato de las Cuevas Prehistóricas de la Provincia de Santander de habilitar para las visitas cavidades como El Castillo, La Pasiega, Las Chimeneas, Las Monedas, Santián, Covalanas, La Haza y Hornos de La Peña. Fotografía: Centro de Estudios Montañeses.

nuevos conjuntos rupestres en Monte Castillo: Las Monedas y Las Chimeneas que también se habilitaron para ser visitadas. Las obras finalizaron en 1954.

En 1955 visitan Altamira 50.000 personas. El Patronato decide entonces realizar una carretera y un aparcamiento en Monte Castillo que permita encauzar hasta aquí el turismo interesado por Altamira, con la intención de disminuir el número de visitas a esta última por motivos de conservación sin reducir la oferta cultural de la región. En 1970, ante los problemas de conservación de Altamira generados por las visitas, el Patronato decide asfaltar la carretera del Monte Castillo, construida en los años 60, por albergar cuatro cavidades con arte rupestre en una distancia de apenas 620 metros, efectuándose a su vez una intensa publicitación de las mismas. En 1973 visitaron Altamira 173.000 personas. En 1976 se decide reducir el 80% del billete a todas aquellas personas que, tras visitar Altamira, visitasen las cuevas del Monte Castillo. Al año siguiente se produce el cierre de Altamira. Es entonces cuando se invierte en políticas de conservación, destinadas a mitigar los efectos de los visitantes



FIGURA 6. Instalación en 1953 de escaleras de cantería en la recién descubierta cueva de Las Chimeneas para su visita al público. Fotografía: Centro de Estudios Montañeses.

para mantener las condiciones medioambientales de la cueva en base a un exhaustivo control en el número de visitantes (García Diez *et al.*, 2010-12).

Con el cierre definitivo de Altamira, en 1985, esta cavidad pasa a ser gestionada por el Ministerio de Cultura, mientras que el resto de las cavidades dependen de la Consejería de Cultura del Gobierno de Cantabria (antes Diputación Regional de Cantabria). En adelante, las intervenciones destinadas a la mejora de los exteriores e interiores de las cavidades abiertas al público se limitan a labores puntuales de mantenimiento y mejora, como la renovación de la instalación eléctrica de El Castillo y Las Monedas o la instalación de redes de protección de los paneles, entre otras.

Desde entonces sólo se han abierto dos cavidades más con arte rupestre al público. Estas son: El Pendo, tras el descubrimiento en 1997 de un importante conjunto de pinturas rojas punteadas (Montes y Sanguino, 2001); y Cullalvera, esta última más por la monumentalidad de su complejo cárstico que por sus pinturas.

El Pendo se abrió al público el 18 de abril de 2003, tras la eliminación de materiales alóctonos y el ataque microbiológico al que estaban sometidas sus pinturas. Las labores de acondicionamiento consistieron en dotar a la cavidad de señalización vial, una carretera de acceso actualmente en proyecto de ser mejorada, un centro de recepción de visitantes con baño, aparcamiento, acceso peatonal hasta la boca de la cueva, instalación eléctrica, y una pasarela metálica que evita el paso por desniveles naturales (figura 7). El año de apertura coincidió con el centenario del descubrimiento de El Castillo y se hizo con objeto de conmemorar este acontecimiento. Ese mismo año, en El Castillo, se puso una carpa que prolonga la visera actual de la cueva, con el objeto de reproducir el tamaño original del vestíbulo en tiempos prehistóricos e instalar bajo ésta un pequeño Centro de Interpretación (figura 8).

La apertura de Cullalvera en 2006, situada a escasos 2 kilómetros de Covalanas, está vinculada a la apertura de otra cavidad de gran interés geológico: El Soplao. Ambas, situadas en el sector más occidental y oriental de Cantabria, respectivamente, surgen como un ambicioso proyecto de dinamización turística en Cantabria, con motivo de la celebración del año jubilar lebaniego. El incentivo turístico de ambas cavidades reside en su belleza geológica y pretende la captación del turismo en otras Comunidades vecinas como el País Vasco y Asturias. Cullalvera es idónea por su ubicación en pleno casco urbano de Ramales de la Victoria, la tradición espeleológica



FIGURA 7. Aspecto actual del interior de El Pendo. Las pasarelas fueron realizadas con el propósito de regular el tránsito, evitar resbalones y poder desmontar toda la instalación cuando se desee sin alterar el interior de la cavidad. Fotografía: S.RECD/Miguel de Arriba.



FIGURA 8. Centro de Interpretación de las cuevas del Monte Castillo, situado en la boca de El Castillo. Fotografía: S.RECD/Miguel de Arriba.

del municipio, el entorno natural donde se encuentra, con un encinar de gran valor ecológico, su actividad fluvial en determinados momentos del año y sus colosales dimensiones, con más 12 kilómetros de recorrido. Además, contiene las pinturas rupestres a mayor profundidad en la península Ibérica, situadas a 600 y 1200 metros de la boca de entrada. Las labores de acondicionamiento para las visitas de Cullalvera consistieron en la dotación de un camino peatonal hasta el acceso de la cavidad, cerramiento de la misma, un espacio para recibir a los visitantes, la instalación de luz eléctrica y una pasarela de 400 metros de recorrido que permite el tránsito hacia el interior y salvaguarda al visitante de las inundaciones periódicas de sus salas interiores. La visita se inicia con la proyección de un video en el vestíbulo donde se informa al visitante de los principales atractivos naturales, culturales y gastronómicos del valle del Asón. Con posterioridad el paso se realiza en concordancia con un espectáculo de luz y color que informa al visitante de la historia de la cueva y los vínculos de los lugareños con ella. Los 400 metros de recorrido no permiten conocer su conjunto rupestre interior. Actualmente existe un proyecto de apertura estacional de las pinturas interiores en colaboración con el Albergue en Ramales de la Federación Española de Espeleología durante los meses de verano.

Chufín, cuyo conjunto rupestre fue descubierto en 1972, actualmente se encuentra en fase de acondicionamiento y reapertura al público. La cavidad fue visitable hasta 2010 por mediación de un guía de la vecina localidad de Riclones que llevaba a los visitantes por medio de una barca hasta la boca de la cueva. En 2013 el municipio de Puentenansa en colaboración con la Consejería de Educación, Cultura y Deporte, y a través de una subvención de 9.680 euros concedida por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte en una convocatoria de ayudas a proyectos de conservación y mejora de bienes declarados Patrimonio de la Humanidad, lleva a cabo un proyecto que contempla la mejora del camino de acceso peatonal desde el aparcamiento hasta la cueva, la creación de un embarcadero y de un centro de recepción de visitantes que permitirá la reapertura de esta cavidad. Una cuantía de 36.000 euros fue solicitada dentro de la misma ayuda en 2013 por el Ayuntamiento de Camargo para la mejora de la carretera de acceso a la cueva de El Pendo.

En general, el acondicionamiento para las visitas en el interior y exterior de las cuevas prehistóricas en Cantabria ha seguido y sigue el mismo patrón que el proyecto llevado a cabo entre los años 20 y 30 en Altamira, adaptándo-

se a los tiempos actuales: la dotación de señalización vial en las principales carreteras de Cantabria; un aparcamiento cercano a la cavidad que no rompa con el paisaje y que permita el estacionamiento de un número determinado de coches, en función de las personas que pueden visitar la cavidad por razones de conservación; un centro de recepción de visitantes cercano al aparcamiento o a la cavidad que, en algunos lugares es una caseta prefabricada, dotada de baños, luz, agua, folleteros, tienda e información sobre los horarios, tarifas y el régimen de visitas; códigos QR que permiten reservar con un día de antelación y por internet la visita a la cueva; un acceso peatonal que parte desde el aparcamiento hasta la boca de la cueva, de entre 100 y 600 metros de distancia, según la cavidad, evitando cualquier tipo de impacto ecológico en la inmediaciones de la misma; el acondicionamiento del tránsito interior de la cavidad, sin alterar su espacio natural; y la instalación de luz eléctrica sólo en aquellas cavidades de gran recorrido y espacios amplios.

EL ENTE GESTOR

Las visitas a la red de Cuevas Prehistóricas de Cantabria está gestionada por la Consejería de Educación, Cultura y Deporte del Gobierno de Cantabria a través de un Organismo Público: la Sociedad Regional de Educación, Cultura y Deporte, S.L. (S.RECD). Entre sus funciones tiene como objeto:

- La creación, rehabilitación y el mantenimiento de infraestructuras culturales, cuya titularidad y/o gestión corresponde a la Consejería de Educación, Cultura y Deporte. Entre otros proyectos, recientemente ha costeado la propuesta museográfica del Museo de Prehistoria y Arqueología de Cantabria en el Mercado del Este (Santander) que fue inaugurado en junio de 2013 para la comprensión de los modos de vida de las poblaciones prehistóricas que decoraron y habitaron las Cuevas Prehistóricas (Bolado *et al.*, 2013).
- La organización, promoción y realización de eventos culturales, cursos, jornadas de estudio, proyectos de investigación y ediciones, entre otros, referidos a su objeto social.
- La rehabilitación, mantenimiento, conservación y divulgación del patrimonio histórico, cultural y natural de Cantabria, por sí sola o en colaboración con otras entidades públicas o privadas, por medio de la creación y gestión de la red de Centros Culturales de Cantabria: se trata de Centros de Interpretación instalados en los principales yacimientos

arqueológicos como la Domus de Julióbriga o el yacimiento cántabro-romano de Camesa-Rebolledo, y de Monumentos de Cantabria como la Iglesia románica de Villacantid, la Torre del Infantado, la Torre de Pero Niño o el Palacio indiano de Sobrellano. La habilitación museográfica de estos centros por parte de la S.RECD tiene el objetivo de potenciar la oferta cultural de los municipios en donde se sitúan y dar a conocer la diversidad e importancia histórica de estos Bienes de Interés Cultural en su contexto, abarcando desde la Prehistoria, a través de la Red de Cuevas Prehistóricas, hasta principios del siglo XX. Ello se hace desde un punto de vista local, regional y multicultural, para que todo aquel que visite el centro se integre dentro del contexto histórico al que corresponde dicho Bien.

LA CONSERVACIÓN DE LOS CONJUNTOS RUPESTRES FRENTE AL RÉGIMEN DE VISITAS

El cierre de Altamira en 1977 supuso una gran aflicción para el conjunto de los ciudadanos por lo que Altamira representaba y representa dentro del ámbito científico, historiográfico y divulgativo. Las medidas de conservación aplicadas en esta cueva antes de su cierre estaban destinadas a mantener las condiciones microambientales del interior de la misma pero nunca a reducir el número de visitantes que pasó de 50.000 personas en 1955 a 173.000 en 1973.

No sólo la falta de un criterio firme que limitase el número de visitantes en intervalos de tiempo y día produjo efectos negativos en Altamira y el resto de los conjuntos rupestres sino que el paso incontrolado de personas durante la Guerra Civil española o la adecuación interior de las cavidades para las visitas también tuvo sus consecuencias negativas. La instalación de luz eléctrica en cavidades como El Castillo o Las Monedas pretendía evitar la utilización de lámparas de acetileno pero en cambio, produjo una alteración de la temperatura microambiental de estas cavidades con la consecuente proliferación de algas y microorganismos, hoy controlados. El rebaje de los suelos o la dotación de escaleras de cantería, causaron la introducción de materiales exógenos dentro la cavidad como el hormigón y modificaron para siempre el estado original de la cavidad. En los años 90, en El Castillo, Las Monedas, Hornos de la Peña y Covalanas, se perforó la roca para la instalación de redes de contención en aquellos paneles con pinturas

y grabados cercanos al tránsito de las visitas, como medida de prevención para evitar que las pinturas fuesen tocadas.

En la actualidad el régimen de visitas de la red de Cuevas Prehistóricas de Cantabria está sujeto a la protección de éste frágil legado patrimonial en su conjunto. Por esta razón, no se puede realizar ninguna acción irreversible que ocasione la introducción de materiales externos en el interior de la cavidad, y existe una continua supervisión de las condiciones microambientales, erradicando el ataque y la proliferación de micro organismos nocivos en todas las cavidades. A su vez y con el objeto de no variar estas condiciones, se ha establecido un cupo máximo de personas por día y sesión en cada cavidad, e intervalos de tiempo entre visitas y periodos de estancia en cada una de sus salas.

En las cuevas de El Castillo y Las Monedas accede una media de 15 personas cada 20 minutos, siendo un total de 300 personas al día. Los tiempos de parada explicativa durante el recorrido y la propia duración de la visita (45 minutos) están considerados de tal modo que siempre haya un máximo de dos grupos en el interior la cavidad, evitando que se crucen en puntos concretos. En El Pendo entran 20 personas cada 60 minutos, siendo un total de 180 personas al día. En Hornos de la Peña entran cuatro personas cada 60 minutos, con un total de 36 personas al día. En Covalanas entran seis personas cada 60 minutos, con un total de 54 personas al día. En Cullalvera entran 30 personas cada 60 minutos, con un total de 270 personas. Esta limitación en el número de visitas por día origina cifras constantes a lo largo de los años, siendo en 2011 de: 6.946 (Covalanas), 4.954 (Cullalvera), 34.347 (El Castillo), 17.697 (Las Monedas), 5.448 (El Pendo) y 968 Hornos de la Peña, sumando un total de 70.360 personas al año (García Diez *et al.*, 2009).

La limitación por razones de conservación en el número de personas al día en intervalos de tiempo previamente establecidos, dotan al régimen ordinario de visitas de cierta exclusividad, obligando a realizar campañas de concienciación destinadas al usuario para que organice y reserve previamente su visita, a través del Departamento de Atención al Público o de la página web¹.

Para todas aquellas personas que visitan diariamente las cavidades o sobrepasan el cupo máximo de personas al día, existen políticas de contención local, dentro del ámbito municipal favoreciendo la aplicación de políticas de desarrollo rural, a través de la dotación de infraestructuras públicas que oferten actividades relacionadas con el ámbito deportivo,

¹ <http://cuevas.culturadecantabria.com/> [Consultado el 27 de mayo de 2014]

cultural, ambiental, y de ocio en general y privadas mediante la hostelería y la creación de empresas destinadas al turismo local.

EL TIPO DE VISITANTES

Las personas que actualmente visitan la Red de Cuevas Prehistóricas pueden agruparse en tres grupos que se definen claramente por el tipo de visita que demandan y que se les realiza. Los intereses de cada uno son: el conocimiento científico, la educación y la comprensión del bien que se va a visitar, respectivamente y son los tres pilares en los que se sustenta el régimen de visita actual.

- El estado actual de las investigaciones es impartido a grupos de universitarios, museos, congresistas, asociaciones o aficionados a la Prehistoria, entre otros, que demandan conocer a través de ejemplos empíricos existentes en una u otra cavidad el método científico desarrollado o las hipótesis actuales sobre el arte rupestre paleolítico de la región cantábrica. En la actualidad, existe la posibilidad de efectuar una visita un poco más larga que la visita ordinaria, destinada a grupos universitarios en El Castillo, donde se explica de manera más extensa la historia de las investigaciones y el estado actual de las mismas, las aportaciones al conocimiento arqueológico del yacimiento, la secuencia temporal del arte rupestre, las dataciones, la vida material y cultural de los cazadores y recolectores prehistóricos, las técnicas, estilos y temas del arte rupestre paleolítico, indicándose ejemplos reales dentro de la cavidad. Por lo general, estos grupos suelen visitar varias de las cuevas adscritas a la Red de Cuevas Prehistóricas, por lo que demandan una organización previa de su viaje reservando la visita e informándose de cómo llegar, el régimen de visitas, los tiempos en el recorrido de una cueva a otra, etc.
- Las visitas educativas están destinadas a centros de enseñanza que pueden compaginar su visita con actividades didácticas, desarrolladas en el entorno natural cercano a la cavidad e incluso en el propio centro educativo. Se dividen en tres bloques en torno a las principales actividades de las poblaciones que pintaron las cavidades, siendo éstas la caza, el fuego y la decoración de las cuevas. Los alumnos participan activamente en estas actividades y dos de ellas, la caza y el grafiti, están adaptadas según la edad (figura 9). El monitor que realiza estas activi-



FIGURA 9. Desarrollo de una actividad sobre la Prehistoria destinada a grupos educativos y familiares. Fotografía del autor.

dades es autónomo por lo que percibe remuneración en proporción al número de talleres que efectúa. A lo largo de 2014 está prevista la presentación de dosieres para grupos de educación primaria y secundaria, diferenciando las unidades didácticas, según la cueva. De este modo cada dossier es un complemento del otro, evidenciándose así la complementariedad entre los diferentes conjuntos rupestres. Éstos han sido supervisados desde la coordinación de cuevas y realizados por los guías, bajo la revisión del Departamento de Coordinación Didáctica de la Consejería de Educación por lo que no supone coste alguno.

- El grupo mayoritario, en comparación con los dos anteriores, es el público ocasional, entendiendo como éste al turismo en general. Se percibe una mayor afluencia de los mismos los fines de semana y es una clara oferta de ocio para el sector local y regional que beneficia al comercio de la zona como la hostelería y el comercio. Los días festivos y durante los meses de verano (temporada alta) llegan a cubrir el aforo

máximo establecido por conservación en cada cavidad. Para evitar los tiempos de espera y retener los grupos familiares que, por problemas de aforo, no puedan acceder a las cuevas del Monte Castillo, en donde hay una mayor afluencia de público, se ofertan talleres relacionadas con la Prehistoria, adaptándose a todas las edades los temas ofertados a los grupos educativos: la caza, el fuego y la decoración de las cuevas. Hay una mayor afluencia de visitantes los días de lluvia por ser una alternativa al turismo de ocio que busca sol, playa y actividades al aire libre. El resto del año, la apertura al público de las cuevas se justifica gracias a los centros de enseñanza, el turismo esporádico, turoperadores y aficionados a la Prehistoria.

Existe una clara diferenciación entre el público ocasional que desea conocer el arte rupestre y quienes quieren conocer su formación geológica. La visita guiada ordinaria combina la formación geológica de la cavidad con la importancia de la misma desde el punto de vista habitacional y simbólico de la mujer y el hombre prehistóricos desde una aproximación universal y local.

LA GESTIÓN DE LAS VISITAS

Las visitas a la Red de Cuevas Prehistóricas y Centros Culturales son articuladas mediante un coordinador que administra el Departamento de Reservas y de Atención al Público. Este servicio centraliza y emite toda la información y reservas procedentes de la Red de Cuevas y Centros Culturales de Cantabria, mediante fax, teléfono o correo electrónico. Todas las incidencias son remitidas o emitidas desde este Departamento al Coordinador. Está atendido por dos personas con el objeto de homogeneizar la información y promover la cercanía hacia el usuario que contacta varias veces para una misma reserva o el usuario habitual como centros educativos o turoperadores. De hecho, el horario de apertura al público, la tarifa y el régimen de visitas en general es el mismo para todas las cuevas, con el objeto de evitar la confusión del usuario a causa de la diversificación de datos.

Entre las labores que desarrolla destacan las de:

- Informar al público en general, reservar y organizar la visita a una o varias cuevas, a particulares o grupos numerosos.
- Derivar al público a otras cavidades o centros culturales cercanos cuando la cueva que quieren visitar está completa.

- Promocionar las actividades dirigidas a centros educativos, ofertas para turoperadores, usuarios y al comercio local, entre otros, como la venta anticipada de entradas a empresas del sector turístico local o la Tarjeta Familiar Multiacceso que, por una cuota anual de 70 euros, da acceso ilimitado a los miembros de una a los centros adheridos a la Red de Cuevas Prehistóricas, Museos y Centros Culturales de Cantabria.
- Organizar, informar y asignar al guía, bajo supervisión del Coordinador, en la realización de las visitas.

Este servicio está abierto de lunes a domingo. Cuando el Departamento está cerrado, se informa al usuario que contacta por teléfono o correo electrónico del horario de atención al público y de la posibilidad de informarse del régimen de visitas de cada cavidad y de reservar a través de la página web.

Aunque el público nacional es el predominante, existe un porcentaje de visitantes procedentes de otras nacionalidades, siendo necesaria la realización de visitas en francés e inglés, que son los grupos mayoritarios: los franceses, por identidad cultural, debido a las afinidades existentes en cavidades francesas con arte rupestre paleolítico y los ingleses, por ser paso obligatorio hacia el interior de la península Ibérica de quienes utilizan el ferry desde Reino Unido. Cuando los grupos son de otra nacionalidad, se les efectúa la visita en inglés o francés. Si en el grupo confluyen diferentes nacionalidades se realiza en la lengua mayoritaria, realizándose una pequeña explicación en el segundo idioma predominante. En los grupos donde hay representación nacional, la explicación se realiza en español, efectuándose un pequeño resumen en la segunda lengua mayoritaria.

Existen unas pautas generales de lo que el guía debe mostrar y explicar durante la visita pero que debe adaptar o desarrollar dependiendo de si está ante un grupo especializado, la edad y el grado de conocimiento del grupo educativo al que atiende o las motivaciones e intereses que el público ocasional muestra durante la visita.

LA FORMACION DE LOS GUÍAS

Los grupos de especialistas, aficionados, centros educativos y público en general demandan cada vez y con mayor frecuencia una visita de calidad, por lo que el guía está obligado a actualizar su discurso. En los momentos de menor afluencia de público, como la temporada baja, el guía destina los intervalos

entre visitas, más prolongadas que en temporada alta, para actualizar sus conocimientos leyendo publicaciones científicas y de divulgación sobre temas relacionados con las cuevas, la prehistoria y el arte paleolítico. Para facilitarle esta tarea, el centro dispone de una biblioteca especializada que se mantiene al día de las nuevas publicaciones que versan sobre el tema. Asimismo, está al servicio de aquellos especialistas que acuden a las cuevas para hacer estudios. Incluso se organizan charlas explicativas para los guías sobre los resultados obtenidos de los investigadores que acuden a estas cuevas con objeto de su estudio. Para completar la formación del guía, se establece una rotación de los mismos entre las diferentes cuevas abiertas al público, de manera que tengan pleno conocimiento de toda la Red de Cuevas Prehistóricas.

Anualmente, y desde 1980, se desarrolla el *Ciclo de Conferencias sobre Prehistoria en Puente Viesgo*, municipio en donde se sitúan las cuevas del Monte Castillo. Una vez por semana, y entre los meses de junio a septiembre, intervienen una media de 12 investigadores para dar a conocer el estado actual de sus estudios. Las conferencias, que fueron en origen una iniciativa de los guías, se celebran en el Salón de Actos del Hotel-Balneario de dicha localidad. A ellas acuden interesados, aficionados y prehistoriadores de ámbito regional y tienen a su vez el propósito de estimular el interés del turismo que acude a esta localidad por sus aguas termales. Todas las semanas se incluye una nota de prensa, de ámbito autonómico, explicando el tema abordado por el conferenciante. Los conferenciantes no cobran por su intervención y el Balneario cede sus instalaciones.

Desde 1985 se colabora activamente y se participa en el *Congreso Internacional de Guías de sitios con Arte Rupestre Paleolítico*. Esta actividad se celebra en temporada baja, tiene carácter anual y es de ámbito internacional. En ella se congregan cada año, en un lugar diferente, guías de conjuntos rupestres de Portugal, Francia y España para intercambiar opiniones, conocimientos, similitudes y diferencias entre el arte rupestre de cada lugar. Las visitas son realizadas por los anfitriones del Congreso en diferentes idiomas. En estos congresos se organizan conferencias en donde se abordan temas relacionados con la administración, gestión, estado de la investigación y conservación de los conjuntos rupestres del lugar donde se desarrolla.

EL MODELO DE PROMOCIÓN

La calidad artística de las pinturas de Altamira, la historia de su descubrimiento y su propia promoción turística incentivada desde los años 50, es un

hecho que ha calado en el público nacional e internacional. Pinturas rupestres como las de Altamira son hoy fácilmente reconocibles por muchos, siendo un sello de identidad más de Cantabria. Pero Altamira no se entiende sin la complementariedad de la Red de Cuevas Prehistóricas de Cantabria. De hecho, la declaración de éstas como Patrimonio Mundial en 2008 es una extensión de Altamira. Por tanto, constituye el reconocimiento internacional de la comprensión de la historia de la humanidad.

La trascendencia de este hito histórico en Cantabria ha puesto en marcha el inicio por parte de la Consejería de Educación, Cultura y Deporte de un modelo de promoción que requiere la coordinación entre varios organismos públicos.

El primer paso tras la declaración de Patrimonio Mundial en 2008, fue crear una imagen corporativa que uniera a toda la Red de Cuevas Prehistóricas. A continuación se mejoró la señalización vial desde las principales vías de comunicación cántabras para informar y direccionar hacia éstas al interesado. Ésta permite a su vez la captación del turismo de paso. Esta señalización se efectúa en cooperación con la Consejería y el Ministerio de Obras Públicas. También se han publicitado las cuevas en las principales áreas de la recepción de visitantes, como el aeropuerto o las estaciones de tren y de autobús, informando al recién llegado sobre este patrimonio subterráneo como referencia multicultural de la humanidad en Cantabria.

Los folletos diseñados y editados por la Sociedad Regional de Educación, Cultura y Deporte son editados por la Imprenta Regional del Gobierno de Cantabria y su coste supone sólo los gastos de impresión. Constituyen otro elemento de importancia en el proceso de promoción e información al público en general. En ellos se explica la importancia de cada una de las cuevas y cómo contactar con el Departamento de Atención al Público, e incluyen los principales yacimientos arqueológicos y monumentos históricos de Cantabria (Red de Centros Culturales). La combinación en un mismo folleto de Cuevas Prehistóricas y Centros Culturales permite dinamizar las diferentes comarcas de Cantabria, integrándolas en el desplazamiento de una cueva a otra y creando rutas que enlazan el patrimonio cultural de la región con la ruta cántabra del arte rupestre paleolítico. El Departamento de Atención al Público de las cuevas ofrece los días de aforo completo, la visita a estos centros integrados a la Red, cercanos a las cuevas y situados en un entorno por lo general rural².

² <http://centros.culturadecantabria.com/> [Consultado el 27 de mayo de 2014]

La página web de la red de Cuevas Prehistóricas es la carta de presentación para todas aquellas personas que están interesadas en visitarlas, al ser la primera impresión que muchos usuarios suelen tener de la misma. Está realizada en tres idiomas y contiene información de interés como el régimen de visitas, servicios, horarios, cómo llegar, reservas online, etc. La página está articulada de tal manera que permite un acceso individualizado a cada una de las cuevas. Además, se puede realizar una visita virtual en cada una de ellas y descargar dosieres con unidades didácticas para grupos de primaria y secundaria. Las cavidades están integradas dentro de redes de promoción turística externa como Infospain, Arqueotour, Caminos de Arte Rupestre Prehistórico (CARP) y la Asociación de cuevas Turísticas Española (ACTE), entre otros.

Hay un gran interés por involucrar y conocer las opiniones de quienes visitan las cuevas mediante la creación de perfiles en las redes sociales como Facebook, Twitter y Pinterest.

Existe una intensa política de concienciación hacia la gente del lugar porque es uno de los colectivos que mejor promueven su Patrimonio cuando lo conocen y lo valoran. Anualmente y en colaboración con los Ayuntamientos de cada municipio se llevan a cabo *Jornadas de puertas abiertas* destinadas a los habitantes de cada localidad y al público en general, con el objetivo de sensibilizar, a través de estas visitas gratuitas, de la importancia de su Patrimonio local. En 2013 el Gobierno de Cantabria declaró el 7 de julio “Día del Arte Rupestre”. Se realizan con carácter anual actividades como el I Campeonato Europeo de Armas Prehistóricas y jornadas de puertas abiertas en la Red de Cuevas Prehistóricas, conmemorando la fecha en el que el Arte Rupestre Paleolítico de la Cornisa Cantábrica fue declarado Patrimonio Mundial por la UNESCO en 2008. En Cullalvera se programan visitas espeleológicas hasta las pinturas una vez al año en colaboración con el Ayuntamiento de Ramales de La Victoria, destinadas a vecinos y público en general.

Se lleva a cabo un contacto directo con los medios de comunicación local, autonómicos, nacionales e internacionales para dar a conocer iniciativas y proyectos relacionados con esta sensibilización cultural. De este modo, a nivel local o autonómico, la población se mantiene informada de la continuación de este proyecto divulgativo. La realización en 2013 de 10 visitas especiales en El Castillo y Las Monedas en grupos de cinco personas y la apertura de La Pasiega y Las Chimeneas en 10 visitas de tres personas, bajo un coste de 15 euros, en plena temporada baja, permitió el acceso al público de las cuatro

cavidades que Patrimonio de La Humanidad situadas en Monte Castillo. Esta actividad tuvo un gran impacto mediático a nivel regional y nacional, con la consecuente publicidad para estas cuevas.

El guía también es considerado una herramienta de promoción. La visita guiada por una persona formada y educada con cierto carácter vocacional permite, a través del *boca a boca*, el incremento de visitas en una u otra cueva.

Una de las mejores herramientas de promoción e información con la que se mantiene una continua cooperación es la Dirección General de Turismo, integrando a las oficinas de turismo local y hostelería cercanas a las cuevas. Las oficinas de información y turísticas a nivel autonómico y municipal dan a conocer los servicios, horarios y tarifas de las cuevas, direccionando al público ocasional. Incluso desde la Oficina de Turismo pueden reservar por internet la entrada a las cuevas.

Hay un continuo contacto con turoperadores, guías y ferias de turismo de índole nacional e internacional. Además, la Dirección General de Turismo, apostó en 2009 por las Cuevas Prehistóricas como seña de identidad de Cantabria en la Feria Internacional de Turismo (FITUR) (figura 10).

En colaboración con el Museo de Prehistoria y Arqueología de Cantabria (MUPAC), el Instituto de Paleontología Humana de París o la Fundación Atapuerca, se han organizado exposiciones temporales e itinerantes como *Las Cavernas de la Región Cantábrica*, conmemorando el inicio de los trabajos arqueológicos de El Castillo, *Sexo en Piedra*, exposición basada en imágenes sexuadas en arte mueble y parietal y *Patrimonio Subterráneo*, exposición fotográfica itinerante de la Red de Cuevas Prehistóricas instalada por los diferentes municipios de Cantabria.

También se han publicado, desde la Sociedad Regional de Educación, Cultura y Deporte, libros divulgativos sobre la Red de Cuevas, escritos por la coordinación de cuevas. Se han puesto a la venta obras como por ejemplo *Conoce Covalanas*, *Conoce Chufín* y *Cuevas Prehistóricas de Cantabria. Un Patrimonio para la Humanidad* (Angulo et al., 2011; García Diez et al., 2011; Garrido y García Diez, 2013). Este último libro describe cada una de las cuevas con arte paleolítico abiertas al público a modo de recuerdo guía, pero también tiene el propósito de informar y despertar el interés del usuario al resto de las cuevas.

Pero sin duda es la investigación científica y las publicaciones de impacto las que permiten una mayor difusión del significado y la importancia de



FIGURA 10. Pabellón de Cantabria en FITUR en 2009. La Capilla Sixtina del Paleolítico, como se conoce el Gran Techo de Altamira, es representada como la Capilla Sixtina Vaticana dentro de una cueva. Fotografía: Digital Model.

cada cavidad. La reciente publicación en la revista *Science* de las dataciones obtenidas en varias de estas cuevas como El Castillo (Pike *et al.*, 2012), con unos resultados de al menos 41.000 años de antigüedad, han despertado un gran interés en todo tipo de público (figura 11). Ha incrementado la concienciación sobre este Patrimonio en la gente del lugar y ha producido en el visitante la impresión de sentirse afortunado de poder conocer y entender este patrimonio único a través de la divulgación llevada a cabo por medios de comunicación local, nacional e internacional como el New York Times, National Geographic o RTVE, entre otros.

Las cuevas con arte prehistórico suponen para Cantabria un rico y excepcional patrimonio que debe ser custodiado, gestionado, conservado y mostrado al público como identidad cultural. El reconocimiento de la importancia de este legado histórico no solo parte de la relevancia de sí mismo, también de la promoción que desde Cantabria se lleva a cabo. Ambos elementos se complementan para permitir a la ciudadanía conocer e identificarse con la riqueza cultural de su patrimonio.



FIGURA 11. Portada de la revista *Science* en junio de 2012 (AAAS).

GESTIÓN DE VISITANTES

La gran afluencia de público que recibe la Red de Cuevas Prehistóricas durante el año y en especial los meses de verano, la limitación por conservación del número de personas al día que visitan la cavidad y la propia riqueza patrimonial, natural o gastronómica de los municipios, en donde están situadas, ha incentivado el desarrollo del sector servicios, debido a que cualquier movimiento poblacional genera necesidades y, por tanto, un gasto en el lugar.

Puente Viesgo, donde se sitúan cuatro de las cuevas declaradas Patrimonio de la Humanidad en 2008 (El Castillo, Las Monedas, Las Chimeneas y La Pasiega), es el municipio que más ha evidenciado un impacto en su entorno local a causa de sus conjuntos rupestres. Está hermanada con la localidad francesa de Les Eyzies también conocida por su rico Patrimonio rupestre. Los más de 100 años en la gestión de las cuevas del Monte Castillo hacen que la población del lugar esté muy vinculada con la historia reciente de las mismas.

Pero no sólo es conocida por sus cuevas, también por sus aguas termales, con un balneario de cuatro estrellas donde hoy se organizan celebraciones matrimoniales y congresos. Hasta hace poco Puente Viesgo fue paso

obligatorio hacia el interior, al pasar por esta localidad la carretera Nacional 623 Santander-Burgos. Su ubicación en la zona más meridional de los Valles Pasiegos, su cuidada arquitectura, galardonada con el premio *Pueblo de Cantabria 2007* y su entorno natural, junto al río Pas, donde aún se practica la pesca del salmón, hacen de él un pueblo de visita obligatoria. Puente Viesgo recibe hoy un turismo ocasional de índole familiar, que aprovecha para bañarse en su río en verano, dotado de numerosas zonas verdes y merenderos, o pasea en bicicleta o a pie por una vía verde que comunica con los valles Pasiegos. Para ello se ha dotado a la localidad de varios aparcamientos públicos gratuitos para estacionar sin problemas. Uno de ellos, el más cercano a la carretera de las cuevas, se construyó en los años 60 con la intención de incentivar el desarrollo urbanístico de esta localidad y para que los visitantes a las cuevas estacionasen sus coches allí para recorrer la senda peatonal de poco más de un kilómetro hasta la boca de El Castillo.

Existen varios hoteles y restaurantes de cocina tradicional y elaborada cercanos a este aparcamiento. Hay un albergue que organiza eventos juveniles y colonias de verano con actividades programadas entre las que contemplan la visita del Monte Castillo y actividades relacionadas con la Prehistoria. El Ayuntamiento de Puente Viesgo ha planteado en alguna ocasión la creación de un centro de interpretación entre las cuevas y esta localidad, dotado de una exposición permanente que efectúe labores de investigación para el estudio y la conservación del arte rupestre, además de actividades didácticas, congresos y exposiciones temporales.

Cercano a Puente Viesgo se encuentra San Felices de Buelna. Allí se ubica la cueva de Hornos de la Peña, la cavidad con mayor limitación en el número de visitantes (36 personas diarias) y con un régimen de visitas sujeto a reserva previa con al menos un día de antelación.

El valle de Buelna tiene una política de contención orientada al interés cultural y el entorno natural de esta comarca. La festividad de las Guerras Cántabras en la vecina localidad de Los Corrales, el llamado Campo de las Estelas o las rutas de senderismo establecidas por los principales yacimientos arqueológicos del lugar, así lo demuestran. Pero también es conocido por sus aguas termales de la vecina localidad de Las Caldas.

Pero el proyecto más ambicioso llevado a cabo desde el Ayuntamiento de San Felices en colaboración con la Sociedad Regional de Educación, Cultura y Deporte (S.RECD) es la Torre de Pero Niño, que tiene el objetivo de derivar

y ampliar la oferta cultural y contener a los visitantes de Hornos de la Peña e incluso del Monte Castillo por su proximidad. Mientras que el Ayuntamiento se encarga de la limpieza y el mantenimiento de la Torre, la S.RECD lleva a cabo la dotación de personal cualificado, preferentemente de la localidad o las proximidades, la gestión de las visitas y el sostenimiento museográfico.

La Torre de Pero Niño, un antiguo bastión de la época bajomedieval casi derruido, fue reconstruido para albergar en su interior un centro de interpretación en donde se explican a través de escenografías y audiovisuales los principales lugares de interés cultural y la vida de su propietario a través del *Victorial*, libro que narra las hazañas de este almirante en la corte de Enrique III.

En la bahía de Santander y situado en la localidad de Escobedo de Camargo, se encuentra la cueva de El Pendo. La población de este municipio está muy sensibilizada con dicha cavidad por sus hallazgos arqueológicos y la historia de la misma, que contempla más de 125 años de excavación arqueológica. La seña de identidad de la localidad es un bastón de mando. Esta vinculación se estrecha más si se tiene en cuenta la existencia de otros yacimientos arqueológicos cercanos de gran relevancia como la cueva de El Juyo o Santián.

Debido a su cercanía a Santander, tiene más población que el resto de las localidades mencionadas. En esta comarca se sitúa el aeropuerto de Parayas y el puerto deportivo Marina del Cantábrico. A pesar de esto, posee una oferta medioambiental reflejada en las marismas de Parayas y el Pozón de la Dolores. Ambos son de gran importancia para la observación ornitológica.

En 2013 el Ayuntamiento de Camargo ha recuperado una antigua cantera convertida en espacio verde que permite acortar distancias a pie o en bicicleta entre varios enclaves turísticos como las ermitas de San Esteban y San Pantaleón, la necrópolis medieval de San Pedro, el castillo altomedieval del Collado y, sobre todo, la cueva de El Pendo, con un recorrido de tan solo 500 metros.

Existe un gran interés en sensibilizar a todos los grupos de escolares de este municipio mediante la Escuela Municipal de Medio Ambiente, que acompaña una visita al cercano vivero de El Pendo con la propia cueva para conocer el medio y los recursos explotados por sus habitantes en tiempos prehistóricos. La importancia internacional de la cueva de El Pendo ha influido en la creación de un ambicioso proyecto basado en la creación de una bodega vinícola frente al centro de recepción de visitantes. Las pinturas de El Pendo serán la seña de identidad de dicha empresa.

En la comarca de Puentenansa, situada en el sector más occidental de Cantabria y limitando con Asturias, se encuentra la cueva de Chuffín. En los últimos años, se ha desarrollado una amplia oferta cultural en este lugar con objeto de captar un turismo eventual de la comunidad vecina. Un claro ejemplo de ello es la cueva de El Soplao, de gran belleza geológica, que fue abierta al público en 2005 y comparte señalización viaria con la de Chuffín.

La apuesta cultural reside principalmente en el Museo de la Casona de Tudanca, antigua morada de José María de Cossío y la Ferrería de Cades, impulsada por la Asociación para el Desarrollo Rural del Saja-Nansa, creando campañas de ocio educativo o concursos de emprendedores como la del Museo del Nansa. Se trata de una exposición permanente de la etnografía de la región, de gestión privada, dotada de restaurante y hospedería.

Chuffín está siendo actualmente acondicionada para la recepción de visitantes en colaboración con el Ayuntamiento de Rionansa con el objeto de ampliar el aparcamiento actual, dotar a la cavidad de un centro de interpretación y recepción de visitantes en la cercana localidad de Riclones y mejorar el acceso peatonal hasta la cueva, además de crear un embarcadero para acceder en barca por el pantano de La Palombera hasta la boca de la cavidad. Todo ello a través de las ayudas del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte para la conservación y mejora de bienes declarados Patrimonio de Mundial.

En el sector más oriental de Cantabria y lindando con el País Vasco, en la localidad de Ramales de la Victoria, se encuentran las cuevas de Covalanas y Cullalvera. El turismo de esta comarca está más orientado al deporte al aire libre y de aventura como el senderismo, la pesca del salmón y la trucha, el barranquismo, la espeleología o la escalada, en donde se incluye la vía ferrata de El Cáliz.

La riqueza cárstica de este municipio fue decisiva para el emplazamiento del Centro Especializado de Tecnificación Deportiva y Espeleológica, en donde se realizan cursos de formación y se organizan visitas espeleológicas.

Covalanas fue el segundo conjunto rupestre descubierto en Cantabria tras Altamira. Desde su hallazgo hace más de cien años, ha influenciado profundamente en la identidad cultural del lugar. Existen varios negocios en la localidad que venden productos propios cuyo sello de identidad son los principales motivos pintados de esta cavidad, en especial se ha utilizado una cierva roja que sirve de icono en diversos establecimientos de Ramales de la Victoria y cuyos ciudadanos han empezado a pegar en su vehículos como rasgo identitario local y cultural.

La apertura al público de la cueva de Cullalvera, con más de 12 kilómetros de recorrido y cuyo acondicionamiento al público se realizó en colaboración con el Ayuntamiento de Ramales de la Victoria, surge del mismo del proyecto que El Soplao, con la finalidad de captar, en este caso, el turismo procedente del País Vasco, como complemento a la visita de Covalanas, con la intención de poder acoger a todas a aquellas personas que por el cupo establecido (56 personas al día) no pueden acceder a Covalanas.

La actual visita recorre los primeros 250 metros desde la boca de la cueva, sin poder visualizar las pinturas más interiores de la misma. Existe un proyecto de espeleopaseo hasta las pinturas, en colaboración con el Centro Especializado de Tecnificación Deportiva Espeleológica de Ramales, para su oferta durante los meses de verano.

CONCLUSIONES

La red de Cuevas Prehistóricas de Cantabria es un ejemplo de gestión del patrimonio arqueológico a lo largo de los últimos 110 años. Su prolongado interés en el tiempo ha influenciado positivamente en el desarrollo socio-cultural y económico del ámbito rural en el que se encuentra.

Como ocurre en los municipios en donde se encuentran las cuevas, la existencia de un yacimiento arqueológico en áreas rurales, posean o no una arquitectura monumental civil o religiosa, es un claro incentivo para la dinamización y el desarrollo económico dentro del ambiente natural, geográfico, paisajístico, gastronómico y cultural en el que se encuentra por el efecto llamada que ocasiona.

Un bien cultural que destaque o diverja del resto de los yacimientos del mismo periodo origina un efecto llamada al turismo ocasional que permite la captación de capital exterior, favoreciendo la divulgación del patrimonio histórico.

La apertura de un yacimiento arqueológico obliga a la entidad pública que lo administra a dotarlo de una serie de instalaciones que permita su visita. Esta inversión de capital inicial repercute directamente en el número de contratos necesarios para dotar al yacimiento de las instalaciones necesarias como: una buena señalización desde las principales vías de comunicación, cercanas al yacimiento; un aparcamiento de tamaño proporcional al número de personas que pueden visitar el centro; un recinto cerrado que, como el aparcamiento, no rompa con el entorno rural en donde se encuentre, no altere o repercuta en la conservación del yacimiento, dotado de una infraestructura reversible cuando deba renovarse o eliminarse; el recinto debe estar

dotado de baños, un área de recepción de visitantes y, para los tiempos de espera, una cafetería, tienda y área de interpretación donde se explique la historia del yacimiento, su contexto histórico, importancia y singularidad. Antes y tras su apertura todo mecanismo que permita su publicitación es importante, es el caso de: la información en internet mediante la creación de una página web versátil con información útil de cómo llegar, horarios, tarifas, etc. y un programa con las actividades que se van a desarrollar; la colaboración y participación activa con redes de arqueoturismo y con oficinas de información y turismo dentro del ámbito regional y nacional, entre otros.

La apertura al público de un yacimiento arqueológico crea puestos de trabajo directos debido a la contratación de: guías culturales, personal de limpieza, atención al público, mantenimiento y gestión, entre otras. El mantenimiento puede llevarse a cabo por empresas locales y el personal contratado puede ser de la zona. Además, la necesidad de personal técnico cualificado para su conservación y gestión puede favorecer la integración de personal local cualificado y un movimiento poblacional hacia estas áreas rurales. El coste de este personal debe cubrirse con las visitas diarias, venta de productos *merchandising* y cafetería. En temporada baja debe haber una buena campaña promocional para grupos de escolares, asociaciones, turoperadores y aficionados de la arqueología, entre otros, mientras que los fines de semana, puentes y temporada alta debe ser una alternativa de ocio para el turismo ocasional.

Las visitas al yacimiento arqueológico producen a su vez un cambio en el modelo urbanístico y comercial de la localidad donde se encuentra, siendo necesario la dotación y la apertura de comercios vinculados al sector de servicios que cubran las necesidades de los visitantes, como la dotación de cafeterías, restaurantes que oferten platos tradicionales, tiendas con productos típicos, prensa y hostelería, entre otros.

Una vez habilitado el yacimiento para las visitas y cubiertas las necesidades que éstos pudieran tener en la localidad, se produce una segunda fase. La creación de mecanismos de control de visitantes que incentiven el interés por los recursos naturales, paisajísticos, culturales y gastronómicos del lugar, creando infraestructuras que los potencien. Incluso, puede incentivar la inversión exterior como es el caso de El Pendo, en cuyas cercanías se ha realizado una bodega de vino rodeada de viñedos, llamada el Pendo y dotada de un Aula Didáctica y de Interpretación sobre la Prehistoria que promueve

el ecoturismo, combinado con el arqueoturismo por el emplazamiento y el efecto llamada que actualmente ejerce esta cueva hacia el público en general.

El yacimiento no debe ser un recurso aislado sino dinámico y de continuo cambio, adaptándose a las necesidades y demandas del usuario. La investigación es uno de los mayores promotores para la divulgación y concienciación del visitante y produce un continuo cambio en el discurso de los guías, promoviendo una nueva visita al yacimiento. Los centros educativos son una herramienta básica para el conocimiento, la valoración y concienciación de las generaciones futuras. La creación de jornadas, puertas abiertas, exposiciones temporales, congresos e incluso actuaciones puntuales como conciertos motivan la empatía de los lugareños hacia su patrimonio arqueológico. Una población local concienciada e identificada con su bien cultural produce una percepción positiva hacia éste, siendo un promotor más, al igual que el guía.

BIBLIOGRAFÍA

- Alcalde del Río, H. (1906): *Las pinturas y grabados de las cavernas prehistóricas de la provincia de Santander. Altamira, Covalanas, Hornos de la Peña, Castillo*. Blanchard y Arce, Santander.
- Alcalde del Río, H., Breuil, H., Sierra, L. (1911): *Les cavernes de la Région Cantabrique (Espagne)*. A. Chéne, Mónaco.
- Angulo Cuesta, J., García Diez, M., Gómez, A. (2011): *Conoce Chufín*. Sociedad Regional de Cultura y Deporte, Consejería de Cultura, Turismo y Deporte, Santander.
- Bolado del Castillo, R., Chauvin Grandela, A., Fernández Vega, P. A., García Diez, M., Garrido Pimentel, D., Gómez Castañedo, A., Gutiérrez Rodríguez, R., Mantecón Callejo, L., Pereda Saiz, E., Yravedra Sainz de los Terreros, J. (2013): *Catálogo de la Exposición. Museo de Prehistoria y Arqueología de Cantabria*. Consejería de Educación, Cultura y Deporte, Sociedad Regional de Educación, Cultura y Deporte, Santander.
- García Diez, M., Angulo Cuesta, J., Eguizábal Torres, J. (2011): *Conoce Covalanas*. Sociedad Regional de Cultura y Deporte, Consejería de Cultura, Turismo y Deporte, Santander.
- García Diez, M., Sarró Moreno, M. I., Ceballos del Moral, J. M. (2009): La conservación del arte rupestre paleolítico en Cantabria. En J. L. Pérez Sánchez, (ed.), *Cuevas con Arte en Cantabria*, editorial Cantabria, Santander, 273-280.
- García Diez, M., Garrido Pimentel, D., Ceballos del Moral, J. M. (2010-12): La puesta en valor de cavidades: Monte Castillo (Puente Viesgo) a través de su historia moderna (1903-1971), *Sautuola XVI-XVII*, 485-496.

- Garrido Pimentel, D., García Diez, M. (2013): *Cuevas Prehistóricas de Cantabria. Un Patrimonio para la Humanidad*. Sociedad Regional de Educación, Cultura y Deporte, Santander.
- Heras Martín, C. de las, Lasheras Corruchaga, J. A. (1997): La cueva de Altamira. En M. Mora y M. Díaz Andreu (eds.), *II Congreso Nacional de Historiografía de la Arqueología en España, s. XVIII y XX*, Universidad de Málaga, Servicio de Publicaciones, Málaga, 359-368.
- Pike, A. W. G., Hoffman, D. L., García Diez, M., Pettitt, P. B., Alcolea, J., Balbín Behrmann, R. de, Gonzáles Sáinz, C., Heras Martín, C. de las, Lasheras, J. A., Montes Barquín, R., Zilhão, J. (2012): U-Series Dating of Paleolithic Art in 11 Caves in Spain, *Science* 336, 1409-1413.
- Montes Barquín, R., Sanguino González, J. (2001): *La cueva de El Pendo. Actuaciones Arqueológicas de 1994-2000*, Monografías Arqueológicas en Cantabria, Santander.

EL LIDERAZGO CULTURAL EN LA GESTIÓN TURÍSTICA
DEL MUSEO Y PARQUE ARQUEOLÓGICO CUEVA PINTADA
(GÁLDAR, GRAN CANARIA)

Carmen Gloria Rodríguez Santana y José Ignacio Sáenz Sagasti

PATRIMONIO CULTURAL Y TURISMO...
TODO ES SEGÚN EL COLOR / DEL CRISTAL CON QUE SE MIRA

Antes de empezar a desgranar ideas sobre la compleja relación existente en ese binomio patrimonio cultural/turismo, es preciso prevenir a la lectora, o al lector, de que quienes escriben¹ lo hacen desde un punto de vista que no es en absoluto inocente (en realidad, nunca lo es), como expresó Ramón de Campoamor. Somos desconocedores de la complejidad del tejido turístico que acrisola intereses de la más variada naturaleza y que desborda, en mucho, el simple calificativo de “sector turístico” –de hecho, a pesar del abuso de esta última etiqueta, se va imponiendo el de “actividad transversal” para definir el proceso de producción turística, fraccionada entre múltiples actores, tanto públicos como privados, y vinculada a territorios concretos (VV. AA., 2008: 21). Pero de lo que sí podemos hablar es de lo que supone construir valor a partir de un espacio de enorme significación histórica y simbólica: el yacimiento Cueva Pintada. Este enclave patrimonial ha sido objeto de uno de los más ambiciosos proyectos de valorización emprendidos en la Comunidad Autónoma de Canarias y, en él, el capítulo dedicado a la musealización –simplificamos con este contestado término el complejo proceso de hacer accesible el yacimiento a los públicos que lo visitan– ha tenido la misma relevancia que los de investigación y conservación.

¹ Quienes firman son conservadores de museos del Cabildo de Gran Canaria, adscritos al Museo y Parque Arqueológico Cueva Pintada. Han trabajado en este yacimiento desde los albores del proyecto con distintos papeles y responsabilidades a lo largo de los años.

En un reciente artículo (Onrubia *et al.*, en prensa), señalábamos cómo la museografía, disciplina que puede y debe ser entendida como una técnica más de construcción patrimonial, posee en el Museo y Parque Arqueológico Cueva Pintada un papel esencial, en la medida en que no se trata de un espacio para mostrar cosas, sino para “exhibir” personas; se trata, en efecto, de un lugar donde, junto a los objetos, se ha pretendido “exponer” los cuerpos y las mentes de los hombres y mujeres que los fabricaron, utilizaron y amortizaron. Porque, por encima de todo, lo que se ha pretendido en Cueva Pintada es representar, encarnando y trayendo al presente ideas y emociones, otra forma histórica de ver y de estar en el mundo, otra manera de vivir en sociedad, otro modo concreto de habitar, poblándolo con gentes tan diferentes y tan parecidas a nosotros mismos, ese país extraño que, como dice la conocidísima frase que introduce la célebre novela de Leslie P. Hartley *The Go-Between* (1953), solemos llamar pasado. Este afán tiene que ver, sobre todas las cosas, con la gente de la isla que siente como suyo ese yacimiento arqueológico, con la sociedad que busca su pasado, su memoria, su identidad. Por ello, hemos querido que en el título que aglutina estas páginas quede explícita la idea de que el liderazgo de este proyecto ha sido siempre cultural (entendido este adjetivo en su más amplio sentido) y, a partir de ahí, se procura articular una gestión turística sostenible.

Si bien es cierto que el concepto de turismo nace esencialmente vinculado a la Cultura (no hay manual en torno a este moderno fenómeno de masas que no mencione como un precedente innegable el *Grand Tour*, ese viaje iniciático en el que confluía formación, esparcimiento y diletantismo); no es menos cierto que hoy es muy complejo atraer al turista hacia la Cultura, en especial, hacia los espacios en los que se ha creado valor a partir del Patrimonio Cultural. Es importante matizar este último aspecto pues, dado el marco en el que estas reflexiones ven la luz, subrayamos de forma plenamente consciente ese esfuerzo que se ha llevado a cabo en muchos espacios patrimoniales para crear valor, para conservar, investigar y hacer accesible a la sociedad los valores que, se supone, atesora por sí mismo.

En el caso del archipiélago canario, que ha promocionado a lo largo de décadas una imagen basada en las ventajas de las cálidas temperaturas, de una “eterna primavera” en un entorno en el que se combinan las playas de arena blanca, los paisajes de lava y, eventualmente, un mundo rural por descubrir, no es en modo alguno sencillo. Además, las últimas tentativas desde el sector turístico se centran en añadir a estos valores seguros, el derivado de la prác-

tica de toda suerte de deportes náuticos, el golf y el turismo de salud. Si se visita, por ejemplo, la web oficial de Turismo de Gran Canaria², las pestañas que encuentra la persona que a ella accede son, por este orden: *Playas, Náutica, Naturaleza, Deportes, Salud, Golf, Cultura y Meetings*. El lugar reservado a Cultura, es ya revelador de dónde están las prioridades institucionales en relación a la oferta turística grancanaria.

El desesperado intento por la re-invencción turística de Canarias, en donde los valores patrimoniales jueguen un papel relevante, llega desde los Ayuntamientos y esencialmente de aquéllos que no poseen paradisíacas playas como atractivo principal. En estos casos, el mil veces cacareado “efecto Guggenheim” se extiende a pequeños municipios que consideran que un nuevo museo temático o un yacimiento visitable tendrán la capacidad de dinamizar la economía de los municipios en los que se sitúan. Y el “espejismo Guggenheim” acaba en un profundo desencanto pues esta creación de valor de los espacios patrimoniales, que buscaba ante todo atraer visitantes, no ha llevado aparejado el desarrollo de una estrategia multidisciplinar (en muchos casos, ni siquiera estrategia) en la que profesionales especialistas en los distintos sectores que engloba en definitiva el Turismo puedan vehicular ese ansiado desarrollo local.

Por otro lado, no conviene olvidar que el objetivo fundamental de todo equipamiento turístico es obtener beneficios económicos, esencial para la supervivencia, la consolidación y, eventualmente, la expansión de la iniciativa empresarial. Sin embargo, el objetivo esencial de un equipamiento cultural que custodia la memoria tangible de la sociedad (en nuestro caso un yacimiento arqueológico y los bienes muebles en él recuperados) no es la de obtener beneficios económicos (que también), sino conservar, investigar y acercar a la ciudadanía ese legado. Es aquí donde se sitúan las prioridades del Museo y Parque Arqueológico Cueva Pintada, y es también desde esa premisa desde la que se pretende, de forma decidida, ofrecer un recurso turístico de excelencia.

EL MUSEO Y PARQUE ARQUEOLÓGICO CUEVA PINTADA O LA CREACIÓN DE VALOR DEL PATRIMONIO ARQUEOLÓGICO

Son varias las publicaciones que dan cuenta de las características del yacimiento de la Cueva Pintada, así como de la génesis y evolución del proyecto que culmina con la apertura del museo y parque arqueológico (entre otros:

² http://www.grancanaria.com/patronato_turismo [Consultado el 20 de mayo de 2014]

Martín *et al.*, 1993; Onrubia *et al.*, 1999; Sáenz y Antona, 2006 y Onrubia *et al.*, 2007). No nos detendremos, pues, en este punto pero sí es pertinente recordar que la Cueva Pintada, descubierta en 1862, es una cámara excavada en la toba volcánica, decorada con un friso de motivos geométricos (figura 1) que constituye un testimonio excepcional de la cultura prehispanica de Gran Canaria. Fueron las intervenciones arqueológicas llevadas a cabo entre 1987 y 2005 las que transformaron lo que era un aislado, aunque singular, elemento patrimonial en un yacimiento extenso, complejo y no exento de espectacularidad. Fue justamente la relevancia de estos descubrimientos la que propició la modificación del planteamiento inicial del proyecto de parque arqueológico pues ya no sólo se trataba de abrir la Cueva Pintada al público una vez solventados sus acuciantes problemas de conservación, sino de abordar la musealización de un caserío que formó parte del antiguo Agáldar prehispanico.

Es así como el proyecto museológico pudo asumir el reto de contar, de forma rigurosa aunque no rígida, una historia singular en la que los protagonis-



FIGURA 1. La Cueva Pintada, cámara artificial excavada en la toba y decorada con un friso pintado con motivos geométricos. Foto: Museo y Parque Arqueológico Cueva Pintada – Javier Betancor.

tas, son gente excepcional en el contexto de Europa y, aún hoy, unos grandes desconocidos. Estas poblaciones, originarias de África del Norte, y que se comunicaban en una lengua emparentada con las hablas y dialectos bereberes actuales, permanecieron en un aislamiento relativo hasta que la conquista de la isla trajo consigo su aculturación y asimilación en esa sociedad de frontera que se instala en Gran Canaria a finales del siglo xv y principios del siglo xvi. En este conglomerado mestizo de castellanos, portugueses, italianos... irá disolviéndose, hasta desaparecer con relativa celeridad, la identidad étnica de los últimos indígenas canarios (Onrubia *et al.*, en prensa).

La densidad de las estructuras localizadas y la marcada topografía de la zona arqueológica de la Cueva Pintada impusieron una compleja y audaz intervención arquitectónica (Zarandieta *et al.*, 2007) imbricada en un proyecto que, si bien consideraba irrenunciable la contemplación directa de la cámara decorada, pretendía ir más allá en la construcción de un discurso histórico y patrimonial (Onrubia *et al.*, 1999; Sáenz y Antona, 2006). La voluntad era la de introducir al visitante en un escenario histórico, invitarle a viajar al pasado para adentrarse en uno de los momentos más apasionantes de la historia de la isla, contando para ello con el gran potencial simbólico de los restos conservados *in situ*. Esta aproximación se consideraba esencial para que el discurso, el *qué se cuenta*, fuera accesible a toda la sociedad.

Pero la evocación de ese momento pasado debía contar también con recursos interpretativos y comunicativos en donde esa narrativa histórica fuera verdaderamente la protagonista. Son estas reflexiones y esta aspiración las que explican la importancia que alcanzaron los audiovisuales, concebidos como los instrumentos idóneos para la concreción museográfica del proyecto Cueva Pintada. Cautivar la atención del público era uno de los objetivos prioritarios del museo y, con absoluta seguridad, la introducción de dos formatos innovadores (proyecciones estereoscópica en HD y panorámica) ha sido fundamental para lograr este fin. Al tiempo se era consciente de que en virtud de este planteamiento, el equipamiento Cueva Pintada sería, sin duda, uno de los más espectaculares de la isla para adentrarse en su singular historia, de ahí que se impusiera, desde el mismo momento de su concepción, su traducción a tres idiomas (alemán, inglés y francés).

Aunque la visita constituye el servicio esencial de Cueva Pintada, en el momento de su apertura ya se disponía del proyecto didáctico en el que se establecían las líneas estratégicas en materia de comunicación (ya difusión, ya

promoción). Éste era uno más de los capítulos esenciales del proyecto museográfico, es decir, no se consideró jamás como un asunto menor, sino que, bien al contrario, formaba parte de los cimientos de la arquitectura museográfica. Este proyecto se ha encauzado a través de programas públicos y educativos que, a su vez, se han ido enriqueciendo con el tiempo, en buena medida a partir de los estudios de público llevados a cabo, así como de la constatación de las necesidades de los públicos de proximidad –los estudios de público y la evaluación del equipamiento se han llevado a cabo desde la apertura del museo cuyos resultados se han reflejado en varias publicaciones pero, para una visión de conjunto, puede consultarse Sáenz *et al.*, 2010, así como Asensio *et al.*, 2012. Es así como se han ido sucediendo representaciones de títeres, visitas en familia, conciertos, cuentacuentos, talleres, itinerarios temáticos, cursos, conferencias... y, por supuesto, publicaciones dirigidas a diversos tipos de público. En este punto, es importante señalar que el museo se planteó desde esos momentos la necesidad de ir creando un equipo con profesionales de la enseñanza, la investigación, la comunicación, la dramaturgia, la literatura, la promoción, las nuevas tecnologías... con el objetivo de diseñar acciones innovadoras en todos estos campos, contribuyendo a hacer de la praxis museística un banco permanente para la investigación y la innovación.

Es cierto que algunas de estas propuestas están muy condicionadas por la disponibilidad presupuestaria. En los últimos años se han priorizado los programas destinados a público infantil y familiar, así como algunas acciones que destacan por su novedad en contextos arqueológicos.

Esta permanente aspiración por incorporar programas innovadores siempre ha estado presente en Cueva Pintada. Destacamos dos acciones por la trascendencia alcanzada en los públicos. La primera, desarrollada entre diciembre de 2007 y enero de 2008, se refiere a la campaña de comunicación y promoción del programa destinado al público infantil y familiar. En ella se combinaron acciones muy variadas, entre las que destaca el enorme dibujo de Arminda realizado en la arena de la Playa de Las Canteras en Las Palmas de Gran Canaria (figura 2).

La última, la visita nocturna celebrada en abril de 2013, en la que, además de recorrer el museo y parque arqueológico, haciendo partícipe al público de una mirada más libre y evocadora de Cueva Pintada, se salpicó el itinerario con piezas de danza contemporánea, a cargo de la Compañía Natalia Medina (figura 3). Esta insólita conexión persigue indagar nuevos territorios e ir más

allá en la interesante vía que propicia, desde una auténtica visión transdisciplinar de la Cultura, llevar las artes escénicas a los escenarios arqueológicos.

UNA CUESTIÓN DE LIDERAZGO CULTURAL, PERO TAMBIÉN DE CIFRAS

Intentemos entrar en materia. Hace ya años que Cultura y Turismo ensayan un acercamiento que resulta difícil pues ambos agentes buscan soluciones que resuelvan problemáticas coyunturales que esconden, en realidad, graves deficiencias estructurales. Estas aproximaciones se emprenden desde la academia –las asignaturas que abordan este asunto están presentes ya en los planes de estudio de muchos Grados relacionados con estos contenidos, así como en todo Máster de Gestión cultural, patrimonial o turística que se precie–, pero esencialmente desde las instituciones interesadas en propiciar ese buen entendimiento entre Turismo y Cultura. Las publicaciones que dan cuenta de ello son cada vez más numerosas, una de las más recientes es la obra *Museos y Turismo: expectativas y realidades* (Arrieta, 2012). También desde el ámbito de la cooperación cultural se hacen esfuerzos por ofrecer herramientas que ayuden a desentrañar esa enigmática ecuación: Cultura + Turismo = Desarrollo (Moragues, 2006). En cualquier caso, la literatura sobre este asunto ya va siendo abundante en este siglo XXI. Desde nuestra perspectiva cotidiana sólo podemos aspirar a ofrecer un estudio de caso que, es preciso advertirlo, no es en modo alguno exhaustivo puesto que la valoración que pueda llevarse a cabo aún carece de indicadores que permitan alcanzar afirmaciones concluyentes. Vayamos desgranando aspectos para intentar, al final, realizar una lectura global.

LA INVERSIÓN DE RECURSOS: LA CREACIÓN DE UN EQUIPAMIENTO Y SU CONSOLIDACIÓN PRESUPUESTARIA

La inversión realizada en Cueva Pintada se inició en el año 1987, cuando se empezó a desarrollar el plan de investigación arqueológica en este yacimiento. Como señalamos en el primer epígrafe, la espectacularidad de los hallazgos supuso un cambio radical en la dimensión del proyecto inicial y veinte años de trabajos continuados culminaron con la apertura, el 26 de julio de 2006, del Museo y Parque Arqueológico Cueva Pintada.

Una de las preguntas más frecuentes al hablar de este centro es ¿cuánto costó este proyecto? Y la respuesta es 8.150.000 euros, que incluyen la adqui-

sición y expropiación de los terrenos (9.000 m²), las investigaciones arqueológicas y de conservación, así como el proyecto museológico (arquitectura y museografía).

¿Quién lo ha financiado? Las administraciones públicas, tanto canarias, como estatales. En el figura 4 se aprecia cuál ha sido la contribución de cada una de ellas y vemos claramente que el Cabildo de Gran Canaria asumió la mayor responsabilidad financiera del proyecto.

Una vez abierto el museo, la institución se incorpora al Servicio de Museos del Cabildo para su gestión, participando de la distribución presupuestaria con la que contaba la Consejería de Cultura. Los dos primeros años, impulsados por las acciones emprendidas para la inauguración, Cueva Pintada contó con una aportación económica sustancial para el inicio de la gestión integral del equipamiento, más aún teniendo en cuenta que muchos servicios eran de nueva creación.

Es preciso señalar en este punto que la apertura de este museo supuso la implantación de un nuevo modelo de gestión que podemos denominar mixto, pues combina la gestión pública –sin independencia jurídica, pues a día

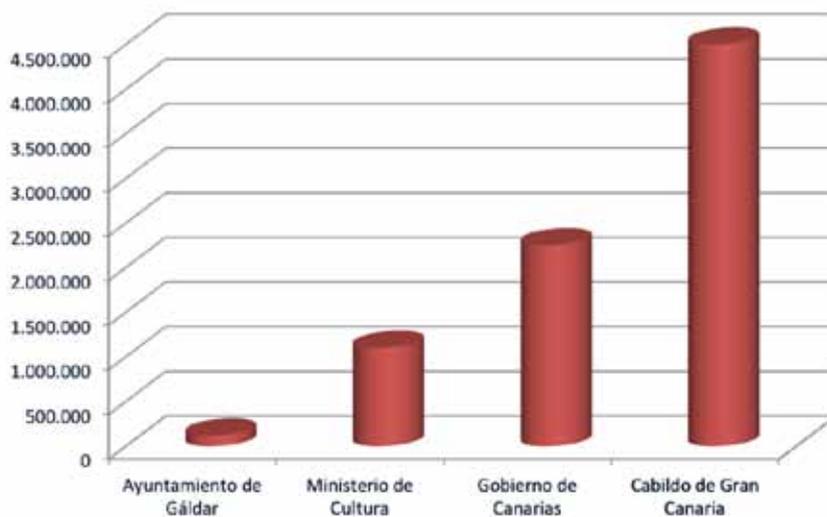


FIGURA 4. Cuantías de las aportaciones económicas realizadas por las distintas administraciones implicadas en el Proyecto de Parque Arqueológico Cueva Pintada. El total fue de 8.150.000 euros. Fuente: Museo y Parque Arqueológico Cueva Pintada. Elaboración propia.

de hoy el Servicio de Museos del Cabildo de Gran Canaria no se ha transformado en Fundación, Organismo Autónomo, Ente Público Empresarial...– y la participación de empresas y otros organismos públicos que ofrecen servicios especializados, bien mediante convenios, bien mediante contratos de prestación de servicios. Por lo que se refiere a los convenios, éstos han sido firmados con Universidades (ULPGC, UAM o UCLM) y el Consejo Superior de Investigaciones Científicas. Además de éstos, vinculados con la investigación y/o la prestación de servicios técnicos, se firman otros que tienen por objeto el patrocinio de programas concretos.

Detengámonos unas líneas para aclarar esta cuestión, en absoluto menor dado el tema que nos ocupa, que mucho tiene que ver con la gestión. Esta apuesta por la externalización de determinadas áreas responde a un planteamiento que se rige por el principio de interés general y servicio público, explicitado en un conjunto de objetivos establecidos desde la institución y que son de obligado cumplimiento de acuerdo a las competencias establecidas en la Ley de Patrimonio Histórico de Canarias 4/1999, de 15 de marzo. La razón de ser de la externalización de servicios es que ésta aporte, a través de empresas especializadas, innovación, calidad y eficiencia a los proyectos a los que se incorpora, garantizada por la adecuada evaluación por parte del propio organismo público³. La planificación estratégica y el diseño general se desarrollan desde el museo con los técnicos de la administración especializados en esas áreas. Para la implementación de los programas, se ha buscado la participación de empresas y organismos que han tenido que ir adaptando los servicios a las necesidades del museo que, desde los nuevos planteamientos museológicos, ya explicitados previamente, se encuentran con la ausencia de perfiles especializados dentro de las RPT de las administraciones públicas. La colaboración con estas empresas en la gestión cotidiana del equipamiento es básica para poder corregir y mejorar el servicio público. No se trata de desarrollar servicios “estándares”, que se puedan implementar en cualquier museo, se trata, al contrario, de encontrar soluciones a las necesidades de cada centro, y donde el personal participe de forma activa y aplique su conocimiento a las características del centro (este planteamiento es desarrollado en Sáenz *et al.*, 2010).

³ Remitimos, por su interés en este aspecto, a la obra coordinada por Lluís Bonet i Agustí a propósito de la externalización de los servicios culturales públicos (2008), especialmente a la presentación de Lluís Noguera i Jordana y al artículo de Àngel Mestres, en los que se plantean sugerentes ideas para abordar este, aún, peliagudo asunto.

A estas novedades en el modelo de gestión, se añadían otros cambios significativos, como el pago de una entrada por acceder al museo. A la postre, este modelo se ha mostrado más flexible, adaptativo y, en suma, sostenible, más aún teniendo en cuenta que la realidad económica, y las prioridades políticas, han supuesto que a lo largo de los siete años de vida del centro, las asignaciones presupuestarias se hayan visto considerablemente disminuidas y alcanzan, en el año 2012, una reducción acumulada del 72,8% (figura 5).

La actual realidad presupuestaria de Cueva Pintada, dentro del contexto de los museos de Gran Canaria, lo sitúa en sexto lugar, con 750.000 euros. El equipamiento que posee mayor asignación es el Centro Atlántico de Arte Moderno, que supera los 2.000.000 euros (figura 6).

La “rentabilidad” que se exige a un equipamiento de esta naturaleza, no podría medirse con criterios exclusivamente económicos puesto que los ingresos brutos del centro en modo alguno pueden cubrir los mínimos gastos de gestión de las colecciones, públicos y mantenimiento de las instalaciones. En la figura 7 se detalla la evolución de los ingresos de Cueva Pintada en concepto de venta de entradas (el resto de aportaciones es menos relevante, basta ver en la tabla 1 las correspondientes al año 2012 para constatarlo) y es fácil comprobar que los ingresos anuales nunca permitirían cumplir con los

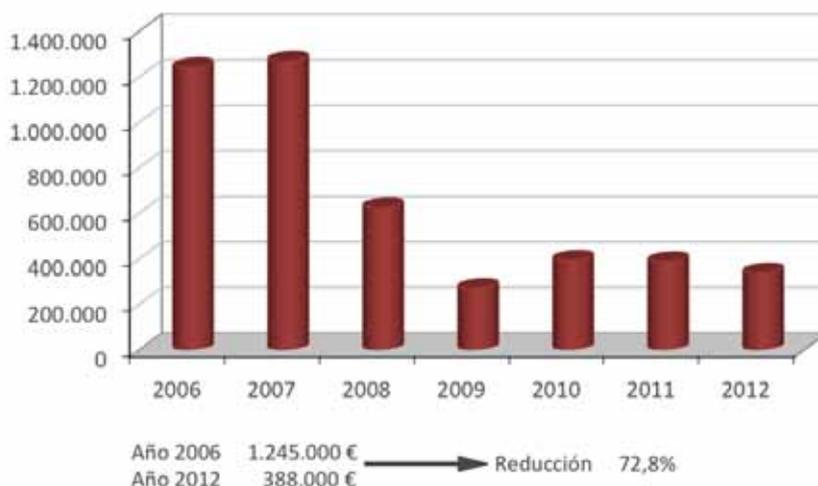


FIGURA 5. Evolución de los presupuestos recibidos por el Museo y Parque Arqueológico Cueva Pintada, referido a los capítulos 2, 4 y 6. Fuente: Museo y Parque Arqueológico Cueva Pintada.

principales mandatos exigibles al museo y parque arqueológico: garantizar la transmisión de este legado a futuras generaciones al tiempo que se procura el disfrute de los mismos por la sociedad actual. De ahí que el concepto de “sostenibilidad” deba ser bien matizado en los contextos patrimoniales y huir de una visión meramente economicista.

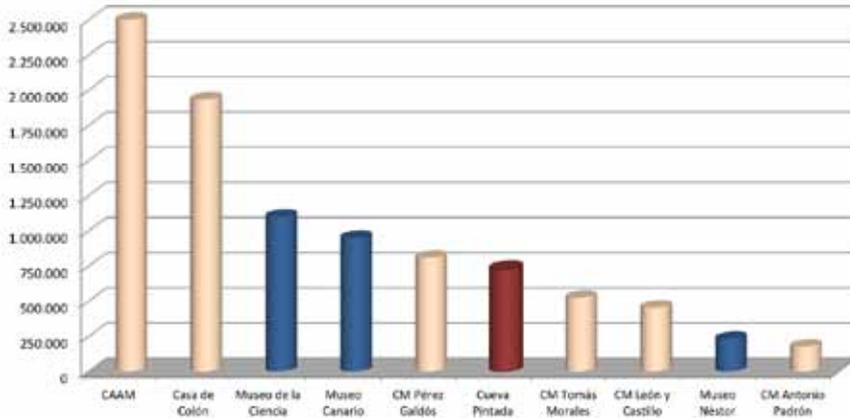


FIGURA 6. Gráfica en la que se comparan las asignaciones presupuestarias de los museos en la isla de Gran Canaria. En tonos claros están los museos dependientes del Servicio de Museos del Cabildo de Gran Canaria, y se destaca el lugar ocupado por Cueva Pintada. Fuente: Museo y Parque Arqueológico Cueva Pintada. Elaboración propia.

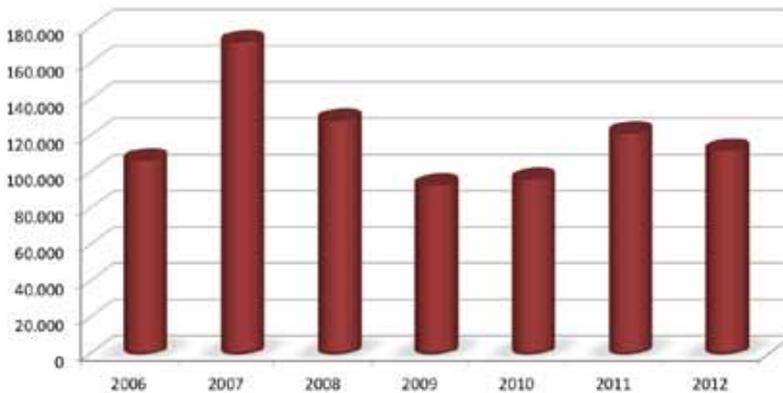


FIGURA 7. Evolución de los ingresos del Museo y Parque Arqueológico Cueva Pintada, en concepto de venta de entradas. Fuente: Museo y Parque Arqueológico Cueva Pintada. Elaboración propia.

CONCEPTOS	INGRESOS BRUTOS (€)
Venta de entradas	112.190
Canon explotación tienda	3.560
Canon explotación máquinas	962
TOTAL	116.712

TABLA 1. Cuadro de ingresos del Museo y Parque Arqueológico Cueva Pintada para el año 2012. Fuente: Museo y Parque Arqueológico Cueva Pintada.

EL CONCEPTO DE COMUNIDAD LOCAL EN EL CONTEXTO INSULAR

En el caso del Museo y Parque Arqueológico Cueva Pintada, ubicado en Gáldar, –municipio con una superficie de 67,6 km² situado en el Norte de la isla de Gran Canaria– es preciso puntualizar qué entendemos por comunidad local.

El hecho diferencial canario es, por excelencia, la insularidad. El mar constituye una frontera que delimita claramente un territorio y que condiciona no sólo aspectos tan elementales como las posibilidades de movilidad –exclusivamente aérea y marítima hacia el exterior y terrestre, por carretera, en el interior– o de organización administrativa. La gestión del Patrimonio Histórico corresponde al Cabildo de Gran Canaria, administración insular de la que depende el Museo y Parque Arqueológico Cueva Pintada. Entre los valores que defiende este museo, destaca el de proximidad, entendida tanto en relación al municipio, pero también y de forma destacada, a la comunidad insular. Hay que tener en cuenta que la Cueva Pintada constituye un referente identitario de alto valor simbólico para la sociedad canaria (Martín de Guzmán *et al.*, 1993). Este hecho queda patente en la mayoritaria respuesta del público de la isla a la pregunta: “¿Por qué visita el Museo y Parque Arqueológico Cueva Pintada?: porque soy canario”. Por ello, la comunicación y promoción está siempre enfocada a este público insular y muestra de ello es que incluso en acciones generalmente destinadas a público más próximo (por ejemplo, los talleres infantiles de verano), asistan personas de otros municipios (hasta un radio de 25 km) aunque es evidente que las del entorno próximo son mayoritarias.

LA REPERCUSIÓN TURÍSTICA DE CUEVA PINTADA

No resulta sencillo evaluar la repercusión turística real, en términos de rentabilidad económica de las inversiones realizadas en este equipamiento. Sin

embargo, hay que intentar hacer hablar a los datos de los que disponemos. Si es preciso detallar que al hablar de “inversión”, empleamos el término en su más amplia acepción, puesto que, en nuestro caso, no sólo se refiere a los costes derivados de la ejecución del proyecto museológico (desde la arquitectura a la museografía), sino que aludimos asimismo a todos aquellos esfuerzos que se inician con la propia investigación arqueológica, y que posibilitan la construcción de conocimiento, esto es, de un relato que trasladar al público.

Pero volvamos a la pregunta inicial: ¿cómo medir la eficacia y eficiencia de Cueva Pintada desde el punto de vista de los públicos y el desarrollo local? Tanto la declarada inserción del proyecto Cueva Pintada en una práctica de arqueología pública digna de ese nombre, como la concepción integral de lo que debía suponer la valorización de este espacio arqueológico singular, llevaron a situar, desde un primer momento, la evaluación como un eje transversal en su gestión, tal y como se ha mencionado anteriormente. Por ello, la profunda convicción de que es la propia sociedad (los públicos, en definitiva) la que constituye la auténtica prioridad de este esfuerzo, se tradujo en la temprana puesta en marcha de los estudios de público y las evaluaciones de exposiciones y programas. En este trabajo sólo destacaremos algunos aspectos en relación con el número de visitantes, los perfiles de público y el impacto que en ellos produce transitar por el museo.

Es un hecho que Cueva Pintada ha atraído a más de 350.000 personas a lo largo de los siete años en los que el equipamiento ha estado en funcionamiento (tabla 2 y figura 9). Las personas que han visitado el museo y parque arqueológico se han trasladado a un municipio que tiene algo más de 24.000 habitantes, está alejado de los principales enclaves turísticos así como de las rutas más significativas organizadas por turoperadores. Esta realidad no es en absoluto irrelevante.

Si analizamos la procedencia de los públicos que visitan Cueva Pintada apreciamos de forma inmediata cómo es un museo volcado en la comunidad local insular (figura 10). El peninsular es el que le sigue en importancia, incluso más que el del resto de las islas, pero llama la atención que el porcentaje es muy similar al número de visitantes procedentes de Alemania, sin duda uno de los países de origen más significativo en el contexto de Canarias, pero lo que es realmente relevante es que es, con diferencia, el más interesado en la búsqueda de otras alternativas turísticas tales como la cultural o de la naturaleza.

	Público General	Público de centros docentes	Participantes en programas	TOTAL
2006	28.684	5.161	771	34.616
2007	50.530	23.965	2.749	77.244
2008	38.449	15.073	3.887	57.409
2009	28.132	11.880	799	40.811
2010	30.144	14.924	282	45.350
2011	35.292	13.930	1.233	50.455
2012	33.780	13.376	894	48.050
TOTAL	245.011	98.309	10.615	353.935

TABLA 2. Cuadro con el número de personas que visitan, y participan en programas, en el Museo y Parque Arqueológico Cueva Pintada en el año 2012. Se desglosan los visitantes procedentes de centros docentes. Fuente: Museo y Parque Arqueológico Cueva Pintada.

En los datos referidos a Gran Canaria, conviene no olvidar que también están incluidas las visitas que realizan los centros docentes que, lógicamente, son en su mayoría de esta isla. Los centros del resto del Archipiélago, especialmente Tenerife, incluyen la visita a Cueva Pintada en sus programaciones; en este sentido, es importante señalar que la existencia del Fast Ferry que conecta, en poco más de una hora, el Puerto de Santa Cruz de Tenerife con el de Agaete (en el Norte de Gran Canaria, a ocho km de Gáldar) supone un refuerzo en la movilidad interinsular.

A pesar del porcentaje considerable de público local, la evolución de las cifras pone de relieve que la afluencia al museo es sensible a los ciclos que afectan a las dinámicas turísticas en la isla (figura 11). Las fluctuaciones experimentadas en la visita de turistas nacionales y extranjeros a Gran Canaria, tiene un correlato inmediato en las cifras de Cueva Pintada. Además, la importancia de las visitas escolares es palmaria evidenciada en el descenso de visitas experimentado en el año 2008, directamente relacionado con un conflicto entre el personal docente y el Gobierno de Canarias que supuso la adopción de medidas como la suspensión de actividades extraescolares por parte del profesorado.

En relación a la “presión” por parte de los responsables políticos, tanto del ayuntamiento galdense, como de la corporación insular, para que estas

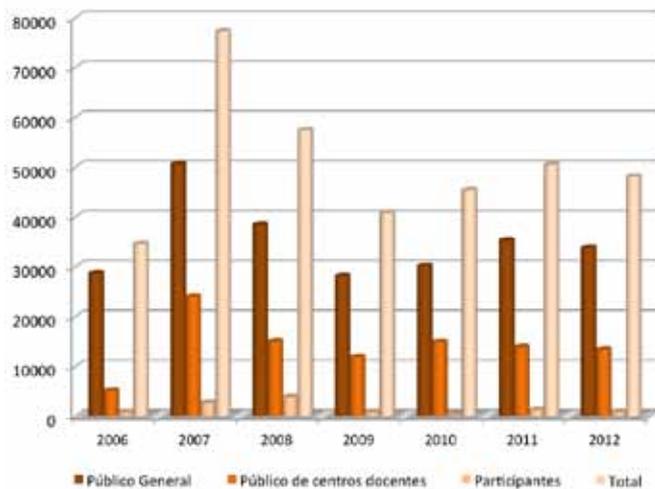


FIGURA 9. Representación gráfica del número de visitantes o participantes en programas en el Museo y Parque Arqueológico Cueva Pintada en los años 2006 a 2012. Fuente: Museo y Parque Arqueológico Cueva Pintada. Elaboración propia.

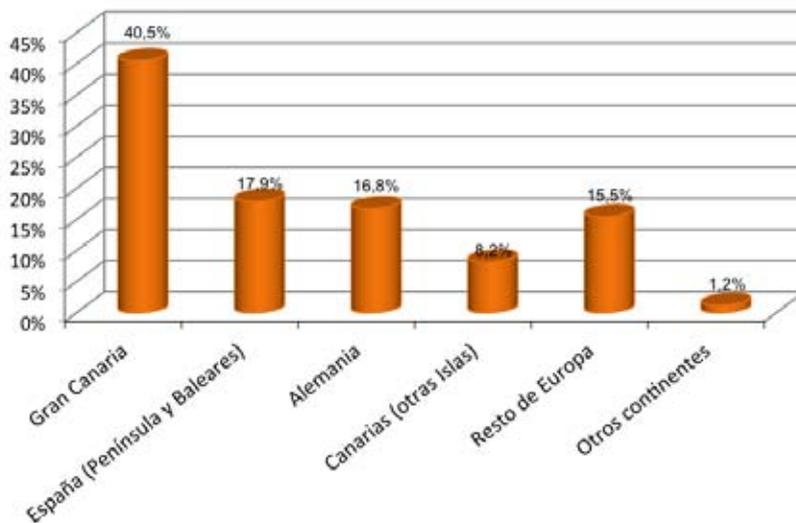


FIGURA 10. Representación gráfica de la evolución del número de turistas y de visitantes a Cueva Pintada. Se representa la variación del porcentaje interanual Fuente: ISTAC (Gobierno de Canarias) – Museo y Parque Arqueológico Cueva Pintada. Elaboración propia.

cifras de visitantes se incrementen, no podemos soslayar que, en efecto, hay un sector que reclama, cada cierto tiempo, un cambio en las estrategias dirigidas a la captación de públicos con el objetivo claro de que sean más las personas que acuden a esta zona norte. Independientemente de que siempre es posible mejorar las estrategias de promoción del equipamiento, aunque no son estos los mejores tiempos para contar con los necesarios presupuestos en las partidas dedicadas a comunicación, sí conviene señalar algunos aspectos que pueden explicar (que no justificar) esta situación.

Cueva Pintada apostó en su momento por un modelo en el que combina la contemplación del bien original con la protección de este excepcional bien patrimonial –el visitante contempla la cámara decorada original desde una “burbuja” de cristal. El protocolo de conservación establecido para alcanzar este objetivo supone la apertura de la Cueva Pintada 14 veces al día y existe un número limitado de personas que pueden visitar el museo en el día: 500. Esta restricción es un condicionante importante para los grandes turoperadores pero ello no impide que sea, hoy por hoy, el elemento más sugestivo para las personas que hacen turismo en la isla y desean conocer su historia.

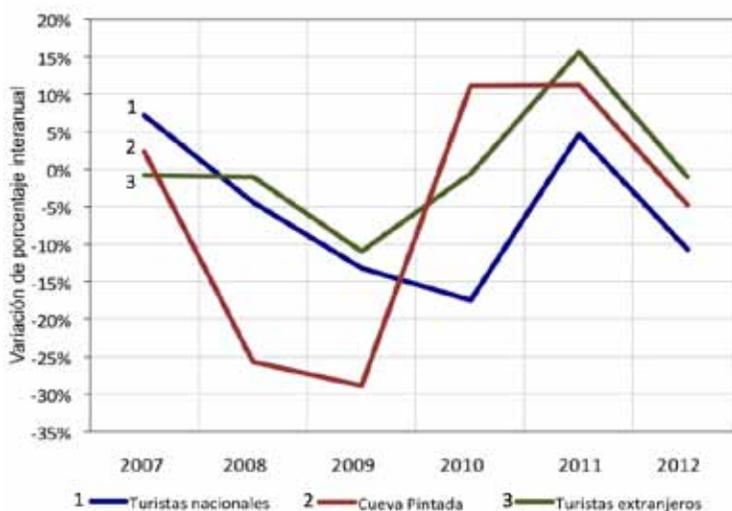


FIGURA 11. Representación porcentual de la procedencia del público visitante al Museo y Parque Arqueológico (2007-2012). Fuente: Museo y Parque Arqueológico Cueva Pintada. Elaboración propia.

El municipio galdense cuenta con otros atractivos patrimoniales pero no ha logrado aún consolidar una oferta turística que atraiga a visitantes y consiga “atraparlos” en el entorno próximo, convirtiendo Gáldar en un auténtico destino, y no en un lugar “de paso”.

En esta línea, vamos a realizar un ejercicio de comparación con el Museo de Altamira, con el que, de hecho, se nos asimila en muchas ocasiones desde la prensa insular, puesto que se trata de un centro museístico que gira también en torno al arte rupestre (quizás podemos atrevernos a comentar que “las comparaciones, realmente, son siempre odiosas”). Haciendo una valoración de los municipios en donde se encuentran estos dos centros, y en lo que a planta alojativa se refiere, Santillana del Mar cuenta, en un radio de cinco km, con 46 establecimientos de diversa categoría frente a uno en el municipio galdense. Por otro lado, la oficina de turismo del Ayuntamiento de Santillana el Mar recibe unas 64.000 visitas al año, frente a las 6.000 del galdense, a pesar de que la distancia a la capital, Las Palmas de Gran Canaria, es menor en el supuesto insular y ésta posee una población mayor, al igual que el número de turistas que la visitan.

Pero siguiendo con este estudio de caso, en la tabla 3 se aprecia el listado de museos estatales y el posicionamiento de cada uno de ellos, así como de Cueva Pintada, en función del número de visitantes, pero, también, de la relación de este dato con el número de habitantes de los municipios donde se enclavan todos estos equipamientos museísticos. Es una lectura diferente, que puede resultar reveladora en algunos casos. Es evidente que Cueva Pintada sale airoso de la prueba (de eso se trata cuando la presión se ejerce valorando exclusivamente el dato desnudo del número total de visitantes de un centro de esta naturaleza). Huelga decir que no entramos en las comparaciones con los recursos económicos y humanos de los distintos equipamientos, que, aseguramos, cumplen con los niveles de eficiencia requeridos.

Si bien la información cuantitativa es importante para valorar el éxito del equipamiento, estamos convencidos de que la búsqueda del dato cualitativo es irrenunciable en un espacio patrimonial de estas características. Ya se ha comentado la voluntad de evaluar por parte de Cueva Pintada y la importancia que se concede a esta tarea para la que se cuenta con una planificación estratégica en la que, además, la acumulación de datos desde 2006 constituye un valor añadido a la evaluación en sí misma.

Museos nacionales ordenados por número de visitantes		Municipios y número de habitantes		Ranking*	
1	Museo Sefardí	295.889	Granada	239.017	1,238 5
2	Museo de Altamira	256.227	Santillana del Mar	4.022	63,706 1
3	Museo Nacional de Arte Romano	191.233	Mérida	58.164	3,288 2
4	Museo del Greco	174.434	Toledo	84.019	2,076 3
5	Museo Sorolla	173.420	Madrid	3.233-527	0,054 8
6	Museo Nacional de Escultura	145.606	Valladolid	311.501	0,467 5
7	Museo Nacional de Cerámica	111.464	Valencia	797.028	0,14 7
8	Museo Arqueológico Nacional {año 2011}	107.227	Madrid	3.233-527	0,033 11
9	Museo Nacional del Romanticismo	88.944	Madrid	3.233-527	0,028 12
10	Museo del Traje	86.541	Madrid	3.233-527	0,027 13
11	Museo Nacional de Arqueología Subacuática	77.566	Cartagena	216.655	0,358 5
12	Museo Cerralbo	69.045	Madrid	3.233-527	0,021 14
13	Museo de América	63.715	Madrid	3.233-527	0,02 15
14	Museo Nacional de Antropología	51.923	Madrid	3.233-527	0,016 16
15	Museo y Parque Arqueológico Cueva Pintada	48.052	Gáldar	24.361	1,972 4
16	Museo Nacional de Artes Decorativas	35.858	Madrid	3.233-527	0,011 17
17	Museo Casa de Cervantes	11.577	Valladolid	311.501	0,037 10
Museos del Cabildo de Gran Canaria					
	Casa de Colón	200.571	Las Palmas de Gran Canaria	383-343	0,523
	Casa Museo León y Castillo	33.031	Telde	101.375	0,326
	Casa Museo Tomás Morales	8.889	Moya	8.089	1,099
	Casa Museo Antonio Padrón	14.621	Gáldar	24.361	0,6

* En las dos columnas correspondientes a "Ranking", la de la izquierda expresa el índice obtenido a partir del número de visitantes a los museos / número de habitantes del municipio; y la de la derecha su ordenación en función de este criterio.

TABLA 3. Tabla comparativa del número de visitantes a los museos de titularidad estatal y a Cueva Pintada. Se establece una relación con el número de habitantes de los municipios en los que se encuentran los distintos museos. En recuadro independiente, se incluye el resto de museos dependiente del Servicio de Museos del Cabildo de Gran Canaria. Fuente: Ministerio de Educación, Cultura y Deportes – Cabildo de Gran Canaria. Elaboración propia.

En la figura 12 aparecen los resultados de los principales ítems incluidos en el estudio de satisfacción correspondientes al año 2010. No hay duda de que, en general, el equipamiento es valorado por el público de forma muy positiva, siempre por encima de ocho en los aspectos vinculados con la presentación de contenidos y algo menor en lo relativo a los servicios básicos (señalética, taquilla, horarios...).

La alta puntuación concedida a aspectos tales como el museo en general, el montaje, los audiovisuales, la calidad de la visita guiada... constituye un estímulo y una baza que permite afianzar los criterios de actuación. Parece que la decidida apuesta realizada en su momento sobre el modo en el que este yacimiento debía ser “contado” posee el beneplácito de la mayoría de las personas que lo visitan y pensamos que se debe, en buena medida, a la fuerza que Cueva Pintada tiene a la hora de evocar vivencias y emociones. Pero es más, para la población local es especialmente sugerente e impactante ver cobrar vida a unos personajes que, en muchos casos, ya pueblan su imaginario y que complementan un entorno arqueológico cuya imagen les es, precisamente por su carácter de icono patrimonial, mucho más familiar.

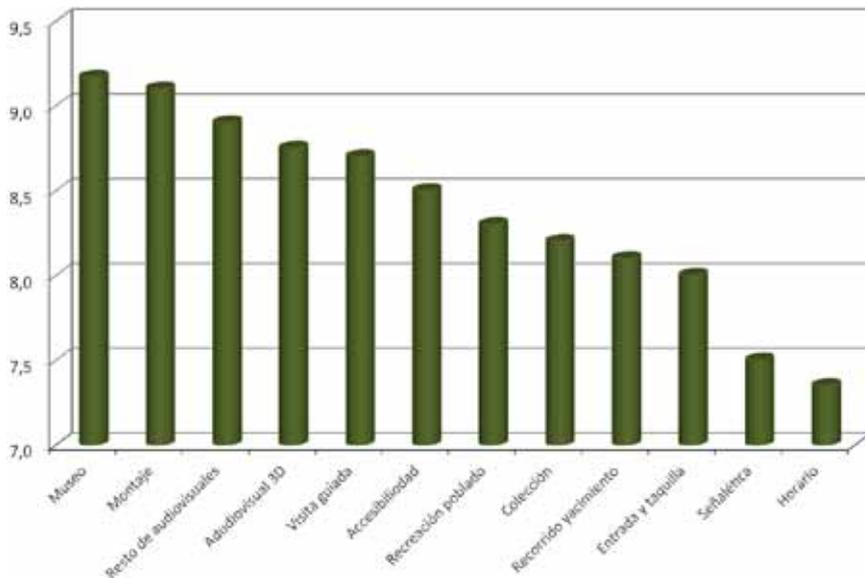


FIGURA 12. Valoración resultante de los cuestionarios de satisfacción realizados en Cueva Pintada (año 2010). Se incluyen los principales ítems evaluados. Estudio de público realizado por Mikel Asensio (UAM).

CONSTRUCCIÓN SOCIAL E IDENTIDAD DEL DESTINO TURÍSTICO

A lo largo de estas páginas se ha ido desgranando un corolario de ideas y de datos que intentan afianzar la idea de que el liderazgo cultural debe presidir las actuaciones en materia de patrimonio histórico y, sólo desde esa perspectiva se podrá generar la identidad turística de este destino “cultural”. Hemos escrito mirando a través del cristal de la Cultura porque la creación de valor de este espacio arqueológico que conocemos y gestionamos nace como proyecto de investigación y con la voluntad de preservar la memoria de una colectividad, la que conforma la sociedad gran Canaria.

La relación entre Cultura y Turismo es siempre desigual y hay que asumirlo. La razón es sencilla: las escalas en las que se mueven (presupuestos, volumen de “negocio”, prioridades, sectores implicados...) son radicalmente distintas. Además... ¿para qué engañarnos? En el archipiélago canario el atractivo del clima, el factor de estabilidad sociopolítica de este territorio, las playas, el mar... son rivales demasiado potentes, más aún para un turismo que procede mayoritariamente de Europa, en donde los espacios patrimoniales son enormemente significativos. Esta afirmación, que puede parecer contundente, no implica que no creamos firmemente que desde la cultura se puede ofrecer un valor añadido seguro: identidad. Una identidad cultural que necesitan los destinos turísticos para ser competitivos. El mundo se llena de ofertas de estancias en rincones en los que el sol y las playas son un refugio seguro para huir de la agobiante cotidianeidad. Pero esos destinos también quedan desdibujados por unas infraestructuras tan estandarizadas que despersonalizan los lugares en los que se encuentran. Por otro lado, los establecimientos hoteleros intentan convencer al cliente de que pueden satisfacer todas sus necesidades sin abandonar, ni un solo minuto, su recinto. Pero, algo es seguro, no pueden satisfacer las necesidades de experiencias diferentes, únicas, cargadas de esa autenticidad que sólo puede ofrecerse desde la cultura. Frente a un volumen de personas que prefiere un “todo incluido” que le permita olvidar su rutina diaria (aunque es cierto que en determinados momentos ésta puede ser la opción personal idónea) siempre habrá quienes deseen buscar y conocer esa singularidad del lugar que visita, y es ahí donde está el reto de los equipamientos culturales, ser capaces de absorber esta demanda con propuestas atractivas, innovadoras, sugerentes... llenas, en suma, de identidad.

Para ello es necesario trabajar con otros profesionales expertos en visibilizar y promocionar los espacios patrimoniales. En suma, se trata de crear grupos

de trabajo multidisciplinares en los que “el saber-hacer” de las distintas áreas permita diseñar líneas estratégicas de actuación conjunta porque no es fácil vertebrar todos los elementos que confluyen en crear un destino turístico cultural. Cuando conseguimos un producto cultural como el Museo y Parque Arqueológico Cueva Pintada en el que ya se concibe desde la misma fase de proyecto su potencial como producto turístico, una buena parte del camino ya se ha recorrido. De ese planteamiento deriva que se consideraran irrenunciables determinados aspectos: la completa accesibilidad al museo y al parque arqueológico; la irrenunciable contemplación de la Cueva Pintada original; la traducción a otros idiomas de las principales unidades expositivas, la atención al público por parte de personal con un perfil que permite aunar conocimiento de los contenidos y dominio experto de esos idiomas; un modelo de gestión que favorece la visita personalizada y de calidad (que busca, de esta forma, equilibrar las restricciones que impone el plan de conservación de la Cueva Pintada)...

Después de siete años de experiencia directa con el público que traspasa cada día el umbral del museo, conocemos algunas de las expectativas de ese visitante interesado por la cultura. Como anfitriones debemos procurar que los agentes implicados en este complejo proceso seamos capaces de conjugar, en las actuaciones que se lleven a cabo, el perfil de destino cultural que busca el turista con la identidad social del lugar, tomando en consideración el singular patrimonio galdense, en el que este yacimiento ocupa un lugar de excepción. En definitiva, sin perder el mandato esencial de legar este patrimonio único a las generaciones futuras, conseguir que Cueva Pintada sea un factor de desarrollo económico y social para Gáldar, y, en general, para Gran Canaria.

BIBLIOGRAFÍA

- Arrieta Urtizberea, I. (ed.) (2012): *Museo y turismo: expectativas y realidades*. Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, Bilbao.
- Bonet i Agustí, L. (coord.) (2008): *Externalització de serveis culturals públics. Qualitat i eficiència en la cooperació públic-privat*, (Quaderns de Cultura, 1), Generalitat de Catalunya y Universitat de Barcelona, Barcelona.
- Martín de Guzmán, C., Melián, A., Onrubia, J., Saavedra M. (1993): El parque arqueológico de la Cueva Pintada de Gáldar (Gran Canaria). En *Seminario de Parques Arqueológicos (Madrid, 1989)*, Madrid, 23-43.
- Moragues Cortada, D. (2006): *Turismo, cultura y desarrollo*. AECE, Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación (Colección Cultura y Desarrollo, 2), Madrid.

- Onrubia, J., Moreno, I., Antona, V. (1999): Proyecto museológico. Parque Arqueológico de la Cueva Pintada, Gáldar (Gran Canaria), *Museo* 4, 133-153.
- Onrubia, J., Rodríguez, C. G., Sáenz, J. I. (2007): El Museo y Parque Arqueológico Cueva Pintada (Gáldar, Gran Canaria): de manzana agrícola a parque arqueológico urbano. En *IV Congreso Internacional sobre Musealización de Xacementos Arqueolóxicos. Conservación e presentación de xacementos arqueolóxicos no medio rural. Impacto social no territorio* (Santiago de Compostela, 2006), Xunta de Galicia, 183-190.
- Onrubia, J., Rodríguez, C. G., Sáenz, J. I., Soliveres, M. A. (en prensa): Tecnología y museografía en Cueva Pintada: eficacia, eficiencia y obsolescencia. Comunicación presentada en el *III Seminario Iberoamericano de Museología* (Madrid, 2011), Universidad Autónoma de Madrid, Madrid.
- Sáenz, J. I., Antona, V. (2007): El Museo y Parque Arqueológico de la Cueva Pintada (Gáldar, Gran Canaria). En *Actas del 2º Encuentro Internacional sobre Tecnología en Museografía* (Zaragoza, 2006), Zaragoza, 11-17.
- Sáenz, J. I., Rodríguez, C. G., Onrubia, J., Asensio, M. (2010): Una gestión patrimonial perseverante e innovadora. Cuatro años de andadura del Museo y Parque Arqueológico Cueva Pintada (Gáldar, Gran Canaria), *Revista del Instituto de Patrimonio Cultural de España* 4, 165-177.
- Sáenz, J. I., Rodríguez, C. G. (2010): Los escenarios históricos en el Museo y Parque Arqueológico Cueva Pintada: de la investigación a la recreación virtual, *VAR. Virtual Archaeology Review* 1-2, 26-31.
- VV.AA (2008): *Modelos de Gestión Turística Local. Principios y prácticas*. Federación Española de Municipios y Provincias y Secretaría General de Turismo.
- Zarandíeta, L., Sosa, J. M., Feduchi J. (2007): El proyecto arquitectónico del Museo y Parque Arqueológico de la Cueva Pintada: una intervención para la conservación. En J. Onrubia, J. I. Sáenz y C. G. Rodríguez (eds.), *La conservación en la musealización de la Cueva Pintada. De la investigación a la intervención* (Cuadernos de Patrimonio Histórico, 7), Cabildo de Gran Canaria, 219-250.

6

EL CAPITAL SOCIAL DEL PATRIMONIO ARQUEOLÓGICO. LA GESTIÓN PARA EL DESARROLLO Y LA PARTICIPACIÓN DE LAS COMUNIDADES LOCALES

Xurxo M. Ayán Vila

La tensión entre la Razón por un lado y las necesidades de la población (que ha sido el objeto, pero raramente el sujeto de la Razón) por el otro, ha existido desde el principio del pensamiento filosófico y científico.

H. Marcuse (1993: 174)

Nuestra participación en estas *Jornadas de Patrimonio, Desarrollo y Turismo* organizadas por el Museu de Prehistòria de València, en diciembre de 2012, coincidió con el revuelo mediático protagonizado por una iniciativa promovida por el colectivo *Xarxa urbana*. Este movimiento asociativo organizó una *Ruta del despilfarro* por València, bajo el lema *Ni silencio, ni complicidad*, para denunciar tanto los orígenes del problema, esto es, la corrupción generalizada entre las élites del poder político, económico y financiero, como las consecuencias, ya sea el saqueo de las finanzas públicas, las privatizaciones de servicios públicos, los recortes o la desprotección y abandono del patrimonio cultural¹. La visita cursada por un equipo de filmación de la BBC y su proyección internacional dio lugar a una reacción del Gobierno autonómico en la que se acusaba a *violentos extremistas de izquierda* de ser desleales, de esgrimir falacias y mentiras sobre el País Valencià y de espantar la inversión extranjera. Ahí es nada. El gobierno del Reino de España fue todavía más lejos y la Embajada española en Londres solicitó a la BBC excusas públicas por haber emitido el reportaje.

En 7º de EGB representamos en el colegio una genial obra de teatro de Miguel de Cervantes, titulada *El Retablo de las Maravillas*. Un truhán recorría

¹ <http://rutadespilfarrovalencia.wordpress.com/> [Consultado el 27 de mayo de 2014]

los pueblos de Castilla y Extremadura con una enorme sábana blanca. Este feriante aseguraba que ahí se proyectaban las grandezas del mundo, pero únicamente los prohombres, los cristianos viejos, los inteligentes y sabios eran quienes veían toda esa riqueza. Como era previsible, las élites políticas de los pueblos por los que pasaba *El Retablo de las Maravillas* hacían como que veían, fingían y mentían. *La Ruta del Despilfarro* es como el *Retablo de las Maravillas* pero al revés. La clase política hace como que no ve, como si esas moles arquitectónicas no existiesen. Dentro de este contexto, la arqueología es de una gran utilidad, para reconocer y estudiar estas ruinas postmodernas.

Esta clase política, estos retablos de las maravillas, estas ruinas faraónicas también habitan el noroeste de la península Ibérica. Aún a riesgo de ser considerado un galaico radical desleal, considero el reconocimiento tácito de la realidad y la crítica constructiva como herramientas para generar alternativas a determinados modelos de gestión de las cosas, las personas, los paisajes, la memoria y el olvido (Vives-Ferrándiz y Ferrer, 2012). Y cabe hacerlo con honestidad y autocrítica. Yo mismo he participado como técnico en la toma de decisiones, en la propuesta de definición de contenidos en proyectos museísticos como el Parque Arqueológico de la Cultura Castreña en San Cibrán de Lás (Punxín-San Amaro, Ourense) (en dos etapas, 2001 y 2009) o el Museo de Historia de la Ciudad de la Cultura de Santiago de Compostela (2008) (*vid infra*). Precisamente, ha sido el trabajo en el ámbito de la gestión del patrimonio arqueológico en los últimos quince años desde el Instituto de Ciencias del Patrimonio (CSIC) el que me ha aportado experiencias compartidas fundamentales para articular modelos de puesta en valor alternativos que hagan hincapié en el capital social y simbólico del patrimonio.

Partiendo de estas coordenadas, en el presente trabajo pretendemos ofrecer una visión crítica de las políticas de desarrollo local basadas en el fomento del patrimonio arqueológico que han ejecutado las diferentes administraciones en Galicia a lo largo de las dos últimas décadas. Para ello, analizaremos, en primer lugar, los sucesivos modelos de puesta en valor de yacimientos arqueológicos que han seguido la Xunta de Galicia y las Diputaciones provinciales en aras de la promoción del turismo cultural como salida para áreas rurales deprimidas. A través del ejemplo concreto de varios proyectos (Aulas Didácticas, Red de Parques Arqueológicos, musealización de castros) mostraremos el rotundo fracaso de estas iniciativas, siempre planteadas al margen de los públicos y las comunidades locales. Para nosotros ésta es la cues-

ción clave en la gestión del patrimonio arqueológico: la necesaria implicación de la sociedad no sólo en el disfrute de contenedores e infraestructuras culturales, sino también en el propio proceso de construcción del conocimiento sobre nuestro pasado.

A este respecto, en la segunda parte del texto, más optimista, pretendemos demostrar que otra realidad es posible, partiendo de nuestra experiencia en arqueología en comunidad en Galicia. Utilizaremos para ello tres proyectos participativos centrados en la puesta en valor del capital social y simbólico inherente a tres yacimientos arqueológicos²: el proyecto arqueológico de los castros de Neixón (Boiro, A Coruña), la recuperación del castro de Castrolandín (Cuntis, Pontevedra) y el Proyecto Torre dos Mouros (Lira-Carnota, A Coruña) (figura 1).

PATRIMONIO ARQUEOLÓGICO, DESARROLLO Y TURISMO EN GALICIA: MICROHISTORIA DE UN FRACASO ANUNCIADO

Me parece que la resistencia que tantos intelectuales oponen al análisis sociológico, siempre sospechoso de reduccionista tosquedad, y especialmente aborrecible cuando se aplica directamente a su propio universo, se basa en una especie de prurito (espiritualista) mal entendido que les impide aceptar la representación realista de la acción humana que es la condición primera de un conocimiento científico del mundo social o, con mayor exactitud, en una idea absolutamente impropcedente de su divinidad de sujetos, que les hace considerar el análisis científico de las prácticas como un atentado contra su 'libertad' o su 'desinterés'.

P. Bourdieu (1997: 9)

El 1 de marzo de 2013 la Administración autonómica gallega, acuciada por la crisis económica, decide paliar una situación heredada desde hace décadas, esto es, la coexistencia de entidades redundantes destinadas a la promoción turística del país. Así pues, desde esa fecha una *Agencia de Turismo de Galicia* asume las competencias, recursos y medios materiales de la *Sociedad de Imagen y Promoción Turística de Galicia-Turgalicia*, del *Consortio Instituto de Estudios Turísticos de Galicia* así como la tutela funcional de la *S.A. de*

² Otro proyecto arqueológico en el que hemos desarrollado nuestra propuesta de arqueología en comunidad es el de A Lanzada (Sanxenxo, Pontevedra); véase Ayán et al., 2010 y el blog www.alanzada.wordpress.com [Consultado el 20 de mayo de 2014]

Gestión del Plan Xacobeo. Todas estas instituciones han patrocinado y financiado proyectos de promoción turística que lejos de contribuir al desarrollo lo único que han generado son auténticas ruinas arqueológicas por todo el territorio. A este respecto Galicia es un buen ejemplo para despejar el interrogante inserto en esta suerte de ecuación: *Patrimonio + turismo = ¿desarrollo?* (Prats, 2003).

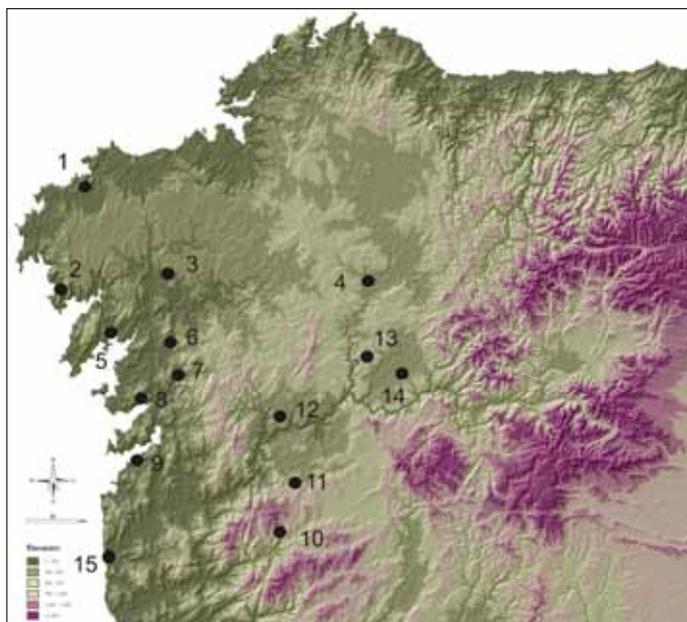


FIGURA 1. Principales yacimientos, parques arqueológicos, aulas didácticas, centros de interpretación y centros comarcales citados en el texto: 1. Centro Arqueológico del Dolmen de Dombate (Cabana de Bergantiños, A Coruña); 2. Torre dos Mouros (Lira-Carnota, A Coruña); 3. Cidade da Cultura (Santiago de Compostela, A Coruña); 4. Castro de Castromaior (Portomarín, Lugo); 5. Castros de Neixón y Centro Arqueológico de Barbanza (Boiro, A Coruña); 6. Castro de Castrolandín (Cuntis, Pontevedra); 7. Parque Arqueológico del Arte Rupestre de Campolameiro (Pontevedra); 8. Casa Museo Natal de Cristóbal Colón (Poio, Pontevedra); 9. Museo do Mar (Vigo, Pontevedra); 10. Centro de Interpretación de Aquis Querquernis (Bande, Ourense); 11. Castromao (Celanova, Ourense); 12. Parque Arqueológico de la Cultura Castreña (Punxín-San Amaro, Ourense); 13. Dolmen de Abuime (O Saviñao, Lugo); 14. Expolemos (Monforte de Lemos, Lugo); 15. Castro de Santa Trega (A Guarda, Pontevedra).

**LAS EVIDENCIAS MATERIALES:
RUINAS ARQUEOLÓGICAS DEL DESPILFARRO**

La arqueología del pasado contemporáneo en Galicia ha abordado materialidades como las ruinas generadas por la emigración (González Ruibal, 2003), esas casas abandonadas que ilustran hoy en día exitosos portales inmobiliarios de Internet. Siguiendo esta misma línea, la arqueología del pasado reciente tiene en nuestro país un nuevo objeto de estudio: las escenografías arquitectónicas generadas por la mala gestión de los fondos autonómicos, estatales y europeos. Como en el caso valenciano, también contamos en Galicia con nuestra particular *ruta del despilfarro*, con nuestro atlas de ruinas arqueológicas del desarrollo local. Tenemos ejemplos para todos los gustos, que van más allá de la paradigmática *Cidade da Cultura* (Bermejo, 2012), un proyecto que *sólo es posible ejecutar en un Estado totalitario*, en palabras de su artífice, el arquitecto Peter Eisenman.

Así pues, contamos también con aulas didácticas como el centro de interpretación del campamento romano de *Aquis Querquernis* en Bande (Ourense), que permanece cerrado y abandonado *sine die*. Centros Arqueológicos como el del Dolmen de Dombate (Cabana de Bergantiños, A Coruña), inaugurado con prisas electorales en 2011, y que ofrece sus paredes desnudas de hormigón, con temporadas en las que el único encargado es el guardia jurado puesto por la Diputación de A Coruña. Otra modalidad es el Centro Arqueológico de Barbanza (Boiro, A Coruña), un edificio que a pesar de encontrarse infrautilizado, ha sido considerado insuficiente por la Administración local. Para solventar esta carencia, se ha procedido a su ampliación, destruyendo parte del sistema defensivo del castro (Bien de Interés Cultural) que supuestamente el Centro Arqueológico tiene que ayudar a interpretar. Museos como el extraño caso del Museo do Mar de Vigo, cuya construcción supuso la destrucción del poblado de la Edad del Hierro asentado en la Punta do Muíño (Suárez, 2004). Centros temáticos como A Telleira (Sanxenxo, Pontevedra), una antigua fábrica rehabilitada a todo trapo, que alberga en su interior un huérfano esqueleto de ballena y un buen elenco de dispositivos táctiles y nuevas tecnologías en riguroso *off*; a día de hoy sirve de escenario majestuoso para actos políticos del Partido. Tristes centros de promoción turística comarcal, ubicados en medio de la nada, a los que no acude nadie... (figura 2).

En un pequeño país atlántico y minifundista como Galicia, con un hábitat disperso, es normal encontrar pequeños ejemplos de este proceso esparcidos

por todo el territorio. Es por ello que preferimos centrarnos en una infraestructura cultural que, en nuestra opinión, resume este modelo patrimonial fallido. Nos referimos al *Parque Arqueológico da Cultura Castrexa* en San Cibrán de Lás (Punxín, San Amaro, Ourense). Este *Centro de Cabecera de la Cultura Castreña* (Infante *et al.*, 2004) es una infraestructura cultural ideada en el marco de la *Rede Galega do Patrimonio Arqueolóxico* (Tallón *et al.*, 2003). Este ha sido hasta el momento el proyecto de promoción del patrimonio arqueológico más ambicioso planteado por la Administración autonómica. Concebido hace más de una década, con él se pretendían crear cuatro parques arqueológicos centrados en un período determinado, uno por provincia: el parque del Megalitismo en la Costa da Morte (A Coruña), el parque del mundo romano en la ciudad de Lugo, el Parque del Arte Rupestre en Campolameiro (Pontevedra) (Rey *et al.*, 2004; Rey y Méndez, 2011) y el Parque de la Cultura Castreña (PACC) en el antiguo *oppidum* de Lansbriga, toda una protociudad de la fase final de la Edad del Hierro del noroeste (Álvarez *et al.*, 2009).

Según cifras oficiales, desde que se puso la primera piedra (como si no hubiera piedras con anterioridad), en 2003, este parque ha consumido hasta la fecha 10 millones de euros (Taboada, 2013). Estos fondos públicos, correspon-



FIGURA 2. Efectivamente, el Patrimonio sigue siendo algo oculto para la mayor parte de la sociedad gallega. Número 24, de abril-julio de 2013, de la revista Galicia. Turismo de Galicia, con el campamento romano de Aquis Querquernis en portada.

dientes al 1% cultural cofinanciado por el Ministerio de Fomento, han ido a parar al ínclito centro de interpretación, un megaedificio de 3.000 metros cuadrados que permaneció sin inaugurar y cerrado durante dos años, con todo el aparato expositivo en su interior supeditado a un deterioro constante. El despilfarro no cesa, ya que queda pendiente la financiación de la urbanización del entorno (254.000 euros), la adaptación de la conexión eléctrica (120.000 euros), el mobiliario (80.000 euros) y la gestión, que ahora deberá asumir alguna empresa, ya que los ayuntamientos rurales de la zona se niegan a ello, por razones obvias. El yacimiento arqueológico, objeto de este proyecto de puesta en valor para su promoción turística, ha recibido únicamente en concepto de limpieza y consolidación de estructuras arqueológicas, 200.000 euros en el último lustro.

En el año 2004, el por entonces director xeral de Patrimonio Cultural, Ángel Sicart, preveía la inauguración del PACC en 2005 y lo consideraba *una estrategia innovadora en la difusión del patrimonio arqueológico, impulsada desde la Consellería de Cultura, Comunicación Social y Turismo* (Infante et al., 2004: 7). Todo en aras del desarrollo y del turismo (figura 3).

A pesar de ello, no vaya a pensar el lector o lectora que este modelo ha muerto (no de éxito precisamente), ni mucho menos. Mientras el PACC se



FIGURA 3. A Cidade de San Cibrán de Lás. A la izquierda, el centro de interpretación del Parque Arqueológico de la Cultura Castreña (Google Earth, imagen tomada el 8 de mayo de 2011).

convierte en una ruina arqueológica, la Administración autonómica no cesa en su empeño y fija su vista en un nuevo objetivo, emplazado a unos escasos 40 km al sureste de San Cibrán de Lás. Esta vez le ha tocado el turno al castro de Castromao (Celanova, Ourense), un poblado fortificado en el que se va a reconstruir, fuera del castro, el conocido como *barrio de la Tábula* (Nieto *et al.*, 2005), según se nos informa en el diario local *La Región* (12-10-2012):

El proyecto de rehabilitación forma parte del programa de dinamización turística en el que el Concello celanovés lleva años trabajando y que permitirá contribuir a la puesta en valor de esta parte de su riqueza patrimonial [...] Las obras son fruto de un acuerdo alcanzado por el grupo de gobierno con la Secretaría Xeral para o Turismo, que permitirá potenciar y divulgar turísticamente la zona en su aspecto cultural, arqueológico y hasta cinematográfico, así como posible escenario de producciones audiovisuales que reflejen la vida en los primeros asentamientos sociales del noroeste peninsular durante la Edad de Bronce (sic). La finalidad última de esta actuación, apuntaban las partes implicadas, 'es conseguir la recuperación de esta parte de patrimonio histórico de Galicia y ponerlo en valor turísticamente'. El convenio, que ayer fue ratificado por el Consello da Xunta, tiene una vigencia de ocho meses (hasta el 30 de junio del año próximo) e incluye una partida de 210.000 euros divididos en dos anualidades (52.500 euros en 2012 y 157.500 euros en 2013). El 80% de los fondos proceden del Fondo Europeo de Desarrollo Regional, mientras que el 20% restante corresponde al Fondo de Compensación Interterritorial (FCI).

Realmente, lo que pretenden financiar estos cuantiosos fondos europeos es un inmenso decorado que servirá de ambientación para rodar escenas de la película *Galaicus* (*La Región*, 16-10-2012), un filme épico ambientado en la conquista romana de Galicia, promovido por una productora privada, Zircozine, y que cuenta con el apoyo, entre otras instituciones públicas, de la Diputación Provincial de Ourense. Todo, nuevamente, en aras del desarrollo y del turismo.

LAS CAUSAS: UN MODELO TECNOCRÁTICO Y DESARROLLISTA

El pasado era la mezcla bárbara, el porvenir, la distinción civilizadora. Ciertamente, los modernos siempre reconocieron que, en el pasado, ellos también habían mezclado los objetos y las sociedades, las cosmologías y las sociologías. Ocurre que todavía no eran más que premodernos. Y supieron apartarse de ese pasado a través de revolucio-

nes cada vez más terroríficas. Como las otras culturas todavía mezclan las coerciones de la ciencia y las necesidades de su sociedad, hay que ayudarlos a salir de esa confusión anulando su pasado. Bien saben los modernizadores que permanecen algunos islotes de barbarie donde se mezclan demasiado la eficacia técnica y la arbitrariedad social. Pero pronto habremos culminado la modernización, liquidado esos islotes, y estaremos todos en un mismo planeta, todos igualmente modernos, todos al igual capaces de aprovechar lo único que escapa para siempre a la sociedad: la racionalidad económica, la verdad científica, la eficiencia técnica.

B. Latour (2007: 191-192)

El Atlas de ruinas arqueológicas del desarrollo local en Galicia está todavía por hacer. Sin embargo, nuestra labor no consiste en consignar un inventario de despropósitos tragicómicos financiados por la ciudadanía europea. Estos edificios son evidencias materiales (físicas, visibles, tangibles) del fracaso de un determinado enfoque político. La pregunta que se impone es la siguiente: ¿Qué es lo que lleva a la Administración a llevar a cabo millonarios proyectos como A Cidade da Cultura, el PACC o el atrezzo castreño de Castromao? Tras quince años trabajando en gestión del patrimonio en el contexto gallego, podemos sugerir una serie de causas directas de este problema (obviado por la clase política).

En primer lugar, la ausencia de una valoración del patrimonio como recurso económico. Tras las pioneras iniciativas del primer tercio del siglo XX (turismo termal, de cruceros, turismo cultural) (Hooper, 2013), la dictadura va a suponer un duro golpe para el desarrollo turístico del país. Dentro del Nuevo Estado, la imagen que se proyecta de Galicia es la de una región atrasada, pero prístina, repleta de bellos paisajes, sabrosos manjares, Maruxiñas y fiestas del Apóstol (Santos, 2005; Lois *et al.*, 2010). Esta visión folklorizante es la que predomina en los reportajes del NODO o en las películas de ambientación galaica de la época, como *La Casa de la Troya*, sin ir más lejos. Por otro lado, dentro de este contexto, la Administración nacionalcatólica concentra su política de recuperación patrimonial en la rehabilitación de edificios religiosos (monasterios, conventos y catedrales).

En segundo lugar, el tardofranquismo en Galicia supuso el inicio de procesos coetáneos como la depredación sistemática del litoral, el desmoche patrimonial (*racionalización urbanística*) de las villas y pueblos, el apoyo institucional a la recuperación social del culto jacobeo y la naturalización de

un modelo de desarrollo basado en proyectos de corte totalitario. Es la época de los planes de colonización (que llegan a desecar la laguna de Antela en A Limia para plantar patatas) y de los embalses que suponen el traslado de población y la destrucción sistemática del patrimonio (Fernández *et al.*, 2011). A pesar de la enconada resistencia de las comunidades locales (Soutelo, 1998; Cabana y Lanero, 2009: 120-127), estas iniciativas asentaron una determinada concepción del Progreso y la Modernidad en la que los vestigios materiales de la memoria no tenían cabida.

En tercer lugar, la década de 1960 va a suponer la instauración en Galicia de un modelo turístico concreto: el de los miradores, fiestas de interés turístico (un eufemismo para referirse a la *exaltación gastronómica*), reservas de caza, cotos de pesca y paradores del ministro de Información y Turismo, Manuel Fraga Iribarne (Almeida, 2012: 12-24) (figura 4).

Estas tres realidades, con sus consecuentes actitudes, confluyen en el proceso de conformación de la Comunidad Autónoma de Galicia (1981). La nueva estructura política, dominada por la derecha autoritaria procedente del franquismo, comienza a andar reproduciendo el modelo precedente en materia de

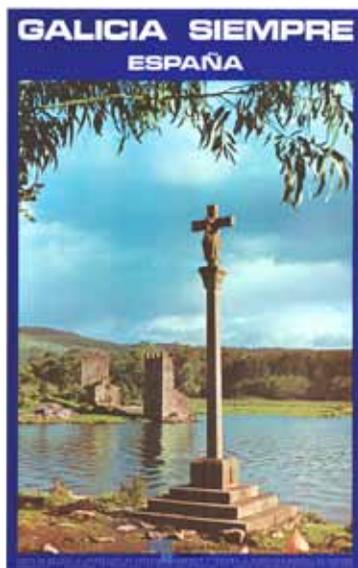


FIGURA 4. Pasado, esencia y tradición, la tríada en la que se asienta la Galicia Eterna: cartel institucional de promoción turística de Galicia del año 1980 (Fuente: Instituto de Estudios Turísticos).

promoción turística. Basta con echar un ojo a la cartelería promovida desde la Administración para ver reflejados esos enfoques turísticos de corte religioso, folklorizante y desarrollista. Sin embargo, este nuevo contexto aporta un matiz nuevo: la necesidad de legitimar históricamente la nueva realidad autonómica. Es aquí donde la burocracia tecnocrática autonómica echa mano del patrimonio arqueológico de Galicia y del camino de Santiago (Lois y López, 2012), como una herramienta más para consolidar la marca de la Galicia Verde, la Galicia Celta, la Galicia Mágica, la Galicia Terra Meiga (figura 5).

Con todo, la aparición estelar del patrimonio va a tener lugar con los planes de desarrollo comarcal y la aplicación de los fondos de cohesión por parte del fraguismo (1990-2007). El impacto económico de la llegada de Europa va a desencadenar los siguientes procesos:

- Será ahora cuando se consolide todo el discurso tecnocrático del desarrollo sostenible, la reconversión rural y el turismo cultural, ámbitos en manos de técnicos y burócratas (técnicos de desarrollo local y asesores científicos como el que firma el presente texto) (Rodríguez y Lois, 1998).

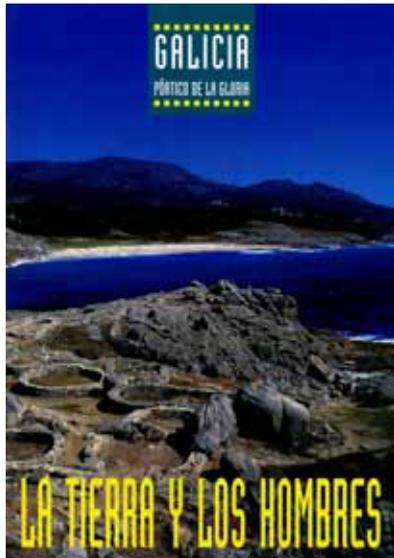


FIGURA 5. Galicia, paraíso terrenal (sólo para hombres): cartel institucional de promoción turística de Galicia con el castro de Baroña como reclamo, año 1997 (Turgalicia, Secretaría Xeral para o Turismo).

- Las comunidades locales quedan totalmente al margen de los ámbitos de decisión. Los procesos de patrimonialización se imponen de arriba abajo (Ballesteros y Sánchez-Carretero, 2011). Esta actitud lleva a que la inmensa mayoría de la sociedad³ perciba los yacimientos arqueológicos como *una cosa de la Xunta* (Ayán y Gago, 2012). El supuesto interés *público* es la excusa para desarrollar proyectos arqueológicos que únicamente van dirigidos a consolidar los intereses profesionales, corporativos y burocráticos, al margen de los públicos y las comunidades (Karl, 2012: 23-24).
- Consolidación de un modelo de control político en el medio rural en el que el poder local redistribuye las ayudas europeas en función de sus intereses caciquiles.
- La puesta en valor del patrimonio queda en manos de una mayoría de políticos que no creen en el patrimonio ni en la cultura, porque no da votos. Sin embargo, se ven obligados a emplear la retórica vacua del desarrollo sostenible para acceder a los fondos de los planes Feder, Leader, Leader Plus, etc...
- A su vez, desde ámbitos académicos se desencadena un auténtico pavor ante el emergente proceso de mercantilización del patrimonio (Acuña, 2002; Bermejo, 2006).

*LAS CONSECUENCIAS: GEODESTINOS VS PAISAJES CULTURALES,
PRODUCTOS VS PERSONAS, PATRIMONIO VS NICHOS DE MERCADO*

El atractivo de nuestra tierra se reparte entre rías y montes, santuarios y catedrales, caminos y ciudades, cruceros y aguas termales, faros y murallas, jardines y casas rurales, viejos símbolos como la Catedral de Santiago y nuevos como la Cidade da Cultura. En medio de tantas dificultades, Galicia no puede permitirse el lujo de relegar a un lugar

³ Sirvan como ejemplo estas dos anécdotas para mostrar este apartheid patrimonial de las comunidades locales. En el año 2004, durante los trabajos de consolidación de las estructuras del castro de San Cibrán de Lás, los canteros, vecinos de la zona en donde se estaba construyendo el PACC, pensaban que ese edificio iba a alojar una... peluquería. En 2013, los vecinos de Castromao son convocados por el alcalde a una reunión informativa para mostrarles el proyecto de recreación castreña; los vecinos, nunca consultados antes, sólo están preocupados por el alcance de las obras, ya que temen que les destruyan el tradicional cauce de abastecimiento de agua a la aldea.

secundario ninguna de las muchas posibilidades que pueden ofrecer las Rías Altas, a Costa da Morte, las tierras de Santiago, la Marina lucense, Lugo y la Terra Chá, Os Ancares y el Courel, la Ribeira Sacra, las Rías Baixas, O Ribeiro, las Tierras de Ourense y Allariz, de Celanova y de la Limia, de Verín y de Viana, de Manzaneda y Trevinca, o del Deza y Tabeirós.

Alberto Núñez Feijoo,
presidente de Galicia, en la presentación de
*Geodestinos Turísticos de Galicia*⁴ (30-11-2011)

A lo largo de las ponencias presentadas y los debates mantenidos en estas *III Jornadas de Debate* hemos podido escuchar los enfoques predominantes en el ámbito de la explotación económica del turismo cultural. La propia terminología empleada rezuma un cierto marchamo tecnocrático que deshumaniza a los protagonistas: el patrimonio es un *nicho de mercado*, los ciudadanos son *clientes*, los viajes organizados son *trips*, el público potencial se clasifica según *targets* (segmentos de la demanda al que está dirigido un producto). Así pues, en el colmo de la categorización deshumanizadora, se menciona incluso que hay un *target de turismo cultural gay* (sic). Por supuesto, somos los primeros que apoyamos la rentabilización económica del patrimonio cultural, pero no al precio de convertir la política pública en una turoperadora sin escrúpulos que *paquetiza, imersiza* y cosifica a la ciudadanía.

Esta es la situación en la que se encuentra el turismo cultural promovido por la Administración en Galicia a día de hoy. Véase por ejemplo la campaña publicitaria perpetrada desde *Turgalicia*. El enfoque que preside esta promoción repite punto por punto los tópicos que hemos señalado más arriba (la Galicia mágica, salvaje... ni Paulo Coelho lo hubiera hecho mejor), con el objeto de vender las siguientes experiencias *únicas*: Bosques de Galicia, Camino de Santiago, Faros y playas salvajes, Paseando entre viñedos, Ruta de la camelia, Santuarios mágicos, Turismo marinerero y Turismo ornitológico. El patrimonio⁵ forma también parte del redundante *Top Ten* de lugares únicos: Ribeira Sacra, Muralla de Lugo, Serra da Capelada, Ferrol de la Ilustración,

⁴ <http://www.turgalicia.es/portada-xeodestinos> [Consultado el 27 de mayo de 2014]

⁵ No todo el patrimonio, sino aquél que posee valor para la localista clase política, esto es, los bienes que son *Patrimonio de la Humanidad*: la ciudad de Compostela, la Muralla de Lugo y la Torre de Hércules en A Coruña.

Torre de Hércules, Camino de Santiago, Santiago de Compostela, Cabo Fisterra, illas Cíes y el castro de Santa Trega (figura 6).

Este último yacimiento arqueológico es el segundo sitio más visitado de Galicia después de la catedral compostelana. Este espacio es gestionado desde la década de 1910 por la *Sociedad pro-Monte Santa Trega*, fundada por indianos de A Guarda emigrados en Puerto Rico. Mirador natural sobre la desembocadura del Miño, en él confluye la devoción popular por la santa venerada en la capilla que corona el castro, su importancia como signo icónico-visual del pasado celta de Galicia y referente identitario en el presente (Ayán, 2012b: 81-84, 811-812). Promocionado turísticamente desde el primer tercio del siglo XX (Sociedad, 1933; Villa, 2004), el modelo de visita a Santa Trega es el siguiente⁶: cada día llegan autobuses y autobuses de jubilados, sobre todo portugueses, a los que los responsables del *trip* conceden 10 minutos de esparcimiento en total. En este tramo temporal, el visitante puede hacer una de estas cosas: tomar una consumición en el bar, comprar esos souvenirs entre kitsch y gore (triumfa mucho algo tan típicamente gallego como las castañuelas flamencas), visitar a la santa en la capilla, sacar fotos en el mirador, observar el Atlántico por esos míticos catalejos fijos sesenteros, miccionar, visitar el pequeño Museo local o bajar incluso a ver el espacio doméstico del castro. Dentro de este panorama el anecdótico es amplio y variado; mucha gente piensa que las casas circulares de la Edad del Hierro son un laberinto creado recientemente. Incluso se ha dado el caso de dos señoras mayores que se equivocaron y acabaron rezando, arrodilladas, delante de una vitrina del Museo en la que se exponía un ídolo de piedra castreño.

Lo tragicómico del asunto es que estamos hablando del único, sí, decimos bien, único, yacimiento arqueológico que se encuentra dentro de los circuitos turísticos diseñados por las turoperadoras que trabajan en Galicia⁷. Esto es gravísimo si tenemos en cuenta que llevamos dos décadas utilizando la excusa de la puesta en valor del patrimonio, de su explotación turística como recurso para el desarrollo local, como justificante para recibir generosas subvenciones, para intervenir en yacimientos e, incluso, para sostener líneas de investigación básica. Hemos estado engañando demasiado tiempo a la pobla-

⁶ Comentario personal del arqueólogo y técnico en Turismo Leonardo González Pérez, guía de las visitas a Santa Trega en el momento de escribir estas líneas.

⁷ Información aportada por la *Asociación Profesional de Guías de Galicia*.



FIGURA 6. El presidente autonómico en la presentación oficial de los 14 geodestinos turísticos de Galicia (Fuente: Turgalicia).

ción y la gente ya no traga. En una aldea semiabandonada en las estribaciones de la Serra do Courel una pintada resume el desencanto colectivo: *Vamos a comer turismo*. A su vez, hasta hace poco, en la villa medieval de Mondoñedo (Lugo) una pancarta escrita a mano recibía al visitante con el siguiente mensaje: *Queremos un Mondoñedo industrial*. A ver quién es el político o técnico que le explica a esta gente que llevamos años invirtiendo fondos públicos en la promoción de castros para el desarrollo local y ninguno de ellos, salvo Santa Trega, se integra en los circuitos turísticos al uso.

Este es un modelo que se mueve entre la insoportable levedad del Poder, la banalidad del Mal y el capricho de las turoperadoras. Las mismas turoperadoras que han ideado un mapa de *geodestinos* asumido de manera entusiasta por la Administración autonómica. Esta arbitraria reorganización territorial en *geodestinos* intenta superar el modelo fracasado en las dos décadas precedentes, cuando la Xunta pretendió vertebrar el país mediante un artificial mapa de comarcalización. A diferencia de Catalunya, en Galicia la unidad básica de articulación del territorio y el referente identitario desde hace mil años no es la comarca, sino la parroquia. Esta imposición de una realidad ajena es una de las causas principales para entender

el paisaje arqueológico generado por los centros comarcales infrautilizados, abandonados, desasistidos o cerrados.

Con todo, detrás del planteamiento comarcal de Galicia se encontraban especialistas en Geografía Humana y una voluntad política para: 1. intentar superar las disimetrías entre la Galicia atlántica y la Galicia interior; 2. alcanzar una mayor eficiencia en la inversión de los fondos de cohesión europeos; y 3. consolidar el control político de la población rural. La diferencia ahora radica en que el modelo de los geodestinos ha sido impuesto por el mercado. Nada tienen que ver los políticos, los especialistas, la Dirección Xeral de Patrimonio Cultural ni, por supuesto, las comunidades locales, sujetos pasivos de una administración tecnocrática. Porque el pueblo nunca tuvo la Razón (Bermejo, 1984), y en época de crisis menos todavía.

Esta es la culminación de un proceso de imposición e intervención sobre el territorio en el que el patrimonio arqueológico protagoniza el papel de convidado de piedra. Acude cuando se le llama, al rebufo de los grandes proyectos de la Xunta de Galicia. Si se promociona el Camino jacobeo se subvenciona desde congresos sobre plantas y hierbas ubicadas en las vías jacobeanas hasta excavaciones arqueológicas en castros. Este es el caso, escandaloso, del castro de Castromaior (Portomarín, Lugo), en el que la Consellería de Innovación e Industria de la Xunta de Galicia, y en concreto la entidad S.A. de Xestión do Plan Xacobeo, en coordinación con los Servicios de Arqueoloxía de la Consellería de Cultura, ha invertido una notable cantidad de dinero entre 2006 y 2008. El objetivo de este proyecto era la puesta en valor del castro y su posterior integración en la ruta jacobea a su paso por Castromaior, con el objeto de ampliar la oferta cultural del Camino de Santiago (López, 2009; López *et al.*, 2011: 47). A día de hoy el castro de Castromaior no está ni indicado en la ruta jacobea, apenas se puede acceder por una pista de tierra en estado lamentable y el visitante heroico no dispone allí de ningún tipo de información sobre el yacimiento. Es el mismo modelo que se lleva practicando en la puesta en valor de las deprimidas sierras orientales gallegas, en donde la Administración ha apostado por la excavación y consolidación de castros mineros romanos al margen totalmente de unas comunidades locales preocupadas por el futuro laboral de unos jóvenes que dependen de la industria de la pizarra. Castros rehabilitados como Formigueiros (Samos) (Meijide, 2009), Torre de Sobredo (Courel) (Álvarez Núñez, 1995-1996) o Santa María de Cervantes (Cervantes) duermen el sueño de los justos, mientras la señalética de las rutas arqueológicas comparte espacio con los contenedores de basura.

Y un segundo ejemplo. Si la Xunta de Galicia decide llenar de contenido patrimonial un continente vacío como la *Cidade da Cultura*, el patrimonio arqueológico reaparece como recurso. Este ha sido el caso de la reciente megaexposición *Gallaecia Petrea*, en la que se han expuesto desde estelas de guerrero de la Edad del Bronce hasta escultura contemporánea (Fernández Cid, 2012). El discurso museístico de la exhibición obvia en todo momento el papel jugado por los canteros anónimos, los verdaderos artifices del románico y el barroco gallegos, por ejemplo. Da la impresión de que el maestro Mateo construyó él solo, con sus manos, las miles de ermitas e iglesias románicas de Galicia. Una prueba más de la Historia colonial que la Administración y la Academia se empeñan en seguir haciendo en el siglo XXI: las comunidades locales como buenos salvajes, como entes fuera del discurso (Ayán y Gago, 2012). Una arqueología, una museística y un turismo cultural de *Todo para el pueblo pero sin el pueblo* (Javaloyas, 2010). Pero claro, el Pueblo *ha sido el objeto, pero raramente el sujeto de la Razón* (Marcuse, 1993: 174).

EL CAPITAL SOCIAL DEL PATRIMONIO ARQUEOLÓGICO: MEMORIA, IDENTIDAD Y DESARROLLO

No okupamos nada que no sea nuestro.

Lema de una pancarta en la acampada del 15 M en la Praza do Obradoiro,
centro simbólico de la ciudad de Santiago de Compostela,
Patrimonio de la Humanidad.

Nos centraremos ahora en un caso a escala comarcal para fundamentar la segunda tesis que defendemos en este texto: mientras ese modelo de gestión del patrimonio arqueológico, desarrollista y tecnocrático, ha fracasado, la Administración se sigue aferrando a él sin ser capaz de comprender ni canalizar los nuevos procesos de patrimonialización generados por las comunidades locales, esto es, por los administrados. Para mostrar esta terca realidad nos acercaremos a la Terra de Lemos, una comarca natural del sur de la provincia de Lugo, cuya capital es la ciudad de Monforte de Lemos. Su parcial eliminación como crucial centro ferroviario en la década de 1980 ha conllevado una profunda crisis socioeconómica difícil de superar ante la ausencia de posibles alternativas de reconversión. En este contexto, la Xunta de Galicia definió un Plan de Desarrollo Comarcal (1995) en el que se llevaba a cabo una diagnosis de la deplorable situación del sistema productivo lemano, con análisis como el que sigue (VV.AA. 1995: 43):

Digamos unha vez máis, que a esta base económica convén engadirle un recurso de certa importancia relativa, sobre todo nas zonas de maior envellecemento; referímonos ás pensións de xubilación que permiten manter non só a poboación vella, senón –nalgúns casos– tamén a nova que está sen traballo. Esta circunstancia convén tela en conta, porque de cara ó futuro este é un recurso que vai desaparecer e con el vaise producir unha diminución da cota de mercado comarcal.

Como alternativa para superar esta subsidiodependencia, la Administración abogó de lleno por la promoción turística, apostando decididamente por la construcción de un centro comarcal, la promoción de establecimiento hosteleros de lujo en edificios y espacios emblemáticos (paradores, pazos, casas de turismo rural), la consolidación de la Ribeira Sacra como marca turística, la promoción de las ferias vinícolas y el turismo de catamarán por los ríos Miño y Sil. Dentro de esta estrategia, el patrimonio arqueológico sólo llamó la atención a la hora de definir posibles recursos para el futuro (González y Otero, 1998). Una parte importante de los yacimientos arqueológicos recogidos en la guía elaborada en su día (Otero, 1997) se han visto afectados por obras promovidas por las propias administraciones. Sólo uno de ellos (el propio castro de Monforte) ha sido objeto de intervenciones arqueológicas en 2007 y 2008 (Álvarez Merayo, 2009); el proyecto fue paralizado por la desidia de las instituciones y, supuestamente, por la llegada de la crisis económica (Albo, 2011).

Aparte de esta estrategia turística, el otro gran plan de desarrollo ha sido la construcción de inútiles, desérticos y huérfanos polígonos industriales en capitales municipales rurales. Especialmente llamativo es el caso de Os Medos (Pobra de Brollón, Lugo) en donde se ha destruido el principal recurso cultural del ayuntamiento, una impresionante explotación aurífera romana. Sobre el yacimiento se ha levantado el campo de fútbol, el vertedero municipal, un campo de tiro al plato y una fábrica de... biquinis. Ni un solo traje de baño ha salido de Os Medos, porque tras captar la subvención, el empresario de turno huyó con el dinero. Esta práctica también ha sido común en el caso de algunas casas rurales de la zona.

Como se ve, en toda esta historia el patrimonio arqueológico ha sufrido daños más que colaterales. Edificios históricos como el monasterio de San Vicenzo do Pino (Monforte) o el palacio de los López de Lemos (Sober, Lugo) han sido objeto de rehabilitaciones indignas de ese nombre para albergar establecimientos hoteleros de lujo que han sido un estrepitoso fra-

caso. Mientras tanto, el burgo amurallado tardomedieval de Monforte de Lemos, único en Galicia, así como los cascos viejos de las villas lemavas siguen totalmente abandonados, el edificio de Expolemos (figura 7) y varias casas de turismo rural siguen cerradas y el patrimonio arqueológico (y ferroviario) es sistemáticamente destruido. Incluso la promoción turística de algunos ayuntamientos, como el de Sober, pasa por visitar las instalaciones de una marca vinícola concreta en la Ribeira Sacra, cuyo propietario, miembro del Partido, ha sido capaz incluso de colocar un hórreo asturiano entre los viñedos de la ribera del Sil.

Esta es, a grandes rasgos la situación auspiciada por la Administración. Mientras este modelo se reproduce por inercia, en la Terra de Lemos (y por extensión en toda Galicia), se están dando dos procesos interrelacionados. El primero de ellos es el de la apropiación del patrimonio por movimientos asociativos vecinales, que cubren el vacío dejado por la Administración. Este es el caso, por ejemplo, de la piedra de cubierta del dolmen de Abuime. Este monumento, sito en el ayuntamiento de O Saviñao, había sido objeto de



FIGURA 7. Edificio de Expolemos, a 2 km de Monforte de Lemos, en un prado al lado de la N-120. Una ruina arqueológica del Plan de Desarrollo Comarcal de Galicia.

investigaciones antes de la guerra civil por los arqueólogos galleguistas del Seminario de Estudos Galegos (López Cuevillas *et al.*, 1930). Aquellos eruditos habían dejado consignado que la piedra que cubría la cámara megalítica se encontraba en una casa labriega del entorno. Durante los ochenta años siguientes ni la Academia ni la Administración prestaron la menor atención a uno de los monumentos megalíticos más importantes del país (Otero, 1997: 22). Ante esta situación, la asociación cultural *Círculo Saviñao* decidió investigar por su cuenta y actuaron de *motu proprio*: hablaron con los descendientes de los antiguos dueños de la casa en ruinas, limpiaron el edificio y recuperaron la piedra, que había sido reutilizada como abrevadero para el ganado (Albo, 2012). El impacto mediático de esta peculiar operación de rescate dejó bien a las claras la realidad que venimos denunciando con especialistas y técnicos despotricando en las redes sociales contra estos *paisanos incultos* y con burócratas siempre preocupados por empapelar a alguien, a buenas horas. Ajenos a estas polémicas trasnochadas, los vecinos exponen la piedra recobrada en el patio del auditorio municipal, como símbolo de unidad y como recurso turístico.

El segundo proceso se enmarca en esta segunda línea que podríamos denominar de mercantilización del patrimonio. Los empresarios vinícolas de la zona son conscientes del capital simbólico que comienza a atesorar la arquitectura monumental de la Ribeira Sacra. Si bien, como vimos, aparece como un geodestino en el mapa turístico de Galicia ideado por la Xunta de Galicia, la administración autonómica no ha hecho nada por la investigación y promoción del patrimonio arqueológico de la zona. No pasa nada. Los empresarios del vino han consolidado, ellos solos, una imagen de marca en la que el pasado romano juega un papel sustancial; según se puede leer en carteles y guías financiadas por ellos, el vino de la Ribeira se exportaba directamente a Roma. *Viaja al siglo II a. C.* es el lema de una reciente campaña de promoción (recordemos que la conquista de Gallaecia se produce con Augusto). El último paso de este proceso ha sido la de un bus/tren turístico y la recreación (*sic*) de la Via Apia en Doade (Sober). Mientras surgen estas escenografías postmodernas a raíz de iniciativas privadas, cabe recordar que ningún castro de la Terra de Lemos ha sido objeto del mínimo proyecto de puesta en valor.

Como podemos apreciar en este caso *lemavo*, memoria, identidad y desarrollo conforman la tríada en la que se asienta la política patrimonial defendida por numerosas asociaciones, movimientos de base y empresarios de Galicia,

distintos agentes que están contribuyendo a la construcción social del patrimonio, al margen del Poder. Integrar a esta sociedad civil en los procesos de patrimonialización y de construcción del conocimiento sobre el pasado es el objetivo que reivindicamos aquí, sin caer en falsas idealizaciones ni mitificaciones.

A este respecto, acabamos este apartado con un segundo ejemplo comarcal. El ayuntamiento de Poio limita con la capital provincial de Pontevedra. Desde 1937 existe un litigio por los límites entre ambos. Este conflicto fronterizo se ha reavivado en la actualidad. Mientras esto ocurre, el ayuntamiento de Poio apoya sin fisuras la siguiente tesis historiográfica: *Cristóbal Colón nació en Poio*. Lo del origen gallego de Colón es una vieja ansia localista pontevedresa que viene ya del último tercio del siglo XIX. Lo interesante aquí es que la tesis de *Poio, terra de Colón* cuenta con una plataforma ciudadana (*Asociación Cristóbal Colón Galego*), con la colaboración de investigadores de la Universidad de Vigo y con el apoyo decidido de políticos y técnicos de turismo. De hecho, en Poio se puede visitar la Casa natal de Cristóbal Colón (*sic*), rehabilitada y musealizada con fondos europeos. A nuestro modo de ver, pocos ejemplos como éste muestran, por un lado, la relación nada inocente, entre política y patrimonio con sus brechas y conflictos de intereses (Sánchez-Carretero, 2012: 197-198) y, por otro lado, la necesidad de abordar enfoques críticos sobre el patrimonio. En esta línea de una arqueología pública asentada en el pragmatismo crítico (Barreiro, 2012: 145-148) se sitúa nuestro trabajo.

EL CAPITAL SIMBÓLICO DEL PATRIMONIO ARQUEOLÓGICO: TRES EJEMPLOS DE ARQUEOLOGÍA EN COMUNIDAD EN GALICIA

La arqueología pública trata con objetos especiales, que constituyen el patrimonio. Asume que este es hoy el horizonte de referencia para la práctica arqueológica. El patrimonio tiene un carácter multidimensional ya que, en tanto que objeto real, es al mismo tiempo documento de las sociedades históricas y recurso para las sociedades actuales, pasado y presente, vestigio y existencia, huella y ser. [...] Dentro de un marco general postpositivista, la gestión del patrimonio se debe basar en una epistemología realista (las cosas existen y, definido su régimen de realidad, hay que actuar realmente en ellas) y comunicativa (al tratarse de temáticas problemáticas se deben buscar acuerdos entre los agentes implicados). En un sentido teórico son, aunque suene paradójico, la hermenéutica (las entidades patrimoniales implican sentido) y

la deconstrucción (debemos analizar siempre ese sentido y la red de fuerzas sobre la que se conforma) los medios para significar el patrimonio. En antropología todo esto equivale a las antropologías retóricas o narrativas, no en vano es bien sabido que para utilizar el patrimonio en sociedad, este tiene que ‘contar algo’

F. Criado (2012: 121)

La promoción real de un turismo cultural sostenible basado en la rentabilización socioeconómica del patrimonio arqueológico es posible. En este sentido, la arqueología pública se presenta como una herramienta fundamental para la socialización del patrimonio. Lo que en el ámbito anglosajón se conoce por arqueología pública (Schadla-Hall, 2006 y 2011; Matsuda y Okamura, 2011; Ayán y González, 2014) o arqueología en comunidad (Neal, 2012) apenas ha tenido un mínimo desarrollo en Galicia durante las últimas tres décadas (Ayán *et al.*, 2010). Sólo en los años 2000 se constata un cambio de orientación en la política de gestión patrimonial, con la extensión por todo el país del formato de campo de trabajo como herramienta para el desarrollo de proyectos arqueológicos. La integración de voluntariado en estas actuaciones de investigación supuso un cambio de enfoque en un sector de la arqueología tradicional y la museística gallegas. Sin embargo, la crisis económica desatada a partir de 2008 tuvo, entre otras consecuencias, un abandono súbito de ese primer modelo de arqueología pública en Galicia por parte de la Administración autonómica y las entidades locales. Este proceso se vio compensado, paradójicamente, con el desarrollo de proyectos concretos de arqueología social llevados a cabo por equipos jóvenes vinculados a diferentes instituciones de investigación (Universidades, CSIC) y empresas privadas que apostaron decididamente por la implicación de las comunidades locales en los proyectos, la transparencia informativa y la divulgación y difusión en tiempo real.

Dentro de este contexto, recogemos aquí tres ejemplos de esta tendencia en Galicia, desarrollados desde un planteamiento claro: la integración de las comunidades locales en la cadena de valor como *conditio sine qua non* para una puesta en valor real del patrimonio. Esta cadena valorativa (Criado, 1996; Azkarate, 2010: 21; Criado y Barreiro, 2010; Ayán, 2012: 207) y la puesta en práctica de una Arqueología más inclusiva (Ruiz Zapatero, 2012: 56-63) han sido los principios ordenadores del proyecto arqueológico de los castros de Neixón (Boiro, A Coruña) (2003-2008) (Ayán *et al.*, 2007; 2012a: 42-45), el proyecto de puesta en valor del castro de Castrolandín (Cuntis, Pontevedra)

(desde el año 2000) (Otero y Porto, 2008; Porto, 2013) y el proyecto de Torre dos Mouros (desde 2012) (Gago *et al.*, 2013; Ayán *et al.*, 2013). Si bien estos casos se desarrollaron en contextos muy diferentes, presentan tres características comunes: 1. buscan la generación de recursos turísticos sostenibles, de base patrimonial; 2. pretenden incentivar el empoderamiento patrimonial de las comunidades locales, y 3. sirven de campo de experimentación para nuevas tecnologías y estrategias de comunicación.

LA RECUPERACIÓN DEL CASTRO DE CASTROLANDÍN (CUNTIS, PONTEVEDRA)

En la segunda mitad de la década de 1990 la *Asociación de Amigos dos Castros de Cuntis* (Pontevedra) desarrolló voluntariamente un arduo trabajo de protección y divulgación del patrimonio arqueológico local, desde la recogida sistemática del imaginario popular vinculado a los yacimientos, pasando por negociaciones con las comunidades de montes para que no repoblasen áreas arqueológicas, hasta la organización de ciclos de conferencias y cursos de formación. En el año 2000 consiguen la cesión por cuarenta años del castro de Castrolandín, invisibilizado por una plantación de pinos. Esta Asociación, con la asesoría científica del INCIPIT, desarrolla todo un programa de limpieza y acondicionamiento del yacimiento que culmina en 2001 con la recuperación de la fiesta de San Xoán en el castro, una tradición perdida en la inmediata postguerra (Ayán, 2003).

Este éxito inicial llevó a la creación de la *Fundación Terra Termarum Castrolandín*⁸, una entidad local que ha conservado hasta hoy su autonomía, sirviendo de herramienta para la gestión del sitio por parte de la comunidad local. Este proceso de empoderamiento no sólo garantizaba la conservación del castro de Castrolandín, sino que creó un contexto propicio para la inversión de fondos europeos A través del proyecto *A Auga dos Mouros*, se pudieron llevar a cabo excavaciones en área (2004-2009) y abordar un ambicioso proyecto de puesta en valor (Otero y Porto, 2008; Otero, 2013). Desde entonces, la *Fundación Terra Termarum*, con el apoyo del INCIPIT y la colaboración puntual de empresas de gestión cultural como Terceira Persoa, S.L., ha desarrollado iniciativas como la organización de un taller permanente de cerámica castreña, ha participado en la creación del Museo Virtual de la Cultura Castreña⁹, ha implementado

⁸ www.castrolandin.es [Consultado el 20 de mayo de 2014]

⁹ www.muvicc.es [Consultado el 27 de mayo de 2014]

el diseño de audioguías para llevar a cabo visitas libres al castro, programas de didáctica para escolares, un campo de trabajo interautonómico en verano e incluso la integración en las labores de investigación de presos del Centro Penitenciario de A Lama (Pontevedra) (Barreiro, 2013: 201-204) (figura 8).

Esta experiencia de Castrolandín, que ya dura 13 años, demuestra los resultados a medio plazo de una estrategia de gestión que parte del capital social y simbólico del patrimonio arqueológico (Otero, 2013). La recuperación del castro a través de la participación ciudadana no sólo ha preservado el sitio (no está vallado) sino que también ha generado un nuevo recurso turístico en un pequeño núcleo de población que únicamente contaba con un reconocido establecimiento termal como fuente de explotación económica. En este sentido, Castrolandín es un pionero proyecto *desde abajo* en el que la imposición de políticas de desarrollo ha dejado paso a la mediación entre Administración, ciencia, empresa y comunidad local.

*EL CAMPO DE TRABAJO DE LOS CASTROS DE NEIXÓN
(BOIRO, A CORUÑA)*

La Punta de Neixón se encuentra situada en el fondo de la ría de Arousa, al sur de la Serra do Barbanza. Es una península en la que se emplazan dos



FIGURA 8. Participación de presos del centro penitenciario de A Lama en las excavaciones arqueológicas del castro de Castrolandín (julio 2007). A la derecha los restos de la hoguera de San Xoán, dentro del recinto fortificado.

recintos fortificados de la Edad del Hierro (el Castro Grande y el Castro Pequeno). Esta área arqueológica fue objeto de la primera excavación científica desarrollada en Galicia (1925) y ha servido de campo de experimentación de la Arqueología gallega hasta el presente. La importancia científica de la punta de Neixón llevó a la Xunta de Galicia y el Ayuntamiento de Boiro a inaugurar en el año 2001 un Centro Arqueológico situado a los pies de los castros de Neixón. Este proceso de musealización fue totalmente traumático para la comunidad, ya que supuso la expropiación por parte de la Administración de un espacio de uso colectivo y comunal desde época medieval. Además de la importancia económica de esta zona, cabe destacar su uso simbólico por parte de la población local, ya que en la propia área arqueológica se celebra cada verano desde 1978 la popular y multitudinaria romería campestre de Neixón.

Para revertir esta situación, nuestro equipo de trabajo diseñó en 2003, y ejecutó durante seis años, un proyecto de campo de trabajo arqueológico internacional, con tres objetivos claros (Ayán *et al.*, 2007):

- Recuperar el valor patrimonial de un área arqueológica sujeta a un creciente proceso de abandono y deterioro.
- Experimentar formas de Arqueología abiertas, democráticas e integradoras, mediante el trabajo voluntario y la aplicación de estrategias de gestión integral del patrimonio.
- Integrar a la comunidad local en el proceso de construcción social del conocimiento sobre el sitio.

Hasta ese momento la investigación arqueológica desarrollada en Neixón se había llevado a cabo únicamente desde parámetros científicos y academicistas. Este factor influyó en el desinterés de los vecinos por el valor arqueológico del lugar, situación que se acrecentó por la aplicación de modelos de puesta en valor impuestos desde la Administración y que criminalizaban cualquier uso alternativo de ese espacio por parte de los habitantes (y hasta el momento dueños) de la zona. Dentro de este contexto, el Centro Arqueológico de Barbanza era un mamotreto en tierra de nadie.

A lo largo de seis años nuestro equipo de trabajo abrió la excavación a la visita y participación activa de todo tipo de públicos, privilegió la

transparencia y comunicación en tiempo real de los resultados¹⁰, fomentó el conocimiento del medio por parte de los 300 voluntarios que participaron en la recuperación del área arqueológica y contribuyó a estudiar y respetar los diferentes usos y las distintas voces que se aúnan en Neixón. En este sentido, la colaboración estrecha con la comunidad local alcanzó resultados notables a medio plazo, como la creación de una *Asociación Vecinal Neixón de Cespón* (2007), la publicación de una monografía sobre la parroquia de Cespón, la elaboración de un documental¹¹, la organización de ciclos de conferencias a lo largo de los meses de julio y agosto en la antigua escuela (*Venres Culturais*) o el desarrollo de una fructífera línea de trabajo para la recuperación de la memoria histórica (Dabezies, 2010). Todo este trabajo (realizado al margen del Centro Arqueológico de Barbanza) coadyuvó a dos procesos: por un lado, la recuperación de los castros de Neixón como referente identitario para la comunidad local y, por otro lado, el punto de partida para una racional mercantilización de este bien patrimonial, con la generación de negocios locales, como el hotel rústico Neixón, ambientado en la propia historia del yacimiento (de hecho cuenta con dos suites, una lleva el nombre de Castro Pequeno y la otra la de Castro Grande).

Esta Arqueología integradora contribuyó a la potenciación de Neixón como un recurso turístico emergente y con personalidad propia en el contexto de las Rías Baixas gallegas. A pesar de ello, el ayuntamiento de Boiro decidió cambiar de política patrimonial en 2009 y apostó de nuevo por el modelo académico tradicional, marginalizando de nuevo a la comunidad local y obviando el capital social y simbólico del área arqueológica de Neixón. Las consecuencias de esta involución se materializan en la figura 9. En la campaña arqueológica de 2009 el equipo arqueológico responsable abrió una zanja a dos metros escasos del altar en el que se lleva a cabo la misa campestre (Bonilla y Fábregas, 2010) (figura 9). En una semana se destruyó todo el trabajo de empoderamiento y concienciación patrimonial llevado a cabo durante más de un lustro. Los vecinos se han sentido traicionados una vez más por la arqueología oficial. Siguiendo en esta línea, en 2010 las autoridades, fieles seguidoras del modelo del despilfarro, decidieron ampliar el Centro Arqueológico, a pesar de tratarse de un edificio

¹⁰ En 2007 creamos uno de los primeros blogs vinculados a proyectos arqueológicos de España www.neixon.blogspot.com [Consultado el 27 de mayo de 2014]

¹¹ *O'Neixón: historia viva dun castro* (2008), dirigido por Lukas Santiago.



FIGURA 9. Un ejemplo de Arqueología académica que destruye el capital social del patrimonio: zanja arqueológica en el foso N del Castro Grande, en pleno campo de la Romería popular de Neixón (2009).

infrautilizado (Barbeito, 2006). La obra, que lleva paralizada tres años, ha destruido parte del campo de la fiesta, así como un tramo de foso del recinto fortificado del Castro Grande, Bien de Interés Cultural. Pocos casos de desarrollo *insostenible* como este de Neixón reflejan la importancia de una arqueología integradora para la correcta gestión de los paisajes culturales.

EL PROYECTO ARQUEOLÓGICO DE TORRE DOS MOUROS (CARNOTA, A CORUÑA)

En la primavera de 2012 el periodista y activista cultural Manuel Gago, en colaboración con vecinos de la zona, dio a conocer un recinto fortificado ubicado en la sierra prelitoral que ciñe por el este la ensenada de Lira-Carnota, en la Costa da Morte. Este fue el inicio de un proyecto de arqueología en comunidad¹² que contó con la colaboración del ayuntamiento de Carnota, la Universidad de Santiago de Compostela, el Instituto de Ciencias del Patrimonio (CSIC) y las empresas Malde Arqueoloxía y Cooltouring. En los fines

¹² www.torredosmouros.net [Consultado 27 de mayo de 2014]

de semana del mes de julio de 2012, se desarrolló en el recinto de Torre dos Mouros una campaña de limpieza y de sondeos arqueológicos abierta a la colaboración de voluntarios y voluntarias procedentes de toda Galicia (Gago *et al.*, 2013; Ayán *et al.*, 2013). Hasta el alcalde y los concejales de la corporación municipal participaron activamente de los trabajos de roza y acondicionamiento de la Torre dos Mouros, a golpe de domingo. Este trabajo de campo se complementó con un amplio ciclo de actividades divulgativas como *barferencias* sobre temáticas arqueológicas y patrimoniales en locales de ocio de Lira y Carnota, talleres didácticos para los participantes del campamento infantil estival, visitas guiadas al yacimiento o la realización de un cómic (Cráneo, 2012). A su vez, ampliando las perspectivas de los ejemplos precedentes de Neixón y A Lanzada el desarrollo de los trabajos se fue comunicando en tiempo real en las redes sociales, de la mano de un equipo de investigación de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la USC (Gago *et al.*, 2013).

Esta intervención arqueológica contribuyó de manera decisiva a potenciar un intenso proceso de empoderamiento por parte de la comunidad local en un brevísimo período de tiempo. A Torre dos Mouros, un espacio hasta el momento marginal, se convirtió en todo un referente identitario. Este proceso de apropiación ha dado como frutos la organización por la Asociación cultural A Canle de un desembarco romano en el Carnaval de 2013 (con la Torre dos Mouros como eje temático), la organización de un Punto Científico en Carnota por parte de la *Asociación Galega de Comunicación de Cultura Científica e Tecnolóxica* o la organización en Carnota de un congreso científico sobre fortificaciones (*De Castros a Castelos*) celebrado con un notable éxito y una gran participación vecinal en el primer fin de semana de junio de este mismo año.

Por otro lado, este proyecto participativo y abierto, ha ayudado a la proyección turística de Lira, una zona con una gran tradición asociativa que llevó incluso a la creación de una cooperativa (Mar de Lira) para maximizar desde el punto de vista turístico las prácticas marineras tradicionales. Así pues, durante la campaña arqueológica de 2012 los negocios hosteleros de Lira y Carnota ampliaron su oferta con precios módicos para el voluntariado y experimentaron un notable repunte con la llegada de voluntarios, visitantes y turistas. En pleno proceso de reconversión de la maltratada Costa da Morte (los efectos del *Prestige* aquí fueron especialmente perniciosos), con un endeudamiento generalizado por parte de las administraciones locales, proyec-

tos de promoción del Turismo Cultural de calidad como Torre dos Mouros demuestran cómo es viable desarrollar estrategias participativas que, priorizando el capital social y simbólico de los sitios, alcancen una rentabilización económica de los bienes patrimoniales (figura 10).

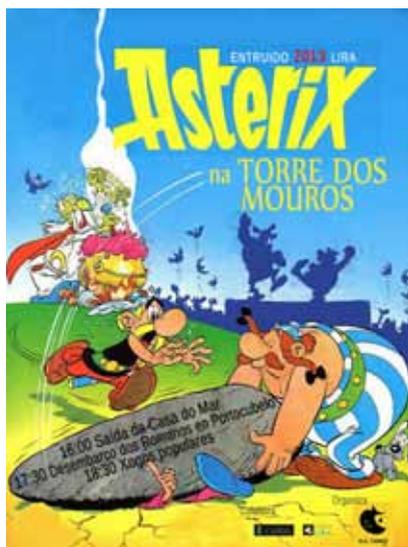


FIGURA 10. Cartel del Carnaval de Lira 2013, con la Torre dos Mouros como protagonista (Asociación Cultural A Canle de Lira).

VALORACIÓN FINAL

Pero el arqueólogo siempre debe estar dispuesto a la incertidumbre y al caos, al pasmo y la zozobra. Sus objetos y sus objetivos consisten en dar voz a quienes nunca la tuvieron. No hay para él nombres propios ni gentes mejores que otras, su interlocutor es colectivo, su aspiración una quimera, el coro de las comunidades humanas, de los desheredados o simplemente desaparecidos y anónimos.

L. Grau (2012: 84)

La Red de Patrimonio Arqueológico de Galicia únicamente cuenta a día de hoy con dos parques abiertos al público, el *Parque Arqueológico de la Cultura Castreña de San Cibrán de Lás* y el *Parque Arqueológico del Arte Rupestre de Campolameiro* (Rey y Méndez, 2011). Esta infraestructura, nacida ya con graves problemas estructurales de gestión, no acaba de encontrar su sitio. En

una reciente encuesta, el periódico de más tirada del país, *La Voz de Galicia*, lanzaba a sus lectores virtuales la siguiente pregunta¹³: *¿Cuál te parece la oferta turística más atractiva de la comarca de Pontevedra?* Un 61% respondió que el casco histórico de Pontevedra, un 18% Combarro (pueblo marinero con hórreos a pie de ría que protagoniza los carteles turísticos de Galicia desde los años 20 del siglo pasado), un 17% la Isla de Ons (que forma parte del Parque Nacional de las Islas Atlánticas), un 3% el Parque Arqueológico de Arte Rupestre y un 1% la cascada de A Barosa.

El mismo periódico recogía en Semana Santa pequeñas entrevistas a visitantes que se acercaban a Santiago de Compostela. Una joven pareja de Vigo dejó este escalofriante titular: “Vinimos por el nuevo centro comercial y de paso vemos Santiago” (*La Voz de Galicia*, edición Santiago, 29-3-2013, L5). Toda una ciudad Patrimonio de la Humanidad empequeñecida ante la tentadora oferta del recién inaugurado Centro Comercial de As Cancelas. Al menos, la catedral sí compite con el *mall* (el nuevo templo de la Postmodernidad), algo que ni alcanza de lejos la Cidade da Cultura.

El área arqueológica de A Lanzada, epicentro de la oferta turística de las Rías Baixas, fue objeto de una millonaria inversión en 2010 y 2011 para poner en valor el yacimiento. Como antes de aquel proyecto (Ayán *et al.*, 2010), hoy en día los autobuses del Imsero se paran delante de la factoría castreño-púnica (Rodríguez *et al.*, 2011), los abuelos y abuelas caminan despacio hacia la ermita de la Virgen, cumplen con el ritual de dar vueltas a la sacristía y barrer con la escoba, sacan unas fotos, compran collares de conchas a las *colareiras* d’O Grove allí apostadas y se vuelven al autocar camino de una travesía en barco por la ría, para ver la fauna marina y degustar Albariño de la tierra. El yacimiento musealizado de A Lanzada sigue siendo un convidado de piedra y un compañero incómodo a la hora de celebrar la fiesta de Nuestra Señora de A Lanzada el último fin de semana de agosto.

Estos tres ejemplos, elegidos entre muchos otros, están lejos de ser meras anécdotas. A nuestro modo de ver, reflejan un enorme fracaso colectivo, en el que se entremezclan inercias del pasado, deficiencias graves en nuestra educación, una determinada concepción del progreso y un modelo de promoción turística rentable en ciertos aspectos pero que en nada contribuye a solventar los problemas estructurales de la Galicia invertebrada.

¹³ <http://www.lavozdeg Galicia.es/encuesta/pontevedra/2013/04/15/parece-oferta-turistica-atractiva-comarca/01031366044688907895731.htm> [Consultado el 27 de mayo de 2014]

A pesar de ello, acabaremos por el principio. El movimiento asociativo que organiza la ruta del despilfarro en València también lleva a cabo actividades para mostrar la *València en positivo*, una ciudad en la que también se desarrollan modelos comunitarios (reales y virtuales) basados en la participación ciudadana y que propugnan una puesta en valor alternativa del patrimonio público. Del mismo modo, en el presente texto hemos dado una de cal y otra de arena. Hemos intentado desarrollar un análisis crítico de modelos de gestión diseñados desde arriba cuya lógica, en muchos casos, se escapa al raciocinio común de los mortales. Con todo, esas ruinas arqueológicas del desarrollismo, ya sea la Ciutat de les Arts i les Ciències de València, A Cidade da Cultura de Compostela o la Cúpula de la Energía en Soria, forman parte de un paisaje que es compartido por gente que reivindica su memoria, construye su identidad colectiva y demanda otras formas de saber-hacer (Waterton y Smith, 2011). Comunidades que no quieren ser meros sujetos pasivos, simples productos en una feria del Turismo, vacuos números en las estadísticas de visitantes a parques arqueológicos y aulas didácticas. La arqueología pública, la arqueología en comunidad por la que apostamos pretende, por un lado, servir a una sociedad a la que ya no siguen ni los Parlamentos ni las Academias y, por otro lado, habilitar fórmulas de mediación para gestionar un patrimonio sensible e incluso muchas veces traumático y conflictivo (Sánchez-Carretero, 2012). Proponemos una Arqueología integradora (Schüker, 2012) que, partiendo de la interdisciplinariedad y el activismo cultural y político (Artillo, 2010; Jay, 2010; Rolland, 2011) haga verdaderamente partícipes del patrimonio a sus beneficiarios, legítimos dueños y dignos herederos, es decir, a todos aquellos que formamos parte de ese Pueblo que nunca tuvo la Razón.

CODA

El viajero viaja por pasión, el turista lo hace por capricho.
Azorín

En el momento de finalizar estas líneas, la prensa gallega se hace eco de la próxima llegada a Galicia del príncipe heredero del Japón (Mosteiro, 2013). Según la información aportada por la Casa Real, Su Excelencia Naruhito hará a pie en junio el tramo final del Camino de Santiago y plantará dos cerezos como símbolo de hermandad entre la ruta jacobea y el camino nipón de Kumanokodo. La Asociación de Hostelería compostelana se frota las manos

con esta visita real. El viejo Finisterre, el país del Sol poniente, pendiente del Imperio del Sol Naciente para relanzar su condición de destino turístico. Como ya recogía el Códice Calixtino (la primera guía turística de la historia) Santiago de Compostela siempre ha sido meta de reyes peregrinos... pero también objeto de políticas e ideas peregrinas.

AGRADECIMIENTOS

A Carlos Ferrer y Jaime Vives-Ferrándiz, por haberme invitado a participar en unas jornadas más que fructíferas; gracias por vuestra hospitalidad y vuestra confianza. A Manuel Gago y Antón Lado, con los que llevo un año aprendiendo en la gira de presentación de Herdeiros pola Forza con asociaciones de toda Galicia. Este texto debe mucho a las experiencias compartidas en este tour bibliográfico. A los miembros de la Plataforma de 15 M de Monforte de Lemos; debatir con ellos ha sido el mejor campo de pruebas para fundamentar propuestas patrimoniales como las aquí defendidas.

BIBLIOGRAFÍA

- Acuña Castroviejo, F. (2002): *Arredor da arqueoloxía: discurso inaugural lido na solemne apertura do curso académico 2002-2003*. Universidade de Santiago de Compostela, Santiago.
- Albo, F. (2011): A crise sepulta aos lemaxos, *La Voz de Galicia*, 13-10-2011.
- Albo, F. (2012): Rescatan en O Saviñao la tapa de un dolmen que se usaba de abrevadero, *La Voz de Galicia*, 5-12-2012.
- Almeida García, F. (2012): La política turística en España y Portugal, *Cuadernos de Turismo* 30, 9-34.
- Álvarez González, Y., López González, L. F., López Marcos, M. A. (2009): La ocupación del espacio común y privado en la citania de San Cibrán de Lás, *Revista Aquae Flaviae* 41, 195-208.
- Álvarez Merayo, I. (2009): Sondaxes arqueolóxicas no xacemento castrexo de Monforte de Lemos. En P. Varela Campos (coord.), *Actuacións Arqueolóxicas. Ano 2007*, Xunta de Galicia, Santiago de Compostela, 158-159.
- Álvarez Núñez, A. (1995-96): Castro da Torre (Sobredo, O Caurel): informe de la intervención arqueológica de 1993, *Boletín del Museo Provincial de Lugo*. T. 7 (vol. 2), Lugo, 9-32.
- Artillo, J. I. (2010): Habitantes de tierra de dólmenes: del espacio emocional a la construcción del espacio público. En P. González Marcén (ed.), *VIIIè Seminari d'Arqueologia i ensenyament. Creant xarxes del passat al futur: patrimoni històric*

- i societat civil* (31 de marzo, 1 y 2 de abril de 2011). UAB, Museu d'Història de Catalunya.
- Ayán Vila, X. M. (coord.) (2003): *Pasado e futuro de Castrolandín (Cuntis, Pontevedra). Unha proposta de recuperación e revalorización*. TAPA (*Traballos en Arqueoloxía da Paisaxe*). IEGPS (CSIC-XuGa), Santiago.
- Ayán Vila, X. M. (2012a): Public archaeology, democracy and community. Experiences from Iron Age hillforts at Galicia (Spain). En N. Schücker (ed.), *Integrating Archaeology. Science-Wish-Reality. Social Rule, Possibilities and Perspectives of Classical Studies*, ACE, RGK, Frankfurt a. M., 41-47.
- Ayán Vila, X. M. (2012b): *Casa, familia y comunidad en la Edad del Hierro del NW*. Xurimaru edicions, Santiago.
- Ayán Vila, X. M., González Pérez, L., Arizaga Castro, Á., Bóveda López, M. M. (2007): O campo de traballo dos Castros de Neixón (Boiro, A Coruña): Balance e análise crítica dun proxecto de xestión integral do patrimonio (2003-2006). En *IV Congreso Internacional sobre Musealización de Xacementos Arqueolóxicos. Conservación e presentación de xacementos arqueolóxicos no medio rural. Impacto social no territorio*. Santiago: Xunta de Galicia, 261-268.
- Ayán Vila, X. M., González Veiga, M., Rodríguez Martínez, R. M. (2010): Más allá de la Arqueología Pública: arqueología, democracia y comunidad en el yacimiento multivocal de A Lanzada (Sanxenxo, Pontevedra). En P. González Marcén (ed.), *VIIIè Seminari d'Arqueologia i ensenyament. Creant xarxes del passat al futur: patrimoni històric i societat civil* (31 de marzo, 1 y 2 de abril de 2011). UAB, Museu d'Història de Catalunya.
http://digital.csic.es/bitstream/10261/34401/1/2011_VIII%20Seminari_AyanEtalii_Mas%20aalla_COMUNICACION.pdf [Consultado el 27 de mayo de 2014]
- Ayán Vila, X., Gago Mariño, M. (2012): *Herdeiros pola forza. Patrimonio Cultural, Poder e Sociedade na Galicia do século XXI*. 2.º Editora. Colección Supertextos, Ames.
- Ayán Vila, X., Gago Mariño, M., Malde, A. (2013): Atlantes, errantes y gentes de antes. *A pico y pala. Boletín de la Asociación Madrileña de Trabajadores y Trabajadoras en Arqueología* 5, Madrid, 6-8.
- Ayán Vila, X. M., González Ruibal, A. (2013): The 'Public' and Archaeology. En C. Smith (ed.), *Encyclopedia of Global Archaeology*. Springer, New York, 6197-6202.
- Azkarate Garai-Solaun, A. (2010): Archeologia dell'architettura in Spagna. *Archeologia dell'Architettura*, XV, All'Insegna del Giglio, Florencia, 17-28.
- Ballesteros Arias, P., Sánchez Carretero, C. (2011): En torno a las ausencias y presencias del concepto de "patrimonio". Prácticas y discursos patrimonializadores en el camino de Santiago a Fisterra. En *Actas del XII Congreso de Antropología de la Federación de Asociaciones de Antropología del Estado Español. Lugares, tiempos,*

- memorias*, FAAEE, León, 1583-92.
- Barbeito Pose, V. (2006): Nuevo proyecto de Musealización: Centro Arqueológico de Barbanza, *Revista de Arqueología* 302, Madrid, 56-63.
- Barreiro Martínez, D. (2013): *Arqueológicas. Hacia una arqueología aplicada*. Bellaterra, Barcelona.
- Bermejo Barrera, J. C. (1984): O Pobo nunca tivo a Razón. En *I Coloquio de Antropoloxía de Galicia*. Cadernos do Seminario de Sargadelos. Ediciós do Castro, Museo do Pobo Galego, Sada, 7-14.
- Bermejo Barrera, J. C. (2006): La ideología del patrimonio y el nacimiento de la Historia basura, *Gallaecia* 25, 289-304.
- Bermejo Barrera, J. C. (2012): Et in Gallaecia ego: ideoloxía, identidade e turismo. En J. C. Bermejo, *Os señores da mentira. Política e cultura en Galicia*. Lóstrego, Santiago, 99-115.
- Bonilla Rodríguez, A., Fábregas Valcarce, R. (2010): *Escavación arqueolóxica dun transepto do foxo do Castro Grande de O Neixón (Boiro, A Coruña)*. Informe memoria. http://centroarqueoloxico.dobarbanza.org/docs/Memoria%20T%C3%A9cnica%20Neix%C3%B3n%202010_v1.pdf [Consultado el 27 de mayo de 2014]
- Bourdieu, P. (1997): *Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción*. Anagrama, Barcelona.
- Cabana, A., Lanero, D. (2009): Movilización social en la Galicia rural del Tardofranquismo (1960-1977), *Historia Agraria* 48, 111-132.
- Cráneo, M. (2012): *Cómic A Torre dos Mouros*. Demoeditorial, Xunta de Galicia, Santiago.
- Criado Boado, F. (1996): Hacia un modelo integrado de investigación y gestión del Patrimonio Histórico: la cadena interpretativa como propuesta. *Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico* 16, 73-78.
- Criado Boado, F. (2012): *Arqueológicas. La Razón Perdida*. Bellaterra, Barcelona.
- Criado-Boado F., Barreiro-Martínez D. (2010): La cadena del valor del Patrimonio. *Informes sobre el Sistema Español de Innovación. Innovación en el sector del Patrimonio Histórico*. Fundación COTEC para la Innovación Tecnológica, Madrid, 25-26.
- Dabezies, J. M. (2010): La fotografía como fuente de investigación histórico-antropológica. El caso del proyecto campo de traballo arqueolóxico no Castro Grande do Neixón (Boiro, A Coruña), *Cuadernos de Estudios Gallegos* 123, Santiago de Compostela, 9-23.
- Fernández Cid, M. (comp.) (2012): *Gallaecia Petrea*. Fundación Cidade da Cultura de Galicia, Santiago de Compostela.
- Fernández Soto, M., Fernández García, A., Fernández Cuesta, G., Fernández Prieto, J. R. (2011): La desecación de la laguna de Antela, *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles* 57, 295-312.
- Gago, M., Malde, A., Ayán, X. M.; Toural, C. (2013): A Torre dos Mouros (Lira,

- Carnota): una experiencia de ciencia en comunidad y comunicación en directo, En J. Almansa (ed.), *Arqueología Pública en España*, JAS Editorial, Madrid, 291-316.
- González Méndez, M., Otero Vilariño, C. (1998): Una propuesta de diseño de expositores y guías de recursos arqueológicos, *Gallaecia* 17, 511-522.
- González Ruibal, A. (2003): *Etnoarqueología de la Emigración: el fin del mundo preindustrial en Terra de Montes (Galicia)*. Deputación de Pontevedra, Pontevedra.
- Grau Lobo, L. (2012): Territorio de cambios: algunas conjeturas sobre museos y otras ilusiones. En C. Ferrer García y J. Vives-Ferrándiz Sánchez (eds.), *Construcciones y usos del pasado. Patrimonio arqueológico, Territorio y Museo*, Museu de Prehistòria de València, València, 75-97.
- Hooper, K. (2013): *Mondariz-Vigo-Santiago. A brief history of Galicia's Edwardian tourist boom*. Fundación Mondariz Balneario, A Coruña.
- Infante Roura, F., Rey García, J. M., Rodríguez Puentes, E., Tallón Nieto, M^a. J. (2004): *El Parque Arqueológico de la Cultura Castreña. Bases para su formalización. RGPA. Cuadernos*, 2. Xunta de Galicia, Santiago de Compostela.
- Javaloyas Molina, D. (2011): Para el pueblo pero sin el pueblo. La arqueología mallorquina del siglo XXI. En J. Almansa (ed.), *El Futuro de la Arqueología en España*, JAS Editorial, Madrid, 125-130.
- Jat Stottman, M. (2010): Introduction: Archaeologists as activists. En M. Jay Stottman (ed.), *Archaeologists as Activists: Can Archaeologists Change the World?* The University of Alabama Press, Tuscaloosa, AL, 1-16.
- Karl, R. (2012): The public? Which public? En N. Schücker (ed.), *Integrating Archaeology. Science-Wish-Reality. Social Rule, Possibilities and Perspectives of Classical Studies*, ACE, RGK, Frankfurt a. M., 23-27.
- Latour, B. (2007 [1991]): *Nunca fuimos modernos. Ensayo de antropología simétrica*. Siglo XXI editores, Buenos Aires.
- Lois González, R., Piñeira Mantiñán, M. J., Santomil Mosquera, D. (2010): La imagen del rural en la promoción turística de Galicia, *Oceánide* 2.
<http://oceanide.netne.net/articulos/art2-3.php> [Consultado el 27 de mayo de 2014]
- Lois González, R. C., López, L. (2012): El Camino de Santiago: una aproximación a su carácter polisémico desde la geografía cultural y el turismo, *Documents d'Anàlisi Geogràfica* 58 (3), 459-479.
- López Cuevillas, F., Fraguas Fraguas, A., Lorenzana, P. (1930): *Mámoas do Saviñao: a anta de Abuime e a necrópole do Monte de Morá*. Arquivos do Seminario de Estudos Galegos, V. Nós, A Coruña.
- López González, L. F. (2009): Posta en valor de Castromaior para fomento do turismo cultural no Camiño de Santiago, Portomarín (Lugo). En P. Varela Campos (coord.), *Actuacións Arqueolóxicas. Ano 2007*. Xunta de Galicia, Santiago de

- Compostela, 38-39.
- López Marcos, M. A., Álvarez González, Y., López González, L. F. (2011): Arquitectura defensiva en el Castro de Castromaior (Lugo). Análisis de las técnicas constructivas en el acceso al recinto central del poblado, *Arqueología de la Arquitectura* 8, 47-63.
- Marcuse, H. (1993 [1954]): *El hombre unidimensional*. Planeta, Barcelona.
- Matsuda, A., Okamura, K. (2011): Introduction: new perspectives in global public archaeology. En K. Okamura y A. Matsura. (eds.), *New perspectives in global public archaeology*, Springer, Londres y Nueva York, 1-18.
- Meijide Cameselle, G. (2009): Lousas decoradas con círculos, cabalos e peixes procedentes do castro de Formigueiros (Samos), *Gallaecia* 28, 113-30.
- Mosteiro, M. (2013): La visita en junio del príncipe heredero de Japón impulsará el turismo, *La Voz de Galicia*, 3-5-2013.
- Neal, C. (2012): Community archaeology in the UK. Setting the agenda. En N. Schücker (ed.), *Integrating Archaeology. Science-Wish-Reality. Social Rule, Possibilities and Perspectives of Classical Studies*, ACE, RGK, Frankfurt a. M., 29-33.
- Nieto Muñiz, E-B., Castro Pérez, L., Eguileta Franco, J. M. (2005): A reconstrucción dun conxunto castrexo: o barrio da tábula de Castromao, *Minius XIII*, Ourense, 69-102.
- Otero Vilariño, C. (1997): *Guía de recursos arqueolóxicos da Terra de Lemos*. Xunta de Galicia, Santiago de Compostela.
- Otero Vilariño, C. (2013): Volvendo ó pasado de Cuntis para cambiar o presente. Trece anos da Fundación Terra Termarum Castrolandín. *A cerámica castrexa en Galicia. Investigación e recuperación* (Pontevedra, 22 de mayo-5 de junio de 2013). Deputación de Pontevedra, Pontevedra.
- Otero Vilariño, C., Porto Tenreiro, Y. (2008): Castrolandín: o proceso de empoderamento nun proxecto e xestión cultural. En VV.AA., *A Cultura Castrexa: Accións e estratexias para o seu aproveitamento socio-cultural*. Xunta de Galicia, Santiago de Compostela, 119-27.
- Prats, Ll. (2003): Patrimonio + turismo = ¿desarrollo?, *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* I (2) 127-136.
- Rey García, M., Infante Roura, F., Rodríguez Puentes, E., Tallón Nieto, M. J. (2004): *El Parque Arqueológico del Arte Rupestre. Ideas, estrategias y acciones para una gestión integral de los petroglifos gallegos*. RGPA. Cuadernos 3. Xunta de Galicia, Santiago de Compostela.
- Rey García, M., Méndez Fernández, F. (2011): *Parque Arqueológico del Arte Rupestre, Pontevedra. Guía de visita*. PARA, Pontevedra.
- Rodríguez González, R., Lois González, R. C. (1998): Luces y sombras en el desarrollo rural de Galicia, *Polígonos: Revista de Geografía* 8, 129-150.
- Rodríguez Martínez, R. M., Aboal Fernández, R., Castro Hierro, V., Cancela Cereijo, C.,

- Ayán Vila, X. M. (2011): Una posible factoría prerromana en el Noroeste: primeras valoraciones de la intervención en el Campo da Lanzada (Sanxenxo, Pontevedra), *Férvedes* 7, 167-73.
- Rolland Calvo, J. (2011): De los sistemas expertos a prácticas democráticas en arqueología. En J. Almansa (ed.), *El Futuro de la Arqueología en España*, JAS Editorial, Madrid, 209-215.
- Ruiz Zapatero, G. (2012): Presencia social de la arqueología y percepción pública del pasado. En C. Ferrer García y J. Vives-Ferrándiz Sánchez (eds.), *Construcciones y usos del pasado. Patrimonio arqueológico, Territorio y Museo*, Museu de Prehistòria de València, València, 31-73.
- Sánchez Carretero, C. (2012): Hacia una Antropología del conflicto aplicada al Patrimonio. En B. Santamarina (coord.), *Geopolíticas patrimoniales. De culturas, naturalezas e inmaterialidades. Una mirada etnográfica*, Germania, València, 195-210.
- Santos Solla, X. M. (coord.) (2005): *Galicia en cartel: a imaxe de Galicia na cartelería turística*. USC, Santiago de Compostela.
- Schadla-Hall, T. (2006): Public Archaeology in the twenty-first century. En R. Layton, S. Shennan y P. Stone (eds.): *A Future for Archaeology: The Past in the Present*. UCL Press/Cavendish Publishing, Londres, 75-82.
- Schadla-Hall, T. (2011): Assessing the importance of Public Archaeology as subject area in the UK. En G. Vannini (ed.), *Archeologia Pubblica in Toscana. Un progetto e una proposta*, Firenze University Press, Florencia, 99-102.
- Sociedad Pro-Monte Santa Tecla (1933): *Memoria de la Sociedad pro-Monte Santa Tecla. Período 1932-1933*. A Guarda.
- Soutelo Vázquez, R. (1998): Marcharon coa terra e a xente marchou. Un caso de movilización y resistencia campesina en la Galicia del franquismo: las protestas contra la construcción del embalse de Castrelo de Miño (Ourense, 1964-1965). En M. P. Díaz Barrado (coord.): *Historia del Tiempo Presente. Teoría y metodología*. Universidad, Cáceres, 361-366.
- Suárez Otero, X. (2004): Cipo de Toralla e posible altar púnico de Alcabre. En J. Suárez Otero y F. Singul (eds.), *Até o confín do Mundo: Diálogos entre Santiago e o Mar* 40. Xacobeo 2004, Galicia, Museo do Mar de Galicia, Vigo, 40.
- Taboada, P. (2013): El museo de la cultura castrexa agoniza en Ourense tras consumir 10 millones, *El País*, 1-4-2013.
- Tallón Nieto, M. J., Infante Roura, F., Rey García, J. M., Rodríguez Puentes, E. (2003): La Red Gallega del Patrimonio Arqueológico: un marco de actuación para la puesta en valor del patrimonio arqueológico. En *Actas del II Congreso Internacional sobre musealización de yacimientos arqueológicos. Nuevos conceptos y estrategias de gestión y comunicación*, Museu d'Història de la

- Ciutat, Barcelona, 237-241.
- Villa Álvarez, J. M. (2004): *La Sociedad Pro-Monte Santa Tecla: 1 parte, 1912-1928*. Padroado Municipal do Monte Santa Trega, A Guarda.
- Vives-Ferrándiz Sánchez, J., Ferrer García, C. (2012): A modo de epílogo. La gestión del patrimonio arqueológico desde un paradigma crítico. En C. Ferrer García y J. Vives-Ferrándiz Sánchez (eds.), *Construcciones y usos del pasado. Patrimonio arqueológico, Territorio y Museo*, Museu de Prehistòria de València, València, 177-185.
- VV.AA. (1995): *Comarca da Terra de Lemos. Plan de Desenvolvemento Comarcal*. Colección Plans de Comarcalización, 5. Presidencia. Xunta de Galicia, Santiago de Compostela.
- Waterton, E., Smith, L. (eds.). (2011): The recognition and the misrecognition of community heritage. En E. Waterton y S. Watson (eds.): *Heritage and Community Engagement: Collaboration or Contestation?* Routledge, Londres, 12-23.

PATRIMONIO ARQUEOLÓGICO Y TURISMO UNAS REFLEXIONES FINALES

Carlos Ferrer García y Jaime Vives-Ferrándiz Sánchez

EL PATRIMONIO EN EL TERRITORIO, UNA HERRAMIENTA DE VERTEBRACIÓN

El patrimonio *in situ* tiene una vertiente territorial que determina las posibilidades que ofrece para el desarrollo y condiciona su gestión y uso. Por un lado, el patrimonio es una herramienta de articulación y ordenación espacial. Por otro lado, es susceptible de convertirse en un recurso cultural con valor potencial para el turismo al exigir un desplazamiento para su disfrute por encontrarse disperso en el medio rural y natural

El paisaje es el territorio percibido, construido, ordenado y jerarquizado por las sociedades humanas. Sus elementos adquieren valor simbólico para la colectividad, lo que hace posible que sea leído e integrado en su cultura. Esta estructura de la realidad percibida en el territorio puede ser entendida como un sistema, una organización concreta, en la que sus elementos fundamentales se constituyen en hitos, núcleos, que la articulan al promover redes y flujos de personas y actividades.

La percepción que las sociedades de base agraria tienen del medio rural y natural está ligada a las actividades productivas y de subsistencia que las mantienen y reproducen: la recolección, la explotación agropecuaria, la silvicultura, ocupan un lugar destacado en la vida cotidiana. La desaparición progresiva de estos modos de vida a lo largo del siglo pasado ha relegado los espacios rurales y ha excluido el territorio de la realidad percibida. Pero en las últimas décadas los espacios rurales y naturales han sido reconvertidos, construidos, con una vertiente recreativa y de ocio. Ello ha permitido integrar de nuevo el territorio, mediante la creación de estructuras de uso y gestión orientadas al desarrollo y al aprovechamiento racional de los recursos.

En este marco, los restos del pasado pueden ser objeto de un proceso de conversión en patrimonio mediante el cual se constituyen en hitos, referentes culturales, que estructuran el territorio, tanto desde las identidades y la percepción, como desde la gestión, la actividad económica y el desarrollo local. Un bien patrimonial, un yacimiento arqueológico, da fisicidad a las identidades, las vincula al territorio, y a su vez permite la integración de este en la cultura humana. Al tiempo, la creación de infraestructuras para hacerlo accesible refuerza su función de polo y le permite generar flujos de personas y de riqueza a través del turismo.

DE LA RUINA AL PRODUCTO, UN CAMINO POR RECORRER

Un yacimiento arqueológico tiene una biografía, un ciclo vital. Del proceso de investigación y excavación que emprenden los arqueólogos heredamos una ruina, un conjunto de restos con valor histórico y un bien cultural, pero incomprendible *per se*. El vínculo con el pasado y con la identidad es lo que lo convierten en susceptible de ser patrimonio, de concebirlo, otorgarle y reconocer en él este valor, lo que exige por un lado una capacidad intrínseca de transmitir información, y por otro una intervención para hacerlo inteligible y accesible a la sociedad (ver las aportaciones de Rausell y de Solsona y Rico a esta obra). Este proceso no siempre se da. No todos alcanzan una posición relevante en el imaginario colectivo o en la jerarquía patrimonial que la Academia o la Administración Pública defienden.

Ya sea por el empeño personal de los investigadores, por la visión de los gestores culturales o agentes de desarrollo, o por el interés de la colectividad, el resto arqueológico puede transformar su estatus y convertirse en un elemento patrimonial en el territorio. Es bien sabido que cuando es accesible para el desarrollo de actividades programadas y difundidas al público se convierte en un producto cultural, que en el medio rural y natural tiene un inevitable vínculo con el turismo y con los sectores económicos. El turismo puede captar los aspectos económicos del patrimonio y aprovecharlos para su conservación, generando fondos, educando a la comunidad e influyendo en su política. Puede promover la creación de empleo y pequeñas empresas en el ámbito de los agentes comercializadores: operadores, gestores en destino (transporte, alojamiento, restauración, excursiones, etc.). Sin duda, la actividad turística cultural conlleva oportunidades pero también amenazas para el patrimonio. El posible impacto negativo del uso turístico de recursos frágiles

y no renovables, y el dilema de su conservación con el uso y disfrute social, comporta la responsabilidad de la planificación y la gestión sostenible, no siempre presentes en los proyectos.

Una vez superadas las limitaciones que la capacidad intrínseca del bien puede ofrecer como recurso, el desarrollo de equipamientos, infraestructuras, servicios y actividades que conlleva la creación de un producto turístico es responsabilidad de lo que, en la jerga profesional, se denomina *Destination Management Organization*, que hartó frecuente no es otra que la institución pública responsable. El proceso, es obvio, debe implicar a técnicos e intermediarios culturales distintos a los arqueólogos; pero hasta qué punto debería estar abierta la planificación del uso y la gestión a otros agentes es un debate abierto. Según la Organización Mundial del Turismo (1999, 26) “los procesos de desarrollo turístico [...] han de hundir sus raíces en la propia sociedad local si es que se concibe al turismo como una actividad socialmente integrada y culturalmente beneficiosa. El turismo no ha de suponer la implantación de nuevas relaciones sociales, nuevos valores culturales o nuevas costumbres ajenas a la comunidad”. Estamos de acuerdo. Los agentes locales y otros como los gestores e intermediarios culturales y turísticos deberían tener responsabilidad en el modelo de uso y gestión. Es necesaria la planificación consensuada con la participación de representantes políticos, empresarios, asociaciones vecinales, culturales y ecologistas, entre otros.

¿PROYECTOS SOSTENIBLES?

Los proyectos presentados trascienden la mera intención de hacer accesible un patrimonio cultural para la comunidad y los turistas. De entrada, es interesante observar como nacen muchos de estos proyectos. Las instituciones promotoras, provincia, cabildo insular o comunidad autónoma uniprovincial, se comprometieron en la inversión a partir del esfuerzo de grupos reducidos de especialistas, arqueólogos, historiadores, y otros colectivos, como por ejemplo el Colegio de Arquitectos de Palencia. Después, coyunturas culturales y sociales favorables hicieron posible este compromiso. Por ejemplo, la Cueva Pintada de Gáldar posee un valor simbólico singular vinculado con la memoria del proceso histórico traumático que supuso la conquista castellana. Esta situación se generó en el contexto del creciente interés por los símbolos identitarios canarios desde su autonomía a finales del siglo XX. El costo del proyecto fue de más de ocho millones de euros a lo largo de un largo

periodo de tiempo. Sus gestores apuestan por ofrecer la máxima transparencia económica, con datos de costes y visitantes recurrentemente publicados. El número de visitantes a la Cueva Pintada y el grado de retorno de la inversión a través del pago de entradas, otros servicios y gasto turístico, han sido objeto de intenso debate social (La Provincia 01-07-2013) y se ha puesto sobre la mesa su sostenibilidad económica.

En la Villa Romana de la Olmeda el proyecto parte de la relevancia que posee la cultura romana en general como referente histórico-cultural de nuestra sociedad, y en particular el mosaico, técnica artístico-industrial asociada en el imaginario colectivo a esta cultura. En una provincia de limitados recursos turísticos y que apuesta decididamente por el turismo cultural, se justifica una inversión para la creación un edificio singular, cuyo coste se sitúa en torno a los 9 millones de euros. Hoy el número de visitantes a la villa es de cerca del 20% del total de turistas que visitan la provincia.

El Parque Arqueológico de la Cultura Castrexa de San Cibrao de Lás ha consumido entre 8,5 y 10 millones de euros desde 2003 hasta su apertura en marzo de 2014. Como los otros proyectos, incluye un edificio singular que acoge un centro de interpretación. Constituye el segundo centro de una estructura de hasta cuatro en toda Galicia, todavía por desarrollar. Su gestión ha sido externalizada, con un coste de más de medio millón de euros hasta 2017, no sin polémica (Publico.es 07-01-2014).

Se trata de patrimonios singulares en los que se efectúan grandes inversiones en equipamientos y servicios para su conservación y difusión pero que no son sostenibles económicamente. El coste, asumido por la administración pública, tiene una rentabilidad económica discreta desde el punto de vista del retorno directo de la inversión a través de la venta de entradas y otros ingresos. Sin embargo, queda abierta una cuestión que documenta Pau Rausell en su trabajo, y es que las inversiones en patrimonio generan indirectamente efectos dinamizadores del mercado de trabajo y otros efectos multiplicadores de la riqueza, amén de considerar que la inversión en cultura incrementa el bienestar y la calidad de vida de la sociedad.

Cuando programamos estas jornadas nos preocupaba incluir la sostenibilidad económica de nuestros proyectos como variable relevante. Las aportaciones de Rausell vienen a confirmar su rentabilidad. Pero parece difícil su cuantificación. Determinar si un proyecto es económicamente sostenible no parece del todo posible. Los métodos de evaluación poseen

cierto componente subjetivo que, pensamos, lo impiden, por lo que la rentabilidad cultural y social y los beneficios son difícilmente cuantificables objetivamente. En este marco, ejercicios de transparencia como el de Cueva Pintada son útiles, no tanto en cuanto a la voluntad inicial de cuantificación, sino en cuanto que son acicate para nuestro trabajo. Conocer los costes reales de nuestros proyectos, tenerlos presentes, sirve para reforzar la vocación de servicio y compromiso público, y concentrar nuestros esfuerzos en lo que es relevante: la conservación y el uso social sostenible para el desarrollo.

TURISMO CULTURAL SOSTENIBLE. LA RUTA DELS IBERS A VALÈNCIA

El análisis de los casos que expone Xurxo Ayán muestra el fracaso del desarrollo de ciertos modelos de puesta en valor para el desarrollo cultural, social y económico. Se trata en su mayoría de proyectos desarrollados desde “arriba”, que no son fuente de educación, ni de identidad, ni son valorados por las comunidades locales, ni generan riqueza económica que favorezca el desarrollo y la vertebración del territorio.

Desde la Academia o las Administraciones Públicas se proponen y desarrollan proyectos a espaldas de la realidad local, con lógicas en las que la construcción del paisaje compartido, la memoria, la identidad y la cultura apenas tienen relevancia, y que convierten a las comunidades y a los visitantes en sujetos pasivos, variables necesarias pero irrelevantes en el mejor de los casos, ignorados, separados y marginados del patrimonio en otros. Todo ello es simplemente el resultado del juego de relaciones de poder que se mueve en torno al patrimonio y los intereses de cada grupo. Estamos de acuerdo con el autor en que existen vías alternativas viables y deseables basadas en la participación ciudadana que deberían potenciarse y prosperar. El reto presente es habilitar fórmulas participativas que permitan la gestión, uso y control de los recursos materiales y simbólicos por las comunidades locales, los legítimos herederos del patrimonio. Ello abriría vías para empoderar ciertos colectivos, a través de la creación de estructuras de gestión y toma de decisiones propias o colegiadas en búsqueda de un objetivo común: el desarrollo sostenible. El empoderamiento permite incorporar como agentes a grupos marginalizados desde las administraciones y, no en vano, es uno de los paradigmas de las teorías del desarrollo sostenible con un enfoque claramente humanístico.

Con estos planteamientos teóricos pretendemos construir el futuro del proyecto de la Ruta dels Ibers a València, un conjunto de itinerarios y actividades recreativas turísticas basado en el patrimonio arqueológico de época ibérica. Se trata de un proyecto que ha nacido con la voluntad de favorecer la gestión participativa y el uso compartido del patrimonio arqueológico en el territorio valenciano mediante una oferta sostenible en el medio rural. Se pretende también difundir la cultura ibérica como un elemento histórico patrimonial y anclado fuertemente en el imaginario de algunas comunidades locales, como sucede en Moixent con la figura del conocido jinete de la Bastida de les Alcusses. No obstante, el patrimonio ibérico es desconocido entre el gran público por lo que entre los objetivos específicos del proyecto de la Ruta dels Ibers está la investigación y el incremento del conocimiento y difusión del pasado ibérico. También nos ocupa la formación y consolidación del equipo técnico e impulsar la formación y profesionalización del sector turístico local, el fomento de la actividad económica y potenciar la conexión entre las instituciones, los colectivos y asociaciones y entidades privadas.

Actualmente forman parte del proyecto ocho municipios de interior (Ayo-ra, Camporrobles, Caudete de las Fuentes, Lliria, Moixent, Moncada, Olocau y Villar del Arzobispo) y la Diputación de Valencia a través de su Museu de Prehistòria. Todos los municipios tienen recursos patrimoniales de época ibérica excavados y consolidados, aunque con distintas capacidades de accesibilidad y uso turístico. Es además un proyecto abierto a la incorporación de más municipios y recursos (figura 1).

Conviene tener presente que el proyecto surge y se promueve desde el Servei d'Investigació Prehistòrica del Museu de Prehistòria de la Diputació de València, una institución pública dedicada a la investigación que podemos considerar enmarcada en el mundo académico y, además una administración pública. En cierto modo se crea con el sesgo, el pecado original, del elitismo y la apropiación del patrimonio que caracteriza a los poderes públicos, pero somos conscientes de la necesidad de superarlos. El Museu trabaja en la excavación e investigación sobre la Cultura Ibérica desde hace más de 80 años, y en las últimas dos décadas ha centrado esfuerzos en la consolidación y promoción de las visitas a yacimientos. En este tiempo la institución ha adquirido una extensa experiencia de relación con parte de las comunidades locales, a través de sus ayuntamientos y con los visitantes. Ello nos ha permitido dialogar y reconocer a nuevos y distintos agentes en

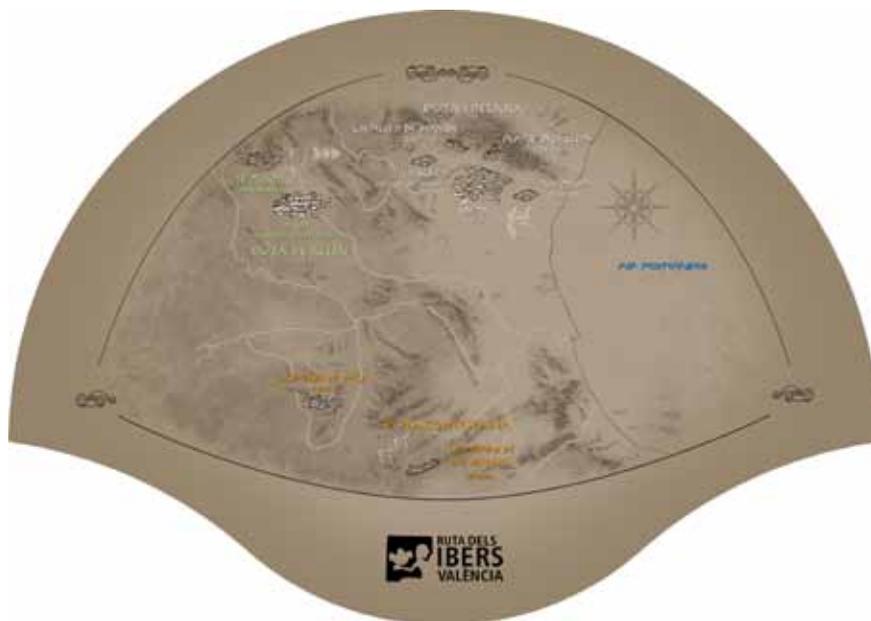


FIGURA 1. Abanico promocional de la Ruta dels Ibers (Museu de Prehistòria de València).

la construcción y preservación del patrimonio, y relativizar nuestra visión de este patrimonio frente a otras percepciones y usos tan legítimos como los que nosotros promovemos.

En el caso valenciano hemos constatado que los visitantes poseen diversos objetivos y motivaciones, y es interesante observar que no siempre coinciden con lo esperable por la academia o la administración: en la Bastida de les Alcusses hay visitas de amantes de la naturaleza y los árboles que buscan un entorno forestal muy accesible, gracias a las infraestructuras creadas para la visita arqueológica (figura 2). En el Puntal dels Llops o Castellar de Meca son más importantes las visitas de excursionistas que aprovechan el itinerario de ascenso al yacimiento para practicar un senderismo de baja o media dificultad que culmina en un entorno singular para su objetivo principal, que es el de disfrutar de unas vistas paisajísticas excepcionales (figura 3). Y las excursiones familiares y de amigos para celebrar la Pascua son frecuentes en sitios como la Bastida de les Alcusses o el Tos Pelat. Estos usos entran sin duda en conflicto con los usos programados y regulados desde la administración, sobre todo cuando las vallas transmiten crudamente la idea de un patrimonio



FIGURA 2. La Bastida de les Alcusses está ubicado en un espacio forestal bien conservado y las visitas de los interesados en la naturaleza son frecuentes. Esta imagen, de Francisco Vila Molina, fue presentada a Fotoibers 2013, un concurso de fotografía digital con el objetivo de promocionar la cultura ibérica.

cerrado, apropiado y administrado a espaldas de la población. Que estos usos existen es una realidad que no puede ser ignorada y no siempre suponen un peligro para la conservación de los restos. Creemos que el reto es integrarlos en un marco de empoderamiento colectivo. De otra manera, convertiremos el patrimonio en santuarios sin peregrinos.

En otros yacimientos no reconocemos usos alternativos del patrimonio arqueológico, e incluso hemos detectado que algunos están francamente desconectados del tejido social actual. El caso más llamativo, por tratarse de un yacimiento de larga trayectoria investigadora y reconocida importancia académica, es el del Tossal de Sant Miquel de Lliria (figura 4). Está ubicado junto al monasterio que le da nombre, que sí es parte relevante del acervo patrimonial edetano y lugar de peregrinación y culto periódico de sus habitantes. No obstante, el yacimiento permanece al margen del interés de la población y sin uso alternativo a la visita de turistas arqueológicos. ¿Por qué? Que la administración y la academia lo hayan apropiado es, quizás, parte de la respuesta, pero no lo es todo. Estas diferencias en un territorio relativamente



FIGURA 3. Caminos de época ibérica en el Castellar de Meca. El yacimiento está en una Zona de Especial Protección de Aves y es visitado por personas con intereses ecoturísticos. La fotografía es de Juan Antonio Sendra Ibáñez y fue presentada a Fotoibers 2013.

homogéneo son significativas porque nos obligan a preguntarnos por los mecanismos que hacen que las cosas del pasado participen en definir identidad.

En este panorama, las corporaciones locales aspiran a convertir los restos arqueológicos en elementos de singularización que les permita reforzar identidades y posicionar a sus respectivos municipios como destinos de turismo, excursionismo y, por qué no, de residencia, frente a los otros. Cualquier feria de turismo es una muestra de la competencia existente entre municipios, que juegan en un marco de relaciones construido para captar clientes. Son intenciones loables las que pretenden generar alternativas de actividad económica en el contexto de crisis demográfica y económica permanente del medio rural, agravada por la actual crisis global. Javier Solsona y Elisa Rico nos hablan de diversificar y ordenar el territorio desde el punto de vista turístico y de la necesidad de diferenciarse. Su aportación subraya que toda la gestión turística debe hacerse desde el paradigma de la sostenibilidad, y donde palabras como conservación, mantenimiento, respeto, adecuación, accesibilidad y mejora son la base de las actuaciones, valores que guían los principios del proyecto de la Ruta dels Ibers.



FIGURA 4. Vista de una de las manzanas consolidadas con un panel explicativo en el Tossal de Sant Miquel de Lliria (Archivo SIP-Museu de Prehistòria de València).

Esta actitud activa y positiva frente al patrimonio es coyuntural. Las actividades de difusión del Museu, en particular las Jornadas de visita en la Bastida de les Alcusses de Moixent, Kelin de Caudete de las Fuentes y Puntal dels Llops de Olocau (figura 5 y 6), y el buen funcionamiento del modelo de gestión de algunos yacimientos visitables, han hecho posible que las corporaciones locales contemplen el patrimonio como recurso de desarrollo en el territorio y se preocupen por su conservación y mejora. Este interés ha quedado recogido en la constitución de la Asociación Ruta dels Ibers de València, en la que participan todos los municipios implicados y la Diputación Provincial, y está abierta a la participación de personas, asociaciones y empresas.

Así las cosas, la vía para la participación local está abierta: las comunidades, asociaciones y colectivos, y las pequeñas empresas locales especializadas en ofertas culturales, de restauración y alojamiento pueden encontrar en la Asociación Ruta dels Ibers un marco alternativo de gestión. Porque una de las cuestiones que surgen en la fase de desarrollo de cualquier proyecto de puesta en valor del patrimonio en el territorio, es la necesidad de establecer los límites entre lo público y lo privado y la legitimidad del beneficio privado. Un modelo de gestión y uso compartido no puede obviar la existencia de



FIGURA 5. Las Jornadas 'Viu un cap de setmana amb els ibers' se desenvolupen a la Bastida de les Alcusses des de 2008. Les recreacions històriques i la interacció amb els visitants són part fonamental de l'oferta lúdica i educativa d'aquesta acció (Arxiu SIP-Museu de Prehistòria de València).



FIGURA 6. Activitats de promoció de la cultura ibèrica a Olocau amb motiu de les Jornades de visita al Puntal dels Llops. Les escoles dels municipis de Marines, Olocau i Gátova desenvoluparen durant 2013 un projecte educatiu sobre la cultura ibèrica assessorats pel Museu de Prehistòria de València (Arxiu SIP-Museu de Prehistòria de València).

intereses económicos legítimos que no suponen apropiación, sino todo lo contrario. Pensamos que la participación de empresas, en especial del tercer sector, es una vía relevante de legitimación, de empoderamiento y sostenibilidad. En esa vía el Museu trabaja decididamente en la promoción de servicios turísticos especializados en el territorio y empresas locales, y colabora con bodegas y restaurantes que aprovechan el patrimonio ibérico como referencia y seña de identidad.

Los procesos de trabajo de este proyecto están en marcha actualmente. Ejemplo de ello es la presencia activa del Museu en las iniciativas de la asociación vitivinícola de Terres dels Alforins, que pretende promocionar de forma unitaria el conjunto de doce bodegas asociadas de los municipios de Moixent, la Font de la Figuera y Fontanars dels Alforins. La posición central del yacimiento arqueológico de la Bastida de les Alcusses y la importancia de la cultura del vino en la sociedad ibérica, permite convertirlo en eje vertebrador de este territorio y de la oferta enoturística desarrollada al amparo de las bodegas (figura 7).



FIGURA 7. El Museu de Prehistòria col·labora amb iniciatives de desenvolupament local en els municipis de la Ruta, com els esdeveniments de promoció dels productes de la associació de viticultors Terres dels Alforins (Moixent, Font de la Figuera i Fontanars dels Alforins) (Arxíu SIP-Museu de Prehistòria de València).

Somos conscientes de que este no es un camino exento de contradicciones y retos, y la práctica diaria de nuestro trabajo se encarga de recordarlo. Por ejemplo, el de la viabilidad de un uso turístico frente a la necesidad de conservación, o el de los conflictos de intereses entre la industria del turismo y la arqueología, o entre la visión de los diferentes agentes que crean el tejido social que usa el patrimonio, incluyendo la destrucción y el olvido de unos patrimonios frente a otros. Ni recetas ni fórmulas exactas funcionan para gestionar el patrimonio porque es construido y reconstruido continuamente. Los espacios de consumo turístico, la creación de conocimiento desde la arqueología académica y las necesidades de las comunidades locales son los tres vértices de un triángulo de poder en el que se enmarca el patrimonio. Y entendemos que nada es inocente en este espacio de relaciones.

