

revista de ANÁLISIS TURÍSTICO



Segundo semestre de 2006
Núm. 2

SUMARIO

AGUA Y TURISMO

Enrique Torres Bernier

ARTÍCULOS

“Impacto de las instalaciones sobre el desempeño del sector hotelero español”

Enrique Claver Cortés, Jorge Pereira Moliner y Rosario Andreu Guerrero

“Segmenting future visitors to heritage sites: perceptions, motivations and expectations”

Avital Biran, Yaniv Poria y Arie Reichel

“El desempeño de un destino turístico. ¿Quién gestiona el destino?

¿Quién realiza el rol auditor?”

Angelo Presenza

“¿Qué indica un indicador? Análisis comparativo en los destinos turísticos”

Amparo Sancho Pérez y Gregorio García Mesanat

“Turismo e historia: formación e información en el turismo. Un estado de la cuestión”

Nuria Morère Molinero

DEBATE

“¿Está la investigación en turismo suficientemente reconocida y valorada en España?”

Juan Ignacio Pulido Fernández (coord.)

NOTA

“Actividad investigadora de los socios de AECIT”

Amparo Sancho Pérez

RESEÑA

HUGHES, Edward. “Arts, Entertainment and Tourism”

Editorial Butterworth Heinemann, 2000

Robert Valls Tuñón



AECIT
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE
EXPERTOS CIENTÍFICOS EN TURISMO

REVISTA DE ANÁLISIS TURÍSTICO, nº 2, 2º semestre 2006, pp. 86-102

TURISMO E HISTORIA: FORMACIÓN E INFORMACIÓN EN EL TURISMO. UN ESTADO DE LA CUESTIÓN

Nuria Morère Molinero
Universidad Rey Juan Carlos

Revista de Análisis Turístico

ISSN: 1885-2564 Depósito Legal: B-39009

©2006 Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo (AECIT)

www.aecit.org email: analisisTurístico@aecit.org

TURISMO E HISTORIA: FORMACIÓN E INFORMACIÓN EN EL TURISMO. UN ESTADO DE LA CUESTIÓN¹

Nuria Morère Molinero

Universidad Rey Juan Carlos – Madrid-

resumen

El objetivo de este artículo es analizar si la historia, el relato del pasado, está asociado con el turismo, y en qué manera se está produciendo este contacto: formación, información, recursos históricos, en la valoración cuantitativa y cualitativa. De la misma manera, la historia se analiza en los planes de estudio de turismo, así como en los campos turísticos profesionales para, a continuación, observar y estudiar la historia en la información de las páginas web oficiales de las comunidades autónomas.

Palabras clave: Historia, información, formación y turismo

abstract

The aim of the article is to seek if the History -the explanation of the past- is being associated with tourism and in which ways and forms: education, information, historical resources, in a quantitative and in a qualitative approach. Therefore, History is analysed in the tourist study planning, and also in the professional tourist areas, in the willing of observing and studying the History in the information of the official web pages from the Spanish provinces.

Keywords: History, information, education and tourism

Este trabajo es la primera publicación de los trabajos emprendidos dentro del marco del proyecto HIRYT, tema y proyecto que nacieron con las nuevas tendencias en la percepción de la historia por parte nuestra sociedad, al irse consolidando la historia por conductos más próximos al público y divulgativos. Se plantea, en este caso, la vía de la actividad turística, uno de los grandes movimientos sociales y económicos del mundo actual. En este sentido frente a una historia como conocimiento y denostada en las últimas décadas, se está produciendo una revalorización social dentro de estos procesos de socialización de la cultura tan característicos de finales del siglo XX y principios del siglo XXI: la historia no concierne ahora solamente al historiador ni a los estudiantes como asignatura académica, sino también al gran público que se quiere acercar a ella, incluso ser protagonista, fuera de las aulas que es el ámbito habitual de su aprendizaje.

El objetivo de este artículo es, por lo tanto, analizar si la Historia, es decir el relato del pasado, se está imbricando en el Turismo y de qué manera se está produciendo este contacto: formación, información, recursos históricos, en una valoración cuantitativa y cualitativa. Para ello, se analiza la Historia en los planes de estudio de los estudios de Turismo, así mismo a partir de los campos profesionales del turismo como salidas para estudiantes de la licenciatura en historia para, a continuación, observar y estudiar la Historia en la información de las páginas web oficiales de las Comunidades Autónomas, tanto como recurso histórico que como relato, incorporándose al atractivo de un territorio y destino turístico. Previamente, se habrá constado cómo, a lo largo de la historia y una vez superada la resolución de necesidades básicas como las alimenticias y el sustento, el hombre emprende viajes y desplazamientos por razones menos imprescindibles: curiosidad, aventura, religión², entroncando esto muchos siglos después con los turismos alternativos que se consolidan desde los años 80 del siglo XX, muy especialmente el *turismo cultural* genéricamente y, en relación con la Historia, con su materialización más evidente y perceptible, el *turismo arqueológico*, práctica que recubriría para

nosotros como principal motivación y atractivo, el pasado³. A esta gran actualidad del tema, se sumaría la intangibilidad de la Historia (muy vinculada a la consolidación en la actualidad de un patrimonio intangible) y la apertura del legado histórico a su territorio y entorno (vínculo de la Historia con el territorio). Participar, por ende, en los grandes debates entre *heritage* y *history* como recursos turísticos y en el significado último de la interpretación han sido necesidades a las que hemos tenido que dar respuesta para dibujar mejor y aprehender la especificidad de la Historia y sus características como recursos, frente al tan reconocido patrimonio donde prevalece tradicionalmente su componente artístico sobre el significado histórico. Por último y junto a los recursos históricos, la Historia, el propio relato del pasado, se incluye en este estudio como parte de la información y del atractivo de los destinos turísticos, tal y como ha sido realizado por parte de algunas Comunidades Autónomas que la han considerado un factor de revalorización y diferenciación, además de informativo, como veremos más adelante.

Más, hemos querido iniciar este estudio con una breve síntesis sobre los viajes culturales en la historia. Así, la Historia y los Viajes (y a partir del siglo XIX el turismo como fenómeno social y actividad económica) convergen en la propia historia de la humanidad cuando los desplazamientos para ver tierras, pueblos, reliquias del pasado, para conocer otros territorios o por creencias serán desencadenantes de viajes y movimientos a partir especialmente del nacimiento de las grandes civilizaciones y de la revolución urbana, es decir una vez superados los desplazamientos ante las necesidades más inmediatas de subsistencia y de alimentación. Aun cuando grandes movimientos económicos, migratorios y viajes comerciales serán una constante hasta la actualidad, la sedentarización y el primer control de la alimentación, junto con la formación de sociedades complejas, aparecen como el marco de unos primeros viajes diferentes, en un primer momento religiosos⁴ y, poco a poco, observatorios y de conocimiento según avanzaba el desarrollo del pensamiento humano y su deseo de ver y aprender: será Grecia entonces en los siglos VI-V a.c.

1. Este proyecto de investigación de la Universidad Rey Juan Carlos "Historia, Turismo y Territorio" (HIRYT) tiene por objeto el estudio de los recursos del pasado: históricos (antiguas economías) y arqueológicos. Llevado a cabo por la Universidad Rey Juan Carlos, en él participan alumnos de la Diplomatura de Turismo desde el año 2002. Han colaborado hasta la actualidad Marcela Canepa Vietina, Nuria Céspedes Casas, Claire Cheneau, Ainara Fuente Gómez, Luis García Blanco, Silvia García Torres, Ricardo Jimeno Enrique, Juan Lara Torres, Clara Martín Luque, Eva Márquez Iglesias, Paula Martínez Durán, Sandra Merino Palomares, Almudena Moreno Juez, Javier Navarro Molina, Gregorio Nevado Santana, Rosa María Rite Rodríguez, Carolina Rubio Neira, Patricia Saez Bravo, Andrés Sánchez López. Aun cuando esta publicación no es resultado directo de su trabajo, su entusiasmo, dedicación y colaboración en todas las labores encomendadas (bases de datos y realización del corpus) merecen ser aquí destacados.

2. Investigaciones cuyos resultados se imparten en la asignatura: "Historia de los viajes y del turismo", en la Diplomatura de Turismo de la URJC.

3. Al entender por arqueología una metodología para reconstruir el pasado.

4. Ciudades mesopotámicas como Eridu, Nippur, Ur que se convirtieron en grandes centros religiosos y ceremoniales, lo que daría lugar a desplazamientos por estas causas: G. Leick: *Mesopotamia. La invención de la ciudad*, Paidós, 2002, pp. 40-41 p. 188 etc.; culto al dios Osiris en Abidos (Egipto).

el lugar donde se materialicen estas nuevas necesidades. Mucho antes de que acuñáramos pues el término de *turismo cultural*, donde el pasado y su legado serán uno de los componentes y atractivos, están documentados viajes motivados por la curiosidad, la observación ante territorios y gentes diferentes y desconocidos.

Los hitos más antiguos testimoniados son los viajes realizados durante el Imperio Nuevo egipcio por parte de funcionarios y escribas testimoniados en los graffiti encontrados en Saqqarah, Abusir (Egipto) donde la curiosidad y el disfrute parecen ser la justificación⁵ y, en fechas más recientes, los viajes de Heródoto (siglo V a.c.) con las primeras descripciones de las pirámides egipcias y de Babilonia y su *ziggurat*, en un momento éste de búsqueda de explicaciones racionales, de respuestas a las grandes incógnitas del entorno, de observación, es decir de “istorié”, término que daría lugar a la palabra “historia”, la cual en un primer momento significará “observación”. Será, en este sentido, en el marco de la civilización griega donde se asienten definitivamente estos tipos de motivaciones culturales e históricas: las grandes santuarios panhelénicos (Olimpia, Delfos) convertidos en auténticas joyas arquitectónicas y artísticas y allí trabajarían los grandes maestros (Fidias en Olimpia) serían visitados periódicamente con ocasión de las grandes celebraciones religiosas⁶ y se llegarán a convertir en auténticos museos donde los sacerdotes actuarían como guías⁷; más tarde, en época helenística, serán además los grandes centros del saber (Alejandría o Pérgamo) los que se actuarán como grandes focos de atracción por sus bibliotecas, palacios y monumentos. Mientras, el ocio se irá materializando como lo testimonia la construcción de grandes teatros como el vinculado al santuario de Epidauró (17. 000 espectadores) en el siglo IV a.c. A Roma llegarán esos nuevos hábitos desde el siglo II a.c. como consecuencia de la conquista de Grecia (conquista de Corinto en el 146 a.c.): serán viajes militares, oficiales, donde la

visita e inspección podía revestir un intenso carácter cultural como la que realizó Paulo Emilio en el 168 a.c.⁸, paralelamente a la acumulación de espectaculares botines artísticos que se encaminarían a Roma, arraigando el helenismo en la Península Itálica y casi simultáneamente en las recién creadas provincias (estructuras urbanas con pórticos y espacios abiertos, conjuntos para el divertimento, termas que se construyen en las casas y ciudades para el disfrute y el deleite del tiempo, jardines y peristilos que penetran en los espacios urbanos y en las viviendas). En Roma y durante el Imperio se consolidarían los viajes que podemos denominar culturales: visita a territorios exóticos y a sus monumentos como Egipto, conocimiento de Grecia y viajes formativos, e incluso viajes científicos, además del desarrollo del ocio y descanso especialmente plasmados en los vestigios de las grandes *villae* suburbanas, marítimas o rurales, abiertas al paisaje y a su disfrute.

Volviendo al pasado y a sus reliquias, si en tiempos antiguos parece probado como hemos visto su facultad de atracción, en momentos más próximos a nosotros será el redescubrimiento de la Antigüedad lo que ocasione frecuentes desplazamientos, de manera notoria desde el Renacimiento (algunos ejemplos medievales nos han dejado menciones y descripciones de ruinas como la de Benjamín de Tudela en Babilonia⁹; o viajes definidos para aprender o por curiosidad como él de Al Idrisi¹⁰). En un primer momento era la atracción por la Antigüedad la que transportaba a Roma a viajeros; los peregrinos del medioevo -romeros- se estaban performando en viajeros humanistas buscando lo histórico y cultural, los grandes monumentos del pasado. Y estos grandes conjuntos atraerían cada vez a un mayor número de curiosos; especialmente relevantes y reconocibles son aquéllos que llegarían a practicar la modalidad del *Grand Tour*, movimiento generado por los viajes formativos de los jóvenes aristócratas británicos¹¹ viajando y visitando lugares históricos con un rico pasado y que arranca en

la laicización humanista, por lo que Italia y Roma llegarían a ser destinos preferentes, y cuyo gran momento serán los siglos XVIII y XIX¹². En el siglo XVIII, los monumentos y antigüedades ejercen su atractivo por el aspecto físico, la grandeza, la monumentalidad y la estética, pero también por considerarse una reliquia del pasado, una fuente para la historia, una historia racional entonces ya definitivamente y que necesita de esos testigos, de esos testimonios para documentarse, hacerse y para construirse. La Historia surge, entonces y por primera vez, de forma nítida, a la vez que el monumento, los vestigios y objetos del pasado que conforman el concepto de Legado (Patrimonio) se instituye en paralelo, en ese momento también, con la Ilustración, dentro del mismo movimiento de extracción, de obtención del mayor número de vestigios y de su conservación, como fuentes para una historia científica¹³. Se consolida así el coleccionismo aunque éste había nacido en los momentos humanistas del siglo XVI. El descubrimiento de objetos del pasado, de restos materiales y ruinas ocasionaría el inicio de grandes excavaciones como las de Pompeya e Itálica en España, iniciándose así la marcha hacia el nacimiento de la arqueología¹⁴, las fuentes de la historia, frente a la estética o la monumentalidad. Esta búsqueda del pasado atrajo a viajeros y estudiosos a Italia¹⁵, y desde allí a

Grecia¹⁶ y, posteriormente a Egipto tras la expedición de Napoleón y la publicación en Europa de la obra *Description de l'Égypte*. El pasado no será únicamente material, durante el siglo XIX, el paisaje y vivir los ambientes del pasado histórico se encontrarán con el movimiento romántico: será un momento de búsqueda de libertad, del individuo, el alejamiento hacia nuevos horizontes, lo que creará en viajeros y literatos un gran atractivo por el pasado¹⁷. En ese entorno, la generalización de los viajes favorecidos por la mejora de los transportes y por una mayor seguridad verá nacer entonces el concepto de turismo moderno (todavía no de masas sin embargo)¹⁸ con la introducción de neologismos en las lenguas europeas (*tourist, touriste*)¹⁹. A partir del siglo XIX, testimoniaremos estrechos vínculos entre viajes e historia (o sus restos materiales con la arqueología) en toda una serie de publicaciones, tanto periódicas²⁰ como con la publicación de las primeras guías arqueológicas²¹; historia entendida como conocimiento, apertura de la mente a novedades, aprendizaje, pero también como deleite como demuestra la utilización del término de *paseo* en libros sobre turismo y visitas²².

Hemos querido marcar, a lo largo del tiempo, la conexión entre Historia y Turismo²³. En el mundo actual, su análisis se centraría en los turismo alternativos y, muy especialmente, en el

5. L. Casson: *Travel in the ancient world*, London, 1974, p. 32-35.

6. A las pruebas atléticas y de música y danza de los Juegos Panhelénicos, abría que añadir el teatro durante las celebraciones en honor al dios Dionisios en Atenas y el desarrollado en torno al santuario curativo de Epidauró en honor al dios Asclepios.

7. J.-M. André; M.-F. Baslez: *Voyager dans l'Antiquité*, Fayard, 1993, pp. 40-42.

8. J.-M. André; M.-F. op.cit., p. 106; R. Chevallier: *Voyages et déplacements dans l'Empire Romain*, A. Colin, 1988, pp. 217-218.

9. J.R. Magdalena Nom de Deú: *Libro de viajes de Benjamín de Tudela*, Barcelona, Riopiedras ed., 1982, p. 59 (Roma), p. 87 (Nínive), p. 95 (Babilonia), p. 118 (El Cairo).

10. IDRISI: *Geografía de España*, col Textos medievales 37, Valencia, 1974, p. 10: “Recreo de quien debe recorrer el mundo” es el título de la obra que Al Idrisi realizó por encargo de los duques de Sicilia Roger II y Guillermo II.

11. Al final del siglo XVIII y XIX se añadirán los hijos de la burguesía aparecida con la Revolución Industrial.

12. W. E. Mead: *The Grand Tour in the Eighteenth Century*, New Cork, 1972; J.Towner: “The GRAND TOUR. A key phase in the history of tourism”, *Annals of tourism research*, 12, 3, 1985, p. 297 ss. Entonces entroncarán, gracias a la mejora de los transportes, con el nacimiento del turismo.

13. J. Ballart: *El patrimonio histórico y arqueológico: valor y uso*, Ariel, 1997, p. 51 ss. y p. 169 ss.

14. Fue una larga marcha hasta el nacimiento de la arqueología en la segunda mitad del siglo XIX.

15. La confluencia de historia y vestigios arqueológicos será la que encontremos en el XVIII cuando eruditos viajeros británicos atraídos por los restos materiales que van a ir descubriendo en Italia reconstruyan la primera historia antigua.

16. Será en un primer momento localización de lugares míticos de la mano de la obra del *periegeta* Pausanias (siglo II d.c.).

17. Ian Robertson: *Los viajeros impertinentes. Viajeros ingleses por España desde la ascensión de Carlos III hasta 1855*, CSIC y ed. Serbal, 1988; A. Jiménez Cruz: *La España pintoresca de David Roberts. El viaje y los grabados del pintor*, Málaga, 2002.

18. C. Larrinaga Rodríguez: “El turismo en la España del siglo XIX”, *Historia Contemporánea*, 2002, 25, pp. 157- 179.

19. El vocablo inglés “tourism” está testimoniado en 1811, aunque era más usual “touring” o viaje por placer, o “tour” en el sentido de viaje. Del inglés lo tomará el francés en 1841, el español y las demás lenguas: Rey (dir.): *Le Robert. Dictionnaire de la langue française*, Paris, 1998. Antes encontramos en francés la obra de Stendhal: “Mémoires d’un Touriste”, 1838, en *Voyages en France*, Paris, Gallimard, 1992.

20. *Annales des voyages, de la géographie, de l'histoire et de l'archéologie*, Paris, 1866-70.

21. N. Persichetti: *Viaggio archeologico sulla via Salaria nel circondario di Città ducale*, Roma, 1893. Habrá en esa línea muchas publicaciones, tiempo antes de nuestra actualidad del turismo cultural cuando han proliferado las Guías Arqueológicas. Como ejemplo J. García Sainz de Baranda; L. Cordavias: *Guía arqueológica y de turismo de la provincia de Guadalajara*, Guadalajara, 1929; *La Cueva de Altamira y la villa de Santillana del Mar: guía del turista*, Espasa Calpe, 1926; *Los Dólmenes españoles*, Patronato Nacional de Turismo, 1929. La primera guía turística, la *Guía Baedeker* se había publicado por primera vez en 1839.

22. H. Lawrence: *Paseos etruscos*, Libros de Mirasol, 1961 (original 1920); *El paseo arqueológico de Gerona*, Diputación provincial, 1963. En este sentido, la palabra “tour” haya tenido en francés medieval un significado de paseo, vuelta: J. Coromina; J. A. Pascual: *Diccionario crítico-etimológico castellano e hispánico*, Gredos, 1980; mientras que algunas musealizaciones de yacimientos arqueológicos hacen de éstos unos jardines por los que pasear y disfrutar como puede ser el caso de Ampurias (Girona).

23. Se podrían citar otros muchos como las competencias del Ministerio de Fomento a principios del siglo XX y de su ministro el Conde de Romanones quien realizaría en 1900 el RD para la catalogación de las “riquezas históricas” (inicio del Catálogo Monumental) y quien crearía en 1905 de la Comisión Nacional de Turismo.

turismo cultural²⁴. Es en la década de los 80-90, cuando surgen turismos alternativos al Sol y Playa; nuevas formas de turismo que se convierten en objetos de estudio. En lo referente al específicamente Turismo Cultural parece ser la respuesta a una serie de cambios sociales contemporáneos: mayores recursos económicos, tendencia a la fragmentación de las vacaciones, interés por los viajes cortos de fines de semana, mayor nivel cultural, interés por vacaciones activas, deseo de aprender durante el tiempo libre; el análisis de la oferta y la demanda, en uno de los primeros estudios parece mostrar cómo surge determinado por las nuevas condiciones sociales, y cómo una oferta cuantitativamente importante existente motiva y genera, a su vez, una mayor demanda²⁵. Por segmentaciones sociales se ha reconocido un grupo de personas de edad avanzada (turismo senior) con recursos limitados pero seguros y que realizan los viajes en cualquier época del año, un grupo de jóvenes (15-24 años) que buscan lo inédito y la aventura y que pueden ser la base de un turismo cultural de descubrimiento y participación, un sector de hombres de negocio con recursos elevados para los que hay que elaborar un producto turístico de calidad, una clientela familiar que tiene necesidad de participar en la vida cultural del entorno y posee un radio de acción limitado a unos 100 km, y un grupo de clientes eruditos que viajan solos y buscan personal especializa-

do que le garantice un elevado nivel de calidad, tal y como lo recoge y expone Bote²⁶.

Tratando de las motivaciones otros estudios que se han llevado a cabo entre los practicantes de un turismo cultural²⁷ reconocen un turista de motivación cultural que elige el destino en función de oportunidades culturales, un turista de inspiración cultural que escoge un destino internacional conocido por su patrimonio cultural como un viaje de una vez en la vida y con poca intención de repetir el destino, o un turista atraído por la cultura, en el sentido de toda persona que pasa sus vacaciones en un destino cuya motivación principal no es la cultura pero al que no le importa visitar, puntualmente, un museo, un monumento u otros recursos culturales²⁸.

Se han caracterizado, además, tipologías de turistas culturales, mostrando la presencia de apasionados o especialistas (10-15%) que están muy motivados, viajan sistemáticamente y con regularidad, y generalmente hay una relación entre sus actividades profesionales y sus prácticas turísticas; de los muy motivados (30-40%) que se interesan por el conjunto de la cultural, su motivación principal es la cultural aunque pueden unirse otras motivaciones; y de los turistas ocasionales (45-60%) con un interés por las manifestaciones culturales en general, son una clientela ocasional, curiosa pero irregular, y sus desplazamientos se producen a menos de 50 kilómetros²⁹.

Tanto los perfiles (tipos) como las motivaciones coinciden en la existencia de un grupo minoritario, entre un 5-10% de apasionados por el turismo cultural³⁰, de eruditos, que serían, además, los más interesados, y lo planteamos como hipótesis, por la historia, por el pasado. Coinciden, en efecto, estas percepciones con los resultados obtenidos por Leone *et alii* sobre turismo arqueológico quienes hablan de una masa de curiosos (serían los visitantes de Pompeya, de la Roma arqueológica, o del valle de los Templos en Agrigento, Sicilia); un número de individuos motivados por intereses históricos y culturales; y un número mínimo de estudiosos y apasionados por la arqueología³¹, un 5 % de personas intelectualmente interesadas por la arqueología, por lo antiguo, es el público elitista de la arqueología erudita y científica que viene a coincidir con el turista cultural exigente; a lo que se añadiría un porcentaje importante de público motivado aun sin ser apasionados. El resto serían los inspirados, los curiosos, los paseantes etc.

Es, por lo tanto, el llamado turismo arqueológico el que vuelve a marcar el vínculo entre turismo e Historia, entendiendo que los restos materiales están transmitiendo el pasado y la arqueología es una metodología de trabajo para reconstruir el pasado del hombre³². Sobre él se ha definido un público objetivo, elitista, apasionado, pero conviene, ante todo, precisar qué se entiende por turismo arqueológico y cuando los vestigios arqueológicos significan realmente Historia y pasado. La definición de turismo como todo desplazamiento que supone, al menos, una pernoctación obliga a anali-

zar posibles razones para los viajes vinculados con la arqueología³³. Podría tratarse de desplazamientos para asistir a congresos sobre temática arqueológica, en algunos casos con la asistencia de un gran número de participantes y que se suelen llevar a cabo cerca de yacimientos; otra definición se referiría quizás a la asistencia a festivales de teatro, de música, de danza realizados en yacimientos y monumentos de la Antigüedad o que han sido sacados a la luz siguiendo una metodología como es el caso de los teatros de Mérida, *Segóbriga* (Cuenca), Verona (Italia), aunque su análisis (demanda, oferta) es más propio y representativo de eventos y festivales; es posible también pensar en yacimiento y sus vestigios como herramientas de un desarrollo rural, ya sea por la visita, por la participación en excavaciones arqueológicas, por trabajos de conservación y restauración, como en Mérida en Portugal³⁴, en Alarcos (Ciudad Real)³⁵ o en Aragón con la creación de los Parques Culturales, algunos de claro contenido arqueológico como los relacionados con las pinturas del Arco Rupestre del Mediterráneo (Albarracín, Río Vero, río Martín)³⁶. Nosotros entendemos es último caso cuando turismo arqueológico es todo desplazamiento cuyo objetivo real sea la visita de un yacimiento arqueológico, entendiendo por yacimiento arqueológico o conjunto arqueológico aquellas definiciones que se exponen en las diferentes leyes de Patrimonio Histórico Español y de las Comunidades Autónomas³⁷. Y en ese sentido, habíamos planteado en otros estudios³⁸ la relación de esa motivación arqueológica, por la Prehistoria y la

24. Han sido varios los intentos de proporcionar definiciones de Turismo Cultural: Para la asociación ATLAS (European Association for Tourism and Leisure Education) en un proyecto encargado en el año 91 por la Comisión Europea para realizar una base de datos internacional sobre turismo cultural, la motivación es la principal raíz del turismo cultural: R. Greg: "Cultural tourism in Europe: recent developments", *Actas del Congreso Europeo sobre itinerarios culturales y rutas temática Logroño 20-22 noviembre de 1997*, 1998 p. 10. Y según la Unión Europea, para hablar de turismo cultural hacen falta tres condiciones: un deseo de cultivarse, es decir de conocer y comprender los objetos, las obras y los hombres; la utilización de un recurso que tenga un significado cultural (monumento, obra de arte, espectáculo, intercambio de ideas); la intervención de un intermediario, persona, documento escrito o material audiovisual: V. Bote: "Turismo de ciudad y patrimonio cultural en España: algunas características estructurales desde el punto de vista económico", *Turismo y Municipio. Tercer Seminario: Turismo de ciudad y patrimonio cultural Marbella 5-7 de Mayo de 1997*, mecanografiado, p. 2. Por ello, podemos decir que el turismo cultural es una actividad turística apoyada en unos recursos (base de la actividad turística) que proceden de la cultura en un sentido global, derivado del propio concepto actual de cultura: como un complejo que incluye todas las manifestaciones del hombre como miembro de un grupo social, tanto los modos de comportamiento como los productos de sus actividades, es decir los bienes inmuebles, la cultura popular y participativa es decir fiestas etc, las artes (plásticas y visuales, escénicas, música, literatura y audiovisual) y sectores emergentes como la ciencia y la técnica. En la reciente publicación sobre demanda de turismo cultural en Andalucía, es patente la gran diversidad de actividades comprendidas en este tipo de turismo: compras, senderismo, rutas en bicicleta etc, observación de la naturaleza, visita a parques naturales, asistencia a eventos culturales, visitas a monumentos y a museos, cursos y talleres, otros entretenimientos: *La demanda de Turismo Cultural en Andalucía 2003*, Sevilla, Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, 2004, p. 20. Es decir que existe un componente cultural antropológico (vinculado con la naturaleza en parte) y uno basado en los bienes patrimoniales, que sería el marco genérico para la historia.
25. G. Richards: "Production and consumption of european cultural tourism", *Annals of Tourism Research*, 23, 2, 1996, p. 270.
26. V. Bote: "Turismo de ciudad y patrimonio cultural en España. Algunas características estructurales desde el punto de vista económico", *Turismo urbano y patrimonio cultural: una perspectiva europea*, Sevilla, Patronato Provincial de Turismo, 1998, pp. 37-45.
27. G. Richards: "European Cultural Tourism", *Annals of Tourism Research: Heritage and Tourism*, 23,2, 1996, p. 272.
28. Tinard también, a partir de las motivaciones, propone otra segmentación: los apasionados por la cultura, los nostálgicos del pasado, las personas interesadas por la historia particular de un monumento próximo a su vida o cultura, los amantes de la estética, los curiosos, los paseantes, los "forofos" de las visitas: Y. Tinard: *Turismo. Economía y gestión*, Barcelona, Bosch, 1996, pp. 488-89.
29. X. Greffé: *La gestion du patrimoine culturel*, Paris, 1999, p. 15.

30. G. Richards: "art. cit.", p. 278.

31. M.S. Leone, M. Valentini, R. Mazza: "Il turismo archeologico", *Nono rapporto sul turismo italiano 2000*, Ministero dell'Industria, del commercio e dell'artigianato, Dipartimento del turismo, pp.443-458.

32. La interacción es cada vez más perceptible. La última publicación del monográfico dedicado a Alésia, el gran hábitat de la Edad del Hierro galo, por parte de la prestigiosa revista divulgativa *Dossiers de l'Archeologie*, incluye un capítulo dedicado al Parque Arqueológico: J.-P. Derinck; C. Grapin; P. Mathieu: "Le parc archéologique d'Alésia", *Dossiers de l'Archeologie*, 305, juillet-août 2005, p. 4 ss.

33. M.S. Leone; M. Valentín; R. Mazza: art. cit., pp. 443-458.

34. Incentivando el turismo rural, atrayendo otros sectores como la agricultura tradicional y biológica, y llevando a la práctica los beneficios de un turismo cultural controlado C. Torres: "Proyectos y experiencias. Campo arqueológico de Mértola (Portugal)", *Boletín IPHA*, 2003, p.

35. Juan García, A. de: "Parque arqueológico de Alarcos-Calatrava". Escuela Taller Alarcos (Ciudad Real)", *Boletín del Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico*, 54, julio 2005, pp. 113-115. *Caesar Augusta*", *Boletín del Museo de Zaragoza*; 15, 2001, pp. 105-127.

36. L. Pomed Sánchez: "El patrimonio cultural factor de desarrollo local: los parques culturales" en J. Tudela (ed.): Régimen jurídico de los Recursos Turísticos", Zaragoza, 1999, p. 249 ss.; B. Esteban: "Parques culturales de Aragón: el río Martín", *Boletín Museo de Zaragoza*, 15, 2001, pp. 205-218.

37. Conlleva esta caracterización la diferenciación entre un sitio arqueológico y un monumento, obra de la Antigüedad. Ejemplos serían las murallas romanas de Lugo o el acueducto de Segovia que por sus características externas, su forma de inclusión en los productos turísticos y su difusión se comportan dentro de la actividad turística como monumentos, no siendo indispensable la interpretación pues otros criterios como la grandiosidad o la estética los hacen atractivos y visitables por sí mismos. El sitio arqueológico, en cambio, necesita una labor de comunicación en la que se incorporaría el valor cultural, informativo y estético: A. Melucco Vaccaro; Anna Misiano: "Un passato comune. Come salvare il nostro patrimonio archeologico?", *Archeo*, 11, nov. 2000, p. 92: interpretaciones buscando la estética pueden ser la musealización como lugares de paseo y como jardines.

38. Conferencia: N Morère: "Archaeological Tourism in Spain", en *International Tourism Student Conference: The future of the past. Challenges heritage for tourism*, May 14-18 2003 Porto Carra (Greece), Technological Educational Institution, Thessaloniki, Greece.

Antigüedad, con el Turismo rural³⁹ en un gran número de yacimientos, con el Turismo de Sol y Playa (Ampurias en Girona, *Baelo Claudia* en Cádiz a título de ejemplo) o con el Turismo urbano (la ciudad de Zaragoza⁴⁰ es muy representativa).

Si bien en el turismo arqueológico, el yacimiento como conjunto de vestigios materiales del pasado es el aspecto visible y puede constituir un atractivo por sí mismo como en Pompeya (imagen del lugar, magnitud de los vestigios conservados, conjunto único -junto con Herculano-) y es lo que explicaría el número tan importante de visitantes⁴¹, el yacimiento arqueológico es ante todo la pervivencia de una manifestación del pasado y en él y con él se puede reconstruir el pasado y la Historia. La arqueología y sus elementos materiales, además de un legado del pasado, son lo que trasciende de ellos, es decir la Historia⁴². El indicador más claro y relevante de que el patrimonio arqueológico es ante todo Historia nos lo da la *interpretación*, o más bien la necesidad de la interpretación. Definida ésta como “la reconstrucción del pasado en el presente”, según Nuryanti quien insiste, además, en la complejidad de la interpretación⁴³, se entiende como el arte de revelar “in situ” el significado del legado al público, es decir la necesidad de introducir una comu-

nicación, situando el objeto o el lugar visitado en un marco histórico y humano más comprensible para el visitante⁴⁴. A este respecto existe, sin embargo, un enfoque extremista de la interpretación basándose en criterios de autenticidad que propugna evitar cualquier aproximación comercial que lleve a lo multitudinario y que defiende una simple exposición de los vestigios tras su consolidación (es más bien la ausencia de intervención). Es una visión muy elitista⁴⁵ y de especialistas que hace que el lugar y el recurso histórico apenas sean demandados debido a su escasa comprensibilidad; en efecto, los vestigios arqueológicos en ellos mismos proporcionan muy poca información, excepto para aquel extremadamente erudito que puede por él mismo desentrañar, comprender e interpretar lo visitado. Es lo que tradicionalmente han defendido los arqueólogos e historiadores más puristas, huyendo de la llamada “historia de ciencia ficción”⁴⁶. Esta postura tan extrema “cerraría” el yacimiento al público mayoritario cuya demanda cultural es la que está favoreciendo el surgimiento de nuevos recursos históricos⁴⁷. La visita puede resultar incomprensible sin un proceso de un proceso de comunicación, sin la interpretación⁴⁸. Y de esta manera se convertiría en una atracción para los visitantes⁴⁹. Ahora bien ante la

corriente que define la interpretación como provocación para el visitante, no información ni instrucción, la arqueología y los vestigios del pasado necesitan de la interpretación únicamente para comprender su significado buscando crear una historia científica bien presentada, trabajada y que trascienda a importantes sectores de la población⁵⁰. Es mucho más que lo que afirman algunos investigadores: asegurar una mejora en la calidad turística⁵¹. Permitiría comprender la visita, recolocar en el tiempo y en el espacio lo que se conserva, informar y formar según la demanda y receptividad de los distintos públicos, siempre con el objetivo de presentar unos contenidos científicos y auténticos⁵². Se introducen elementos nuevos en la visita y en el lugar histórico para que sea comprensible (significado, contexto histórico) e identificable. Será frecuente introducir paneles explicativos, montajes audiovisuales, audioguías, guías, recreaciones virtuales, además de señalización, accesos, zonas de aparcamiento. Pero al margen de las técnicas utilizadas que pueden variar mucho en función de las audiencias (dispositivos para provocar emoción o ir más allá de una mera reacción, incitar a la reflexión y a la imaginación⁵³ estimular sensaciones intelectuales, afectivas y estéticas) o del tipo de interpretación que se clasifica en activa, participativa y entretenida, la interpretación es comunicación, transmisión de conocimientos (adaptándose a los conocimientos de la gente y a la identidad local) y es una intervención indispensable para la comprensión y valoración del yacimiento como recurso histórico.

De esta manera, la no interpretación, esta ausencia de comunicación restaría atracción a los restos materiales, al legado histórico, y la pérdida de su atracción es la pérdida de su carácter de recurso, entendiendo que el recurso se define por su capacidad para atraer turistas, para motivar

desplazamientos. El yacimiento, el Legado histórico en general sólo conservaría su calificativo de legado (de patrimonio) y no de recurso turístico de carácter histórico. Esta aseveración matiza la diferenciación tradicional entre recurso y producto turísticos. Habitualmente, un recurso se ha identificado con un lugar, natural o cultural, con capacidad para atraer turistas, sobre él que se crea una intervención mediante una serie de servicios que lo convierten en producto y, por lo tanto, entra en el mercado⁵⁴. Varios años de observación y experiencia en yacimientos arqueológicos como recursos turísticos nos han llevado a la conclusión de que los vestigios materiales del pasado arqueológicos son, en ellos mismos y salvo para un muy escaso público, poco atractivos al resultar de difícil comprensión (antigüedad, significado, valor científico etc) y, únicamente cuando se ha realizado un proceso de intervención comunicativa (desde lo más directo como paneles explicativos presencia de guías, audioguías, itinerarios, hasta formas más complejas de comunicación) el lugar arqueológico se convierte en un recurso turístico al ser atractivo y visitado de manera cuantitativamente más importante; en paralelo con su una revalorización cualitativa). Es entonces, cuando adquiere realmente su significado histórico y se le puede considerar un recurso histórico para el turismo⁵⁵.

El debate entre interpretación, no interpretación, bien histórico en sí, recurso turístico de carácter histórico entronca también con los grandes debates actuales sobre recursos turísticos y la diferenciación que se está estableciendo desde una perspectiva turística entre *Heritage* y *History*, entendiendo algunos investigadores que el *Heritage* se ubicaría dentro de la actividad turística y de ocio y sería un recurso, una forma de producción, frente a una *History*, se entiende más eli-

39. Entre muchos ejemplos, el caso del yacimiento de Numancia (Soria): A. Jimeno Martínez: “Arqueología y ocio cultural”, en Arqueoweb, abril 2001: www.ucm.es/info/arqueoweb. Por su repercusión en la política turística de la Comunidad Autónoma citemos el yacimiento de Azaila (Teruel): A.J. Lacosta Aragüés: “Aragón”, *La actividad turística española en 2002*, AECIT, 2003, p. 152; Las Eretas (Navarra): P. Soret Lafraja: “Navarra”, *La actividad turística española en 2002*, AECIT, 2003, p. 330.
40. B. Cerdán Laceras; M. Belmonte Arbués; A. Ara Fernández: “Museos del Foro, de las Termas Públicas y del Puerto fluvial de Caesaraugusta”, *Boletín del Museo de Zaragoza*; 15, 2001, pp. 105-127.
41. 2 255 365 visitantes en Pompeya en el año 2002: C. Varga: “Pompéi en péril”, *Cahiers Espaces, Tourisme et Loisirs*, 210, décembre, 2003, p. 47.
42. M. González Méndez: “El vestigio como atracción del turismo, la interpretación como atracción del vestigio”, *Anales de Prehistoria y Arqueología*, 1997-98, 13-14, pp. 289-299.
43. W. Nuryanti: “Heritage and postmodern tourism”, *Annals of Tourism Research*, 23, 2, 1996, p. 250 y p. 253.
44. Ch. Carrier: “Teoría y práctica de la interpretación”, *BoletínPHA*, 1998, 25, pp. 140-146; J. Morales Miranda: “La interpretación del patrimonio natural y cultural: todo un camino por recorrer”, *BoletínPHA*, 25, 1998, pp. 150-157; R.Sivan: “Dialogar con el pasado. Comunicar con el legado”, *BoletínPHA*, 25, 1998, pp. 148-49.
45. Y. Tinard: *op. cit.*, p. 488.
46. M. Liverani: “Ancient Near Eastern History from eurocentrism to an “open” world”, *Isimu*, 2, 1999, p. 9.
47. En algún momento, en lugares frágiles se la puede considerar, como una intervención para controlar o reducir el número de visitantes ante ciertas sobrecargas.
48. Entre los cada vez más numerosos trabajos de presentación-interpretación en España podemos destacar: - Señalización (Mesa de Miranda en Chamartín de la Sierra, Castro de Tecla (Pontevedra), Puig Castellet (Girona)); - Reconstrucciones parciales: Toixoneros (Calafell - Tarragona-), La Alcudia (Elche), Numancia (Soria); - Itinerarios: rutas de los Dinosaurios (Soria), rutas de los Dólmenes (Huelva, Extremadura, Euskadi); - Servicios guiados: Atapuerca (Burgos), Azaila (Teruel); - Gastronomía: Almedinilla (Córdoba), Tarragona; - Aulas arqueológicas es decir centros de interpretación para la divulgación: Roa (Burgos), Las Médulas (León), Pisoraca (Palencia); - Nuevas tecnologías: Pompeya, Zaragoza (Caesaraugusta); - Festivales: Mérida, Segóbriga (Cuenca); - Intervenciones teatrales: Villa del Munts (Tarragona); - Centros de interpretación: Cancho Roano (Zalamea de la Serena, Badajoz), Cultura dolménica en Zalamea La Real (Huelva); - visita como paseo arqueológico (historia y entorno, jardines): Ampurias, Ullastret (Girona).
49. Al valor histórico de los vestigios, habría que añadir como atractivo la emoción del descubrimiento (la excavación); la actualidad de un descubrimiento en una sociedad mediática donde no son los libros los que informan sino la prensa y la televisión, al ser los que marcan las sensibilidades y determinan los centros de interés; cargas simbólicas: “genios loci” de un sitio (amanecer o anochecer en ruinas grandiosas); sentimientos extratemporales (pisar el suelo, el territorio donde anduvieron ancestros); intimidad proximidad (vida cotidiana: joyas); y anécdotas.

50. Están apareciendo en estos últimos años numerosos trabajos y guías arqueológicas con todo un bagaje bibliográfico, fuentes, etc que todo trabajo científico requiere.

51. G. Moscardo: Mindful Visitors. Heritage and tourism”, *Annals of tourism research*, 23, 2, 1996, p. 378.
52. F. Tilden: *Interpreting our heritage*, California University Press, 1977, p. 9 ss.
53. Ch. Carrier: “Teoría y prácticas de la interpretación” *IPHA*, 25, 1998, pp. 140-146; M. González Méndez: “El vestigio como atracción del turismo, la interpretación como atracción del vestigio”, *Anales de Prehistoria y Arqueología*, 13-14, 1997-98, pp. 295-97.
54. Es lo que nos ha permitido diferenciar un bien cultural, patrimonio-legado, de un recurso turístico histórico. Hay pues una diferencia con la tradicional diferencia entre Recurso y Producto donde el Recurso o Atracción añadiéndole infraestructuras, servicios, actividades, imágenes se convierte en Producto: World Tourism Organisation: *Development and commercialisation of Tourist Product. Manual for entrepreneurs, small business managers, principal officers and tourism administrations*, Madrid, 1997; D. Herbert: “Literary places, Tourism and Heritage experience”, *Annals of Tourism Research*, 28, 2, 2001, pp. 317-318.
55. En el Proyecto HIRYT, se han considerado recursos turísticos históricos sólo aquéllos que están reflejados en documentos oficiales editados por organismos públicos turísticos, es decir páginas webs y folletos: trabajo en curso; y no todos los bienes históricos que únicamente se entiende por su potencialidad en ser recursos turísticos. El valor pedagógico del yacimiento para aprender Historia se ha planteado en algunos foros: S. Castillo i Garcia; M. Surinyac i Vicente: “El jaciment del Pla de Can caballeria o l’arqueologia com a pretext per aprendre història (una experiència amb alumnes de secundària)”, *Actes II Jornades d’ Arqueologia i Pedagogia* (Barcelona 3-4 des. 1996), Barcelona, 1998, p. 127 ss.

tista y cuya motivación última es el aprendizaje, el conocimiento⁵⁶. Otros autores han intentado establecer distinciones dentro de todos los recursos patrimoniales o históricos (*Heritage*) con una serie de criterios como los objetivos de la presentación realizada, los valores del recurso, los campos profesionales considerados en dichos recursos. De esta manera, obtendríamos unas atracciones basadas en la educación y la Historia donde se aplicaría la interpretación y a la que estarían dedicados conservadores y gestores culturales y otras dedicadas al entretenimiento cultural, cuyas prioridades serían el marketing y el mercado, estando en manos de profesionales de la industria turística⁵⁷. Se han establecido otras diferenciaciones entre *Heritage tourism*, *Cultural tourism*, *Creative tourism* en función del periodo tratado (pasado-presente), el tipo de cultura y la forma de consumo (productos, procesos, experiencias), o bien diferenciando funciones en los recursos: de educación versus entretenimiento y el periodo (pasado o presente): las que se refieren al pasado con un componente educativo se denominarían *Heritage Attractions*⁵⁸. Toda una serie de matizaciones dentro de cuyos debates estaría la delimitación precisa de los recursos históricos.

Lo expuesto anteriormente deja patente la necesidad de definir y caracterizar los recursos turísticos o atractivos para poder responder a las expectativas de los visitantes durante su tiempo libre⁵⁹. Para nosotros, la diferencia estriba en esta fase de nuestra investigación y para conocer el valor de la Historia en relación con el Turismo en la interpretación o comunicación para el público del significado del yacimiento. Sin embargo, recalquemos la necesidad de un valor científico en la intervención que se realice, la autenticidad y seriedad de los trabajos, la apli-

cación de importantes estudios sobre comportamiento de los visitantes en lugares patrimoniales⁶⁰ y sobre las motivaciones y expectativas de los visitantes para evitar esa historia de ciencia ficción que denunciaba Liverani y que ha levantado a un grupo de escépticos entre los historiadores contra las interpretaciones⁶¹.

Si bien desde la actividad turística, la Historia se está creando su propio espacio (demanda de turismo cultural, oferta a través de la interpretación de lugares y territorios históricos), desde la sociedad hallamos una línea convergente en ese nuevo interés, en un contexto de socialización de la cultura tan característico de finales del siglo XX y principios del XXI. El hombre se interesa cada vez más por su pasado, se sienta atraído por la historia, quizás como origen del desarrollo de una memoria colectiva para hallar a través de ella la justificación y explicación del propio ser y del destino. Y de esta manera busca el hombre una información, una formación, una comprensión, unas vivencias y una comunicación con su pasado y su propio origen. La historia puede ejercer en nosotros una fascinación indiscutible semejante a la de nuestra infancia, algo así como nuestra biografía. Esta conjunción de la historia con lo social no se refiere únicamente a los periodos más próximos a nosotros o con interrogantes sociales y/o políticos, sino que los momentos antiguos también entran en esta demanda, demanda acrecentada, a su vez, por un nivel superior de instrucción, por el desarrollo de los estudios secundarios y universitarios. La historia ya no concierne sólo al historiador profesional o a los estudiantes como asignatura, sino también al gran público que se quiere acercar a ella, llegando incluso a ser protagonista. El éxito de algunas exposiciones sobre nuestro pasado⁶², aunque muy mediatizadas, está

indicando que la historia no se considera solamente como un conocimiento que se adquiere en las aulas, sino, también o aun más, durante el tiempo libre y de manera más lúdica. La proliferación de novelas históricas en librerías y tiendas dedicadas al gran público sobre cualquier periodo histórico, incide aun más en ello⁶³.

Pero este papel social de la Historia es perceptible también en el enfoque del Patrimonio histórico y su valoración, como se desprende de las actuaciones legislativas e iniciativas en torno a él. Existe una idea de un patrimonio material basado en la monumentalidad de los vestigios, en la riqueza externa, visión decimonónica que ha continuado hasta prácticamente las Leyes vigentes de patrimonio (LPH85 y Leyes autonómicas). Sin embargo, frente al protagonista anterior que era lo material, los vestigios históricos y artísticos⁶⁴, ahora el nuevo centro es el hombre y el pasado⁶⁵, y surge el patrimonio intangible como valor a ser protegido y desarrollado: los trabajos del ICOMOS con la creación de las rutas históricas y la declaración de Lugares de Batalla como bienes de interés cultural⁶⁶ son algunos ejemplos de esta evolución⁶⁷. Coincide con la apertura de la historia al territorio, al entorno⁶⁸. El territorio, escenario del pasado, será como recurso turístico escenario de

la actividad humana presente, de la actividad turística y de nuestra historia contemporánea⁶⁹.

Si desde la sociedad así es la realidad con respecto a este campo como es la Historia, cabe preguntarse qué respuesta se está proporcionando desde la formación, la enseñanza, y desde el propio sector turístico. En primer lugar analizaremos el papel de la Historia en la formación turística actual (Planes de estudios vigentes) y en las propuestas publicadas en la actualidad para llevar a cabo la Convergencia europea del 2010. Por otra parte, estudiaremos la información aparecida en las páginas webs oficiales de las Comunidades Autónomas respecto a la Historia: como recurso turístico y como marca o como elemento de posicionamiento de las propias regiones.

Según los planes actuales de estudio⁷⁰, las asignaturas vinculadas a la Historia se pueden clasificar en 5 grandes grupos: Historia General, Historia Regional o de la Comunidad Autónoma, Arqueología, Viajes (puede ser historia o literatura), Historia del Turismo, conforme al cuadro de la página siguiente.

Se puede apreciar cómo no son muy numerosas las universidades que, al impartir la Diplomatura de Turismo, han introducido asignaturas de Historia, únicamente las incluidas más arriba⁷¹. 4

56. J. Robb: "Tourism and Legends: archaeology of heritage", *Annals of Tourism Research*, 25, 3, 1998, p. 580.

57. M. Jansen-Verbeke; E. Lievois: "Analysing heritage resources for tourism urban in European Cities" en D.G. Pearce; R.W. Butler (eds.): *Comparatory issues in tourism development*, London and New York, Routledge, 1999.

58. G. Richards: *Cultural attractions and European tourism*, Cabi, 2001, p. 24 ss; p. 65 ss. Este último calificativo de *Heritage Attraction* es, sin embargo, contradictorio con la diferenciación antes señalada entre *Heritage* y *History*, donde *History* englobaría el recurso realmente histórico con fines educativos.

59. Hay una gran confusión todavía en el debate, objetivos de los recursos por definir y la necesidad de nueva terminología normalizada. Estamos ya muy lejos de las tipologías y clasificaciones tradicionales como la de la Organización de Estados Americanos con un gran conjunto denominado "Museos y manifestaciones culturales" donde se integrarían los lugares históricos y las ruinas y lugares arqueológicos; o de la Organización Mundial del Turismo distingue entre "Recursos arqueológicos, históricos, culturales". Muchos otros criterios deberían ser considerados.

60. Por ejemplo: G. Moscardo: *art. cit.*, p. 383.

61. En un principio la falta de interés de los arqueólogos por socializar el espacio científico pudo abrir la entrada a nuevos profesionales como consultores y gestores creando anacronismos, pastiches, eclecticismos. Actualmente, los arqueólogos e historiadores se han incorporado a estas funciones; desde las administraciones se están criterios a la hora de poner en valor para la sociedad y el turismo un yacimiento (importancia física de los vestigios, especificidad e interés científico en el caso de la Generalitat de Cataluña).

62. En la actualidad podemos hablar de varios proyectos sobre el pasado: Atapuerca (Burgos) con un proyecto de Parque Arqueológico, de un Museo; la Neocueva de Altamira en Santillana del Mar.

63. Han surgido voces discrepantes: la historia se ha vuelto fácil, se la divulga por televisión, mediante espectáculos de luz y sonido, se la está deformando. Se da prioridad al relato (más cómodo), a la anécdota (sin verificar) frente a la explicación histórica. No aparecen notas ni bibliografía ni control de fuentes. Es, dicen, la banalización de la historia. Algunos historiadores son los enemigos de la divulgación, se les considera enemigos de la historia, la cual en una tendencia imparable se está socializando y abriendo al gran público: Ch. Charle: "Etre historien en France: une nouvelle profession?", *L'Histoire et le métier d'historien en France 1945-95*, Paris, CNRS, 1996, p. 43.

64. Tarea de los arqueólogos que fueron los que empezaron a ocuparse de la musealización de los yacimientos arqueológicos.

65. Nueva tarea de los historiadores. No sólo la de "construir" la historia sino la de transmitirla, comunicarla.

66. M.G. López Payer; M^a D. Rosado Llamas; M. Son Lerma; J.M. Gallardo Fuentes; R. Villegas: "Prospecciones arqueológicas superficiales en la zona de desarrollo de la Batalla de las Navas de Tolosa (Santa Elena, Jaén)", *Anuario Arqueológico de Andalucía*, 1999, t. II, pp. 176-182; Batalla de Somosierra: resolución 19 de febrero de 2002 (BOCM 11 de marzo de 2002) incoación de expediente a favor del Campo de Batalla de Somosierra 30-XI-1808 como BIC, sitio histórico.

67. Folletos turísticos del "Parco Archaeologico di Cannedella Battaglia- Barletta": *Archaeoclub d'Italia: Barletta. Canne della Battaglia*, ed. Rotas, 1997; ICOMOS: *El Patrimonio Intangible y otros aspectos relativos a los itinerarios culturales*, Congreso Internacional del Comité Internacional de Itinerarios Culturales (CIIC), Pamplona (Navarra) 20-24 junio de 2001, Pamplona, 2002, p. 529 ss.

68. Estudio del vínculo de la arqueología con el territorio en: I. Rodríguez Temido: "Nuevas perspectivas en la protección del patrimonio arqueológico en el medio rural", *Complutum* 9, 1998, pp. 293-310.

69. Preocupación por el espacio entre los historiadores: C.F.S. Cardoso: *Introducción al trabajo de la investigación histórica*, Barcelona, 1985, pp. 124-125: Escuela de los Anales.

70. Universidad de Alicante: Patrimonio arqueológico y Turismo (4,5 cr.) y Historia del Turismo (4,5 cr.): optativas; Universidad Carlos III de Madrid: obligatoria: Historia, civilización y cultura (6 cr.), Literatura de Viajes (6 cr.): op.; Universidad de Extremadura: obligatoria: Historia de España (4,5 cr.); Universidad de Girona: Literatura y Viajes (4,5 cr.), optativa; Universidad de Huelva: Patrimonio histórico-arqueológico andaluz (4,5 cr.); Universidad de las Islas Baleares: opt. Historia de las Islas Baleares (6 cr.); Universidad de La Laguna: opt. Mundo contemporáneo (6 cr.); Universidad de Las Palmas de Gran Canaria: opt. Historia de Canarias (4,5 cr.); Universidad de Málaga: Historia del Turismo (4,5 cr.) y Monumentos arqueológicos de interés turísticos (4,5 cr.); Pompeu Fabra (E.U. El Maresme, centro adscrito): Historia del turismo (4,5 cr.), opt.; Universidad de Salamanca (Avila): Historia de España (4,5 cr.) y Patrimonio arqueológico, etnográfico y museístico (4,5 cr.); Universidad Autónoma de Barcelona (E. Universitaria de Turismo adscrita): - Historia del Turismo (4,5 cr.). Obligatoria; Universidad Autónoma de Madrid: CM. Patrimonio Histórico y Arqueológico (6 cr.) opt.; Universidad Central de Barcelona (Centro adscrito CETT): Historia del turismo (6 cr.); Universidad Complutense (Centro de Estudios Superiores Felipe II): buscar; Universidad Rey Juan Carlos: Obligatoria: - Viajes y desplazamientos en la Antigüedad. Origen del Turismo (6 cr.); Turismo e Historia de las Civilizaciones (4,5 cr.).

71. El enfoque empresarial es el más difundido y más raramente la óptica de geografía y territorio.

	Historia General	Historia regional	Arqueología	Viajes	Historia del turismo
Alicante			optativa		optativa
Carlos III	obligatoria			optativa	
Extremadura	obligatoria				
Girona				optativa	
Huelva			optativa		
Islas Baleares		optativa			
La Laguna	optativa				
Las Palmas		optativa			
Málaga			optativa		optativa
Pompeu Fabra					optativa
Salamanca			optativa		optativa
Barcelona Aut.					obligatoria
Madrid Autónoma			optativa		
Barcelona Cent.					optativa
URJC	optativa			obligatoria	

universidades solamente han creado una asignatura obligatoria de Historia sobre un total de más de 50 Centros universitarios y predomina la optatividad ampliamente en la impartición de estos contenidos. En 5 universidades se pueden cursar dos asignaturas, con no más de 10, 5 créditos frente a estudios de Diplomatura de unos 200 créditos. Y dentro de estos enfoques, una manera de incorporar la enseñanza de la historia ha sido en forma de Historia del Turismo; escogiendo las comunidades autónomas insulares Historias regionales; la Historia del Turismo (6 centros) y el Patrimonio arqueológico (5 centros) están representados mayoritariamente. Por otra parte, el estudio de los Viajes puede presentar un enfoque histórico (URJC) o enfoque literario (Carlos III). De todo ello, se deduce una importancia mínima de los estudios de Historia, dependiendo en gran medida del diseño del estudiante, al tratarse de asignaturas optativas en gran medida⁷².

La Historia también está presente en los estudios llevados a cabo previos a la Convergencia europea y publicados en forma de Libros Blancos. Los Planes de Estudio de la Diplomatura de Turismo actualmente vigentes verán su final con la implantación de los nuevos estudios. El Libro Blanco del Turismo es la fuente más próxima y el

documento de trabajo que sintetiza los objetivos profesionales y las enseñanzas donde se imparten los estudios de Turismo, durante estos meses previos al catálogo de títulos que presentará el Ministerio y posteriormente hasta la puesta en marcha del nuevo título.

La Historia se halla allí explicitada de la siguiente manera⁷³:

Por *Perfiles Profesionales* a los cuales se pueden dirigir los estudiantes de Turismo, se enumeran el de Técnico Asesor de Gestión de Patrimonio Cultural, el Guía, el de Guía Intérprete, el de Guía especializado, el de Director de Oficina de Turismo e Informador (Planificación y Gestión Pública de destinos) y el de Profesor e investigador (Formación, Investigación y Consultoría)⁷⁴.

Por *tipos de empresas* donde se pueden emplear los Diplomados se especifican las de Turismo Cultural⁷⁵: Museos, Yacimientos Arqueológicos, Centros Culturales, Espectáculos y Bienes Patrimonio Cultural⁷⁶.

Por *Ámbitos de conocimiento*, entendiéndose por ello áreas de conocimiento agrupadas en función de enfoques relacionados con el turismo. A la Historia le corresponde el Grupo AmC5 en relación con una visión humanística del turismo⁷⁷. El Grupo AmC5 se presenta, por otra parte, como primor-

dial para los “Recursos y Productos Turísticos”, básico para los “Fundamentos y Dimensiones del Turismo” y opcional para “Destinos turísticos” y para “Lenguas extranjeras aplicadas al turismo”⁷⁸.

El estudio pone, en efecto de relevancia, una cierta valoración de las Ciencias del Hombre (no hay diferenciaciones entre la Historia con Historia del Arte u otras asignaturas humanísticas) apareciendo el área humanística como básica en relación únicamente con el área de Recursos y Productos⁷⁹.

Un análisis inverso, el del Libro Blanco de Historia, permite averiguar la adaptación desde la otra perspectiva: la imbricación de la Historia a los campos turísticos: recursos, difusión y comunicación. En el análisis de las Inserciones laborales⁸⁰ a partir de los Licenciados actuales en Historia, sobre una muestra que afectaba a estudiantes que terminaron entre 97/98 y 2002/2003, se determinó que entre el 35, 04% de los licenciados que se insertaron laboralmente en un campo vinculado con la Historia, el 2, 80% lo hacía en la Gestión de Patrimonio Cultural y un 0, 57% en Asesoramiento Cultural. A estos porcentajes se podrían añadir los que dedican a estudios arqueológicos, un 5, 45% puesto que su conversión en recursos turísticos visitables es una opción; y los que se dedican al campo de Administraciones Públicas (5, 57%) donde el área de Cultura y el de Turismo pueden estar unidos en los mismos departamentos, Consejerías o Concejalías. Si calculamos como 100 el número de egresados trabajando, la enseñanza representaría un 27,29%, la arqueología un 18, 56%, la investigación un 15,77%, la Gestión del patrimonio histórico y cultural un 9, 84%, las Administraciones Públicas un 3, 69% y el Asesoramiento Cultural un 1, 78%, ocupando pues la Gestión del Patrimonio un quinto lugar⁸¹. Y entre las competencias específicas disciplinares y profesionales, es donde la historia aparece en 10 de 13 competencias⁸² especialmen-

te relevantes para la Gestión del Patrimonio Cultural, mientras que el conocimiento de la estructura diacrónica general del pasado se considera la competencia específica mejor valorada⁸³ en dicho campo del patrimonio cultural.

Es previsible prever, a partir de estos datos y si dentro de los estudios de Turismo se sigue impartiendo un número bajo de créditos de Historia (aun incluyendo todos los créditos de asignaturas humanísticas⁸⁴) la paulatina incorporación de estudiantes procedentes de otros campos y de otros estudios humanísticos, allí donde se requieran grandes conocedores y especialistas en estas materias, ahora que los recursos, su conservación y su gestión se están sabiendo crear su espacio dentro del turismo, o bien puede ocurrir algo similar a lo que hemos detectado en el Reino Unido con la diferenciación entre *history* (para un tipo de especialistas más estrictos y eruditos, con unos objetivos concretos) y *heritage*⁸⁵ para un público más amplio y generalista. Más una cierta diferenciación puede empezar a dibujarse dentro de estos recursos vinculados con el hombre.

Pero junto a la formación, es muy significativo para el conocimiento del enfoque histórico, la información proporcionada por las Comunidades Autónomas y cabe preguntarse qué importancia dan las administraciones públicas a la Historia dentro de los destinos turísticos (recursos, posicionamiento) y qué transmite una web sobre contenidos históricos para lectores y navegantes. La web y los documentos escritos turísticos son los principales vehículos de difusión de un destino. Se trata pues de analizar las páginas oficiales, tanto para valorar la información histórico-arqueológica de cada comunidad como para ver si los recursos histórico-arqueológicos forman parte de la imagen de la comunidad autónoma, algo así como si la Historia fuera una marca en relación con el Turismo Cultural. En efecto, la página web atiende a una doble funcionalidad: página informativa

72. Algo menos negativo es el análisis de las Humanidades en relación con los planes de estudio de Turismo que también hemos llevado a cabo, pues se incluyen asignaturas como Historia del Arte, que es troncal. Sin embargo, el objetivo del presente trabajo es el de analizar únicamente la historia como disciplina y, por eso obtenemos estos resultados tan reducidos.

73. En la fuente utilizada, el Libro Blanco del Turismo, no se diferencian las Historias de la Historia del Arte.

74. Título de Grado: *Título de Grado en Turismo*, Agencia nacional de la Calidad y Acreditación, Madrid, 2004, p. 97. Los otros grupos considerados son: Alojamiento, Restauración, Intermediación, Transporte y Logística.

75. M. E. André Romero: “Cataluña”, *La Actividad turística en Cataluña en 2003*, Aecit, 2004, p. 352.

76. *Título de Grado en Turismo*, p. 109.

77. Título de Grado en Turismo: *op. cit.*, p. 193.

78. Título de Grado en Turismo: *op. cit.*, pp. 199-205.

79. Ver supra, nota 36.

80. Título de Grado: *Título de Grado en Historia*, Agencia nacional de la Calidad y Acreditación, Madrid, 2004, p. 49 ss.

81. Título de Grado en Historia: *op. cit.*, p. 78.

82. Título de Grado en Historia: *op. cit.*, p. 90.

83. Título de Grado en Historia: *op. cit.*, p. 107.

84. El porcentaje aumenta si, en vez de considerar únicamente asignaturas de Historia, se computara todas las asignaturas de carácter humanístico, entre las que podemos considerar el Patrimonio Cultural, asignatura troncal. Un estudio inédito hasta ahora que hemos llevado a cabo para la Universidad Rey Juan Carlos revela que formando su propio itinerario (troncales, obligatorias y todas las asignaturas optativas posibles), el estudiante puede llegar a cursar más de 50 créditos de asignaturas humanísticas en la Universidad Carlos III, la Universidad Ramón Llull (ESADE), en la Universidad de Salamanca (Avila) y la Universidad Rey Juan Carlos; los mínimos lo marcan la Universidad Pompeu Fabra (19,5 créditos); y menos de 30 créditos en las universidades de Alcalá de Henares, Almería, Deusto, Las Palmas, Murcia (Centro adscrito), Oviedo, CEES.

85. Ver supra, en relación con la investigación planteada sobre los recursos turísticos.

y/o un vehículo de venta (marketing-comunicación). Uno de los principales objetivos de la página web dedicadas al turismo es, por lo tanto, facilitar la información idónea para los potenciales visitantes; ésta debe responder a las expectativas de los visitantes (a quienes va dirigida) proporcionando lo que se quiere valorar y comunicar de un destino. El otro aspecto es Internet utilizado como herramienta de marketing para las organizaciones públicas⁸⁶ y teniendo un papel en el proceso de decisión de compra de un producto turístico⁸⁷. Ya se han llevado a cabo estudios a partir de las webs de las Comunidades Autónomas pero se han realizado con objetivos muy generales (página principal, contenidos informativos, intermediación y buscadores)⁸⁸ y estos estudios no son aplicables a nuestro caso: aparecen en las variables utilizadas únicamente una vez la variable de Historia sobre un total de 21 variables⁸⁹, y en los estudios de las páginas de los Ayuntamientos, entre 21 variables no está recogida la Historia⁹⁰.

Hemos analizado las páginas webs oficiales de las Comunidades Autónomas, además de la de Turespaña, recogidas todas ellas como enlaces desde la página estatal. Aun cuando en algunas Comunidades las Diputaciones o los Cabildos juegan un papel muy importante en la información y difusión⁹¹, formarán parte de sucesivos análisis, así como el de las páginas de los Ayuntamientos que plantean, en relación con los recursos históricos y con la Historia, problemáticas diferentes como hemos podido ir apreciando en nuestras investigaciones.

En un primer análisis hemos considerado únicamente la página principal y una serie de indicadores que reflejarían un acercamiento a la Cultura y a la Historia. Hemos definido así si aparece explícitamente indicado:

- Historia: al ser la base de nuestra investigación.
- Arqueología o yacimiento específico: como vestigios de la Historia
- Rutas como forma genérica de organizar una visita
- Cultura: vocablo más amplio donde se integraría actualmente la Historia.
- Rutas culturales: tematización de las rutas; acercamiento a la Cultura y presumiblemente a la Historia.
- Turismo cultural: forma de turismo alternativo que podría integrar la Historia
- Patrimonio: es el término más difundido para referirse a los restos materiales del pasado, o a contemporáneos.
- Monumentos: Visión más tradicional de aludir al pasado y también al arte. Alude
- Patrimonio de la Humanidad: Alude a bienes históricos que han sido clasificados de esta manera por la UNESCO, por unos valores específicos.
- Otros: Mencionado sólo cuando es de carácter cultural
- Callejero-Municipio-buscador etc; acceso genérico a los recursos de un destino

86. M. Castellort: "Internet as a destination marketing tool: a case study (Spanish National Tourism organisation), *ICT Tourism 2000*, p. 3 ss.

87. J. Traversa Cortés; J.M. Berbel Pineda: "Análisis de la gestión de la información turística a través de las páginas web, como ventaja competitiva para las provincias españolas", *Turismo 2000*, pp.214-215.

88. P. Díaz Luque *et alii*: "Promoción turística de la Comunidades Autónomas en Internet", *V Congreso nacional de Turismo y Tecnologías de la Información y de la Comunicación*, Málaga, Universidad, 2004, pp. 35-51.

89. P. Díaz Luque *et alii*: *art. cit.*, p. 44.

90. J. Traversa Cortés; J.M. Berbel Pineda: *art. cit.*, p. 221.

91. Se completará en futuros trabajos que incorporarán, además, las páginas de los Ayuntamientos que no hemos incluido aquí al ser muy distintas en los planteamientos, en los recursos enumerados, a las páginas de las Comunidades Autónomas.

COM.AUT	WEB	Historia	Arq.	Rut.	R.c.	T/cult.	Cul	Patri	Mo	PH	OT	MUNICIPIO
Andalucía	www.andalucia.org	X		X							X	callejero
Aragón	www.turismoaragon.com	X		X			X				X	PRINCIPAL
Asturias	www.infoasturias.com			X			X				X	concejos
Baleares	www.illesbalears.es; visitbalears.com	X					X					MAPAS
Canarias	www.canarias-saturno.com; www.canarias							X				MAPA
Cantabria	www.turismo.cantabria.org	X		X			X	X			X	Conoce
Castilla la Mancha	Castillalamancha.es/cimturificio2			X					X		X	
Castilla León	www.turismocastillayleon.com		X	X			X		X		X	BUSCADOR
Cataluña	www.turismocatalunya.com			X			X		X			BUSCADOR
Ceuta	www.ciceuta.e	X										
Ceuta	www.turiceuta.es						X					
Euskadi	Esuskadi.net/turismo/sit_c.htm			X			X					MAPA
Extremadura	Turismoextremadura.com			X								No te lo
Galicia	www.turgalicia.es							X				Buscador por recursos
Madrid	www.madrid.org/turismo			X								
Meilla	www.melliaturismo.com									X		MAPA
Murcia	www.murcia-turismo.com			X			X	X		X	X	callejero
Navarra	cfnavarra.es/turismonavarra						X			X		
La Rioja	www.lariojaturismo.com						X					
C.Valenciana	www.comunidad-valenciana.com			X			X					BUSCADOR
ESPAÑA	www.info.spain/tourspain/language.es			X			X					PRINCIPAL

De este primer análisis, el de la página principal, podemos deducir cuáles son las comunidades autónomas que parecen dar más relevancia a todos los aspectos culturales, humanísticos y específicamente a la Historia: a partir de 4 indicadores son páginas muy completas y muy representativas desde esos puntos de vista.

res y Castilla y León con 8. Por otra parte, dos grandes destinos de Sol y Playa como Andalucía y Murcia, junto con Baleares, presentan a su vez páginas con más de 4 indicadores; esto puede explicarse por una diversificación de la oferta (creación de una nueva oferta en el caso de Murcia), la gran variedad de recursos del desti-

1 indicador ⁹² :	Canarias Ceuta Comunidad Valenciana Extremadura Galicia Madrid Melilla
2 indicadores	Baleares Euskadi Navarra La Rioja Turespaña
3 indicadores	Asturias Castilla la Mancha Cataluña
4 indicadores	Andalucía Aragón Murcia
Más de 4 indicadores	Cantabria Castilla y León

Las comunidades autónomas con más de 4 indicadores coinciden con aquellas comunidades que incluyen la Arqueología o Historia en la página (con la excepción de las Islas Baleares que tiene sólo 2 indicadores); son Andalucía, Aragón, Baleares (2), Cantabria, Castilla y León y Ceuta⁹³. La única excepción es, pues, Baleares. Pero en este caso, el segundo análisis confirmará el peso de la Historia y su valorización para el turismo, aun cuando cuantitativamente ofrezca pocos indicadores (tiene, sin embargo, uno muy relevante: la Historia). De entre estos territorios, dos comunidades presentan una gran cifra de indicadores. Son páginas muy completas: Cantabria con 6 indicado-

no, muchos de ellos legado del pasado. Dos grandes destinos de interior, además, como Aragón y Castilla y León parecen apostar por la Historia y áreas afines, mientras que Cantabria, destino tradicional de vacaciones estivales aunque no masificado se afianza con un nuevo nicho de mercado, lo cultural e histórico como contraposición a una posible adversidad climatológica.

Este primer análisis, basado en unos indicadores y su valoración cuantitativa se completa, a continuación, con un segundo análisis cualitativo. Se han considerado para ello todas las páginas de una web, viendo de qué manera están presentes los recursos históricos y la Historia, abriendo hasta 3 páginas, además de

la portada⁹⁴. Cuatro han sido los criterios de comparación que hemos seleccionado: la forma de acceder a los recursos históricos (cuando hay una o varias), las características de la información y/o venta, la alusión a la Historia o a periodos históricos, la información arqueológica, las particularidades o especificidades de algunas webs sobre el tema en cuestión de la Historia.

En cuanto al primer punto, al acceso a los recursos históricos, éste ha resultado realizarse lo más habitualmente a través de Rutas (Andalucía, Cantabria -parcialmente-, Castilla la Mancha, Castilla y León, Cataluña, Euskadi, Extremadura y Murcia y a partir de Cultura⁹⁵ (Turespaña, Asturias, Baleares, Cantabria, Castilla y León -Turismo cultural-, Ceuta⁹⁶, Murcia, Navarra y La Rioja; en alguno casos se han introducido frases como Qué visitar/ Qué se puede hacer/ Qué ver (Andalucía, Cantabria -No te pierdas- Cataluña, Galicia) o Conocer (Aragón, Castilla la Mancha -información y enlace con la página de Cultura- y Murcia). En menor medida se accede a partir de Patrimonio (Canarias -da acceso a la página de Cultura-, Cantabria (No te pierdas), Galicia, Murcia, y en el caso de Melilla con el vocablo de Imprescindible.

Puede haber varios caminos, es decir que desde distintos vocablos se llegue a la misma información o a información complementaria. Tal es el caso de Andalucía (Rutas y Qué visitar), Baleares (Arte y Cultura, Historia), Cantabria (Cultura y Ocio, No te pierdas qué visitar, No te pierdas Patrimonio), Castilla la Mancha (Conoce la región, rutas), Castilla y León (Rutas, Turismo cultural), Cataluña (Rutas, Qué se puede hacer, Cultura), Ceuta (4 culturas y Arte y cultura), Galicia (Qué ver, Qué hacer, conjuntos histórico-artísticos), Murcia (Conoce, Patrimonio Cultural, Rutas Turísticas, Cultural y Civil).

Por otra parte, las webs muestran que las comunidades autónomas se han centrado en un tipo específico y concreto de recurso histórico, en unos nombres, en unos recursos preferentes, para informar pero también vender e impactar al lector. Tal es el caso de Turespaña con el Patrimonio de la Humanidad, de Andalucía con nombres míticos y legendarios en las rutas: Los

ríos antiguos de Tartessos, La Puerta de Oriente, Las Columnas de Hércules ... (además de sus grandes rutas como el Legado Andaluz y la Ruta Vía Bética romana), de Aragón con los Parques Culturales y la ciudad de Zaragoza, de Asturias con el Museo del Jurásico y la Vía de la Plata, de Cantabria con su "No te pierdas" que accede a 15 lugares preferentes, de Castilla la Mancha con sus Rutas (entre ellas la de los Parques Arqueológicos), de Castilla y León (Turismo cultural) con grandes nombres como Atapuerca, Patrimonio de la Humanidad, Exposición (Celtíberos), de Euskadi donde desde Rutas se accede a las páginas de las Diputaciones, y de Extremadura con la Ruta Vía de la Plata.

Pero junto a los recursos históricos, se encuentran alusiones muchas veces preferentes a la Historia de la comunidad y a periodos históricos como en Andalucía, Aragón, Baleares, Asturias, Castilla la Mancha (Conoce la región), Ceuta: 4 culturas, Extremadura (rutas por periodos), Murcia, La Rioja (a la Historia se llega desde el apartado de Ruinas arqueológicas).

En cuanto a los recursos arqueológicos propiamente dichos (o a la arqueología) aparecen en Asturias (segunda página), en Baleares (segunda página), en Castilla la Mancha: segunda página (Ruta de los parques arqueológicos), en Castilla y León (segunda página), en Cataluña (la enumeración de Monumentos permite acceder a los yacimientos arqueológicos que están diferenciados de pinturas rupestres y dólmenes a los que se accede desde Rutas), en Ceuta (desde Patrimonio cultural, tercera página), en Murcia (no aparece este vocablo pero se llega a ellos a partir de la Ciudad de Cartagena y sus Huellas de la historia), en Navarra (Restos arqueológicos separados de los megalíticos pero están incluidos en Patrimonio artístico), en La Rioja (segunda página). Es decir, numerosa presencia pero de una gran complejidad y con una cierta falta de normalización y tipificación que, seguramente, enmarañará al posible visitante y le restará al pasado una parte de su credibilidad, dificultando el acceso a la información.⁹⁷ Una normalización más precisa de los vestigios y monumentos del pasado incluidos en varias

92. Al margen del buscador que está generalizado.

93. Ceuta, al ser una ciudad autónoma, tiene además los componentes propios de las ciudades, las páginas webs municipales tienden a valorar la Historia.

94. Sería muy extenso presentar los cuadros, todas las tematizaciones y características de las webs después de 4 ventanas. Aquí sólo presentamos las conclusiones.

95. Puede ser Cultura únicamente o Cultura y otro campo como Arte (Turespaña), Etnografía (Asturias).

96. Hemos considerado para este análisis la página de Turismo: www.turiceuta.es

97. Aun siendo conocedores del tema, nos ha resultado de gran dificultad localizar en algunas páginas la información que estábamos buscando y que sabíamos que existía.

webs sería necesaria, incluso imprescindible para la correcta transmisión del pasado⁹⁸, o la justificación de los yacimientos arqueológicos se presenten separados (con accesos distintos) de dólmenes o pinturas rupestres ⁹⁹.

Algunas comunidades, prescindiendo de tipologías, dan acceso directamente a los yacimientos como en Baleares y Cantabria o, a partir de la arqueología, como en Castilla y León.

Así pues mientras en algunas Comunidades son los recursos históricos y sus tipos, características los que aparecen como dominantes en la web: tal es el caso de Andalucía, Asturias, Baleares, Cantabria, Castilla la Mancha o Castilla y León, en el lado opuesto, prevalece el factor geográfico sobre el tipo de recurso a la hora de hacer la búsqueda: hay que conocer el nombre propio del lugar para acceder a él: Extremadura, Galicia, Cataluña. Esta última conclusión alude, en efecto, a los resultados del primer análisis cuantitativo (número de indicadores) y viene a coincidir con él. Habíamos reconocido grandes diferencias regionales y una serie de comunidades autónomas que estaban trabajando, según se deduce de la información aparecida en las webs, por la valorización de los recursos históricos, por ofrecer al visitante una información más completa y

rigurosa sobre el pasado, seguramente como elemento de atracción y de posicionamiento. A veces pueden ser destinos turísticos emergentes y grandes regiones de interior, a veces se trataba de territorios costeros que buscaban presentar una oferta complementaria, pero otras veces nos hallamos ante destinos tradicionales de Sol y Playa, maduros en su desarrollo pero que basan la continuidad de su calidad y porvenir en su pasado y restos materiales.

Es demasiado pronto para cuantificar el papel de la Historia como recurso turístico o la Historia como atractivo, elemento de posicionamiento, por la dificultad actual de su diferenciación de lo artístico, cultural por una parte, y por lo incipiente de los planteamientos teóricos aunque en toda la primera parte hemos pretendido exponerlos. Pero cualitativamente sí hemos podido determinar su presencia, al menos en algunas Comunidades autónomas y, con ello, reconocer una voluntad política, administrativa, una planificación, basadas en este elemento diferenciador, es decir una presencia y función para la Historia, así como en la formación, pese a la disparidad de planes de estudios y enfoques según las universidades. Con ello, hemos entreabierto unas puertas, quedan todavía muchos trabajos por hacer.

COMITÉ DE EVALUACIÓN DE LA REVISTA DE ANÁLISIS TURÍSTICO

Eugeni Aguiló	Universitat Illes Balears	Jafar Safari	Universidad Wisconsin.
Salvador Antón	Universidad Rovira Virgili		Visiting Profesor
Enrique Bigné	Universitat de València		Universitat Illes Balears
Luis de Borja	Universitat de Barcelona	Amparo Sancho	Universitat de València
Águeda Esteban	Universidad de Toledo	Enrique Torres	Universidad de Málaga
Manuel Figuerola	Universidad Antonia de Nebrija	Miguel Angel Troitiño	Universidad Complutense de Madrid
Ana González	Universidad de León	Luis Valdés	Universidad de Oviedo
Diego López Olivares	Universitat de Castelló	Fernando Vera	Universitat de Alacant
Xulio Pardillas	Universidad de Vigo	Mar Vila	Centro Dirección Turístico ESADE
Juan Ignacio Pulido	Universidad de Jaén		

98. Una clasificación científica la encontramos en Asturias, aun cuando dispone de recursos más uniformes en cuanto a tipos.

99. Esta separación parece responder a la prioridad de la Actividad Turística: los dólmenes y pinturas se relacionan con actividades de naturaleza, de turismo rural, frente a la visita del monumento que se interpreta como actividad cultural.