

Actas de las X Jornadas
de Protección
del
Patrimonio Histórico
de Écija

“Écija y el Turismo”

(Celebrado en Écija, los días 7 y 8 de octubre de 2011)

Dirección y coordinación
Antonio Martín Pradas y M^a del Carmen Rodríguez Oliva

Écija, 2013

© Asociación de Amigos de Écija.

Dirección y coordinación de la publicación: Antonio Martín Pradas e Inmaculada Carrasco Gómez

Colaboración: M^a del Carmen Rodríguez Oliva.

Cubiertas: Diseño de Julio Arturo Cerdá Pugnaire. Fotografía de Carmen Romero Paredes.

Maquetación: Julio Arturo Cerdá Pugnaire.

Autores: Varios autores.

ISBN-13: 978-84-616-5900-5

Depósito Legal: SE 1780-2013

Producción: Mira Creativa, s.c.a.

Impreso en España – Printed in Spain.

ÍNDICE

PRESENTACIÓN.....	7
<i>Juan Jesús Aguilar Osuna</i> (Presidente de la Asociación Amigos de Écija)	
PRÓLOGO.....	13
<i>Antonio Martín Pradas e Inmaculada Carrasco Gómez</i> (Director y colaboradora de las X Jornadas)	

X JORNADAS

LA DELGADA LÍNEA: TURISMO Y PATRIMONIO CULTURAL EN ÉCIJA.....	19
<i>José Ramón Barros Caneda.</i> Departamento de Historia Moderna, Contemporánea, del Arte y de América. Facultad de Ciencias Sociales de Jerez de la Frontera. Facultad de Filosofía y Letras de Cádiz.	
UNA CIUDAD POR DESCUBRIR: NUEVOS MODELOS DE ARQUEOLOGÍA URBANA APLICADOS AL TURISMO EN ÉCIJA.....	33
<i>Ana de la Puente-Apecechea Prieto.</i> Licenciada en Historia, especialidad Prehistoria y Arqueología, por la Universidad de Sevilla.	
TURISMO SOSTENIBLE EN LA PLANIFICACIÓN DE LAS CIUDADES PATRIMONIALES.....	59
<i>María del Carmen Mínguez García.</i> Doctora en Geografía. Profesora del Departamento de Geografía Humana. Universidad Complutense de Madrid.	
ÉCIJA ANTES DE INTERNET. BIBLIOGRAFÍA Y TURISMO.....	79
<i>Antonio Martín Pradas.</i> Doctor en Historia del Arte y Periodista por la Universidad de Sevilla. Centro de Intervención. Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico. <i>Inmaculada Carrasco Gómez.</i> Universidad Pablo de Olavide.	
ÉCIJA EN LA RED. DIFUSIÓN TURÍSTICA DE UNA CIUDAD MEDIA.....	119
<i>Susana Limón Delgado.</i> Licenciada en Geografía e Historia, especialidad Historia del Arte. Departamento de Comunicación. Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico.	
EXPERIENCIAS DE TURISMO CULTURAL EN ÉCIJA: EJEMPLOS EXITOSOS Y NUEVAS TENDENCIAS.....	137
<i>Luis Francisco Flores Sánchez.</i> Licenciado en Historia por la Universidad de Sevilla. Técnico en Turismo Rural. Instituto Andaluz de las Artes y las Letras.	
TURISMO Y FIESTAS POPULARES EN ÉCIJA.....	155
<i>Mª del Carmen Rodríguez Oliva.</i> Doctora en Historia del Arte por la Universidad de Sevilla. Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico.	

PRESENTACIÓN

ÉCIJA Y EL TURISMO

Juan Jesús Aguilar Osuna

Presidente de la Asociación de Amigos de Écija

Con las presentes Jornadas de Protección del Patrimonio Histórico de Écija alcanzamos el número emblemático y, en apariencia, culminante y contenido en sí mismo que sugiere la decena. Son ya diez años consecutivos, durante los cuales la *Asociación de Amigos de Écija*, los directores de estas Jornadas –Antonio Martín Pradas, M^a del Carmen Rodríguez Oliva e Inmaculada Carrasco Gómez–, así como el casi centenar de ponentes que nos han acompañado, se han propuesto estudiar, entender y, aún a sabiendas de que constituye un reto imposible, abarcar la inconmensurable carga semántica, histórica, patrimonial y, en definitiva, cultural denotada y connotada por las cinco letras de una sola palabra: *Écija*.

Con este propósito abarcador, definitorio y, lo que es más importante, preservador, nuestras Jornadas y sus consiguientes actas adoptaron los frentes aproximativos del patrimonio inmueble urbano y rural, para luego detenerse en los bienes muebles. Más tarde se trascenderían los márgenes de lo físico y se daría cabida a la consideración del patrimonio intangible o inmaterial: las costumbres y fiestas populares, la artesanía y las tradiciones culinarias, entre otras manifestaciones, son así interpretadas a partir de una lectura antropológica como perpetuadoras y transmisoras de un legado y, en consecuencia, de una identidad cultural. La música también funcionó como eje central de estudio donde lo material y lo inmaterial, así como lo religioso y lo profano, se dan la mano. De este modo, se confunden en un páramo común donde –de manera más evidente que nunca y gracias al diálogo entre cultura de élite y cultura popular que nos ofrece la postmodernidad– coexisten la arquitectura religiosa, las festividades litúrgicas y los toques de campana de las iglesias, junto a las bandas municipales de música y las canciones de tradición popular, formando un conglomerado cultural heredado por el individuo contemporáneo.

Las X Jornadas que ahora nos ocupan miran a Écija y la interpretan desde la óptica del turismo, término que nos gustaría definir semántica e históricamente, sin perder de vista sus posibilidades y consecuencias con respecto a todo legado patrimonial y, en especial, al que nos afecta como ecijanos. Hay quien traza los orígenes de esta actividad en el mundo clásico romano, donde ya existían villas y grandes localidades destinadas al ocio, ubicadas en su mayor parte en las regiones del sur de Italia. Si bien estos enclaves contaban con facilidades en lo que respecta a la movilidad de viajeros gracias a la extensa red de caminos del Imperio, también es cierto que estaríamos hablando de un fenómeno de segunda residencia más que de un desplazamiento turístico.

Una atención etimológica al término *turismo* resulta más ilustradora si nos proponemos arrojar luz sobre los orígenes del fenómeno en torno al cual girarán nuestras Jornadas. El vocablo *turismo* procede de la voz inglesa *tour* –adoptada, a su vez, del latín a través del francés– y alude al *Grand Tour* británico, a aquel recorrido de larga duración por el continente europeo, principalmente por Francia e Italia, en que se embarcaban los jóvenes aristócratas de las islas anglosajonas. El poeta y ensayista John Milton constituye un ejemplo temprano en el s. XVII, mientras que Samuel Johnson y James Boswell emprenderán su viaje en el s. XVIII. Dicho *tour* tenía como objetivo primordial enseñar a estos jóvenes los saberes y los logros de los estados europeos modernos, así como el esplendor de las antiguas civilizaciones griega y romana. El viaje del *turista* neoclásico suponía, visto de este modo, una materia añadida a aquellas en las que debían formarse los *lords* ingleses, más que una actividad de ocio.

Los conflictos entre el Reino Unido y la Corona Española, unidos a las condiciones *aturísticas* de nuestras infraestructuras de transporte, propiciaron que la Península Ibérica quedara apartada de la zona de influencia de estas primeras manifestaciones del *Grand Tour*, en las que participaba un viajero acaudalado, elegante, culto y muy exigente en materias de confort. Las tornas, no obstante, tomaron un nuevo rumbo a comienzos del s. XIX, momento en que surge el viajero romántico, prototipo del turista contemporáneo. Este nuevo viajero buscará en España lo pintoresco, lo exótico y su proximidad a lo oriental. De este modo, el tratamiento pseudo-científico que el viajero neoclásico asignaba a su travesía cede ante el énfasis en la admiración y el deleite de los sentidos experimentados por el observador al enfrentarse a algo único, grande, extraño, diferente. Con esta actitud, los viajeros románticos dan forma a un concepto de imagen turística, de lugar visitable y visitado, que no dista de la que actualmente ansía contemplar y, sobre todo,

experimentar todo turista. Sirva de ejemplo la vigencia de las descripciones que el escritor estadounidense Washington Irving hiciera de Granada y de Andalucía en cuanto a invitación de acercamiento para que el turista extranjero actual sea testigo de un legado hispanoarábigo a caballo entre lo real y lo legendario.

Por último, en nuestra somera delineación transhistórica del concepto de turismo, las postrimerías del s. XIX y todo el s. XX serán testigos de la expansión del ferrocarril y del posterior desarrollo de las vías de comunicación en forma de carreteras, autopistas y puentes aéreos. Esta revolución en el transporte y el desplazamiento, no solo de mercancías sino principalmente de personas, irá acompañada de una mejora en las condiciones laborales y de una disminución de las horas de trabajo, lo que redundará en un alto grado de población con disponibilidad de tiempo de ocio. Estos cambios industriales, tecnológicos, sociales y, en definitiva, de estilo de vida propiciarán así la confluencia de los dos componentes definitorios del turismo moderno: la masificación y la libertad de movimiento.

Dadas estas condiciones, hoy en día el turismo se define como un fenómeno social con fuertes implicaciones económicas –sobre todo para las ciudades, regiones o países receptores– por suponer el intenso desplazamiento de personas en busca de descanso, salud, negocios, experiencias culturales, etc. Las posibilidades de desarrollo y las fuentes de riqueza ofrecidas por esta actividad se apoyan, por un lado, en la nueva creación –o invención– de destinos turísticos, constituidos exclusivamente para tal propósito. Por otro lado y en mayor medida, el sustento fundamental del turismo lo conforman aquellos lugares que logran evolucionar para adaptarse al servicio y a las demandas turísticas, pasando por una obligada promoción –basada esencialmente en la imagen y en la apelación a los sentidos– ante un mercado potencial interesado en el pasado, la historia, la arquitectura, el folklore o una conjunción de todos ellos.

Llegados a este punto, procede un desmarque desde lo general hacia lo puntual y específico, transición que nos devuelve a Écija y a su patrimonio, vistos desde nuestra sociedad contemporánea fuertemente vinculada a la conciencia de un fenómeno turístico que se ha convertido, en términos económicos, en la primera industria mundial. No obstante, siempre que se habla de dinero surge la posibilidad de una perversión de principios, convirtiendo toda actividad, por noble que fuera su origen, en ciega esclava y coautora de una realidad socialmente

construida donde la multiplicación de papel moneda se convierte en la única razón de ser.

Hoy más que nunca, gracias a las nuevas tecnologías y a los modos de promoción que facilitan e imponen, el turismo se nos presenta como un constructo cultural basado en la imagen y en la promesa de una experiencia única y diferente. Este énfasis en la apariencia y en la experiencia prediseñada nos acerca a un modo de existencia virtual que con suma facilidad cobra un cariz virtualizante. Surge así el riesgo de hacernos creer que, estando en posesión del holograma, podemos prescindir y olvidarnos del referente físico y tangible del que la actividad turística depende y en el que, necesariamente, ha de sostenerse para su articulación. Aquí entra en juego el papel capital del patrimonio en cualquiera de sus proteicas manifestaciones. El patrimonio de un pueblo, de una ciudad, de una nación es por naturaleza la base genética subyacente en cualquier contenido o material turístico. Por tanto, en el momento en que el turismo se entiende como finalidad única, exclusiva y excluyente, en el momento en que obviamos y estimamos innecesario el diálogo inexcusable que ha de entablarse entre turismo y patrimonio, podemos tener por seguro que hemos perdido la brújula que marcaba el norte en nuestro viaje.

La actividad turística, aparte de como fuente de ingresos y de creación de puestos de trabajo, también debe entenderse como recurso encaminado a una nueva puesta en valor, a la restauración y a la regeneración de nuestro patrimonio. Para ello, más allá de la teoría –por supuesto, necesaria–, y parejo a la puesta en práctica de un turismo sostenible, habremos de empezar por afianzar los cimientos. Por poner algunos ejemplos, tendremos que hallar la fórmula para que nuestros palacios, templos y demás herencias patrimoniales sean realmente visitables y estén a disposición del turista. También tendremos que hallar maneras para despertar la conciencia ciudadana en cuanto a nuestra imagen como lugar turístico, y para ello todos debemos velar por mantener una ciudad limpia o por no contaminar el campo visual de un inigualable casco histórico y de sus monumentos con marquesinas, banderolas o improvisados almacenes al servicio de algunos negocios que también se beneficiarían, inequívocamente, de una afluencia turística a nuestra ciudad.

El patrimonio es una suerte que se hereda y, como tal herencia, ha de ser protegido y preservado. En el caso de Écija, no podemos vanagloriarnos de nuestro grandioso legado y, al mismo tiempo y de

manera paradójica, acostumbrarnos a ver cómo se torna ruinas hasta desaparecer. Sirvan como lamentables botones de muestra la precaria situación en que se encuentran nuestro Palacio de Peñaflor y el que fuera magnífico claustro del Real Monasterio de Santa Inés. Ambos son incontestable evidencia de cómo algunos de nuestros monumentos se están viendo consumidos por la gangrena de un tiempo que no podemos detener, pero cuyos efectos sí podríamos paliar.

El patrimonio de Écija no puede quedar relegado a meros retales de un mapa que una vez definió la grandeza de un territorio. Si este territorio, si este referente físico, se nos viene abajo ante la mirada atónita de algunos y la aparente conformidad de otros, empezaremos a hablar con toda propiedad de turismo virtual. No tendremos más remedio que ofrecer al visitante, exacta y literalmente, la imagen o reclamo que vio antes de llegar a Écija: una recreación digitalizada en su ordenador o una foto antigua en un catálogo de destinos turísticos que ya no tendrán correspondencia en el mundo real. Adoptando la terminología acuñada por Jean Baudrillard o Umberto Eco, estaremos construyendo y promocionando una Écija hiperreal cuya oferta turística podrá definirse como algo muy parecido a un simulacro de tercer orden: como una copia originada en un modelo que carece de referente en el mundo físico.

Es un hecho probado que el turismo es una fuente de ingresos sin parangón y que redundo en el desarrollo de cualquier ciudad, región o país a todos los niveles. Sin embargo, no es menos cierto que una de las claves para que toda actividad turística tenga sentido y continuidad en el tiempo reside en su aportación con respecto a la salvaguarda y potenciación del patrimonio que lo hace posible. Turismo y patrimonio; patrimonio y turismo. Ambos constituyen un tándem esencial que debe articularse en base a un beneficio mutuo. Este sentido de ineludible fusión e interdependencia marca el eje de estas Jornadas, tal y como prefigura su propio título. Las X Jornadas de Protección del Patrimonio Histórico de Écija no se resumen en el término *Turismo*, sino que parten de un binomio: *Écija y el Turismo*. Las ponencias recogidas en estas actas se ocupan de delinear, desde diversos frentes, la naturaleza de esta unión con el fin de aportarnos valiosas y variadas conclusiones.

PRÓLOGO

Antonio Martín Pradas

Inmaculada Carrasco Gómez

Director y colaboradora de las X Jornadas

Con las X Jornadas de Protección del Patrimonio Histórico, la Asociación de Amigos de Écija valora el papel que ejerce el Turismo en relación al rico Patrimonio con que cuenta la ciudad.

A lo largo de la historia, nuestro municipio ha estado presente en los libros de los viajeros que, desde la Edad Media hasta principios del siglo XX pasaron por la ciudad, dando cuenta del valor artístico de sus edificios, alabando sus singularidades y a veces, incluso, mostrando su exotismo. Pero lejos de los estereotipos, la celebración de estas jornadas pretende un acercamiento al papel que tiene el turismo en ciudades que, como Écija, ejercen una gran atracción, dando cabida a los nuevos planteamientos sobre su proyección al exterior.

Estas Jornadas están orientadas por tanto a reflexionar sobre el valor turístico de los recursos culturales y su imbricación en una oferta cultural global, sostenible, que aúne los valores históricos con los naturales y que permita compatibilizar nuevos usos y servicios con la conservación del patrimonio.

En esta puesta al día también se analizan las posibilidades que ofrece el turismo como hecho social y económico, y su significado para la conservación, la planificación y promoción de nuestro Patrimonio Cultural.

Estas Jornadas, que suponen un nuevo esfuerzo por parte de la Asociación de Amigos de Écija, nos brinda la oportunidad de reflexionar sobre el valor del Turismo desde los requerimientos que demanda una ciudad como Écija, con una gran carga patrimonial. Para la consecución de los objetivos planteados por la Asociación, la Organización convocó a destacados investigadores y profesionales que desarrollan sus trabajos en el ámbito del Arte, del Turismo, la Sociología, la Historia, la Arqueología o la Historia del Arte pertenecientes a las Universidades de Cádiz, Pablo de Olavide de Sevilla o la Complutense de Madrid, a instituciones como el Ayuntamiento de Écija, la Consejería de Turismo, el Instituto Andaluz de las Artes y las Letras y el Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico (IAPH).

El profesor José Ramón Barros Caneda, nos muestra la delgada línea existente entre el turismo y el patrimonio cultural. Se trata, sin duda, de uno de los aspectos más controvertidos en la gestión de los bienes culturales: su tensa relación con el turismo, quizá el fenómeno social, cultural y económico de mayor envergadura. Analiza la relación fronteriza entre dos grandes movimientos culturales contemporáneos que se encuentran e interaccionan. Una relación cuyo equilibrio puede descompensarse cuando las fronteras son demasiadas sutiles.

En el mismo marco María del Carmen Mínguez nos instruye sobre el turismo sostenible en la planificación de las ciudades patrimoniales, mostrando el impacto socioeconómico que la incorporación del turismo tiene en los municipios y cómo los cambios físicos y funcionales en las ciudades patrimoniales deben ser contemplados, por los agentes implicados, a través de instrumentos de planificación. Éstos han de buscar el desarrollo de un turismo sostenible o responsable, que no se limite exclusivamente a mantener la calidad medioambiental del lugar, sino que además pretenda un equilibrio económico, social y funcional. Un objetivo difícil de alcanzar, que pasa por el diseño de estrategias de actuación integrales.

Desde una perspectiva más concreta Ana de la Puente-Apecechea reflexiona sobre nuevos modelos turísticos, introduciendo un debate sobre el uso del patrimonio arqueológico como elemento de atracción turística y proponiendo una serie de fórmulas a seguir para que el elemento histórico y su protección se conviertan en el ente principal a la hora de su puesta en valor.

En la misma línea M^a del Carmen Rodríguez nos ilustra sobre el turismo y su relación con las fiestas populares de Écija. Reflexión que nos aproxima a la importancia de lo cultural frente al fenómeno turístico. Pone en relación ambos conceptos: turismo y fiestas, teniendo presente una mirada patrimonialista y desde este planteamiento nos acerca a la ciudad de Écija y a sus fiestas populares como posibles fuentes de recursos culturales que hacen a una ciudad más dinámica y actualizada. Écija se presenta como una oportunidad cultural y se analizan diferentes aspectos de algunas de sus festividades más interesantes como la fiesta del Patrón de Écija, San Pablo; el Carnaval, la Semana Santa, las Cruces o la Feria.

En estas Jornadas también se aportan otras líneas de estudios relacionadas con el título de dicho evento. Antonio Martín Pradas e Inmaculada Carrasco Gómez nos muestran una puesta al día de las

fuentes bibliográficas sobre turismo y Écija, destacando fuentes como escritos y libros de cronistas, viajeros del siglo XIX, estudiosos de la primera mitad del siglo XX, o los historiadores actuales, herederos del magisterio de Hernández Díaz y ya más cercanos a nuestro mundo actual, otros medios de comunicación como los periódicos, el cine, la radio o la televisión, la música, los carteles de feria o las postales.

Posteriormente Susana Limón Delgado recorre Écija en la Red exponiendo lo que ha significado el poder de las nuevas tecnologías, como Internet, la información electrónica y digital con contenidos globales y desestructurados y la influencia en el cambio de hábitos de comunicación y en los consumidores. Estos son ahora los protagonistas y pueden llegar a influenciar en los medios y en la sociedad porque son nuevas formas de producción y de gestión de información y conocimiento.

Luis Francisco Flores Sánchez traza nuevas experiencias sobre turismo cultural, presentando el modelo existente como agotado por múltiples razones que se ve abocado a renovarse, a proponer soluciones innovadoras. Este ensayo aporta algunas claves de las ventajas del turismo cultural, (diversifica el destino, genera nuevas oportunidades de negocio, incentiva el aumento del gasto, etc.) y analiza proyectos de éxito en la localidad, así como otros proyectos que no han dado sus frutos. Como conclusión se exponen algunas propuestas para mejorar el turismo cultura actual, medidas que en los tiempos de crisis, paliar la escasez de ingresos con el ingenio y la creatividad.

Finalmente Francisco Obregón Rojano, que fue Delegado Provincial de Sevilla de la Consejería de Turismo, Comercio y Deportes de la Junta de Andalucía y Rafael José Benítez García, Delegado de Turismo del Ayuntamiento de Écija, mostraron las iniciativas que se están llevando a cabo desde las Administraciones Autonómica y Local para fomentar y fortalecer el turismo en nuestra localidad, con valiosas aportaciones sobre el presente y futuro del Turismo en Écija, no incluidas en estas actas.

Desde estas líneas, nuestro más sincero agradecimiento a todos los ponentes y a las instituciones que representan y, una vez más, felicitar a la Asociación de Amigos de Écija por apostar cada año por esta iniciativa, en especial a Pedro Sánchez González, Juan Méndez Varo y Juan Jesús Aguilar Osuna, por su entusiasmo.

X Jornadas de Protección del Patrimonio Histórico de Écija

Écija y el Turismo



Fotografía: Carmen Romero

Palacio de Santaella (Tenis Club)
C/ Ignacio de Soto nº 8. Écija (Sevilla)

Días 7 y 8 de Octubre, Écija 2011



TENIS CLUB



Imprenta Serrano-Écija



Asociación de Amigos de Écija - Programa cultural 2011

LA DELGADA LÍNEA: TURISMO Y PATRIMONIO CULTURAL

José Ramón Barros Caneda

*Departamento de Historia Moderna,
Contemporánea del Arte y de América
Facultad de Ciencias Sociales de Jerez de la Frontera
Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Cádiz*

RESUMEN: Una de las complejidades de la gestión del Patrimonio Cultural es la tensa relación que mantiene con el Turismo, entendido éste como uno de los grandes fenómenos sociales, culturales y económicos contemporáneos que lo toma como fuente de alimentación. Este equilibrio tan fronterizo en el que dos grandes movimientos culturales se encuentran e interaccionan puede descompensarse cuando los límites son poco claros o en su caso, sutiles.

El objetivo, por tanto, será reflexionar sobre los factores que inciden en el Patrimonio Cultural en su relación con el Turismo como fenómenos culturales y participantes de la denominada Industria Cultural. Una reflexión generada desde la perspectiva de la Protección y la Conservación, que inevitablemente produce confrontaciones con otras disciplinas interesadas y cuyo resultado puede conducir a una valoración social del Patrimonio como un producto distinto al objeto cultural en sí mismo, situación ésta que tiende a separarlo de su sentido original y de su Autenticidad.

Palabras Clave: Écija / Patrimonio cultural / Turismo / Industria cultural / Vulnerabilidad / Sostenibilidad / Difusión / Autenticidad

ABSTRACT: One of the complexities of cultural heritage management is the tense relationship with the Tourism, understood as one of the great social phenomena, cultural and economic contemporaries who takes it as power source. This balance as border in which two major cultural movements can meet and interact decompensate when the limits are unclear or where appropriate, subtle.

The aim, therefore, will reflect on the factors that influence the Cultural Heritage in relation to tourism as cultural phenomena and participants in the so-called Cultural Industry. A reflection generated from the perspective of the Protection and Conservation and inevitably produces confrontations with other disciplines involved and the result can lead to social value of heritage as a cultural object different product itself, a situation that tends to separate it from its original meaning and its authenticity.

Keywords: Écija / Cultural heritage / Tourism / Cultural industry / Vulnerability / Sustainability / Broadcasting / Authenticity

Uno de los aspectos controvertidos de la gestión del Patrimonio Cultural es la tensa relación que mantiene con el Turismo, siendo éste uno de los grandes fenómenos sociales, culturales y económicos contemporáneos que lo toma como fuente de alimentación. Esta relación tan fronteriza es la que da título a este texto en el que La Delgada Línea se convierte en una imagen, un símbolo de esta relación, un espacio estrecho en el que dos grandes movimientos culturales se encuentran e interaccionan. Una relación cuyo equilibrio puede descompensarse cuando las fronteras son tan poco claras o sutiles como lo es una delgada línea, un espacio apenas perceptible, casi no visualizado pero de evidente importancia.

El objetivo de este texto será reflexionar sobre los factores que inciden en el Patrimonio Cultural en su relación con el Turismo como fenómenos culturales y como partícipes de la denominada Industria Cultural. Una reflexión desde la perspectiva de la Protección y la Conservación, que se corresponde con una manera de entender y dar significado a nuestro Patrimonio y que desde luego produce confrontaciones con otras disciplinas interesadas que son, al fin y al cabo, la constatación del pensamiento social.

Así que vamos a estructurar el texto en torno a tres apartados de gran significado en esta relación tensa que estamos tratando y en la que el Patrimonio puede llegar a entenderse como un producto diferente al objeto cultural en sí mismo. Y en este entenderlo así es donde se producen estos factores que lo separan, en ocasiones, de su sentido original y de su Autenticidad.

1.- Vulnerabilidades, es decir, factores que crean un sentido de debilidad en el patrimonio. Me referiré a debilidades de carácter conceptual que indudablemente tendrán su incidencia en los bienes físicos en los que se reflejarán de una manera u otra. Estas vulnerabilidades las hemos catalogado como Transformaciones Históricas, Económicas, Interpretativas y Desconocimiento.

2.- Sostenibilidad, que catalogaremos como Histórica, Industria Cultural e Identidad social.

3.- Difusión como objetivo final, esto es, la proyección social en la que se incluye el Turismo como receptor y que es el origen de la intensa relación histórica entre el Turismo y el Patrimonio.

VULNERABILIDADES: La Transformación Histórica.

Tal vez pueda parecer un factor de escasa incidencia pero como factor de vulnerabilidad alcanza en su itinerario histórico hasta el tiempo presente. En este concepto de transformación cada época ha aportado algún valor que se ha incorporado a los bienes y ésta no va a ser menos. El Turismo, siendo ya un concepto histórico, ha alcanzado en nuestro tiempo un poder y valor incalculable; se ha convertido en una poderosa incidencia no sólo económica que exige adaptabilidad en los destinos y objetos turísticos, lo que presupone transformaciones.

La transformación es por tanto un factor de vulnerabilidad que se ha incorporado como valor al bien. Quiero decir que desde la traza original del artista hasta su visualización, contemplación y puesta en valor actual, el bien ha estado sometido a sucesos históricos transformativos que han modificado su entidad y que lo han enriquecido o degradado, en cualquier caso transformado. Para los Historiadores presupone un proceso de investigación permanente que llega hasta el momento de la propia investigación, incluyéndose al propio motivo de la investigación como factor de incidencia en el bien, y que nos hace conscientes del proceso o secuencia como factor transformador o modificador: ¿Cuántos bienes han ido dejando ver su fisonomía real en los procesos de investigación y conocimiento? Este parámetro o valor puede alcanzar en su dinámica histórica al propio sentido del bien, convirtiéndose en una aceptación implícita de que la transformación es algo natural y consustancial al bien. Les pongo como ejemplo de este proceso el cuadro de la Hilanderas, transformado en un momento de la Historia y aprovechado ese proceso como conocimiento y apreciación del proceso del bien. Algo parecido sucedió con la llamada Ronda Nocturna de Rembrandt recortada en su perímetro para ajustarse al nuevo marco. En el primer caso se ha reutilizado ese proceso transformativo como objeto patrimonial y como tal se muestra en el Museo del Prado.

Pero tal vez, en este campo, el bien que mejor incorpora la transformación histórica es el arquitectónico. Los inmuebles, dada una de sus naturalezas, la funcional y su valor económico han estado sometidos de forma permanente a modificaciones que a lo largo de los tiempos han añadido y suprimido elementos, estructuras, decoraciones, etc... Desde el Coliseo de Roma con su cuarta planta añadida, hasta las restauraciones concebidas ya como una intervención histórica sobre el edificio que ya comparten su valor siguiendo a la escuela Italiana que convierte la restauración en una parte histórica más del edificio.

Vénganse de Italia a Écija y pensemos en ejemplos válidos en el contexto del Centro Histórico y en como la Historia ha convertido proyectos informes en proyectos reformados. Piénsese en la iglesia de Santa Cruz, un edificio inacabado, con añadidos posteriores, en uso y con referentes culturales para la ciudad aún no puestos en valor.



Iglesia de Santa Cruz

Desde este punto de vista, la transformación histórica es un proceso aceptado como parte sustancial del bien, pero que se detiene en un punto determinado que en teoría fija la presencia e imagen del bien. Digamos que la Historia se detiene. Mejor preguntémosnos si la Historia se detiene o si debemos detenerla.

Pero vayamos a otro de los elementos fundamentales de la transformación histórica del Patrimonio y en este caso centrado en los bienes muebles. Una transformación histórica ya incorporada al bien en su contexto distorsionador. Me refiero a los Museos¹ que, desde esta perspectiva que tratamos, han sido los mayores transformadores –aunque también conservadores- históricos de los bienes muebles. Las primigenias fundaciones francesas se convirtieron en “descontextualizadores” democráticos y por tanto generadores de una sutil, y a veces no tan sutil, transformación histórica de los bienes que encerraban sus paredes y que en el caso de España, dados los orígenes, eran de carácter fundamentalmente religioso. Pienso en el caso de los Zurbaranes del Museo de Cádiz, parte de un retablo que ha querido formalizarse para lograr una idea aproximada de su legibilidad, aunque no es habitual que la “musealización” facilite lecturas originarias. Y esto es también una desvinculación del bien de su contexto y que lo inserta en una dinámica de vulnerabilidades perceptivas. Es el caso también del Sarcófago Paleocristiano situado en el altar mayor de la iglesia de Santa Cruz, reubicado como mesa y frontal de altar y con un nuevo valor simbólico adquirido.



Sarcófago. Iglesia de Santa Cruz

Recopiladores, por tanto, de piezas sueltas y desperdigadas a las que se incorpora un orden y estructura pero que en suma suponen una fuerte transformación de la concepción original de las piezas:

¹ Los Museos han valorado tradicionalmente la percepción estética de los bienes pero los han “deshistorizado” aislándolos de sus orígenes. Realmente surgidos como recopiladores de fragmentos, en el caso de España esta situación aún fue más intensa al ser los receptores de bienes desamortizados.

emplazamientos y significados contextuales que tienden a desaparecer en la percepción o a ser sustituidos por información paralela.

Otro caso significativo, referido a los muebles, es el de los conjuntos de orfebrería, los Tesoros, expuestos en secuencias infinitas (más Instalación de arte contemporáneo que patrimonio histórico-artístico). La orfebrería y ajuares mantienen un importante valor funcional a la vez que artístico que descontextualizado en una sala, desaparece como valoración del bien al ser transformado en bien expositivo. Algo similar está ocurriendo con el incipiente patrimonio científico-tecnológico o pedagógico, en teoría más próximo cronológicamente hablando a nuestro tiempo: instrumentos, aparatos y objetos que, rápidamente descontextualizados de espacio y tiempo, se enquistan en su individualidad.

La transformación histórica pues la podemos reconocer como una de las fragilidades del Patrimonio y en su desarrollo se puede percibir algunos de los ítems que conforman la presencia del Patrimonio hoy día y en cómo se manifiesta hacia el ciudadano, cómo se relaciona en su nuevo medio. Esta línea que arranca del propio proceso histórico se ve proyectada en otras fragilidades o vulnerabilidades que son más propios de nuestro tiempo.

VULNERABILIDADES: La Transformación Económica.

Tal vez la vulnerabilidad más acuciante sea la económica. Es éste un aspecto muy controvertido, muy intenso. Los usos y rentabilidades de un Patrimonio extensísimo –y Écija no se queda corta al respecto- bandera en la actualidad y motor del desarrollo económico de espacios y territorios pueden ser también considerados un peligro para su integridad. Pensemos en un peligro no sólo físico, algo muy controlado por la Conservación, sino también de significados: adaptación de espacios a visitas, peligrosos “adecentamientos”, tiendas y el uso mercantilizado del bien: mercadotecnia, escenografías, etc.

Ante este factor, este Valor Añadido que incide en el Patrimonio en tiempos difíciles como los actuales, se ve oportuno que a los clásicos conceptos de protección, conservación y difusión, se incorpore uno nuevo que se denomine mercantilización o comercialización en el que se empiece a ser conscientes de que lo económico es una línea que se dirige cada vez más y con más intensidad hacia este bien social al que las leyes democráticas protegen para las generaciones venideras y al que, como

decimos, convendría establecer un marco regulador que fuese complementario de las otras líneas de gestión y tutela ya legisladas.

Los usos y rentabilidades como punta de lanza de la actividad económica son ejemplos de una línea ideológica determinada, cultural a la postre, en la que se está basculando hacia determinados conceptos económicos que pueden no ser del todo satisfactorios para la tutela del Patrimonio. En este sentido, el Turismo se viene considerando un factor de riesgo y vulnerabilidad del Patrimonio, generándose una fuerte contradicción entre las necesidades divulgativas de la cultura democrática y los daños no previstos que tal actividad genera² y que no son tan preocupantes en los grandes bienes culturales sometidos a regímenes de tutela muy controlada, como en el mayoritario patrimonio disperso y de carácter local de compleja protección y conservación.

El sistema actual predominante de rasgo empresarial/emprendedor contempla, y cada vez más, el rendimiento económico de esos bienes como un recurso social y como apoyo a su sostenibilidad y por tanto pervivencia, relacionándose esa sostenibilidad con un factor de generación de actividad económica, desarrollo y dinamización de ámbitos territoriales de diversa naturaleza. Esta fórmula de actuación se ve reforzada por la dificultad que supone qué hacer con tanto patrimonio, produciendo una fuerte contradicción. Por un lado se ha generado una intensificación de la consideración de lo patrimonial con la incorporación permanente de tipologías y objetos y por otra se produce el grave problema de la sobreabundancia y en consecuencia de las dificultades de su protección, conservación y gestión en general. La idea de riesgo está presente. Todas las Cartas y recomendaciones de organismos e instituciones dirigidas hacia la constatación de este hecho que nuestro tiempo ha incorporado como factor de incidencia en los bienes hacen mención a la necesidad de ejercer un control sobre esta situación de tal manera que:

- Se garantice la sostenibilidad del bien
- Se favorezca su conocimiento
- Repercuta, sin enturbiar, a las sociedades poseedoras³

² Piénsese en el clon de Altamira, en los controles de acceso limitado de la Alhambra e incluso en la reciente denuncia a una turista que grabó su nombre en las yeserías del palacio nazarí.

³ Ver Conferencia Mundial de Turismo Sostenible. *Carta del Turismo Sostenible*, Lanzarote, Islas Canarias (España), de 1995. [On line], <http://www.turismo-sostenible.org/docs/Carta-del-Turismo-Sostenible.pdf>. Consulta realizada el 05/02/2012.

Sin embargo son recomendaciones muy generales que pueden ser interpretadas desde muchos puntos de vista y eso puede ser también un factor de vulnerabilidad.

VULNERABILIDADES: La Transformación Interpretativa.

Otra de las vulnerabilidades del PC y ya dentro del ámbito de la Difusión es lo que denominamos transformaciones interpretativas, esto es, aquéllas que afectan a su conocimiento. Uno de los recursos más habituales de esta vulnerabilidad es la "espectacularización": el hacer al bien atractivo o amable con añadidos a sus valores reales. Revestirlo de alguna manera o enmascararlo con aspectos poco apropiados para su legibilidad. Una cuestión ésta especialmente relacionada con los bienes arquitectónico y a la que Choay se refería como la "espectacularización" a través de la iluminación⁴.

En el capítulo de los bienes muebles la situación es mucho más clara. La vertiente estética los convierte en objetos unívocos cuyo problema esencial, desde este punto de vista, es la descontextualización que se sigue ejerciendo como elementos "museables" y en la actualidad con las nuevas tipologías que se incorporan al concepto de patrimonio. Es el caso de los industriales o los científico-técnicos en los que todavía resulta más intenso que en los plásticos, ya que aquéllos requieren generalmente de procesos y espacios concretos para ser interpretados y en cualquier caso "funcionados". Objetos de carácter científico-técnico y pedagógico expuestos en vitrinas decimonónicas, a la manera de los studiolos o de los gabinetes de ciencia ilustrados, cuya interpretación se centra más o resulta más interesante en la propia forma expositiva que en lo expuesto al conocimiento de la sociedad y en la incidencia ideológica y, en ocasiones, estética que tuvieron sobre la sociedad.

Ver Icomos. *Carta Internacional sobre Turismo Cultural*. México, octubre de 1999, [On line] http://www.esicomos.org/Nueva_carpeta/info_DOC_TURISMO.htm, Consulta realizada el 05/02/2012

⁴ Choay habla de la espectacularidad que la industria cultural incorpora al patrimonio y de cómo ese añadido altera la percepción de los bienes. Véase CHOAY, F: *Alegoría del Patrimonio*. Barcelona: Gustavo Gilli, 2007



Triunfo de la Virgen del Valle. Écija

Los bienes muebles sufren su inserción en espacios recreados que anulan su presencia o que obstaculizan su lectura y en esta situación se puede incluir el abuso de la imagen virtual, fuente complementaria de información, pero nunca sustituta de la entidad física del bien. En estos tiempos de Tics puede parecer una proposición tal vez radical, pero pienso, y creo que muchos también, que es necesario hacer notar los efectos perversos de las aplicaciones tecnológicas.

Pero la cuestión puede ir más allá. El efecto espectacular no tiene porqué ser solamente visual, puede darse de distintas formas, entre ellas la narrada, es decir, la teatralización⁵. Algo válido para una representación teatral que tome como base al bien, en cierto modo es un rendimiento económico del Patrimonio, pero con una finalidad absolutamente distinta a lo que supone su puesta en valor y que entraría dentro de esa necesaria regulación mercantil a la que antes hacíamos referencia.

⁵ Recuerdo una visita en unas Jornadas a un edificio de tipología religioso/funeraria, es decir en las naves se localizaban los sepulcros, lápidas y mausoleos de personajes ilustres del país. Nos atendió un guía y el grupo era de personas especializadas en distintas materias relacionadas con la Ilustración. Las carcajadas rebotaban en las bóvedas de la iglesia. Debo reconocer que me lo pasé en grande. El personaje que representaba el guía, más propio del Club de la Comedia, hizo amena la visita, pero desde una perspectiva errónea. Todo quedó envuelto en un humor determinado que ocultó como un envoltorio de celofán al objeto cultural que era el objetivo de la visita. El comentario posterior de los visitantes de esas Jornadas se refirió siempre al guía y a su actuación de monoliguista, en ningún momento se comentó la trascendencia del inmueble.

Así que esta transformación interpretativa es otro de los riesgos del Patrimonio surgida como respuesta a esa idea tradicional de visita plúmbea.

VULNERABILIDADES: Desconocimiento y desuso.

El desconocimiento y desuso es otro de los mayores factores de vulnerabilidad. El no ser visible y no mostrar una fórmula de conocimiento social facilita su desaparición y el quedar relegado en los programas de gestión. Por esta razón son vitales, en primer lugar, los Inventarios, los registros y la investigación permanente por cuanto de ella fluirá la posibilidad social del bien, su conservación y su difusión interpretativa. De la investigación multidisciplinar interrelacionada se generan campos de uso y difusión adecuados que refuerzan la vinculación y presencia histórica del bien con su entorno espacio/temporal.



Las Gemelas. Écija

El desconocimiento del sentido completo de los bienes produce un efecto de mucha resonancia en el Turismo Cultural a través de la organización y narración de la información sobre los bienes. Pienso que se desconoce de forma importante algunas de las tipologías más características del Patrimonio y que, por ejemplo, los inmuebles se convierten en pura fachada y ornamentación y nunca se transmite la idea de espacio ordenado bajo unas pautas o premisas que transmiten sensaciones y tiempos. Y qué decir del Patrimonio Contemporáneo, algo inicialmente ilegible e ininteligible que por tanto se rechaza. A esto no son ajenos tampoco los nuevos patrimonios, caso de los industriales o los científico-técnicos que

no requerirán en líneas generales de la contemplación estética pero sí del conocimiento de los complejos desarrollos y procesos que generan para ser entendidos. Esta es una de las claves, la Difusión completa y en esa dirección la narraciones de las guías escritas y los guías presenciales se convierte en un instrumento fundamental. Es precisa una Narración que facilite la Legibilidad del bien para su Comprensión absoluta que abra la

puerta del placer estético y/o del conocimiento. Así que Narración-Legibilidad-Comprensión y Gusto es una línea que debe mantener el sistema de Difusión y evitar visitas guiadas con recorridos tediosos y sobre todo inútiles (nadie se acuerda luego de nada)⁶. Por ello se requiere la presencia de guías cuya narración trabajada con técnicos adecuados, pueda ser fuente de conocimiento en vivo que es la forma perfecta de leer-comprender-degustar el Patrimonio.

SOSTENIBILIDAD.

Evidentemente los factores de riesgo, las vulnerabilidades, son las que hacen peligrar ese tenso equilibrio que mencionamos como título de este texto. Sin embargo tienen un reverso al que se incorpora la idea de sostenibilidad: un concepto que produce sensación de tensión. Estar sostenido es que puede mantenerse por sí mismo equilibrando las fuerzas que inciden sobre el bien y esa es una idea que en el caso del Patrimonio resulta altamente improbable y hacia la que las políticas se dirigen para evitar esa contradicción que mencionaba de un aumento exponencial del Patrimonio y de la consecuente y necesaria inversión. No voy a entrar obviamente en cuestiones económicas, pero sí voy a referirme a la industria cultura como un factor que antes citamos como vulnerabilidad. Como toda industria necesita rentabilizar el producto, explotar unos recursos que generen beneficios que dinamicen y sean motor de zonas territoriales. Y hacia esta idea giran las recomendaciones de expertos y organismos internacionales. Haciendo cuenta de ellas se plantea que es necesaria una regulación normativa vinculada al concepto de sostenibilidad que está tan relacionado con la industria cultural. Tal vez se deberían acompañar informes o empezar a elaborar informes de sostenibilidad en las figuras de protección jurídica del Patrimonio alguna norma específica interdisciplinaria que, como ya dijimos, ponga marco a un sector preponderante e incidente que toma el bien cultural como objeto de producción.

Esa regulación debe afectar a sus usos y a sus rentabilidades con un marcado acento en la protección del bien, en su entidad física, entidad interpretativa y autenticidad (evaluado este concepto en el propio marco cultural) al igual que se llevan a cabo valoraciones de contaminación

⁶ Hace poco hice una visita turística a un espacio arquitectónico espléndido y con un programa de bienes intensísimo dado su origen. La visita la realizamos rodeados de fechas y nombres. En ningún momento se habló del espacio arquitectónico y nunca nos detuvimos en la significación de piezas magistrales, que las había, para un conocimiento más detallado y completo.

visual y perceptiva. Bien es cierto que la Ley de Patrimonio habla, en su art. 22, de informes multidisciplinares de diversa tipología que deberán acompañar a los proyectos de Conservación y en el art. 31, referido a los bienes afectados por los planes urbanísticos, cita la necesidad entre otras de diseñar las actividades económicas compatibles con el bien y que la Disp. Ad. 7 se refiere a las relaciones entre las Consejerías de Turismo y Patrimonio para la difusión siempre que se respeten las necesidades de protección y conservación, pero tal vez, dada la orientación que la cuestión va tomando, sea el momento de empezar a pensar en una regulación más concreta en esta materia.

Sin embargo, el factor de sostenibilidad más importante, es decir, aquel que realmente convierte a los objetos culturales en elementos de especial valor es su sentido cultural y de identidad de las comunidades y grupos sociales, algo que no debe perderse de vista en aras de la rentabilidad real del bien. El objeto cultural, en su diversa tipología, es una manifestación física de los valores culturales generados en un ámbito territorial determinado y que le concede la visibilidad a la gestación de identidad de ese territorio, sociedad, grupo, etc. Dicho valor de identidad, comprendido en el marco de la diversidad, no debe ser excluyente sino todo lo contrario expansivo y creador y favorecer la integración del ciudadano con su medio a través de los referentes culturales que el patrimonio, entre otros, proporciona.

DIFUSIÓN.

El último valor de sostenibilidad desde esta perspectiva aparece en el ámbito complejo de la Difusión que, en cierto modo, es el proceso de devolución a la sociedad, es decir, el fin último de la gestión del patrimonio y hacia donde se debe encaminar.



Vista de la plaza al atardecer. Écija

En esta línea, las nuevas formas perceptivas son fórmulas de percepción compleja y dinámica que facilitan la expansión, la conexión y la apertura de bloques que la identidad puede generar, contribuyendo a superar los conceptos de identidades cerradas. Esta percepción compleja, que no por ello complicada, del Patrimonio está auspiciada por nuevas figuras como el Itinerario y el Paisaje Cultural que favorecen la interrelación y la dinámica, algo más que una simple relación de bienes consecutivos.

Y en esta línea perceptiva se sitúa la ciudad como contenedor cultural y simbiosis de otros intereses turísticos. La ciudad como estratigrafía cultural como soporte dinámico de la cultura urbana y de la incorporación de nuevas tipologías o nuevas manera de contemplar esas tipologías: la casa, el espacio urbano, el mobiliario urbano, el patrimonio inmaterial e incluso, si me permiten hacer patrimonio-ficción, algunas fórmulas de carácter no físico como el paisaje temporal, esto es: la sucesión de escenas temporales en marcos permanentes, caso, por ejemplo, de determinadas formas de percibir el patrimonio religioso en el contexto urbano.

UNA CIUDAD POR DESCUBRIR: NUEVOS MODELOS DE ARQUEOLOGÍA URBANA APLICADOS AL TURISMO DE ÉCIJA

Ana de la Puente-Apecechea Prieto

*Licenciada en Historia
especialidad Prehistoria y Arqueología
por la Universidad de Sevilla
anadelapuerta86@gmail.com*

RESUMEN: Este artículo se centra en el debate sobre el uso del patrimonio arqueológico como elemento de atracción turística. Se proponen fórmulas a seguir para que el elemento histórico y su protección se conviertan en el ente principal a la hora de su puesta en valor. Es por ello que se toma como modelo la ciudad de Écija, donde la arqueología convive con el desarrollo de la ciudad. Astigi como modelo, expone la necesidad de proteger los restos arqueológicos desde el concepto de 'Yacimiento Único' sentando así las bases de la nueva arqueología urbana y su gestión en las Ciudades Históricas y superpuestas, arriesgando por una puesta en Valor que tenga como principal objetivo, la protección del elemento arqueológico. La vinculación ciudadana es clave en este proceso, que implica a las entidades públicas y privadas, en un modelo turístico de calidad, garante de protección para el patrimonio cultural.

Palabras clave: Patrimonio arqueológico / Yacimientos arqueológicos / Arqueología urbana / Turismo cultural / Puesta en Valor / Excavación / Proyecto museológico/ Museological project.

ABSTRACT: This paper is centered in the discussion on the use of the archaeological heritage as a tourist attraction. Here is proposed, different ways to follow for the preservation of the Historical heritage as the principal objective when it is going to put in value. The city example, in this case, is Écija, where archeology coexists with the growth of the city. The Roman city of *Astigi* as a model, exposes the need to protect the archaeological remains with the concept of 'Unique Field'. This new urban archeology and its Management in Historic and overlay's Towns, has as the main objective, the protection of the archaeological element. Linking citizen is key to this process, involving public and private entities in a quality tourism model, ensures the protection of cultural heritage.

Key words: Archaeological heritage / Archaeological field / Urban archaeology / Cultural tourism / Heritage Value / Excavation.

La arqueología ha jugado siempre un doble papel en la sociedad. Frente a la imagen bohemia del investigador aventurero, que transporta a quien imagina a remotos parajes de ensueño, se ensalza una nueva visión de arqueólogo, que no tiene nada que ver con esa profesión soñada. Es entonces cuando el bohemio investigador pasa a ser el enemigo. Ese que paraliza una obra, el que limpia piedras, y encima, si encuentra 'algún tesoro', elimina cualquier sentimiento de propiedad sobre el dueño del territorio para dar propiedad a la comunidad en general. Una visión, difícil de comprender en numerosas ocasiones.¹

Esta imagen es normal, ocurre en todas las ciudades superpuestas. El auge de la construcción, sacó a la luz una nueva carrera, el arqueólogo profesional. Con esto, las ciudades se llenaron de solares en proceso de excavación, que en cuestión de meses desaparecían y se transformaban en nuevos edificios, sin que en ningún momento se explicase a la ciudadanía de una forma adecuada qué es lo que estaba sucediendo en ese espacio, a dónde iban los restos arqueológicos que en dicho lugar aparecían o simplemente, porqué no tenían el valor suficiente para mantenerse en el tiempo y eran mandados a destruir.

A esto, se sumaría el cambio social que la burbuja inmobiliaria estaba produciendo, que hizo de la arqueología una barrera frente al avance, al desarrollo. El arqueólogo, y sus 'ruinas' eran vistos así, como los que evitaban tener un aparcamiento en el centro o producía el cierre de los comercios colindantes por la transformación del entorno urbano en un espacio de obra, obras que en muchas ocasiones iban a verse paralizadas durante meses o incluso años.² Además, los medios de comunicación, ayudarían a mantener esta imagen negativa de la arqueología, con una sintaxis que más que ir en pos del desarrollo cultural, culpaba de estos paros constructivos a la aparición de restos arqueológicos.

Pero para poder llegar a comprender cómo se ha llegado a esta situación, conseguir cambiar la percepción que la población tiene de la arqueología y poder hacer entender que ésta puede ser un recurso económico de gran valor, hay que analizar cómo ha evolucionado el modelo urbano en los últimos años.

¹ Lámina 1.

² Lámina 2.

La evolución de la arqueología urbana en España.

La arqueología urbana parte como un proceso metodológico que en los últimos treinta años va a sufrir una gran transformación. No es hasta los años ochenta cuando comenzaremos a oír hablar de este fenómeno. La arqueología en medio urbano, actuaba como un método de rescate en la mayoría de los casos. Va a ser durante esta década, los ochenta, cuando este modelo entendido como arqueología de rescate se transforme en un modelo de prevención.³

Con el surgimiento de la arqueología preventiva, va a nacer lo que conocemos como arqueología urbana moderna. Y esto va a ocurrir por varios factores, siendo el principal de los mismos el establecimiento de la Ley de Patrimonio Histórico Español⁴, que entre otras cosas, supondrá la aparición en España de la Arqueología como profesión libre. Pero el auge de la arqueología va a tener también una serie de inconvenientes, que en los años noventa harán que veamos la parte negativa de la historia. Son muchos y famosos los escándalos de estos años. Por nombrar algunos de los casos que puedan referenciar estos conflictos, en los años noventa, serán noticia casos como la construcción de la Estación del Ave de Córdoba sobre el Palacio Imperial que se encuentra en Cercadilla, donde las máquinas, en fin de semana, entraron a destruir los restos arqueológicos sin que los arqueólogos pudieran hacer nada por detenerlas.⁵ Otro caso sería la reconstrucción irreversible del teatro de Sagunto, la remodelación en 1996 de la plaza de Oriente en Madrid, que supuso la destrucción de la mayoría de los restos arqueológicos, eliminando una Atalaya del siglo XI.⁶ Otro de los casos más llamativos, sería la destrucción de gran parte de los arrabales de Córdoba, que a día de hoy siguen siendo destruidos por hectáreas por el plan parcial. En el caso de la provincia de Sevilla, existen dos casos con bastantes paralelismos como serían las excavaciones de la Plaza de la Encarnación en Sevilla, y las acaecidas en la Plaza de España de Écija. Casos con gran repercusión social y que produjeron bastantes conflictos entre la población. Pero todos estos casos no son más que una muestra de una serie de conflictos que en muchas ocasiones, son causados por problemas administrativos, y no por

³ HORNOS, F. (1993): "Reflexiones acerca del patrimonio arqueológico inmueble y su conservación". *Conservación Arqueológica. Reflexión y debate sobre teoría y práctica*. Sevilla.

⁴ LEY 16/1985, de 25 de junio, del Patrimonio Histórico Español (BOE de 29 de junio de 1985).

⁵ MÁRQUEZ, C.; HIDALGO, R. y MARFIL, P. (1992): "El complejo monumental tardorromano de Cercadilla en Colonia Patricia Corduba". *L'África Romana IX*. 1039-1047.

⁶ ANDREU MEDIERO, E. (2007): *El Madrid Medieval*. Caesar augusta, 78. Pp. 687-698.

la actuación arqueológica, provocando así, que la imagen de la profesión, estuviese más que nunca, por debajo de la 'cota cero'.

También esta serie de aspectos negativos iban a producir su vez algo positivo. Asistiremos así, a una nueva perspectiva arqueológica. En los años noventa, la profesión no solo se entenderá como la salvaguarda del patrimonio, sino también como una forma de resolución de problemas históricos.⁷

De acuerdo con este nuevo planteamiento, van a surgir así los proyectos de investigación urbana. Algunos de ellos, se gestarán a partir de la iniciativa municipal, teniendo una gran repercusión tanto dentro del mundo de la investigación, como en ámbitos socio-culturales en general. Aparecerán así, grupos de investigación arqueológica en Cataluña, en la Comunidad Valenciana, en la de Madrid, en Aragón o Andalucía. Otros proyectos, surgirán de otras iniciativas, como será el caso del Consorcio de Mérida en 1996.⁸

La arqueología urbana en Andalucía.

En el caso de Andalucía, el estudio arqueológico, principalmente en ciudades superpuestas, se ha acabado convirtiendo en un problema social. Esto ha ocurrido porque no existe homogeneidad en la gestión. La falta de una política autonómica y la ausencia de proyectos generales de investigación son la base de este conflicto. La relación de las administraciones locales con las autonómicas ha dependido en numerosos casos, del signo político o las relaciones personales, al igual que las relaciones con el ámbito universitario. Esto es un problema de base que coexiste con el necesario y consciente desarrollo cultural objetivo pero que no es paliable en muchas ocasiones aunque a nivel social se quiera aparentar o expresar lo contrario, de hecho, no es un problema de corte

⁷ AAVV (2010): *Arqueología, patrimonio y desarrollo urbano. Problemática y soluciones*. Actas del Seminario de Girona, 3 de julio de 2009 Ajuntament de Girona Institut de Recerca Històrica de la Universitat de Girona.

⁸ Dos ejemplos de vital importancia serían el programa de mecenazgo establecido a través del "Proyecto Mecenas" del consorcio de Mérida, por el cual, cualquier individuo de forma individual o cualquier entidad o empresa, puede formar parte del patrocinio cultural de la ciudad a cambio de una serie de beneficios culturales y la responsabilidad de decidir qué espacios deben ser intervenidos con los beneficios obtenidos a través del programa, (para más información, <http://www.consorciodemerida.org>) y por otro lado, la ya desaparecida TEDA (*Taller Escola d'Arqueologia*) fundada por Xavier Dupré Raventós a finales de los años ochenta que supondrá el desarrollo de la Arqueología Urbana en Tarragona.

Andaluz, sino social de forma genérica. Lo que es cierto es que este nudo de relaciones sociales, puede entorpecer o facilitar burocráticamente.⁹

Existen tres puntos clave en la gestión y de la relación entre éstos va a depender el resto de actuaciones llevadas a cabo. No podemos obviar que siempre van a existir puntos débiles, como la nula repercusión del trabajo arqueológico en obras de edificación o la falta de un desarrollado control de calidad en las intervenciones.

Pero ¿cómo se puede evitar esto? A través de distintas normativas que por desgracia, no en todas las ocasiones pueden llegar a ser vinculantes. En el caso concreto de Écija, se cuenta con una Carta Arqueológica, con la creación de un Museo Histórico Municipal y el Plan Especial de Protección. A todo esto, habría que sumarle una figura de gran valor, como es la Creación de la Comisión de Patrimonio, la cual se encarga de velar el cumplimiento de la normativa vigente.¹⁰ Pero aún con todo un arsenal de medidas de protección, sigue existiendo el problema de que la opinión del arqueólogo, no es vinculante. Por tanto, estamos ante un vacío absoluto de protección, ya que no podemos obviar que quien mejor conoce el elemento arqueológico, es quien lo excava y por tanto, lo estudia y analiza en profundidad, ya que por ley, está obligado a hacerlo. Pero la realidad muestra que el elemento arqueológico va a depender en la mayoría de las ocasiones de la voluntad del arquitecto, quien en numerosas ocasiones, se ve obligado a modificar su proyecto en función a las necesidades patrimoniales.

Con el paso del tiempo ha aumentado el número de profesionales que intervienen en el ámbito de la gestión cultural en general y de la arqueología en particular. La arqueología urbana es un concepto reciente.¹¹ En las últimas décadas se ha producido un gran cambio en el ámbito de la investigación. Antes del surgimiento de la arqueología en ámbito urbano, el estudio arqueológico se había centrado únicamente en el estudio de grandes complejos arqueológicos, como era el caso de Carmo, Itálica, Emerita Augusta... Esto se produjo por una serie de factores de tipo económico, formativo, interpretativo y también motivos

⁹ ACIÉN ALMANSA, M. (1994): "Política y Arqueología ¿dependencia?", *Arqueología y Territorio Medieval*, 1, Jaén. Pp. 67-74.

¹⁰ AAVV (2005): Jornadas de Protección del Patrimonio Histórico de Écija. Actas de las II y III Jornadas de Protección del Patrimonio Histórico de Écija: "Patrimonio inmueble urbano y rural, su epidermis y la ley de protección" celebrado en Écija 2003. Asociación de Amigos de Écija.

¹¹ CAMPOS, J. M. y VIDAL, N. (en prensa): "Arqueología urbana en Huelva: balance y perspectivas de futuro". Huelva Ciudad Milenaria. Consejería de Cultura.

relacionados con el prestigio. El monumentalismo predominante en la visión arqueológica clásica de corte filológico, casi exclusivo, unido al rechazo de los estudios domésticos por parte de algunos investigadores y catedráticos de prestigio, provocaron que mientras se desarrollaban excavaciones en templos, foros o importantes necrópolis, el estudio de la sociedad en sí, a través del conocimiento del ámbito doméstico, quedara prácticamente apartada. A esto, habría que sumar que en muchas ocasiones, dichos espacios, iban a localizarse dentro de centros históricos, en suelo urbanizable y en una sociedad que en los últimos cincuenta años ha ido enlazando campañas de urbanización masiva una tras otra, hasta la posterior burbuja inmobiliaria de los años noventa, quedando así, huérfanos de un grupo de investigación, que centrase su atención en estos restos arqueológicos, que a simple vista, apenas llamaban la atención.

Pero este desarrollo urbano, unido al impulso de las leyes de Patrimonio¹², van a desarrollar de tal manera la arqueología urbana que va a convertirse en responsable de la multiplicación de profesionales en el sector. Actualmente, el 90% de los arqueólogos son profesionales libres y el 80% de las intervenciones arqueológicas en España, son en suelo urbano. La ciudad, se ha acabado transformando así, en un laboratorio de normativa, integrando de este modo la profesión del arqueólogo y la arqueología, de pleno derecho, en los procesos vinculados a la construcción. Esto va a suponer también, que la administración pasase a establecer un modelo semi-privado después de varios fracasos.¹³

La demanda de arqueología por un grupo social depende de su relación con la misma. En el año 2006, dentro de un estudio sobre Patrimonio Arqueológico realizado por el alumnado de la universidad, se llevó a cabo una encuesta para conocer el grado de aceptación del Patrimonio Arqueológico, en dos ciudades con planteamientos diferenciados. Por un lado, Écija, donde el Patrimonio Arqueológico, responde al modelo de ciudades superpuestas, como Sevilla, Córdoba y otras muchas de hábitat clásico, y por otro, Alcalá de Guadaíra, un modelo de ciudad Medieval que adquiere importancia principalmente en la Edad Media, convirtiéndose en punto clave de abastecimiento de recursos para la ciudad de Sevilla. En ambas ciudades, en un momento en el que aún no había una repercusión de la crisis y en pleno apogeo de la

¹² LEY 1/1991, de julio, de Patrimonio Histórico de Andalucía (BOJA nº 59, de 13/07/1991).

¹³ BERMÚDEZ, J. (1996): "Mecanismos de protección y financiación en la arqueología urbana". Revista de Administración Pública, 141.

construcción y las excavaciones arqueológicas, se hicieron las siguientes preguntas:

- ¿Estaría usted de acuerdo con que un 1% de la recaudación de sus impuestos fuese destinado a la preservación del patrimonio arqueológico?

- Écija: 78% de acuerdo.

- Alcalá de Guadaíra: 82 % de acuerdo.

- ¿Cree que tienen importancia las excavaciones arqueológicas que se están llevando a cabo para la investigación?

- Écija: 71 % Sí.

- Alcalá de Guadaíra: 87% Sí.

- ¿Y para su población, cree que es importante?

- Écija: 42 % Sí.

- Alcalá de Guadaíra: 93 % Sí.

Entendemos aquí que cuando una excavación arqueológica llega a paralizar la vida de una ciudad, se acaba convirtiendo en algo negativo para la población y con esto, se impide en gran medida poder utilizar la imaginación para llegar a hacer del problema, un recurso. No es la excavación arqueológica lo que anula la visión positiva en la sociedad, sino la falta de entendimiento entre los agentes implicados, lo que hace que se refleje en la población, que acaba viendo el elemento arqueológico como algo negativo, lo que ésta acaba queriendo al final, es que la obra finalice cuanto antes, y como sea, mostrando total indiferencia ante el elemento a proteger. La sociedad demanda arqueología siempre y cuando no le afecte negativamente y a su vez, los promotores no quieren retrasos, buscando el máximo rendimiento de su negocio como cualquier empresario.¹⁴ Así, asistimos a situaciones que se repiten en muchas ciudades. Sin salir de la provincia de Sevilla, el caso de la Plaza de la Encarnación, en la capital, supuso el cierre de una zona urbana comercial céntrica, lo que acabó por incidir en la imagen negativa de la profesión.

Estos problemas responden a diferentes motivos, pero el principal, es que no existe una conexión real entre excavaciones, lo que dificulta a su

¹⁴ Dicha encuesta forma parte de un proyecto de elaboración propia junto con R.LEAL, J. GONZÁLEZ DE AGUILAR y J.M. MORILLO, realizado para la formación en *Patrimonio Arqueológico* dentro del plan de estudios 1998 para Ldo. en Historia.

vez el proceso de investigación. Un profesional libre excava un solar y a doscientos metros, hay otro arqueólogo realizando otra investigación en otro espacio urbano, pero en la mayoría de las ocasiones, no se realiza ningún tipo de conexión científica entre ambos espacios, lo que dificulta el proceso de difusión a la sociedad. Además, la arqueología urbana ha ido siempre al ritmo que ha marcado la construcción, reduciendo así su espacio-tiempo, por lo que a su vez, el rendimiento científico, se ha visto disminuido. La arqueología urbana surge como arqueología de salvamento o rescate, no nace con vocación científica¹⁵.

Pero en los últimos años, la arqueología en medio urbano ha dejado de ser un medio de salvamento para transformarse en punto clave en el desarrollo económico de numerosas ciudades, principalmente ciudades de interior, con una oferta cultural amplia, que se desmarca del turismo estacional de sol y playa. Este grupo de ciudades culturales, centran su oferta turística en grupos sociales que buscan viajar, conocer y disfrutar del espacio urbano, no sólo desde un punto de vista histórico, sino también etnohistórico. Este público es muy exigente y no es exclusivo de un rango de edades concretas, lo que obliga no sólo a investigar y difundir, sino que también se hace necesario adecuar la exposición del recurso al ciudadano según sus características¹⁶.

El arqueólogo cumple aquí una función importante, ya que la ciudad, se convierte en un escenario evolutivo del entramado urbano, que debe ser explicado desde un punto de vista científico. Ya no hablamos de yacimientos arqueológicos, sino del Yacimiento Arqueológico de Écija, en el que se enmarcan los restos de Astigi y de Istiya, de Eçija y de Écija. Además, se suma a la visión arqueológica cualquier elemento material. La evolución constructiva de los palacios u otros edificios aun en pie, las distintas rehabilitaciones y modificaciones que los mismos han sufrido a lo largo de los siglos, se pueden transformar así en puntos de interés turístico. Caso ejemplo es La Cartuja de Sevilla, de la cual se conoce su proceso constructivo hasta la imagen que actualmente presenta. Los estudios de paramentos en edificios históricos son lo que cuentan la verdadera vida y transformación de éstos palacios e iglesias y una ciudad con un patrimonio arqueológico paramental tan rico como la ciudad de Écija debe velar por la investigación de dichos espacios

¹⁵ DOMÍNGUEZ, R. M.; FERNÁNDEZ, A.; HERCE, J. L.; MENASANCH, M. y PRESAS, M. (1994): "Empresas de arqueología y arqueología urbana: investigación, negocio, profesión". *Arqueología y Territorio Medieval*, 1. Pp. 83-92.

¹⁶ ESQUEMBRE, M. A.; ORTEGA, J. R. (2002): "Arqueología y empresa", en AAVV, *Actas de las Jornadas de Arqueología y Patrimonio Alicantino*, Alicante. Pp. 87-102.

tanto por su conservación e investigación, como por el interés como recurso turístico puede despertar dicho análisis. Por tanto, no se puede hacer alusión a la arqueología de una ciudad en una ruta turística y mostrar al visitante un conjunto de columnas y mosaicos fuera de su contexto o reutilizados en espacios contemporáneos. Si se vende una ciudad como cultural, lo principal es que el visitante conozca de la forma más fidedigna posible la realidad del espacio histórico, para que aprehenda los puntos clave del desarrollo cultural de la ciudad y así, lo que visite, lo recuerde sin necesidad de recurrir a triviales recursos mitológicos. No debemos olvidar que lo principal del turismo cultural, es la cultura. Hay que velar por ser lo más fieles posible al contexto. El agente turístico, tiene la obligación de renovar su discurso, al igual que el arqueólogo está obligado a seguir desarrollando su carrera investigadora. Si no se avanza en el estudio científico, el turismo cultural se estanca y no vuelve, ya que no existe novedad, luego se pierde la capacidad de desarrollo económico. Una buena cadena de gestión supone el mantenimiento de un buen motor de desarrollo económico basado en el turismo cultural.¹⁷

Teniendo en cuenta esta cadena de gestión, existen una serie de condicionantes para llevar a cabo un buen proyecto de desarrollo basado en el turismo arqueológico. Lo primero es realizar un estudio del entramado urbano a través de las fuentes, como por ejemplo las planimetrías antiguas, en el Archivo Histórico Municipal, donde también pueden encontrarse otros documentos que tienen gran importancia en el análisis histórico, como pueden ser las crónicas. Este análisis permite conocer en mayor medida las áreas funcionales de la ciudad, espacios religiosos, administrativos o industriales entre otros.

La contextualización de los hallazgos casuales también es importante. No tiene sentido alguno mostrar un elemento simplemente por su belleza si lo que se busca es un turismo de calidad, por lo que es importante analizar científicamente los materiales en la medida de lo posible. Al llevar a cabo un análisis histórico en profundidad, se está desechando la posibilidad de construir un turismo basado en anécdotas o leyendas. Si se quiere establecer un turismo de calidad, lo primero que hay que aclarar es que aunque hoy en día haya quien parece que necesita del morbo o la leyenda para atraer al público, el tiempo de los falsos cricones acabó hace algún tiempo. Por suerte, son muy pocos los casos en los que esto ocurre, y además, el desarrollo cultural de las poblaciones actuales hace que proyectos que más que espacios arqueológicos

¹⁷ Lámina 3.

parecen parques de atracciones, no se lleven a cabo. Esto parece algo lógico, y a lo que sobra aludir, pero la arqueología, en el pasado, ha sido utilizada políticamente, a veces, creando falsos históricos, a veces, evocando un pasado de grandeza, con la búsqueda de enaltecer una población frente a otra creando una historia que nunca existió.

Arqueología y sociedad: el desarrollo del recurso.

A día de hoy, la arqueología está vinculada a la sociedad y se implica de forma directa e indirecta con la misma. La arqueología urbana es más cercana a la población que la sistemática, generando además, debates muy encendidos. Es muy importante, ya que tiene mayor posibilidad de explotación como recurso, aunque a su vez, genera dos grandes problemas. En primer lugar, existe un gran desconocimiento sobre el destino de los restos arqueológicos. El segundo problema es que existe una gran necesidad de una adecuada política de divulgación, que a su vez, se convierte en un punto peligroso ante la posibilidad de creación de falsos históricos.

La arqueología ha demostrado claramente que puede convertirse en motor de desarrollo en numerosas ocasiones.¹⁸ En la Península Ibérica existen numerosos ejemplos de cómo a través del estudio del desarrollo urbanístico de una ciudad a lo largo de su historia, con algo de imaginación y con un equipo de profesionales en la gestión y difusión cultural especializado en la puesta en valor de restos arqueológicos, se puede llegar a hacer del patrimonio arqueológico una de las mayores fuentes de ingresos de una población. Así, ciudades como Mértola, Almedinilla, Vitoria, Mérida, Córdoba o Barcelona, han sabido desarrollar una serie de industrias culturales en torno a sus espacios arqueológicos.

El conjunto de los profesionales del sector cultural, es consciente de que no todo es susceptible de ser conservado y que no todo lo conservado es factible ponerlo en valor. Al igual que en numerosas ocasiones, una puesta en valor, no tiene porqué realizarse *in situ*. Es cierto que por lo general, predomina el expediente de excavación, análisis de la situación y levantamiento. A veces la conservación, no tiene porqué implicar el mantenimiento del elemento arqueológico como un espacio

¹⁸ PÉREZ-JUEZ GIL, A. (2006): *La Gestión del Patrimonio Arqueológico: el yacimiento como recurso turístico*. Ed. ARIEL. Barcelona.

visible, ya que por protección, se conserva bajo tierra.¹⁹ Pero en el caso de llevar a cabo labores de musealización de los restos arqueológicos, existen una serie de protocolos de actuación, sobre los que siempre prima la conservación y protección del registro arqueológico. Además, la puesta en valor, no implica la conservación *in situ* en algunas ocasiones o incluso no tiene porqué suponer el mantenimiento en el espacio del conjunto arqueológico en su totalidad. Es preciso dentro de una puesta en valor que el registro arqueológico sea legible a todos los niveles.²⁰ El objetivo de la conservación, no debe ser otro que el articular la ciudad en pasado-presente, integrando la historia de ésta en la dinámica cultural, social y económica de su población.

La toma de decisiones sobre qué se conserva y qué no, es algo totalmente arbitrario, por lo que se necesita de una revisión de la legislación que establezca al menos una serie de puntos clave que regulen este problema. De todos modos, existen una serie de indicadores que, a modo de guía, sirven de base para la conservación del registro. Un elemento arqueológico debe ser conservado en función a su singularidad, su valor histórico, su capacidad de ser musealizado o puesto en valor, por la monumentalidad del mismo, su legibilidad o su capacidad discursiva, su valor simbólico y su impacto social. Tanto la legibilidad, como la capacidad discursiva son muy importantes a nivel social por lo que se convierten en indicadores esenciales, dentro del conjunto de aspectos a tener en cuenta, sobre todo, si hablamos de hacer del recurso, un foco de atracción cultural y económica. Si no se entiende lo que se ve, es imposible llegar a valorarlo. Esta visión se convierte en fundamental al hablar del registro arqueológico, cuando en la mayoría de las ocasiones, se conserva a nivel de cimientos.²¹

El proyecto museológico.

Un proyecto museológico debe estar bien definido. Es importante saber qué se quiere mantener y porqué. Estos contenidos deben ser articulados bajo una narrativa histórica de corte divulgativo y planteado a diferentes escalas.²² El proyecto museológico implica un proyecto

¹⁹ QUIRÓS CASTILLO, J. A. (2005): "¿Excavar en las ciudades o historiar las ciudades? El debate sobre la Arqueología Urbana a la luz de algunas experiencias europeas", *Arqueología y Territorio Medieval* 12.1, Jaén, Pp. 107-132.

²⁰ Láminas 4 y 5.

²¹ QUEROL, M^a Á. (2010): *Manual de gestión del patrimonio cultural*. Madrid.

²² PASTOR HOMES, I. (2009): *Pedagogía Museística: Nuevas perspectivas y tendencias actuales*. Ed. ARIEL.

arquitectónico. Este proyecto es de gran importancia ya que se va a convertir en la base del proyecto museográfico y a su vez, se va a convertir en la imagen final del mismo.²³

Hay tres puntos clave que deben cumplirse ante la realización de un proyecto arquitectónico de este tipo:

- El contenedor no debe llamar más la atención que el contenido.
- Debe respetar el elemento arqueológico.
- Debe ser reversible.

Aunque, como se ha dicho anteriormente, la opinión del arqueólogo no es vinculante, es obligación del mismo, en la medida de lo posible, velar porque eso se cumpla, aunque son muchos los casos, en los que ha primado más el nombre del arquitecto que el elemento arqueológico en sí.

Para conseguir un turismo de calidad, desde la administración pública no se deben obviar tres principios básicos para la puesta en valor:

- El elemento arqueológico en sí, es lo más importante, el turismo es secundario. Esto lo han captado muy bien en Altamira, donde la Neocueva aumenta cada año el número de visitantes y la sociedad ha comprendido la necesidad de preservar el bien. Otro caso sería el cierre de la Domus Aurea en Roma.
- Hay que inculcar en la sociedad el concepto de ver. Poder ver es un privilegio, lo que nos crea a su vez la responsabilidad de proteger. Con esto, se conseguirá que la puesta en valor de un estanque romano no acabe convirtiéndose en un basurero.
- Una buena puesta en valor depende administrativamente de la Consejería de Cultura y del Ayuntamiento, y científicamente de un grupo profesional solvente. Cada uno de los implicados es responsable del bien en sí, de la puesta en valor del mismo, de su conservación y de los resultados culturales y económicos que el mismo pueda generar en sí, y en torno al mismo.

La cultura genera beneficios a largo plazo, y no en sí, sino a su alrededor. No hay que olvidar, que el turismo invierte fondos en cultura

²³ Lámina 6.

porque se beneficia de la misma. Por ello, desde la parte cultural, hay que instar al turismo a crear nuevos modelos más competitivos, con una buena gestión que se salga del modelo estacional tradicional evitando fechas concretas como ferias o Semana Santa, para convertirse en un bucle más fluido y repartido basado en más focos de atracción, que amplíen el turismo más allá de las tradicionales fiestas de interés turístico nacional.²⁴

La creación de proyectos turísticos a partir del registro arqueológico.

Una buena forma de controlar y proteger el bien arqueológico y a su vez, transformarlo en foco de atracción cultural y por ende, turístico, son los planes directores. Éstos permiten desarrollar inversiones públicas por etapas. En el caso concreto de Écija, una buena posibilidad, sería la aplicación del concepto de yacimiento único al proyecto recogido en el Plan Espacial de Protección por etapas con el que cuenta la ciudad.

Un buen plan director se convierte en una base de trabajo clara y de vital importancia, ya que a más competitividad, mayor calidad. Además, no debemos olvidar, que la puesta en valor del recurso lleva implícita la protección del mismo. Todo proyecto arqueológico, debe estar preparado para afrontar una intervención de principio a fin, desde una prospección, a la inversión museográfica necesaria.

Un plan director debe convertirse en guía para los agentes implicados en la gestión turística, para así evitar el turismo estacional, creando un nuevo concepto basado en el turismo sostenible, estableciendo rutas a distintos niveles y sobre todo, implicando a la población, que es la que se beneficia de este proceso generando recursos a través de diferentes sectores, desde la investigación, al sector servicios.

Este programa aplicado a la gestión cultural, necesita de una inversión pública para la atracción de un grupo clientelar amplio que invierta en la ciudad, lo que generará una serie de beneficios, que a su vez vuelven al ente público a través de sistemas tributarios. Lo que genera una cadena de inversiones y beneficios que acaban por convertirse en motor de desarrollo poblacional.

²⁴ PÉREZ-JUEZ GIL, A. (2006): *La Gestión del Patrimonio Arqueológico: el yacimiento como recurso turístico*. Ed. ARIEL. Barcelona.

La musealización.

Para llevar a cabo un buen proyecto museológico es necesario tener en cuenta una serie de actuaciones que son básicas para la preservación del espacio arqueológico. La valoración y preservación del registro como recurso turístico es lo principal, aunque no debe olvidarse que para su puesta en valor deben acometer distintas actuaciones para dar una mejor accesibilidad al espacio, tanto en relación con las infraestructuras, como en función a la necesidad explicativa del espacio. No hay que olvidar en ningún momento que la cultura es un bien que pertenece a la ciudadanía y por tanto, el garantizar el acceso a la misma a todos los grupos sociales es fundamental. Un espacio arqueológico debe garantizar en la medida de lo posible, en acceso al mismo a todas las personas de forma indiferente a su condición física, por tanto debe contar con elementos de apoyo, que son esenciales para la comprensión del espacio. Los itinerarios deben estar entre los 500 y los 2000 metros y deben incluir en los mismos la posibilidad tanto de puntos de parada, como de incorporación a la ruta.

Funcionalidad turística y estrategias de actuación en Écija.

Para el caso concreto de Écija, el objetivo sería establecer una línea de actuación que plantee estrategias operativas que ayuden a integrar arqueología y turismo en el marco sostenible de desarrollo territorial.

Para ello, sería necesario realizar un estudio de funcionalidad turística de cada uno de los elementos arqueológicos. Es importante plantear una serie de estrategias de actuación dentro de varios ámbitos. La mayor seña de identidad es la marca Andalucía, sabemos a ciencia cierta que vende por encima de la marca España, y dentro del contexto de Andalucía, encuadrar el elemento turístico en varios marcos de actuación:

- Establecer un contexto turístico de corte local. Esto es importante ya que la valoración del patrimonio debe comenzar por la propia población para que ésta lo entienda como recurso y haga del mismo un motor de desarrollo económico.

- Crear una red turística provincial. Esto se lleva a cabo incluyendo a Écija dentro del contexto de la campiña sevillana, junto con Marchena, Osuna, la Luisiana, Carmona o dentro de proyectos conjuntos territoriales como el programa Ciudades Medias.

- El establecimiento de rutas de tipo territorial se convierte en un nuevo concepto que es muy interesante. La búsqueda de la conformación de la Astigi Romana, entendida como la totalidad del territorio perteneciente al antiguo Convento Jurídico, sería un proyecto interesante, que podría incluir dentro del mismo, visitas a espacios de suma importancia arqueológica, como es el caso, por ejemplo, de Torreparedones.

- No deben obviarse las rutas a nivel regional. Écija es paso arqueológico obligado, y hay que huir del modelo de ciudad a los pies de la autovía, concepto que lo único que permite es la transformación del elemento cultural en un paisaje de fugaz admiración al paso. Hay que transformar el concepto de las torres como vista-ejemplo de la ciudad, en una excusa de integración en el espacio a través de modelos turísticos basados en la comprensión del espacio como arqueología paramental.²⁵

No deja de ser una realidad que la situación de la ciudad de Écija, más que estratégica, es compleja para establecer relaciones interculturales con otros espacios. Los grandes focos de atracción arqueológica como Itálica, Madinat al-Zahara o Carmo, hacen que la ciudad quede en mitad de dos grandes bloques de alta competitividad, pero precisamente por este motivo, una buena explotación del recurso supone la atracción de los focos culturales hacia el espacio y por tanto, su desarrollo.

Una buena forma de atracción es una buena adaptación al visitante. El guía debe estar preparado para responder con un carácter más o menos divulgativo o para poder ofrecerle al visitante un paquete en función a sus necesidades, por ello, hay que evitar hacer una lectura del paisaje basada en la tradición, que hasta el momento, lo único que ha conseguido es que el turismo se acabe basando en hechos puntuales, mitos y singularidades.

Todo es arqueología, y esta evolución hay que entenderla de forma diacrónica.²⁶ Es importante que el visitante se marche de la ciudad comprendiendo porqué una ciudad hipodámica cambia su configuración y acaba dividida en parroquias, o porqué la Avenida Miguel de Cervantes cumple cien años, o es conocida por toda la población como calle Nueva.

²⁵ TABALES, M. A. (2002): *Sistema de análisis arqueológico de edificios históricos*. Sevilla.

²⁶ Lámina 7.

La visión de 'conjunto patrimonial' permite incluir elementos inmateriales o hacer de la cultura actual un punto de reclamo en sí. Los estudios antropológicos y la etnohistoria son elementos de fácil presentación y venta a un público ansioso de conocimiento social y cultural, sobre todo en sectores internacionales.²⁷ Para hacer de los destinos culturales un recurso turístico hay que trabajar desde la complementariedad, es decir, no sólo es el elemento en sí, sino también su entorno lo que hace factible al turista la visita. La adecuación del entorno es fundamental, es importante establecer una serie de espacios adecuados a la actividad, como son los centros de interpretación. Para que estos espacios mantengan su funcionalidad con el paso del tiempo, y no se estanquen, es necesario el establecimiento de convenios de cooperación en diferentes ámbitos, desde el científico al sector servicios, siendo punto clave de encuentro la administración pública, primordialmente municipal, pero sin obviar ninguna de las posibles escalas de apoyo y actuación. Es muy importante crear en este aspecto un nudo de enlace entre cultura y turismo en todos los campos en los que dichas profesiones actúen.²⁸ La actuación por separado de dichos programas supone el fracaso de cualquier actuación que tengan por objetivo hacer de los mismos un motor de desarrollo óptimo, serio y responsable. Existen una serie de medidas, que suponen la creación de puestos de trabajo, temporales e indefinidos según la naturaleza de cada uno de ellos.

Estos proyectos deben llevarse a cabo integrando al turista en la vida urbana, para ello, existen posibilidades que facilitan esta actuación, como podría ser la preferencia peatonal en el centro histórico, reforzando en el área los servicios de atención al visitante. También se vuelve básico el establecimiento de iniciativas de promoción dual. Para el desarrollo es necesario que exista innovación en la gestión, dentro de los nuevos modelos de puesta en valor, y para ello, ésta debe basarse en una gestión pública, pero que mantenga el respaldo del sector empresarial y la implicación ciudadana además del apoyo institucional.

El museo debe ser el punto de encuentro de todo este entramado.²⁹ Como centro de interpretación, debe mostrar un discurso coherente de la

²⁷ AAVV (2007): Jornadas de Protección del Patrimonio Histórico de Écija. (6ª ed. 2007) Actas de las VI Jornadas de Protección del patrimonio histórico de Écija: patrimonio inmaterial de Écija II: costumbres, artesanía y tradiciones culinarias. (Celebrado en Écija del 25 al 17 de octubre de 2007). Antonio Martín Pradas (coord.) Ed. Asociación de Amigos de Écija.

²⁸ MINISSI, F. (1994): "Musealización y Vitalización de la ciudad". Patrimonio y Ciudad. Reflexiones sobre Centros Históricos. Córdoba.

²⁹ Ídem.

ciudad a través de la arqueología y siempre de forma innovadora, dentro de las nuevas tendencias museográficas, con una señalética adecuada, estableciendo cartelería a distintos niveles y por encima de todo, con explicaciones honestas y responsables.

El museo no es una caja donde guardar lo que sobra de una excavación y mostrar lo que de forma subjetiva pueda parecer más bello. El espacio museológico debe actuar como un ente vivo, dialogando con el visitante, a través de conferencias, exposiciones temporales y muestras de fondos en rotación.³⁰ Debe atraer al visitante una y otra vez con recursos como 'la pieza del mes' u otras actividades culturales que puedan ser ofertadas dentro de sus salas.

Esto, por tanto, requiere la continua revisión de fondos, la clasificación del material y la investigación de los mismos para una mayor difusión cultural. Las necesidades sociales se crean, y a través de nuevos proyectos, el conocimiento cultural debe transformarse en una necesidad básica ya que la educación es inherente al desarrollo.

Hacia dónde desarrollar la cultura.

Écija engloba dentro de su patrimonio arqueológico un amplio abanico histórico que abarca una cronología muy extensa, las riberas del Genil se cubren de elementos prehistóricos, de alfares romanos...en lo más alto de la ciudad, bajo la Alcazaba, los primeros asentamientos protohistóricos, capital de Convento Jurídico, sede de Obispado, Cora Islámica, ciudad de realengo... Dentro de su proceso de evolución urbanística, enfocado desde el punto de vista arqueológico, se encuadran también elementos medievales o barrocos, elementos tan comunes a nuestro día a día como la muralla, las iglesias, los palacios o el propio 'Salón', que debe su nombre a su tipología. Aunque a muchos pueda parecer extraño, hay que incluir en este paseo arqueológico por la ciudad elementos como el Puente de Hierro, parte de la arqueología industrial de la misma, u otros espacios como el parque de Lourdes o el Parque San Pablo, ejemplo de jardines urbanos en sus diferentes versiones.

La arqueología, es el estudio sistemático de la cultura materia, para el desarrollo del conocimiento humano, y todos estos elementos forman parte de su evolución. El desarrollo urbanístico de una ciudad hay que entenderlo de forma diacrónica. No es posible entender porqué uno vive

³⁰ Lámina 7.

en una calle estrecha, sino conoce la historia de la misma, y si no conoce el valor de su patrimonio, no es posible respetarlo.

El arqueólogo ha tardado prácticamente cien años de profesión en darse cuenta de la importancia que tiene comprender que la arqueología no termina en la 'cota cero'. En palabras del Dr. Oliva Alonso, "los arqueólogos, al hacerse cargo de los edificios en rehabilitación, han comenzado a mirar hacia arriba y no sólo al suelo". Quizás esta sea la excusa perfecta para que la sociedad, deje de ver la arqueología como algo negativo y a su vez, se convierta en la forma más práctica de desarrollar un turismo de calidad, sostenible y sobre todo, con un gran valor cultural, porque cuando una ciudad valora y comprende su historia, sus ladrillos, aunque viejos, vuelven a brillar.

BIBLIOGRAFÍA.

AAVV (1994): *Patrimonio y Ciudad. Reflexiones sobre Centros Históricos*. Córdoba 1994.

AAVV (2000): *I Congreso Internacional Ciudad, Arqueología y Desarrollo. La musealización de los yacimientos arqueológicos* (Alcalá de Henares, 2000). Madrid.

AAVV (2005): *Jornadas de Protección del Patrimonio Histórico de Écija. Actas de las II y III Jornadas de Protección del Patrimonio Histórico de Écija: "Patrimonio inmueble urbano y rural, su epidermis y la ley de protección"* celebrado en Écija 2003. Asociación de Amigos de Écija. Écija.

AAVV (2006): *The appear method. A practical guide for the management of Enhancement projects on urban archaeological sites*. European Commission, Research Report n° 30/4. February 2006.

AAVV (2007): *Jornadas de Protección del Patrimonio Histórico de Écija. (6ªed. 2007) Actas de las VI Jornadas de Protección del patrimonio histórico de Écija: patrimonio inmaterial de Écija II: costumbres, artesanía y tradiciones culinarias*. (Celebrado en Écija del 25 al 17 de octubre de 2007). Antonio Martín Pradas (coord.) Ed. Asociación de Amigos de Écija. Écija.

AAVV (2009): *Écija, ciudad barroca: ciclo de conferencias*. Ayuntamiento de Écija. Écija, Sevilla.

AAVV (2010): *Arqueología, patrimonio y desarrollo urbano. Problemática y soluciones*. Actas del Seminario de Girona, 3 de julio de 2009 Ajuntament de Girona Institut de Recerca Històrica de la Universitat de Girona.

ACIÉN ALMANSA, M. (1994): "Política y Arqueología ¿dependencia?, *Arqueología y Territorio Medieval*, 1, Jaén. Pp. 67-74.

AMORES CARREDANO, F. (2002): *Paisajes con Valores Patrimoniales. Objetivos y Estrategias para su Protección y Gestión. Paisaje y Ordenación del Territorio*. Consejería de Obras Públicas y Transportes de la Junta de Andalucía. 2002. Pág. 58-70. Sevilla.

ANDREU MEDIERO, E. (2007): *El Madrid Medieval*. Caesar augusta, 78. Pp. 687-698.

ARCHEOLOGIE URBAINE. *Actes du Colloque International*, (Tours, 1980). Ministerio de Cultura. París, 1982.

BERMÚDEZ, J. (1996): "Mecanismos de protección y financiación en la arqueología urbana". *Revista de Administración Pública*, 141.

CAMPOS, J. M. y VIDAL, N. (en prensa): "Arqueología urbana en Huelva: balance y perspectivas de futuro". *Huelva Ciudad Milenaria*. Consejería de Cultura.

CORTADELLA, J., DUPRÉ, X. (1988): *El TED'A: Arqueologia urbana a Tarragona*. En *Plecsd'Història local* [Suplement de L' Avenç: Revista d' Història]. Número 15 Pp. 234-235.

DOMÍNGUEZ, R. M.; FERNÁNDEZ, A.; HERCE, J. L.; MENASANCH, M. y PRESAS, M. (1994): "Empresas de arqueología y arqueología urbana: investigación, negocio, profesión". *Arqueología y Territorio Medieval*, 1.Pp. 83-92.

DURÁN CABELLO, R. M. y RODRÍGUEZ MARTÍN, F. G. (2004): "Veinticinco años de arqueología urbana en Mérida". *Cuadernos de prehistoria y arqueología*, 30. Pp. 153-166. Mérida.

ESPINOSA, A. (2002): "Los Servicios municipales de arqueología y los Museos municipales en la provincia de Alicante", en AAVV, *Actas de las Jornadas de Arqueología y Patrimonio Alicantino*, Alicante. Pp. 59-74.

ESQUEMBRE, M. A.; ORTEGA, J. R. (2002): "Arqueología y empresa", en AAVV, *Actas de las Jornadas de Arqueología y Patrimonio Alicantino*, Alicante. Pp. 87-102.

FERNÁNDEZ UGALDE, A., R., DOMÍNGUEZ ALONSO, M. *et alii* (1994): "Empresas de arqueología y arqueología urbana: investigación, negocio", *Arqueología y territorio medieval*, 1, Jaén. Pp. 83-92.

GOMEZ, E.; PENEDO, E. (2000): "Universidad y empresa en la arqueología actual", *Revista d' Arqueologia de Ponent* 10, Lleida. Pp. 369-373.

HALL, A.R. Y KENWARD, H.K., (1982): *Environmental archaeology in the urban context*, Council for British Archaeology, London.

HIDALGO PRIETO, R. (2010): CORD. *La ciudad dentro de la ciudad. La gestión y conservación del patrimonio arqueológico en ámbito urbano*. Sevilla.

HORNOS, F. (1993): "Reflexiones acerca del patrimonio arqueológico inmueble y su conservación". *Conservación Arqueológica. Reflexión y debate sobre teoría y práctica*. Sevilla.

MAR, R.; RUIZ DE ARBULO, J.; SUBIAS, E. (Eds.) (1999): *Viure l'èls ciutats històriques. Seminari: Recuperar La memòria urbana. L' arqueologia en la rehabilitació de les ciutats Històriques*, Documents d' Arqueologia Clàssica, Tarragona.

MÁRQUEZ, C.; HIDALGO, R. y MARFIL, P. (1992): " El complejo monumental tardorromano de Cercadilla en Colonia Patricia Corduba". *L' África Romana IX*. 1039-1047.

MARTIN-BUENO, M.; CANCELA, M. L. (1996): "Patrimonio Arqueológico Urbano: conflictos entre investigadores y Administración", *Complutum Extra 6* (II), Madrid, Pp. 307-316.

MINISSI, F. (1994): "Musealización y Vitalización de la ciudad". *Patrimonio y Ciudad. Reflexiones sobre Centros Históricos*. Córdoba.

MORENO, A.; MOLINA, F. y CONTRERAS, F. (1999): La defensa de la ciudad como yacimiento arqueológico. Los proyectos de arqueología urbana. *XXV Congreso Nacional de Arqueología*. Valencia. Pp. 275-299.

MOYA MALENO, P. R. (2010): "Grandezas y miserias de la arqueología de empresa en la España del siglo XXI". *Complutum*, 21, nº 1. Pp. 9-26. Universidad Complutense de Madrid.

MURILLO, J.; VENTURA, A.; HIDALGO, R. (1998/99), "El planeamiento urbanístico y la gestión del patrimonio arqueológico en Córdoba", *Kobie XXV*. Pp. 45-73.

ORDÓÑEZ AGULLA S. M, GARCÍA VARGAS, E. y GARCÍA-DILS DE LA VEGA, S. (2004): "Del Territorio a la arqueología urbana: Una aplicación intra-site del proyecto ASTIGIS". *Informática aplicada a la investigación y la gestión arqueológicas: actas del I Encuentro Internacional*, (5-7 de mayo, 2003, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Córdoba). Pp. 369-388. Córdoba.

ORDOÑEZ AGULLA, S., SÁEZ FERNÁNDEZ, P., GARCÍA-DILS DE LA VEGA, S., GARCÍA VARGAS, E. (2004): *Écija: Carta Arqueológica Municipal*. (Vol. 1) Sevilla, Junta de Andalucía.

PARENTI, R. (1994): "La aplicación del método estratigráfico para el análisis de monumentos". *Patrimonio y Ciudad. Reflexiones sobre Centros Históricos*. Córdoba.

PASTOR HOMES, I. (2009): *Pedagogía Museística: Nuevas perspectivas y tendencias actuales*. Ed. ARIEL.

PERAL BEJARANO, C.; FERNÁNDEZ, L. E., "La protección del patrimonio arqueológico desde la administración local en Málaga", *Revista d' Arqueologia de Ponent*, 9, Pp. 342-344

PÉREZ-JUEZ GIL, A. (2006): *La Gestión del Patrimonio Arqueológico: el yacimiento como recurso turístico*. Ed. ARIEL. Barcelona.

QUEROL, M^a Á. (2010): *Manual de gestión del patrimonio cultural*. Madrid.

QUIRÓS CASTILLO, J. A. (2005): "¿Excavar en las ciudades o historiar las ciudades? El debate sobre la Arqueología Urbana a la luz de algunas experiencias europeas", *Arqueología y Territorio Medieval* 12.1, Jaén, Pp. 107-132.

RICCI, A. (2002): *Archeologia e Urbanistica*, Firenze.

RODRÍGUEZ TEMIÑO, I. (2004): *Arqueología urbana en España*. Barcelona.

RUIZ DE ARBULO, J. (2004), "El patrimonio arqueológico en la ciudad contemporánea", *Anales de Arqueología cordobesa* 15, Córdoba, 31-43.

SANABRIA MARCOS, P. J. (2008; coord.): *Arqueología urbana en Cáceres: investigaciones e intervenciones recientes en la ciudad de Cáceres y su entorno actas de las jornadas de arqueología del Museo de Cáceres*. Junta de Extremadura, Consejería de Cultura y Patrimonio.

TABALES, M. A. (2002): *Sistema de análisis arqueológico de edificios históricos*. Sevilla.

TABOADA VILLANUEVA, B. (2006): *Mosaicos en Écija*. Conservación y restauración. Editado por la Asociación Martín de Roa. Écija.

LÁMINAS.



Lámina 1. El arqueólogo urbano frente a la imagen de investigador clásica. (Fotografía de la izquierda, intervención arqueológica en el cementerio de San Rafael, Málaga, fotografía de Ana de la Puente, a la derecha, descubrimiento de momia en Egipto, fotografía de la agencia EFE.)



Lámina 2. Excavaciones arqueológicas en la Plaza de España, Écija.

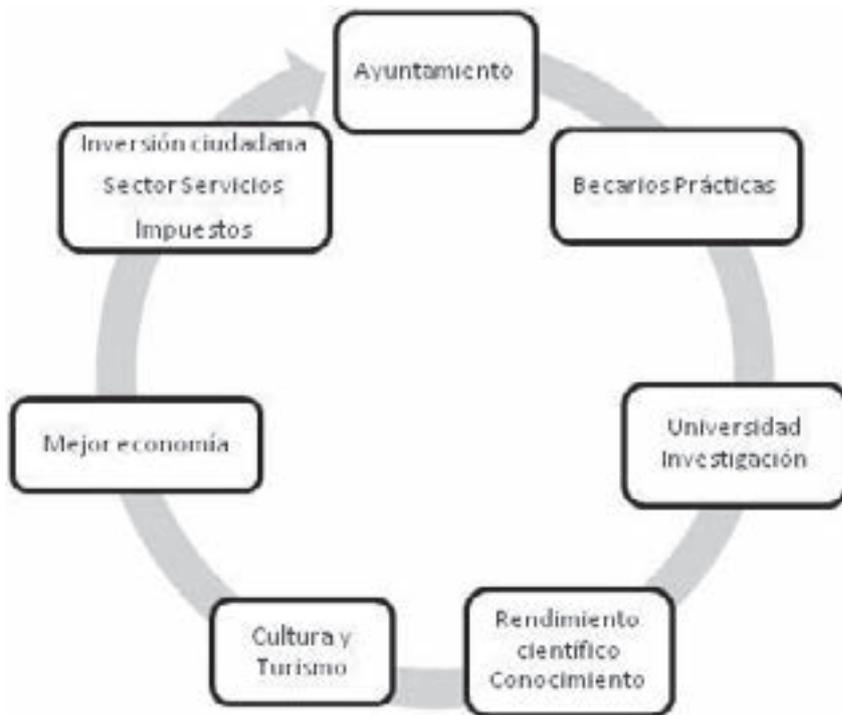


Lámina 3. Cadena de gestión basada en la cultura como recurso económico.



Lámina 4. Catedral de Vitoria. "Abierta por obras", proyecto de muestra de las intervenciones en la catedral en pleno proceso de actuación como atracción turística. (Fotografía en prensa, Diario Público)

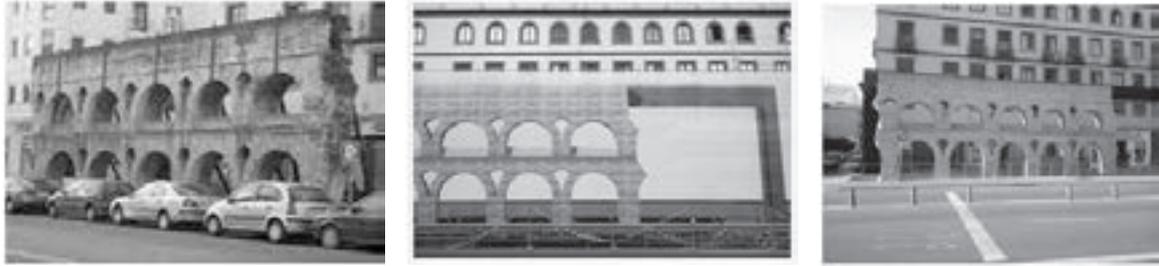


Lámina 5. Proceso de puesta en valor de un tramo del Acueducto, Caños de Carmona, en la avenida Luis Montoto en Sevilla.

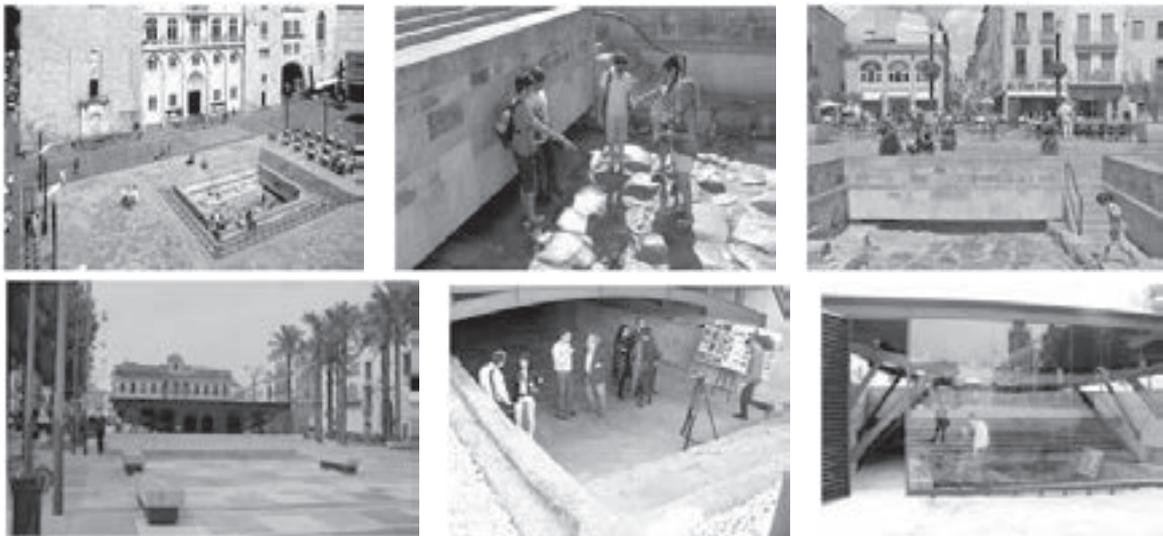


Lámina 6. Puesta en valor de la Vía Domitiana en Narbona, Francia, frente a la puesta en valor del Estanque Romano en la plaza de España, en Écija. El acceso a la primera es libre y el proyecto museológico centra la atención en el espacio arqueológico. En el caso de Écija, el acceso es con guía y el proyecto museológico prima frente al registro. (Fotografías de Narbona, Ana de la Puente 2011, imágenes de Écija, en prensa local)



Lámina 7. Museo Histórico Municipal de Écija. Punto central del turismo arqueológico de la ciudad. Actividades en el Museo (Fotografías de Antonio Fernández Ugalde, director del Museo Histórico Municipal)

TURISMO SOSTENIBLE EN LA PLANIFICACIÓN DE LAS CIUDADES PATRIMONIALES¹

M^a del Carmen Mínguez García

Departamento de Geografía Humana
Universidad Complutense de Madrid
cminguez@ghis.ucm.es

RESUMEN: La incorporación del turismo en las ciudades patrimoniales implica fuertes impactos socioeconómicos, funcionales y físicos que deben ser contemplados por los agentes implicados, a través de instrumentos de planificación. Estos han de buscar el desarrollo de un turismo sostenible o responsable, que no se limite exclusivamente a mantener la calidad medio-ambiental del lugar, sino que además pretenda un equilibrio económico, social y funcional. Un objetivo difícil de alcanzar, que pasa por el diseño de estrategias de actuación integrales, diferentes en cada caso para adaptarse a las necesidades específicas y a las características físicas y sociales de cada lugar, y en las que todos los agentes involucrados en la creación de ciudad deben trabajar conjuntamente.

Palabras clave: Turismo / Sostenibilidad / Ciudades medias / Centros históricos / Planificación integral / Patrimonio cultural.

Sustainable tourism in the planning for cultural heritage cities

ABSTRACT: The incorporation of tourism in cultural heritage cities implies strong socioeconomic, functional and physical impacts which should be taken into consideration by the corresponding agents, using planning tools. It is necessary to design a plan for sustainable and responsible tourism which not only seeks to maintain the environmental quality of the area but also achieves an economic, social and functional equilibrium. This is not an easy task since it implies the integral cooperation of many different city entities throughout the planning and implementation process. Each case must be studied individually so that a custom-made model can be implemented which will best suit the unique needs of each individual site.

Key words: Tourism / Sustainability / cultural heritage cities / historical centers / integral planning / Cultural heritage.

¹ Este trabajo ha sido realizado dentro del marco del proyecto "La capacidad de carga como instrumento de planificación y gestión de los recursos turístico-culturales". Ministerio de Ciencia e Innovación. Plan Nacional de I+D+i (2008-2011). Ref.: CSO2010-20702 GEOG. Dpto. de Geografía Humana (UCM). Años 2010-2013. Investigadora principal: Dra. María García Hernández.

1. Introducción

Sostenibilidad y turismo son dos palabras que para muchos expertos no pueden ir en la misma frase, al considerar que el turismo es una de las actividades económicas que generan más impacto en el medio ambiente y en las culturas. Efectivamente, el turismo genera fuertes impactos, pero no exclusivamente negativos ya que precisamente gracias a su fuerte capacidad influyente ofrece múltiples oportunidades para el crecimiento económico y para mejorar la calidad de vida (Troitiño Vinuesa, 2000a). Con estas premisas surge la idea de la sostenibilidad turística, que desde mediados de la década de los años noventa del siglo pasado se ha hecho un hueco en la literatura y en los organismos internacionales como la Organización Mundial del Turismo o la Unión Europea, que la defienden y la plasman en documentos marco que relatan cómo debería implantarse la actividad turística. Todos ellos se basan en escritos previos sobre turismo, como el Código Ético del Turista e incluso en la Declaración de los Derechos Humanos, y en algunos referidos a la sostenibilidad medioambiental como la Agenda 21 y otros igualmente resultantes de la Cumbre de Río.

Se establece así, en el año 1995, una Carta del Turismo Sostenible que refleja lo que se entendía por ello y cómo conseguirlo. En ella se parte de la idea de que los recursos en los que se basa el turismo son frágiles y que es creciente la demanda de una mayor calidad medioambiental. Además, se reconoce la necesidad de desarrollar un turismo que satisfaga las expectativas económicas y las exigencias ambientales, que sea respetuoso con la estructura socioeconómica y física de cada destino y también con las poblaciones receptoras. De esta forma, se da prioridad a la necesidad de proteger y reforzar la dignidad humana de los anfitriones y de los turistas. Se incide precisamente en estas dos figuras, la del anfitrión -o comunidad que es como se le cita en la Carta- y la del turista, considerándolas clave para establecer alianzas eficaces entre los actores que participan de la actividad turística; al tiempo que para hacer entre ambos un uso responsable del patrimonio común.

La Carta del Turismo Sostenible insta a los gobiernos a adoptar sus principios y objetivos resumidos en dieciocho puntos que ahondan en la importancia de la sostenibilidad ecológica a largo plazo, la viabilidad económica y la equidad ética y social para las comunidades locales, haciendo especial hincapié en los espacios frágiles medioambientalmente, en el cambio del modelo de consumo y en la colaboración y cooperación entre agentes. Precisamente, estos principios

y objetivos, así como la disposición de la sociedad actual, han derivado en formas concretas de turismo, como el Ecoturismo, el turismo responsable, el sostenible, los viajes alternativos... pero también en un *saber-hacer* que tiene que estar presente en la gestión cotidiana de los destinos de sol y playa, en los urbanos y, por supuesto, en ciudades patrimoniales como es el caso que aquí se presenta. Tal y como se recoge en el documento sobre el desarrollo sostenible del turismo, de la Organización Mundial del Turismo: "las directrices para el desarrollo sostenible del turismo y las prácticas de gestión sostenibles son aplicables a todas las formas de turismo en todos los tipos de destino, incluidos el turismo de masas y los diversos segmentos turísticos" (OMT, 2004).

2. Sostenibilidad turística y ciudad histórica

2.1 El concepto de sostenibilidad aplicado al turismo

Centrándonos en estos aspectos, que son los que más interesan por su aplicación directa, surge la primera pregunta: ¿Cómo se puede aunar sostenibilidad-turismo y ciudad patrimonial? Esta cuestión sugiere multitud de ideas que abarcan desde la peatonalización a la recogida de residuos, pasando por la construcción de hoteles que empleen energías renovables o el diseño de actividades para realizar al aire libre. El problema es que la sostenibilidad se percibe exclusivamente como algo vinculado a la calidad medioambiental y aplicable esencialmente al medio natural o rural, cuando en realidad es mucho más. Entonces, ¿Cómo o cuando se puede decir que un destino es sostenible? La respuesta "oficial", es decir la que se ajusta al significado de la sostenibilidad, sería: cuando se maximizan los beneficios y se minimizan los gastos. Una afirmación meramente economicista aunque en verdad la sostenibilidad de un destino no se mide únicamente en aspectos económicos, pero tampoco exclusivamente medioambientales. Obviamente, esta contestación no corresponde con la realidad, puesto que a pesar de que el turismo tiene desde hace dos décadas un papel muy importante en la economía de las ciudades históricas, hay estudios realizados a inicios de los años noventa que ponen de manifiesto que en la mayor parte de los casos los costes derivados de la conservación del patrimonio son superiores a los ingresos derivados del turismo cultural.

Actualmente, las ciudades históricas se enfrentan a una situación no vivida con antelación donde aumenta la simbiosis entre la ciudad y el turismo y, por lo tanto, donde aparecen nuevas dimensiones y por supuesto, nuevos retos (Troitiño *et alii*, 2011). Volviendo a la idea de

sostenibilidad entendida como el aumento de los beneficios y la reducción de los gastos, tenemos que sopesar en la misma balanza tres elementos esenciales que son: la conservación física, el equilibrio social y la diversidad funcional de las ciudades. Y es que el turismo no es sólo una actividad económica, es también un fenómeno y una práctica social, e integra formas de actuación y relación con incidencia en el territorio. Además, su desarrollo va a condicionar al resto de las actividades que se quieran desempeñar configurando una nueva estructura territorial, social y económica (Hiernaux, 1996).



*Fotografía nº 1: Calle Rúa Mayor de la ciudad de Salamanca.
Imagen de la autora. Enero de 2002*

En definitiva, la sostenibilidad se consigue cuando se alcanza un equilibrio económico, calidad de vida para sus residentes y se asegura la conservación del patrimonio, tangible e intangible. Para ello, lo primero que hay que conseguir es que la sociedad, en concreto la local, identifique su patrimonio y reconozca su valor y por lo tanto sienta la necesidad de conservarlo y enseñarlo (Mínguez García, 2012). En ese equilibrio reside la clave del éxito de la gestión sostenible de una ciudad patrimonial, pero es que además, esos tres aspectos son elementos de atracción turística y si uno de ellos falla, la ciudad deja de ser lo que es y pierde el encanto que la hace atractiva para la visita (Troitiño Vinuesa, 2000a).

2.2 La viabilidad de la sostenibilidad turística

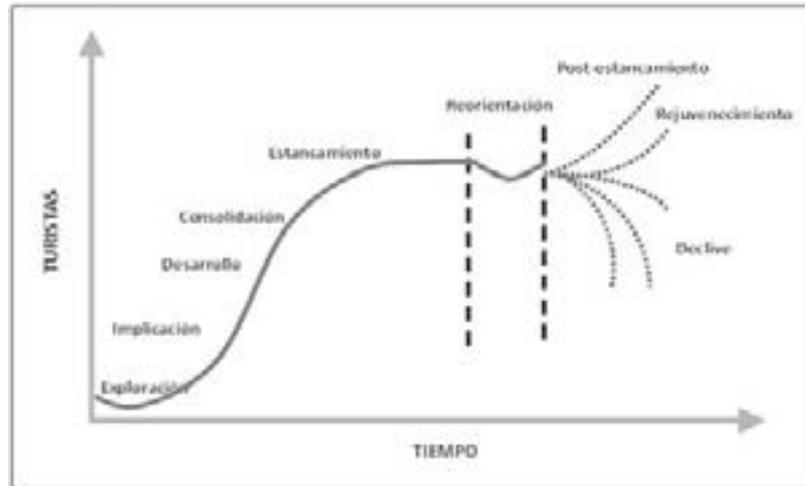
Aparentemente y en la teoría, parece sencillo conseguir la sostenibilidad, pero en la práctica no es tan fácil. Prueba de ello es que son pocos los lugares que llevan a cabo una gestión sostenible de su turismo, como consecuencia de un modelo erróneo de gestión que se manifiesta en la saturación del espacio (límites de capacidad de carga sobrepasados); la concentración temporal, generando momento de vacío y otros de colapso; en el "monocultivo" o "monocultura", es decir, una fuerte especialización o *turistización* y por lo tanto expulsión de las funciones tradicionales (residencial, administrativa, religiosa...), la banalización del patrimonio...



Fotografía nº 2: Barrio de Santa Cruz, Sevilla. Imagen de la autora. Abril 2008

Además, lo que puede ser un modelo de gestión bueno en un momento dado y para un destino, puede dejar de serlo ya que éstos evolucionan y no se comportan de la misma manera a lo largo de su vida. Esto enlaza con la teoría del ciclo de la vida de de los destinos propuesta por Butler en 1980, quien compara a los destinos con seres vivos que nacen, maduran y se estabilizan y/o mueren. Así, según el tipo de cambios se den en cada una de esas etapas, estos afectarán o no al propio lugar con una intensidad diferente. Asimismo, según algunos autores como Costa, Gotti, Van der Borg o Russo, hay una relación directa entre la fase de la evolución del destino y su nivel de sostenibilidad. Siendo la primera de las etapas poco beneficiosa (grandes costes y bajos beneficios) como

también sucede en la fase de saturación. Esta última puede conllevar la expulsión de la población local y un cambio de uso de la ciudad, que puede llegar a convertirse en un simple escenario atractivo para los visitantes (Borg, 2010).



Fuente: <http://www.visionesdelturismo.com> basado en Butler en 1980.

2.3 Elementos que condicionan la sostenibilidad turística en las ciudades históricas

Geoffrey Wall decía que el turismo cambia permanentemente a la sociedad y la sostenibilidad está en determinar que ese cambio sea aceptable (Wall, 1994). Lo que nos indica que hay un límite que no se debe sobrepasar pero, ¿Cuál es ese límite? y ¿Es siempre el mismo? Evidentemente, no es exacto ni es siempre igual ya que depende de los rasgos de los lugares. Hay ciudades especialmente vulnerables y no solo por problemas intrínsecos, es decir, por las características físicas y socioeconómicas de la propia ciudad, sino más concretamente porque su modelo de gestión hace que sean más débiles ante el turismo.

No resulta fácil determinar cuál es la presión aceptable que se puede ejercer sobre una sociedad o una ciudad y se suele medir con el ratio visitantes-habitantes. Pero ésta es una variable puramente estadística, mientras que lo ideal –más fiable y ajustado a la realidad- sería conocer el nivel de agrado o desagrado por parte de los anfitriones con sus visitantes. Sorprendería saber que en muchas ocasiones los habitantes de las ciudades más saturadas, como Venecia, responsabilizan de los problemas de la gestión urbana y del colapso, no a los turistas, ni a los touroperadores, sino a sus gestores y políticos (Borgy Gotti, 1995). Y es que el umbral de satisfacción de los anfitriones no tiene que ver con valores numéricos, sino con la percepción y el grado de apertura de esa

comunidad. En definitiva, el límite buscado obedece a comportamientos culturales, por lo que es construido y voluble.



*Fotografía nº 3: Puerta del León del Real Alcázar de Sevilla.
Imagen de la autora. Abril 2008*

Nos planteamos entonces, ¿Cuáles son los aspectos que hacen vulnerable a una ciudad? y en relación con ello, ¿Cómo podemos evitar que así sean? Comenzando por lo primero, destacan los siguientes:

- Las características físicas de la ciudad, es decir, las dimensiones de la ciudad y sus características urbanas; su ubicación; las características del entorno y la fragilidad del propio patrimonio (antigüedad, estado de conservación, avatares vividos...). Todos estos aspectos aparentemente ajenos a los gestores no lo son tanto, ya que de ellos depende la creación de la ciudad nueva y su imbricación con la ciudad histórica. Ejemplos claros los vemos en las ciudades de Toledo y Córdoba.
- Una demanda muy elevada que puede ser consecuencia del propio atractivo de la ciudad, de una política de promoción o simplemente ser el fruto de las modas (vuelos bajo coste, Internet, eventos, películas o libros...) (Borg, 2010). Este sería el caso de ciudades como Santiago de Compostela o Ibiza.
- Los problemas sociales y/o la crisis económica ocasionada por la pérdida de algún sector de la economía debilitan enormemente los centros históricos y favorecen su desarticulación... Esta situación la vivió hace dos décadas del Real Sitio de Aranjuez y, actualmente la sufren ciudades como Écija.

- La proximidad de ciudades patrimoniales a grandes ciudades de las que se convierten en satélites. Esto ocasiona un modelo de visita de excursionismo caracterizado por la corta duración y la concentración espacial, que requiere importantes inversiones en servicios y, sin embargo genera pocos beneficios económicos (Mínguez García, 2007). Esto sucede en Ávila, Segovia, El Escorial... respecto a Madrid o en Carmona en relación a Sevilla.
- Problemas urbanos que no han sido resueltos y que dificultan el desarrollo del día a día (expulsión de población y de las funciones tradicionales) como sucede en Toledo.
- Una oferta muy focalizada en el patrimonio. A mayor diversidad de la oferta mejor adaptación al turismo, menor concentración temporal y espacial, mayor permeabilidad de los beneficios económicos del turismo... Esta focalización se observa en Granada con la Alhambra o San Lorenzo de El Escorial con el Real Monasterio (Troitiño Vinuesa, 2000b y Mínguez García, 2007).

Hay quienes consideran que también son vulnerables las llamadas "ciudades inmaduras", es decir, aquellas que no tienen una tradición como destinos turísticos y que además carecen de una economía sólida y de una estrategia de ciudad, porque tienen el riesgo de deteriorar sus recursos por un uso incorrecto con tal de conseguir un desarrollo cortoplacista.

3. La sostenibilidad en la planificación turística

3.1 Claves de la gestión turística sostenible

Una vez identificados cuáles son los aspectos que generan ciudades frágiles, sus gestores deben usar sus potenciales de manera inteligente y saber planificar y regular el turismo. En definitiva, se trata de hacer una gestión inteligente y, por lo tanto, "sostenible". Pero, ¿Cómo? Aquí se plantea, por la experiencia adquirida en el Grupo de Investigación de la Universidad Complutense de Madrid "Turismo, Patrimonio y Desarrollo"², las siguientes claves que se consideran esenciales:

- En primer lugar, hay que **conocer los recursos y potencialidades del destino**. Saber cuáles son los elementos que le hacen atractivo, cómo se gestionan a nivel individual, cuál es su estado

² <http://www.ucm.es/info/geoturis/>

de conservación y su cuáles son sus posibilidades como recurso turístico.

- En segundo lugar, hay que saber **qué quiere la comunidad**. Cuál es la situación económica de ese municipio, qué está dispuesto a dar y qué no, qué tejido empresarial existe, así como cuál es el capital humano del que se dispone. En este proceso resulta esencial diferenciar entre la hospitalidad y la oferta de un servicio de acogida, lo que implica un proceso de profesionalización decisivo.

- En tercer lugar, **conocer a los visitantes**. Qué les atrae del lugar, cómo se comportan en él, qué aportan a la ciudad, cómo lo valoran y qué les gustaría cambiar.

- En cuarto y último lugar, **diseñar una serie de estrategias de actuación** que sean capaces de aunar los resultados de las tres etapas anteriores.

En definitiva, gestionar desde el punto de vista turístico el patrimonio es, como dice la politóloga María Velasco, “aplicar conocimientos específicos para la conversión de bienes de patrimonio cultural en recursos turísticos”; se trata de formarse y recopilar información con un fin último que consiste en realizar el diseño y desarrollo de un plan, entendido éste como un proceso activo que se realiza para conseguir unos fines previamente fijados (Velasco González, 2009). A ello añadiría que la planificación turística deberá formar parte de una estrategia más amplia que es la de desarrollo del lugar –desarrollo local- teniendo que integrar al turismo dentro del sistema productivo local y no siendo en ningún caso un elemento autónomo, como sucede en ocasiones precisamente por el desconocimiento de las formas de desarrollo turístico (Pearce y Butler, 1999).

3.2 Problemática de la planificación turística actual

Los planes han de estar compuestos por las siguientes acciones (Velasco González, 2009):

1.- Análisis de la situación actual.

2.- Realización de un diagnóstico que indique tanto las debilidades como las potencialidades (DAFO).

3.- Identificación y construcción de objetivos realistas en función de los materiales que se tienen.

4.- Diseño de acciones concretas (actividades, calendarios, etc.) que aseguren la conservación del patrimonio y se adapten a los siguientes elementos: a) el tipo de visita que quiere tener; b) el potencial que tiene el patrimonio que se quiere ofrecer; c) generar propuestas, es decir, acciones concretas, aprovechando los avances que hay en materia de interpretación, musealización, comunicación... que se adecuen a los diferentes colectivos de visitantes y a los distintos tipos de patrimonio (podcast, etc.).

Y es que la falta de planificación coherente y debidamente estructurada es uno de los puntos que ha identificado el arquitecto argentino Alfredo Conti como causante de problemas en las ciudades patrimoniales. Él además añade que la problemática viene derivada de (Conti, 2009):

- La carencia o insuficiencia de sistemas normativos y de control estrictos sobre sus normas (marquesinas de los comercios, control de las alturas...).
- La ausencia de planes de gestión y sistemas de seguimiento de los mismos.
- La falta de entendimiento entre sistemas normativos y estructuras administrativas.
- El posicionamiento de los visitantes ante la población local.
- La expulsión de los residentes por el incremento del valor del suelo y de las edificaciones por causa del turismo.

Esto pone de manifiesto varios aspectos que son muy frecuentes en España y, me atrevería a decir que son determinantes del éxito o fracaso de la gestión turística-patrimonial:

El primero de ellos deriva del choque entre la gestión turística y la patrimonial-cultural, ya que ponen en contacto dos realidades muy diferentes, como son el sector turístico y el patrimonial (Smith, 2009). Ambos tienen una naturaleza, unos objetivos y unas escalas *a priori* diferentes y requieren de un entendimiento previo de sus actores para llevar a cabo un trabajo conjunto para poder crear un destino. Generalizando, podemos decir que el turismo se desarrolla en un escenario protagonizado, básicamente, por el sector privado, cuyo fin principal es la obtención de beneficios económicos; mientras que el patrimonio cultural, por el contrario, se desarrolla en un escenario cuyo protagonista principal es el sector público cuyo fin es el de obtener beneficios sociales.

Para el sector turístico, el patrimonio posee un valor económico y complementario, mientras que para el gestor patrimonial, es la esencia y representa a la comunidad. Si bien es cierto, ambos sectores pueden complementarse perfectamente, pero también pueden surgir reticencias ante una posible colaboración (Velasco González, 2009) como consecuencia de visiones diferentes.

El segundo de los aspectos hace referencia a la necesidad de realizar un trabajo conjunto entre los gestores patrimoniales y turísticos, puesto que las decisiones que toma cada sector pueden afectar directamente en el otro (Velasco González, 2011). Hay que tener en cuenta que el turismo no es un ente aislado sino que es una actividad transversal que afecta a todos los sectores de la ciudad, incluida la gestión urbana que es de gran importancia.

El tercero es que no se considera a la población local ni a su tejido empresarial (Mínguez García, 2012). Son los políticos los que actúan, desoyendo en ocasiones incluso a los técnicos, y rara vez tienen en consideración a los receptores o anfitriones que son los que van a padecer el modelo elegido. Todo implica la necesidad de nuevas formas de organización que permitan el intercambio de información y la comunicación con la población, lo que deriva en una reflexión sobre la gobernanza actual, que no es objeto de esta conferencia.

En cuarto lugar, está la escala en la que se trabaja. Normalmente, las intervenciones son puntuales, muy específicas y focalizadas en espacios concretos, sin considerar la escala municipal, que debe ser un referente. A ello añadiría que tampoco nos debemos limitar a esa escala, sino que los gestores deben trabajar con una visión territorial, puesto que en nuestro país gran parte del patrimonio es paisajístico y el paisaje no entiende de límites artificiales y simbólicos. Así, las acciones de protección e intervención en el paisaje deberían tomarse entre municipios, siempre y cuando haya una lógica paisajística y territorial.

De tal manera que no se conseguirá una planificación sostenible sin una planificación integral e integradora (Troitiño Vinuesa, 2007). Eso significa que las intervenciones arquitectónicas, urbanísticas, las políticas económicas, culturales y patrimoniales no pueden dejar de lado al turismo y que todas juntas han de construir la ciudad del presente y futuro, de forma que una visión sectorial y simplificadora o simplista da lugar a multitud de problemas.

En quinto y último lugar, retomando las palabras de Conti, él hace hincapié en otro aspecto que es el seguimiento o la evaluación; algo que se aplica al alumnado y al mercado, y que es poco practicado en relación con la gestión y la planificación. Pocos gestores evalúan sus actuaciones con una visión comercial y lo más parecido en este sentido sería el *benchmarking* o estudio de lo que hacen otros para ser copiado. Esto, que es algo lícito y muy humano, a la vez que interesante, es peligroso si se utiliza literalmente ya que no hay recetas que se puedan aplicar a todos los espacios y porque además, no se realiza una evaluación previa de lo que se está imitando.

Lo que funciona, por ejemplo, en una ciudad histórica andaluza como Carmona muy posiblemente funcione en otra como Écija y viceversa, pero no siempre es así. Además, en espacios semejantes y próximos espacialmente la realización de actuaciones parecidas, o incluso idénticas, carecen de interés, ya que son espacios competidores entre sí. Prueba de ello es la proliferación poco exitosa de palacios de congresos, museos de Arte Contemporáneo, auditorios... que se convierten en edificaciones poco sostenibles, debido a la falta de uso (Velasco Romera y Mínguez García, 2012).

Volviendo a la valoración, sería interesante que se analizaran algunos aspectos contestando a las siguientes preguntas (Velasco González, 2009; Alvira Martín, 1997 y Ballart, 1992):

- ¿Han quedado cubiertas las expectativas de los demandantes? A lo que añadiría, ¿y de la población local?
- ¿Se han detectado problemas y/o aspectos mejorables?
- ¿Es sostenible, es decir, es eficaz y eficiente? Entendido como un equilibrio entre lo empleado y el resultado obtenido. Esto se ve muy claro en tiempos de crisis donde se agudiza esta sensibilidad sobre lo que es eficaz o no.

Para ello se pueden emplear diferentes técnicas (encuestas de valoración, grupos, entrevistas...) que se han de adaptar a las necesidades y objetivos del estudio.

4. Écija como destino turístico cultural y sostenible

Actualmente, en España se ha avanzado mucho en la conservación y recuperación del patrimonio y también en el tratamiento del espacio público (García Hernández, 2007), pero se deja de lado a la población

local y en ocasiones falta definir un modelo de desarrollo local que reconfigure el sistema productivo local y que dé un nuevo enfoque al patrimonio al tiempo que preserve la identidad social y cultural como un valor fundamental. Para ello hay que romper con una dinámica que ha estado muy presente durante décadas y es que esta actividad se ha dejado en manos del mercado que ha velado por sus intereses económicos y no tanto por el bien de toda la sociedad. El tejido empresarial es un aliado y parte importante en la planificación, pero no es el único agente para desarrollarla.



*Fotografía nº 4: Río Genil a su paso por Écija. Imagen de la autora.
Octubre de 2011*

El interés por la cultura y por las ciudades patrimoniales sigue creciendo y con esta lógica, sin apenas promoción turística, Écija puede ver incrementado notablemente el número de visitantes. Ahora bien, precisamente porque no se encuentra entre los municipios más visitados y todavía no ha experimentado los problemas derivados de una mala gestión turística, es ahora el momento en el que puede establecer unas directrices y definir qué es lo que quiere y cómo; para posteriormente trabajar con esos fines, mediante campañas de promoción... En este caso concreto, destaca la importancia paisajística de este municipio y la relevancia del río, que fue determinante para la elección de este emplazamiento y que por cuestiones diversas debe ser conservado. Además, si se quiere, puede ser convertido en recurso patrimonial y turístico.

Écija presenta una desarticulación o falta de coherencia entre el turismo, el patrimonio y el urbanismo. También importantes problemas de movilidad, accesibilidad y aparcamiento, así como de mantenimiento de

un centro vivo, que ya presenta importantes signos de abandono. En este caso, no hay un único elemento que concentre la atracción turística, como por ejemplo en Carmona con el Conjunto Arqueológico, pero sí se observa un desequilibrio en cuanto a la puesta en valor turística del patrimonio. Y, por otra parte, se ve un cierto desconocimiento de la funcionalidad de los bienes patrimoniales y de su potencial como recurso turístico.

Écija vende ciudad, vende escenario urbano gracias a su patrimonio religioso y civil de impresionante calidad, que compone la oferta de recursos patrimoniales. Estos, sin embargo, no pueden ser considerados recursos turísticos, al no estar adecuados a la visita pública con horarios de apertura, publicidad, servicios...



Fotografías nº 5 y 6: (sup.) Información turística del Palacio de Valdehermoso en la web <http://www.turismoecija.com> (dcha.) horario de la Oficina de Turismo de Écija. Imagen de la autora. Octubre de 2011

No hay nada malo en "vender ciudad", siempre y cuando se haga bien y eso implicaría saber interpretar la ciudad y su trazado, algo que es muy difícil de conseguir. Hay dos tipos de destinos que "venden ciudad", unos los que ya han alcanzado un nivel de madurez elevado y en los que los visitantes ya han accedido en múltiples ocasiones a los museos, palacios, iglesias, etc., pero siguen yendo simplemente por el ambiente, las tiendas, la ciudad en sí... En este sentido, es un ejemplo claro la ciudad de Venecia. Y otro modelo que está compuesto por aquellos destinos que en realidad sólo ofrecen la posibilidad de ver ciudad porque no han sabido gestionar su patrimonio cultural. El problema que presentan es que

reciben un tipo de visita, que suelen ser excursionistas, es decir, que no pernoctan; que demandan mucho al requerir un nivel de limpieza, servicios, aparcamientos, etc. y sin embargo dejan muy poco dinero al no gastar ni en entradas, ni en hoteles... puesto que el tipo de la visita realizada no requiere de una gran inversión ni en tiempo ni económica.



*Fotografía nº 7: Imagen de una de las plazas del centro de Écija.
Imagen de la autora. Octubre de 2011*

Écija ha de buscar su elemento diferenciador respecto a su entorno (el barroco, la campiña, los caballos, el río, la gastronomía...), pero también debe establecer alianzas con los municipios próximos y complementarios desde el punto de vista histórico o paisajístico, intentando generar una cultura de territorio que sí que han alcanzado en Francia o en Italia, con experiencias en la Provenza o en la Toscana, y que en España todavía no se ha conseguido, más allá del Jerte durante la floración de los cerezos o tímidamente en la Rioja y en la Rioja Alavesa.

Para concluir, hay que destacar que en este texto se aborda la sostenibilidad desde la óptica de los gestores, pero no hay que olvidar que esto es un trabajo de dos, ya que los demandantes también tienen que aportar en este sentido. Es decir, deben hacer un consumo responsable y han de ser conscientes de que sus deseos (por conocer, viajar, etc.) sólo se pueden satisfacer si no imposibilitan a las generaciones futuras para satisfacer los de ellos.

5. Conclusión:

Es un gran riesgo no planificar la gestión turística de forma integral y hay que encontrar un equilibrio entre la utilización y la conservación. Esto solo se consigue con la colaboración de todas las partes implicadas (sociedad y administración y a su vez todas las concejalías), siempre que todas ellas, cada una con su competencia y posibilidades, participen en un mismo sentido, ya que el turismo no es algo ajeno al desarrollo de la ciudad.



Fotografía nº 8: Imagen de "El Salón". Imagen de la autora. Octubre de 2011

Quedémonos con lo positivo del turismo, su capacidad para generar empleo, como elemento de recuperación del patrimonio... y controlemos los aspectos más problemáticos fortaleciendo a las ciudades. En este sentido, es determinante que los lugares posean una economía amplia y diversa, lo que reduce la vulnerabilidad del lugar y por lo tanto evita el "monocultivo/cultura" turística, reduciendo los problemas derivados de la presión turística y aumentando los beneficios que genera esta actividad.

No hay que olvidar, como señala el profesor Troitiño, que una ciudad bien acondicionada para sus habitantes, será una ciudad atractiva para los visitantes, de ahí la importancia del urbanismo, que se enfrenta al reto de destacar los valores de la ciudad e integrar la función turística de forma armoniosa.

6. Bibliografía

ALVIRA MARTÍN, F. 1997. *Metodología de la evaluación de programas: un enfoque práctico*. Buenos Aires: Lumen.

BALLART, X. 1992. *Cómo evaluar programas y servicios públicos: Aproximación sistémica y estudio de caso*. Madrid: Ministerio de Administraciones Públicas.

BORG, J VAN DER. 2010. "El turismo en las ciudades patrimonio mundial. Temas y algunas soluciones" en *AAVV Soluciones sostenibles para las Ciudades Patrimonio Mundial. Simposio Internacional*, Valladolid: Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y León, p. 53-70

BORG, J.; GOTTI, G. 1995. *Tourism and cities of Art. The impact of tourism and visitors flow management in Aix-an-Provence, Amsterdam, Bruges, Florenxe, Oxford, Salzbusg and Venice*. Venecia: UNESCO-ROSTE.

BUTLER, R.W. 1980. "The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources" *Canadian Geographer*, 24 (1), pp. 5-12.

CALLE VAQUERO, M. 2006. *La Ciudad Histórica como destino turístico*. Barcelona: Ariel.

CONTI, A. 2009. "Ciudades históricas patrimonio mundial en América y el Caribe. Estudio de situación y bases para la construcción y aplicación de indicadores para el seguimiento" en Salmerón, P. y Sanz, P. *El paisaje histórico urbano en las ciudades históricas patrimonio mundial. Indicadores para su conservación y gestión*. Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico-Centro del Patrimonio Mundial (UNESCO). Sevilla: Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía, p. 87-101

GARCÍA HERNÁNDEZ, M. 2007. "Entidades de planificación y gestión turística a escala local. El caso de las ciudades patrimonio de la humanidad en España" *Revista Cuadernos de Turismo*, Murcia, nº 20, p. 7-102.

HIERNAUX, D.1996. "Elementos para un análisis socio-geográfico del turismo" en Rodríguez, A (compiladora) *Turismo e geografía. Reflexões teóricas e enfoques regionais*. São Paulo: Hucitec, p.39-54.

MÍNGUEZ GARCÍA, M.C. 2007. *Patrimonio cultural y turismo en los Reales Sitios de la Comunidad de Madrid y sus incidencias en el territorio*. Madrid: Eprints, Universidad Complutense de Madrid. <http://eprints.ucm.es/tesis/ghi/ucm-t29856.pdf> (última consulta, 20 de enero de 2012).

MÍNGUEZ GARCÍA, M.C. 2012. "Turismo cultural y desarrollo local en las ciudades históricas españolas" en Pereira, A, Seabra, G y Telles, O (coord.) *Turismo, Espaço e Estratégias de Desenvolvimento Local*. Paraíba: Universidade Federal da Paraíba. <http://www.geociencias.ufpb.br/~paulorosa/Documentos/Divulgacao/livros/livroGEPTEEDL.pdf>

OMT 2004. Documento sobre el desarrollo sostenible del turismo. <http://www.manizales.unal.edu.co/modules/ununesco/admin/archivos/desarrollosostenibledeelturismo.pdf> (última consulta, 20 de enero de 2012)

PEARCE, D. G Y BUTLER, R. 1999. *Contemporary Issues in Tourism Development*. London: Routledge.

SMITH, M. 2009. *Issues in cultural tourism studies*. London and New York: Routledge.

TROITIÑO VINUESA, M.A. 1998. "Turismo y desarrollo sostenible en ciudades históricas" *Ería*, nº 47, p. 211-227

TROITIÑO VINUESA, M.A. 2000a. "Ciudades históricas, Turismo y Desarrollo Sostenible" en Castillo Oreja, M.A (Ed.) *Ciudades históricas: conservación y desarrollo* Madrid: Ed. Visor y Fundación Argentaria, p.67-96.

TROITIÑO VINUESA, M.A. 2000b. "Turismo y Sostenibilidad: La Alhambra y Granada" *Anales de Geografía de la Universidad Complutense*, nº 20, p. 377-396

TROITIÑO VINUESA, M.A. 2007. "Estrategias sostenibles en destinos patrimoniales: de la promoción a la gestión integrada e innovadora" *Estudios turísticos*, nº 172-173, p. 225-232

TROITIÑO VINUESA, M.A; GARCÍA HERNÁNDEZ, M Y CALLE VAQUERO, M. de la 2011. "Las actividades turístico-recreativas en los Planes de Gestión de los Sitios Patrimonio Mundial. El caso de Aranjuez, Paisaje Cultural de la Humanidad" *Cuadernos de Turismo*, nº 27, p. 907-929

VELASCO GONZÁLEZ, M. 2009. "Gestión turística del patrimonio cultural: enfoques para un desarrollo sostenible del turismo cultural" *Cuadernos de turismo*, nº 23, p. 237-253

VELASCO GONZÁLEZ, M. 2011. "La política turística. Una arena de acción autónoma" *Cuadernos de turismo*, nº 27, p. 953-969

VELASCO ROMERA, I Y MÍNGUEZ GARCÍA, M.C. 2012. "Las múltiples caras de la ciudad histórica: la ciudad turística y la ciudad de la cultura". *Icono 14, Revista de Comunicación y Nuevas Tecnologías*(en prensa).

WALL G. 1994. "Change, Impact and Opportunities: Turning Victims into Victors", *Actes du groupe d'experts sur la Durabilité dans le tourisme et les loisirs*, Département des études sur les loisirs, Université de Tilburg.

ÉCIJA ANTES DE INTERNET. DIFUSIÓN CULTURAL DE LOS MASS MEDIA A LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN. BIBLIOGRAFÍA Y LOS ANTECEDENTES DEL TURISMO

Antonio Martín Pradas

Doctor en Historia del Arte

Licenciado en Periodismo

Centro de Intervención

Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico

Inmaculada Carrasco Gómez

Universidad Pablo de Olavide

RESUMEN: En el artículo que se presenta hacemos un breve recorrido por las diferentes fuentes de documentación donde podemos encontrar información textual o gráfica sobre Écija: los escritos y libros de cronistas, los viajeros del siglo XIX, los estudiosos de la primera mitad del siglo XX, o los historiadores actuales, herederos del magisterio de Hernández Díaz. En una segunda parte se ofrece información sobre otros medios de comunicación, éstos dirigidos al gran público como los periódicos, el cine, la radio o la televisión, la música, los carteles de feria o las postales. Por último, se analiza la labor de las asociaciones culturales o las imprentas (lo de las imprentas yo lo quitaba) como vehículos de la difusión del nombre de la ciudad.

Palabras clave: Turismo / Difusión / Bibliografía / Écija (Sevilla) / Historiadores / Comunicación / Imagen / Productos de difusión / Siglos XIX-XX

ABSTRACT: The present article is a brief overview of the different sources of documentation where we can find information on textual or graphical about Écija: the writings and books of writers, nineteenth century travelers, scholars of the first half of the twentieth century, or current historians, heirs of the teaching of Hernández Díaz. The second part provides information on other media, they aimed at the general public as newspapers, film, radio and television, music, exhibition posters or postcards. Finally, we analyze the work of cultural associations or printers as vehicles for the spread of the city name.

Key words: Tourism / Diffusion / Bibliography / Écija (Seville) / Historians / Communication / Image / Diffusion products / 19th - 20th centuries

Siéntate frente al ordenador y conéctate a internet. Abre cualquier servidor, google por ejemplo y teclea la palabra "Écija", con tilde o sin tilde, en mayúscula o en minúscula. Aparecerán 14.100.000 entradas aproximadamente en 0,21 segundos¹: noticias, planos, mapas, acontecimientos deportivos, monumentos, torres y más torres, bandoleros, fiestas, riadas varias, cambios políticos, caballos y más monumentos... y así hasta alcanzar más de 14 millones de Écijas.

Pero, ¿qué ocurría hace más de 15 años, cuando no teníamos acceso a la información haciendo un click? A esta pregunta trataremos de responder en las próximas líneas.

1.- Introducción.



Lám. 1. Bailes en Écija (Sevilla). Álbum d'unsoldatpendant la champagne d'Espagne en 1823. Publicado en 1829 por Clerjon de Champagny.

Ya tratamos en ediciones anteriores de estas mismas Jornadas de Patrimonio, diversos aspectos sobre las fuentes de documentación referidas a Écija, sobre la presenciade información sobre la ciudad en archivos e instituciones culturales², en planos, grabados y pinturas, en crónicas y libros de viajes³.

¹ Consulta realizada en 16 de agosto de 2012.

² MARTÍN PRADAS, Antonio y CARRASCO GÓMEZ, Inmaculada: "La investigación del Patrimonio ecijano a través de las fuentes documentales", en Actas de las III y IV Jornadas

Pero ¿cuál fue el primer recurso utilizado por las sociedades culturales para transmitir la información? Indudablemente la transmisión oral, recurso que garantizaba la pervivencia de tradiciones y costumbres para el conocimiento de las futuras generaciones. Para esa transmisión se usaron técnicas y recursos lingüísticos como la narrativa, las metáforas, y otras habilidades nemotécnicas que facilitaban la tan deseada perduración y transmisión del conocimiento.

Pero hemos de tener en cuenta, como destaca Antonio Rodríguez de las Heras, que junto a esta forma de mantener el conocimiento el hombre fue creando artefactos que irán sustituyendo poco a poco y en la medida de sus posibilidades a la maquinaria humana sobre la que se asienta la memoria. La principal función de estos artefactos era la de conservar la información para transmitir las sin lugar a las deformaciones o manipulaciones a las que estaba sometida la memoria oral. Por lo tanto su misión era la de confinar la información, para lo cual debía de cumplir una serie de requisitos:

- Resistir al paso del tiempo y vencer la distancia. Para ello se debe de buscar un material resistente al paso del tiempo y al que se pueda aplicar la información.
- Codificar mediante signos convencionales la información en un soporte determinado.
- Seleccionar la información que se desea preservar y transmitir.
- Hacer caso omiso a toda aquella información que sea innecesaria.
- Garantizar a los individuos el acceso rápido y fiable a la información codificada sobre un soporte determinado⁴.

Y llegó el libro, que cumplía los cinco requisitos anteriores y que fue, a lo largo de la historia, el soporte y motor para la compilación y preservación de la información. A él se fueron uniendo otros elementos

de Protección del Patrimonio Histórico de Écija. Asociación de Amigos de Écija. Écija, 2006, pp. 33-63.

³ MARTÍN PRADAS, Antonio y CARRASCO GÓMEZ, Inmaculada: "La imagen de Écija, análisis literario e iconográfico de la ciudad", en *Actas de las V Jornadas de Protección del Patrimonio Histórico de Écija*. Asociación de Amigos de Écija. Écija, 2007, pp. 121-172.

⁴ RODRÍGUEZ DE LAS HERAS, Antonio.- "Memoria digital y las transformaciones del libro". En *Difusión del Patrimonio Cultural y Nuevas Tecnologías*. Córdoba: Universidad Internacional de Andalucía, 2008, pp. 55-63.

muy importantes para el desarrollo e información de las masas como fueron la prensa, la radio, los productos culturales, el cine, la televisión y el desarrollo de las nuevas tecnologías hacia el soporte digital (internet). A ellos nos referiremos en el presente artículo, en el que intentaremos aplicar la importancia que, cada uno en su momento, ha ayudado a la difusión cultural de Écija.

2.- Libros manuscritos y edictos sobre la ciudad de Écija. Cronistas e Historiadores.

Dentro del amplio legado documental que se conserva sobre Écija hemos de destacar la importancia que tienen los libros manuscritos y edictos que han centrado sus temáticas en la ciudad. Estos libros nos aportan una visión no solo relativa de la ciudad en un determinado momento histórico, sino también datos sobre su marco geográfico, sobre su realidad social, política o económica, y como no, sobre su patrimonio cultural, ámbito este último que en muchos casos no se plasma en otro tipo de fuentes documentales.

Entre ellos hemos de destacar:

1.- **ROA FRANCÉS, Martín de S. J.**⁵ - *Écija sus santos y su antigüedad eclesiástica y seglar*. Publicada en 1629 y reeditada por la Imprenta Juan de los Reyes de Écija en 1890. En el año 2000, Ramón Freire Gálvez, volvió a reeditarla con nuevos datos y un amplio cuerpo de notas.

Este es el primer libro que se conoce dedicado por completo a la Historia de Écija, y está considerado como uno de los pilares básicos por cuanto muchos datos a los que hace referencia, los vivió el autor en primera persona. También está considerado como el libro matriz de sucesivas investigaciones o publicaciones de otros autores posteriores que bien lo tomaron como modelo o simplemente copiaron y editaron.

Roa, Martín de (1561-1637).- *Flossanctorum: fiestas, i Santos naturales de la ciudad de Córdoba, algunos de Sevilla, Toledo, Granada, Jerez, Écija, Guadix, i otras ciudades, i lugares de Andalucía, Castilla, i Portugal /*

⁵ Aunque no es el cometido de este trabajo, no podemos obviar que Martín de Roa fue uno de los más destacados intelectuales de su época, compaginó su labor como docente en la Compañía de Jesús, con la de profesor de Retórica, Catedrático de Escritura, orador, predicador, investigador, historiador, músico, poeta y escritor de asuntos profanos y divinos.

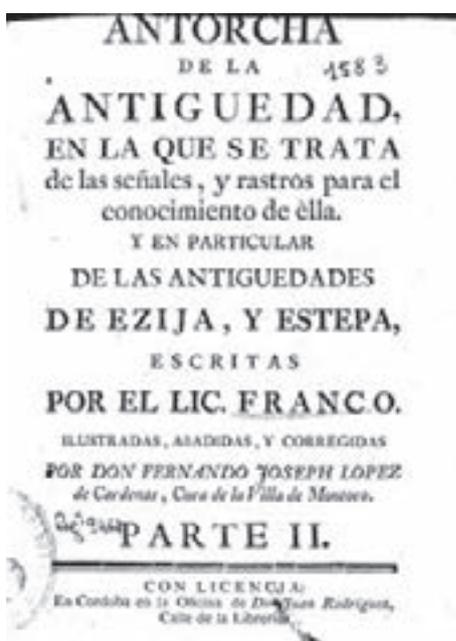
ROA, Martín de S. J.: *Historia de la Provincia de Andalucía de la Compañía de Jesús (1553-1602)*. Edición, introducción, notas y transcripción de Antonio Martín Pradas e Inmaculada Carrasco Gómez. Écija: Asociación de Amigos de Écija, 2005, p. 28.

por el Padre Martin de Roa de la Compañía de Jesús...Sevilla: por Alonso Rodríguez Gamarra, 1615.

2.- **FLORINDO, Andrés**⁶.- *Grandezas de Écija. Adición al libro Écija sus santos*. Esta obra fue publicada por su autor en 1632 en Lisboa (Portugal) por Pedro Chrasbeeck⁷, siendo reeditada en 1893 por la Imprenta de Juan de los Reyes de Écija.

Como su propio título indica, pretende ser un libro que completa el que escribió Martín de Roa sobre la ciudad.

3.- **LÓPEZ DE CÁRDENAS, Fernando José (1719-1786)**.- *Antorcha de la Antigüedad: en la que se trata de las señales, y rastros para el conocimiento de ella y en particular de las Antigüedades de Écija, y Estepa*, escritas por el Lic. Franco / ilustradas, añadidas, y corregidas por Fernando Joseph López Cárdenas...; Parte II. Córdoba: en la Oficina de Juan Rodríguez, calle de la Librería, [s.a.]. 126, [2] p.; 8. Biblioteca Pública del Estado - Biblioteca Provincial de Jaén. Signatura: 1583. N° de registro: 10711.



Lám. 2. Portada del libro *Antorcha de la Antigüedad: en la que se trata de las señales, y rastros para el conocimiento de ella y en particular de las Antigüedades de Écija, y Estepa*, escritas por el Lic. Franco, ilustradas, añadidas, y corregidas por Fernando Joseph López Cárdenas.

En el capítulo V inserto en el segundo tomo, entre las páginas 67 y 106 trata de Écija, de su Convento jurídico y de sus antigüedades.

⁶ El Licenciado Andrés Florindo era familiar del Santo Oficio y Médico de la ciudad.

⁷ Biblioteca Virtual de Andalucía.

http://www.juntadeandalucia.es/cultura/bibliotecavirtualandalucia/catalogo/consulta/resultados_busqueda.cmd?id=4782&posicion=2&forma=ficha

4.- **GARAY Y CONDE, Juan María.**- *Breves apuntes histórico-descriptivos de la ciudad de Écija*. Publicada por la Imprenta de la plaza de la Constitución de Écija en noviembre de 1851.

En el prólogo comenta: *“solo relataremos lo mas probado y verosímil de la historia, desechando el mucho fárrago que la ligereza de algunos autores ha llegado a consignar en sus obras, en que resaltan la parcialidad, la inexactitud y los anacronismos más palpables”*. Este autor además de revisar las obras del Padre Roa y Andrés Florindo, desarrolla el periodo histórico que va desde 1632 hasta mediados del siglo XIX, mostrando acontecimientos que vivió de primera mano.

5.- **DAG y DMC.**- *Anuario ecijano, dedicado a sus convecinos*. Publicado en Écija en 1865 por la Imprenta de D. A. Pereyra. Se ofrece en el texto una visión escueta de los acontecimientos más importantes sucedidos a lo largo de la historia de Écija.

“El libro que dedicamos a nuestros convecinos no lleva la idea de darnos a conocer como hombres sabios, no nos dirige el lucro y recompensa de nuestro trabajo, solo la idea de aclimatar algunos de los adelantos de la época, pues la falta de un tratado que nos dé breves noticias de la historia y estado actual de la población, dando a conocer a forasteros y patricios en este pequeño manual un recuerdo o guía del pasado, del presente, y para los venideros”.

6.- **TAMARIT-MARTEL Y TORRES, Antonio.**- *Bosquejo histórico de la Muy Noble y Muy Leal ciudad de Écija, formado desde sus primitivos tiempos, por el presbítero Don Manuel Varela y Escobar y continuado desde la invasión francesa hasta la publicación de la ordenanzas municipales de esta ciudad*. Obra publicada en Écija por la Imprenta Juan de los Reyes en 1892.

Como su propio título indica, el autor se sirvió del libro de Varela y Escobar para ampliar su obra, aunque también se basa en los escritores anteriores.

7.- **VARELA Y ESCOBAR, Manuel**⁸.- *Proezas Astigitanas. Bosquejo histórico de la ciudad de Écija. Formado desde sus primitivos tiempos hasta la época contemporánea*. Publicada en Sevilla por la Tipología de Díaz y Carballo en 1893.

⁸ Doctor en Teología, graduado en Filosofía y Letras del Claustro de la Universidad Hispalense.

Este autor, aunque toca la historia antigua y moderna de Écija, tiene como novedad ampliar la narración a la historia contemporánea, haciendo especial mención en los últimos apartados referentes a la segunda mitad del siglo XIX.

8.- **OSTOS Y OSTOS, Manuel.**- *Prosa ecijana*. Publicada en Sevilla por la Imprenta de Francisco de P. Díaz en 1908.

De profesión escribiente, como él mismo se autocalifica en el prólogo y “*estudiado en el viviente y cruel libro de la sociedad y en medio de los desvelos, rudezas y amarguras de un continuo y obligado trabajo*”.

Este autor se basa en los libros antes mencionados para hacer una prosa relacionada con noticias, acontecimientos, leyendas y tradiciones populares sobre la ciudad.

El mismo autor publicó por estas fechas un libro titulado San Pablo Apóstol y la ciudad de Écija, obra que fue reeditada por la Asociación de Amigos de Écija en 1984.

2.1.- Otros libros o publicaciones de aspectos concretos o determinados sucesos acaecidos en Écija.

GUZMÁN, Alonso de, (O.P.).- *Sermón, que predicó... Fr. Alonso de Guzmán, Prior del Convento de San Pablo y Santo Domingo de Écija, en las honras, que la... ciudad hizo a nuestro Señor el... Rey Don Felipe Tercero... a diez de mayo... de 1621.*Córdoba: por Salvador de Cea Tesa, 1621. [4], 39 p.; 4º. Biblioteca Pública del Estado - Biblioteca Provincial de Córdoba. Signatura: 32-75 (11). N° de registro: 1000256.

SOTO, Francisco de, (S.I.).- *Sermón que se predico en las honras funerales del Ilustrísimo Señor Don Enrique de Guzmán Cardenal de la S. Iglesia de Roma : que se hicieron en la Iglesia Mayor de Santa Cruz de la ciudad de Écija 1 de Julio de 1626 / por el Padre Francisco de Soto de la Compañía de Jesús ...* Córdoba: Salvador de Cea Tesa, 1626. [3], 13 h.; 4º. Biblioteca Pública del Estado - Biblioteca Provincial de Córdoba. Signatura: 4/117(14). N° de registro: 10941.

UNIVERSIDAD de Écija.- *Sumario de los capítulos y constituciones que la clerecía Universidad de la ciudad de Écija tiene y guarda para el régimen y gobierno de sus iglesias, procesiones... que la dicha Universidad celebra... y asientos que en ellos cada uno a de tener.*

Impreso en Écija: por Juan Malpartida, 1642. [2], 12 h.; 4º (20 cm).
Biblioteca de Andalucía (Granada). Signatura: ANT-XVII-201(10). Nº de
registro: R. 12121.

JERÓNIMOS.- *Por el Convento y Frailes de la Orden de San Jerónimo de la ciudad de Écija con Guillermo Bécquer vecino de Sevilla.* Écija: Juan Malpartida de las Alas..., 1642. [1], 3, 28 h.; Fol. Biblioteca Pública del Estado - Biblioteca Provincial de Córdoba. Signatura: 2/110(7).

ISLA, Diego de.- *Informe que hace en Derecho Diego de Isla ... : en defensa de la verdad y justicia, q los Religiosos Menores de la Observancia tienen, en cuanto a ser capaces de legados perpetuos, de réditos anuales de capellanías y memorias perpetuas por vía de limosnas y estipendio de Misas instituidas, y dejadas a los tales Religiosos...* ; [Parecer e informe en Derecho que da el Licenciado don Fernando de Anaya abogado de ... Écija, en defensa de la justicia, q los Religiosos Menores tienen en el pleito ... q contra los dichos Religiosos traen los Conventos de la Victoria y Carmelitas Descalzos...] ; [Informe en Derecho que hizo... Antonio Pérez Abogado de la Real Audiencia... de Sevilla en defensa de el Convento de... San Francisco... de Écija en el pleito que traen contra el dicho Convento los Conventos de la Victoria y Carmelitas Descalzos de la dicha Ciudad]. Écija: Luis Estupinan..., 1642. 18 h.; Fol. Biblioteca Pública del Estado - Biblioteca Provincial de Córdoba. Signatura: 2/110(5). Nº de registro: 1002682.

FRÍAS y Ayala, Lorenzo Elías de.- *Festiva expresión gratulatoria por principiada lluvia... que a María Santísima del Valle y al gran apóstol San Pablo... la m. noble y m. leal ciudad de Écija... / fue el orador de esta, día de rogaciones el M. R. P. M. Fr. Lorenzo Elías de Frías y Ayala.* Córdoba: Juan Pedro Crespo y Molina, 1750. 16 h., 27 p. Fundación Biblioteca Manuel Ruíz Luque (Montilla, Córdoba). Signatura: 5935-5EB. Nº de registro: 5935.

GARCÍA, Andrés.- *Obsequios en memoria de la muerte o transito del Señor San Joseph, a los veinte días del mes de julio : satisfacción que se da en respuesta a consulta hecha sobre tributarse ... en la iglesia parroquial de Nuestra Señora Santa María de la ciudad de Écija, cultos públicos al patriarca San Joseph ... / [AndrésGarcía].* Sevilla: imprenta de D. Joseph Navarro y Armijo, [1756?]. 19 p.; 4ª (22 cm). Biblioteca de Andalucía (Granada). Signatura: ANT-XVIII-387. Nº de registro: R. 40308.

GRAZALEMA, Vicente de.- *Discurso pronunciado en la Junta de Sanidad de la ciudad de Écija ante los señores médicos congregados á dicho fin en el día segundo del mes de noviembre de 1800, año de la epidemia de Cádiz y Sevilla / por Vicente de Grazaleta. Antequera: [s.n.], 1803. 27 p.; 20 cm. Real Academia de la Historia (Madrid). Signatura: 3/7486(3). N° de registro: 11377.*

CÁDIZ, Beato Diego José de (1743-1801).- *La figurada arca del testamento María Santísima Nuestra Señora divina y verdadera pastora de nuestras almas : sermón panegírico moral que en la solemne función que algunos particulares devotos hicieron en obsequio de la sacratísima Virgen con el motivo de colocarse su nueva y peregrina imagen con el traje y título de Pastora, en el Convento de los RR. PP. Capuchinos de la ciudad de Écija, en el día 14 de mayo del año de 1786...dijo... Fr. Diego José de Cádiz... Sevilla: [s.n.], 1817 (Imprenta de Padrino). 26, [1] p.; 19 cm. Biblioteca de la Facultad de Teología de Granada. Ubicación Anterior: Enc. hol... Ubicación Anterior: Sello: "Biblioteca Colegio S. Estanislao. Málaga". Signatura: AF-16/7.*

LOPE de Cárdenas, Diego, Conde de Valhermoso de Cárdenas.- *Historia crítico-cronológica de la soberana imagen de María Santísima con el título portentoso del Valle, patrona de la ciudad de Écija, y protectora de esta provincia de Andalucía, muy célebre por su augusto origen, señalados prodigios y devoto culto de los fieles. Écija (Sevilla): Joaquín de Chávez, 1817. 58 p., 1 h.; 27,5 cm. Fundación Biblioteca Manuel Ruíz Luque (Montilla, Córdoba). Signatura: 14220-3HC. N° de registro: 14220.*

Al Ilustre Ayuntamiento de la M. N. y M. L. ciudad de Écija, en el nacimiento de S. A. R. la Princesa de Asturias D^a. María Isabel Francisca. Écija: Imprenta á cargo de Manuel Salgado y Trigos, 1852. 19 p.; 20 cm. Biblioteca de la Facultad de Teología de Granada. Signatura: 082.4 / 27/23

2.2.- Publicaciones sin fecha:

JERÓNIMOS.- *Consulta hecha por parte del Padre Fray Andrés Dávila, Procurador General de la Orden de... San Jerónimo, en su nombre: [en la religión de... S. Jerónimo está dispuesto... que si algún monasterio de la dicha religión se sintiere muy agraviado de su General, puede tener recurso a los cuatro Diputados para celebrar Capitulo privado, para que deshagan el tal agravio...]. [S.l.: s.n., s.a.]. 8 h.; Fol. Biblioteca Pública del Estado - Biblioteca Provincial de Córdoba. Signatura: 2-138 (16). N° de registro: 1000680.*

VIRGEN, Juan.- *Por el Convento de Ntra. Sra. del Valle de la Orden de N. P. San Jerónimo de la ciudad de Écija: en que se prueba cuan falso fue que en el dicho Convento y Molino se resello moneda / por el M. R. Padre Fr. Juan de la Virgen Carmelita Descalco.* [S.l.: s.n., s.a.]. 26 h.; Fol. Biblioteca Pública del Estado - Biblioteca Provincial de Córdoba. Signatura: 2/110(6). N° de registro: 1001387.

MORATILLA, Sebastián de.- *[Pleito entre la Marquesa de Almenara, madre del Conde de Palma, como Patronos del Monasterio de Nuestra Señora del Valle, de Écija, y el mencionado Monasterio, sobre el cobro de la dotación fundada por los Condes de Palma ...] / [Fr. Sebastián de Moratilla].* [S.l.: s.n., s.a.]. [6] h.; Fol. Biblioteca Pública del Estado - Biblioteca Provincial de Córdoba. Signatura: 24/206 bis (1). N° de registro: 1000224.

3.- Los últimos románticos. El inicio de la Historiografía en el siglo XIX y su continuación en el XX.

El nacimiento en la conciencia del ser humano sobre el valor que contienen los bienes del pasado y la necesidad de su conservación, así como la creación de una serie de normas que regulan los atentados que se comenten contra ellos, se sitúan a comienzos de la edad Contemporánea y surgen de la mano de los movimientos científicos, ideológicos, políticos y sociales emanados de la Ilustración, en la segunda mitad del siglo XVIII.

El acontecimiento histórico que marcará el inicio de la Protección del Patrimonio Histórico será la revolución francesa, debido a los destrozos que se comenten durante el desarrollo de la misma, lo que llevó a dictar una serie de normas que pueden ser consideradas como las primeras realizadas en esta materia. Por otro lado cabe destacar el desarrollo de la arqueología, el coleccionismo científico, las actividades de los anticuarios europeos, la literatura de viajes o la realización de los primeros repertorios de la Antigüedad Clásica; el nacimiento de la Historia del Arte como disciplina científica y la creación de los primeros órganos encargados de la tutela del patrimonio que serán las Academias.

El valor determinante para proteger un bien será el de su antigüedad, que a lo largo del siglo XIX se unirá al concepto de monumento. Será en estos momentos cuando se asienten las bases y fundamentos para la Protección del Patrimonio Histórico, mediatizado por los efectos del romanticismo, de donde surgirán las claves para la elección de los bienes a proteger—aquellos que son portadores de significados y

valores reclamados por la sociedad-, así como de los criterios que regirán la acción de la restauración de estos bienes. Así surgen diferentes organismos como la Real Academia de la Historia y la de San Fernando, que se encargarán de seleccionar los inmuebles que deberán ser declarados Monumento Nacional⁹.

En la difusión del Patrimonio inmueble y mueble de Sevilla y su provincia tuvo mucho que ver la creación, a principios del siglo XX, del Laboratorio de Arte de la Universidad de Sevilla, bajo la dirección del catedrático Francisco Murillo Herrera, quien impulsará la creación de la fototeca del Laboratorio de Arte y el inicio de una investigación disciplinar en el ámbito de la Historia del Arte sevillana, tanto de ámbito local como provincial.

Para desarrollar este apartado vamos a realizar una valoración de la historiografía artística relacionada con la ciudad de Écija, considerada por Gerardo Pérez Calero como fragmentaria y falta de rigor en estos primeros momentos debido al tratamiento literario por personas sin formación específica dentro del ámbito artístico, pues en su mayoría son escritores, personas relacionadas con el derecho o eruditos locales¹⁰.

Entre 1907 y 1909 se elaboró el Catálogo Monumental de España. Provincia de Sevilla, de manos de **Adolfo Fernández Casanova**. Este catálogo quedó inédito y se conserva en la actualidad en el Instituto de Historia del Arte del CSIC, conservándose una copia del mismo en el Ateneo de Sevilla bajo el título "Guía de los Monumentos históricos y artísticos de la provincia de Sevilla, con exclusión de la capital"¹¹.

El primer intento de sistematizar la información sobre la provincia de Sevilla, tras el Catálogo Monumental, se realizó de la mano de **Manuel Serrano y Ortega** en 1911 con su obra titulada: *Monumentos de los pueblos de la provincia de Sevilla. Guía del Turista*. Este libro, poco riguroso, no hace referencia a documentos de archivo ni contiene aparato bibliográfico, pero fue una interesante experiencia realizada por un presbítero perteneciente al Ateneo de Sevilla.

⁹ CASTILLO RUIZ, José.- "Introducción. El concepto de Patrimonio Cultural: valores y significados". En *Difusión del Patrimonio Cultural y Nuevas Tecnologías*. Córdoba: Universidad Internacional de Andalucía, 2008, pp. 16-18.

¹⁰ PÉREZ CALERO, Gerardo.- "Historiografía artística astigitana de la edad Media y el Renacimiento durante el siglo XX". En *Actas del III Congreso de Écija "Écija en la Edad Media y Renacimiento"*. Sevilla: Ayuntamiento; et al, 1993, pp. 363 y ss.

¹¹ BELTRÁN FORTES, José.- "Leones de piedra romanos de Las Cabezas de San Juan (Sevilla). A propósito de un nuevo ejemplar identificado". SPAL (9), 2000, p. 439.

Por estas fechas el Arquitecto **Joaquín Fernández Casanova**, con el apoyo del Ateneo de Sevilla y la Sociedad de Excursiones, realizó su obra inédita titulada " Guía de monumentos históricos y artísticos de los pueblos de la provincia de Sevilla". Este libro constituye uno de los primeros intentos serios por catalogar el patrimonio histórico de la provincia hispalense.

La década de 1920 estará marcada por una gran actividad cultural relacionada con los estudios documentales sobre el patrimonio de Sevilla y su provincia. De la mano de insignes investigadores como **Celestino López Martínez, Antonio Muro Orejón, Bago Quintanilla, Antonio Sancho Corbacho y José Hernández Díaz**, se iniciarán investigaciones en el Archivo de Protocolos Notariales de la capital y en el Archivo de Indias, cuyos frutos se recogerán en una serie de publicaciones que darán a conocer también algunos aspectos inéditos sobre la ciudad de Écija, referencias documentales que quedan recogidas en los famosos diccionarios de artífices.

Así en 1929, **Celestino López Martínez** publicó *Desde Jerónimo Hernández hasta Martínez Montañés*, donde también se recogen contratos de artistas sevillanos para la ejecución de obras en Écija.

Este mismo año **Augusto Mayer** publicó su obra titulada *Historia de la pintura Española*, donde se recogen los aspectos de la pintura de Alejo Fernández y Pedro de Campaña en Écija.

Poco después, entre 1932 y 1933, **Diego Angulo Íñiguez** publicó su libro *Arquitectura mudéjar sevillana de los siglos XIII, XIV y XV*, en la que se recogen claros ejemplos ecijanos como las parroquias de Santa Cruz, Santiago o San Gil o el Convento de Las Teresas.

Fruto de estos primeros años es el trabajo que realizó el Cronista Oficial de Écija, **José Martín Jiménez**, *Guía del turista: Monumentos históricos y artísticos de la ciudad de Écija*, publicado en Écija en 1934. En este libro se proponen dos itinerarios turísticos a realizar en dos días completos, detallando los edificios de los recorridos sugeridos.

En 1947 este mismo autor publicó una pequeña obra titulada *Memorias Ilustres del Convento de San Pablo y Santo Domingo de la ciudad de Écija*, editada en Écija por la Imprenta Ecos.

Entre 1935 y 1941, saldrán a la luz los cinco volúmenes que componen la *Historia del Arte Hispánico* de **Juan Contreras**, donde se recogen algunos aspectos de la Écija medieval y renacentista.

En 1945, **Camón Aznar** publicó su obra titulada *Arquitectura plateresca*, donde incluye los palacios del marqués de Miraflores y de Villaricos. Por estas fechas **Diego Angulo Íñiguez** dio a conocer su obra titulada *Alejo Fernández*, donde se vuelve a incidir sobre las obras realizadas por este artista en Écija.

En 1947, **Fernando Chueca Goitia** publicó un estudio titulado *Invariantes castizos de la arquitectura española*, donde vuelve a estudiar el palacio de Valhermoso.

A finales de la década de 1940 verán la luz una serie de publicaciones que versan sobre la investigación en archivos de la mano de **Antonio Muro Orejón**, titulado *Documentos para la Historia del Arte en Andalucía*, destacando contratos de artistas sevillanos en la ciudad de Écija.

En 1951 verá la luz la obra de **José Hernández Díaz, Antonio Sancho Corbacho y Francisco Collantes de Terán**, titulada *Catálogo Arqueológico y artístico de la provincia de Sevilla*, incluyéndose la ciudad de Écija en el Tomo III, del cual se realizó una tirada especial titulada *Écija. Catálogo Arqueológico y Artístico*. Es la primera gran obra con rigor científico y basada en los documentos consultados de los distintos repositorios ecijanos. Esta obra se ha convertido en manual de base para cualquier trabajo de investigación que se realice sobre el patrimonio ecijano.

Con posterioridad **Antonio Sancho Corbacho** publicó dos libros titulados *Cuadernos de Arte Écija I y II*, editados por Mundo Hispánico entre 1952-1954. Ambos se acompañan de un amplio reportaje gráfico, cuyas fotografías se integraron, al igual que las del *Catálogo*, en la Fototeca del Laboratorio de Arte de la Universidad de Sevilla.

Este mismo autor publicó en 1952 *Arquitectura barroca sevillana del siglo XVIII*, editada por el CSIC y reeditada en 1984, donde se detallan algunos inmuebles ecijanos.

A partir de esta fecha se irán publicando obras como el tomo XII de la colección **Ars Hispania**, que recoge obras artísticas de iglesias ecijanas del Renacimiento, al igual que el tomo VIII, con obras de Pedro Millán.

En 1970, **Joaquín Nogueras Rosado** publicó un libro titulado *Itinerarios turísticos de Écija*, con una segunda edición en 1985 y prólogo de Manuel Gómez García y Juan J. Gamero Soria.

En este libro se proponen seis itinerarios turísticos a realizas en la ciudad de Écija: a Historia, las murallas, los templos, las torres, los palacios y las callejas.

Tras esta publicación comenzarán a desarrollarse cada vez más los estudios e investigaciones sobre el patrimonio y la historia de la ciudad, con investigadores de la talla de Antonio de la Banda y Vargas, Gerardo Pérez Calero, Gerardo García León o Alfredo Morales.

A principios de los años 80 la Diputación Provincial de Sevilla edita la Guía Artística de Sevilla y su provincia, de los profesores e investigadores **Alfredo J. Morales, Enrique Valdivieso, María Jesús Sanz y Juan Miguel Serrera**, cuya primera edición ve la luz en 1981, reimpresa en 1989 y vuelta a editar en 2004.

También el propio Ayuntamiento astigitano ha promovido y editado, desde la década de los 80, la celebración de diferentes Congresos de Historia de Écija, celebrándose el primero de ellos en 1988, hasta un total de siete, que abordan distintos aspecto de la historia y del arte de la ciudad.

- *ACTAS del I Congreso de Historia de Écija. Bimilenario de la Colonia Augusta Firma Astigi*, (Écija, 1986). Écija: Ayuntamiento, 1988, 2 vols.
- *ACTAS del II Congreso de Historia de Écija. Écija en el siglo XVIII*, (Écija, 1989). Écija: Ayuntamiento, 1995.
- *ACTAS del III Congreso de Historia de Écija. Écija en la Edad Media y Renacimiento*, (Écija, 1991). Écija: Ayuntamiento, et al., 1993.
- *ACTAS del IV Congreso de Historia de Écija. Luis Vélez de Guevara y su época*, (Écija, 1994). Écija: Ayuntamiento, El Monte, 1996.
- *ACTAS del V Congreso de Historia de Écija. Écija en la Edad Contemporánea*. Écija: Ayuntamiento, 2000.
- *ACTAS del VI Congreso de Historia de Écija. Écija y el Nuevo Mundo*. Écija: Ayuntamiento; Diputación, 2002.
- *ACTAS del VII Congreso de Historia de Écija. Écija, Economía y Sociedad*. Écija: Ayuntamiento, 2005, 2 vols.

Más continuidad en el tiempo ha tenido la celebración y publicación de Actas de las Jornadas de Protección y Conservación del Patrimonio Histórico de Écija promovidas por la Asociación de Amigos de Écija, que ha alcanzado este mismo año su décima edición:

- *ACTAS de las I Jornadas de Protección y Conservación del Patrimonio Histórico de Écija*. Écija: Asociación de Amigos de Écija, 2004.
- *ACTAS de las II Jornadas de Protección y Conservación del Patrimonio Histórico de Écija: Patrimonio inmueble urbano y rural, su epidermis y la Ley de Protección*. Écija: Asociación de Amigos de Écija, 2005.
- *ACTAS de las III y IV Jornadas de Protección y Conservación del Patrimonio Histórico de Écija*. Écija: Asociación de Amigos de Écija, 2006.
- *ACTAS de las V Jornadas de Protección y Conservación del Patrimonio Histórico de Écija*. Écija: Asociación de Amigos de Écija, 2007.
- *ACTAS de las VI Jornadas de Protección y Conservación del Patrimonio Histórico de Écija*. Écija: Asociación de Amigos de Écija, 2008.
- *ACTAS de las VII Jornadas de Protección y Conservación del Patrimonio Histórico de Écija*. Écija: Asociación de Amigos de Écija, 2009.
- *ACTAS de las VIII Jornadas de Protección y Conservación del Patrimonio Histórico de Écija*. Écija: Asociación de Amigos de Écija, 2010.
- *ACTAS de las IX Jornadas de Protección y Conservación del Patrimonio Histórico de Écija*. Écija: Asociación de Amigos de Écija, 2012.

En estas ediciones de la Asociación y en otras revistas especializadas, una nueva hornada de investigadores ecijanos y de otras localidades han sacado a la luz multitud de trabajos relacionadas con el patrimonio y la ciudad de Écija, como el caso de Gerardo García León, Marina Martín Ojeda, Clemente Manuel López Jiménez, Jesús Aguilar, Mercedes Fernández, Natalia Pérez Aínsua, Genaro Chic García,

Inmaculada García Torres, Fernando Quíles, Fátima Halcón, Ana María Valseca Castillo, María del Valle Hidalgo Egea, María Luisa Candau Chacón, José Enrique Caldero Bermudo, Manuel Marín Riego, Antonio Siria González, Joaquín Noguerras Rosado, Juan Méndez Varo, Ramón Freire Gálvez, Pedro Sánchez González, Sergio García-Dils, Antonio Martín Pradas, Inmaculada Carrasco Gómez y un largo etcétera a los que la ciudad de Écija debe agradecimiento por difundir su historia y su patrimonio.

4.- La prensa como medio de comunicación de masas. Hemerotecas y periódicos del siglo XIX y primera mitad del XX.

En la actualidad el potencial divulgativo de la prensa se encuentra compartido con otros medios de comunicación, pero qué duda cabe que en el siglo XIX, las ediciones tanto diarias como periódicas, llegaron a constituir el principal vehículo de difusión cultural, reservándose en la inmensa mayoría de las publicaciones una sección reservada para plasmar los temas patrimoniales más relevantes del momento.

La prensa ecijana cuenta con unos precedentes relacionados con la prensa sevillana y la nacional, no hemos de olvidar la **Gaceta de Madrid**, que ya en el siglo XX se convirtió en el Boletín Oficial del Estado. Hemos de recordar que en Sevilla encontramos periódicos como **El Porvenir**, **La Andalucía**, etc. de gran importancia a lo largo de la segunda mitad del siglo XIX y que debieron influir en mayor o en menor medida en la prensa local ecijana, tanto en su formación como en la conformación interna de los propios periódicos.

En Écija encontramos los siguientes periódicos que aún se encuentran por investigar en profundizar para hacernos una idea de los temas cotidianos de la ciudad, así como de aquellos que eran más relevantes en los ámbitos sociales, económicos, políticos, religiosos y culturales. A continuación detallamos aquellos periódicos de producción local que se conservan en el Archivo Histórico Municipal de nuestra ciudad desde el siglo XIX hasta la aparición de internet:

Álbum de Écija (1911)	Espacio (1959-1963)
Alianza, La (1892)	Faro del Genil (1851)
Anuncio, El (1914)	Feria de Écija, La (1908-1910)
Arriba (1936)	Genil, El (1847 y 1859)
Ateneo Astigitano (1918)	Imparcial, El (1886-1887)
Avisador Ecijano, El (1866)	Juventud, La (1868)
Casa del Pueblo, La (1913 y 1917)	Liberal Ecijano, El (1891)
Ciclón, El (1892-1893)	Liberal, El (1892)
Ciudad del Sol, La (1890 y 1924)	Nueva Écija (1910-1913)
CivitasSolis (1915)	Nuevo Día (1866)
Coalición Liberal, La (1894)	Opinión Astigitana, La (1890-1925)
Comercio Ecijano, El (1904-1905)	Periódico de Écija, El (1879-1882)
Constitucional, El (1888-1891)	Progreso Rural, El (1936)
Crónica, La (1920)	Pulga, La (1883)
Cronista Ecijano, El (1881-1891)	Radical, El (1872)
Cultura Ecijana (1926)	Razón, La (1933)
Diablo Cojuelo, El (1977-1978)	Regeneración Obrera (1912)
Distrito de Écija, El (1918)	Semana, La (1919)
Écija (1954-1963)	Sol Andaluz, El (1931)
Écija fin de siglo (1899)	Sol Ecijano, El (1927-1929)
Écija gráfica (1931)	Sol Semanal, El (1989-1990)
Eco de Écija, El (1883-1891)	Vida Nueva (1914)
Ecos (1936-1946)	Vida Obrera (1933)

Pero no solo los periódicos locales se encargarán de difundir la importancia de la ciudad de Écija, sino que también lo harán otros periódicos a nivel nacional y provincial:

El Mercurio de España. (mayo de 1799).

El Restaurador. (6 de septiembre de 1823).

El Español. Diario de las Doctrinas y los intereses sociales. Madrid (por ejemplo 1 de marzo de 1836).

El Diario de Madrid. (2 de febrero de 1838).

El Guadalhorce. Periódico semanal de Ciencias, Literatura y bellas Artes (13 de septiembre de 1840)

Revista Barcelonesa. Periódico propagador (11 de julio de 1847).

El Áncora. Diario religioso, social, económico, literario, mercantil, de noticias y avisos. Barcelona jueves 14 de marzo de 1850, nº 73. Incluye un artículo sobre la vida de Santa Florentina y su estancia en Écija.

Revista de España. (1869). Se hace mención de la importancia de Écija dentro de la narración de la batalla del Guadalete.

Almanaque Festivo. 1877.

Escenas contemporáneas. Revista Bibliográfica. Madrid 1883. Se incluye un artículo publicado por El Liberal titulado "El Canal de Écija" un canal de riego que se intentó hacer en Écija para convertir los terrenos de seco en regadío.

Guía de Sevilla y su provincia para 1885, por Manuel Gómez Zarzuela. Relata las festividades y horarios de trenes.

La Ilustración Artística. Tomo V, 1886, nº 210, p. 10 y ss. Un artículo titulado "El último niño de Écija (Rasgo histórico)" de Benito Mas y Prat.

Revista de España. Decimonoveno año, Tomo CIX, marzo y abril, 1886. Artículo titulado "Un sepulcro cristiano en Écija" de Manuel Sales y Ferrer, Catedrático de Universidad, pp. 598-606

La Gran Vía. Revista semanal ilustrada, 6 de enero de 1885, nº 80, incluye un poema sobre los siete niños de Écija.

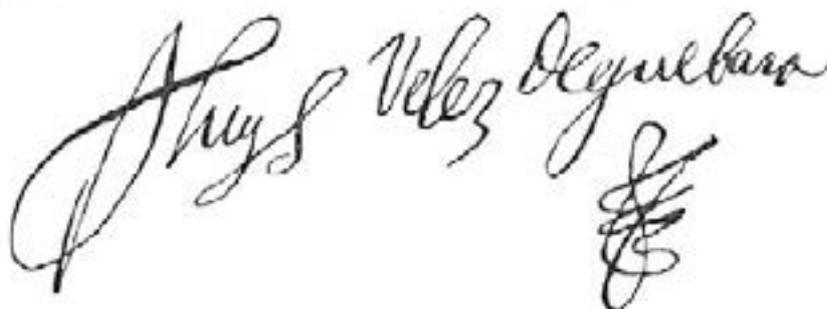
En la edición de mayo de 1929, año XXVII, nº 311, en el apartado Turismo y con motivo de la Exposición Internacional de Barcelona, publicó de manos de V. Castro Les, la relación de edificios que se habían reproducido de varias localidades españolas en el llamado Pueblo Español de Barcelona, entre los que destaca el Palacio de los marqueses de Peñaflor de Écija.

El Toreo. Revista de Madrid, publicación semanal. 28 de enero de 1895, año XXII, nº 1.112. Incluye en la primera página una biografía del torero nacido en Écija Juan Jiménez Ripoll (El Ecijano).

Revista **Pan y Toros** de 19 de julio de 1897, año II nº 68. Cuenta con un artículo firmado por Leopoldo López de Saa sobre el Traga Buches uno de los Siete Niños de Écija.

La Ilustración española y Americana. Madrid 22 de noviembre de 1901, año XLV, nº 63. Incluye un artículo sobre las firmas de los personajes más importantes de determinadas épocas e incluye una reproducción de la firma de Luis Vélez de Guevara, así como una pequeña biografía del insigne escritor.

que al venir de su sede de Sevilla, por mandato del Rey, á recibir á la emperatriz María, á sus hijos los archiduques Margarita y Alberto, y á bendecir los casamientos, trájose de Écija, lugar donde pasaba agradables temporadas, á aquel entonces joven de veinte años, su paje á la sazón,

Un autógrafo manuscrito en tinta que dice "Luis Vélez de Guevara" con una firma decorativa y un monograma al final.

que todavía usaba el apellido de *Vélez de Santander*, del que tomó de su madre, D.^{na} Francisca Negrete de Santander, y que de la servidumbre del cardenal D. Rodrigo pasó á la de la casa del Infantado; que, abriéndose paso en las Academias de su amo y Mecenaz el Conde de Saldaña, disputó

Lám. 3. Autógrafo de Luis Vélez de Guevara. *La Ilustración española y americana* (22 de noviembre de 1901).

Revista de Archivos, Bibliotecas y Museos. (Historia y Ciencias Auxiliares). Año VI. Agosto y septiembre de 1902, números 8 y 9. Con un artículo titulado "Nuevos datos para la vida de Luis Vélez de Guevara", pp. 129-130.

En el tomo de julio a diciembre de 1906 se incluyó un artículo titulado "Cartas del Beato Diego José de Cádiz. Introducción y biografía del R.P. Fr. Francisco González, prior que fue del convento de dominicos de Écija", firmado por Fray Diego de Valencia pp. 56-66.

Gedeón. El Periódico de menos circulación de España. Madrid, jueves 5 de enero de 1905, nº 476. La portada titulada "Los siete viejos de Écija", hace referencia a los siete niños o bandoleros de Écija, en una crítica al gobierno de la nación.

Actualidades. Revista. Madrid 13 de octubre de 1909, nº 87, p. 19. Se incluye una referencia a la fiesta de los Juegos Florales celebrados en Écija.



En la exaltada que existe ante el conato de Jaime I, en la reclusa, se ha verificado con toda solemnidad la juramentación de las banderas por los reclutas incorporados a los regimientos de Almansa y Alcañora y los soldados de Ingenieros y Administración militar.

En Écija se han celebrado con mucha brillantez Juegos Florales, en los en los fue elegida reina de la fiesta la bellísima y célebre Ana María Saavedra Gómara. Obtuvo el premio el inspirado poeta y patriótico amigo nuestro D. José Muñoz San Román cuya poesía fue leída por el Sr. García Ortega.

El teatro cuando se visitó la saliente y nada estuvo lleno por distinguido público.

Se ha erigido en héroe el campeón ciclista de Vizcaya para el año actual, habiendo obtenido el honoroso puesto el joven Maxcimo Valle, que es un corredor excelente.

Publicamos su retrato.

Lám. 4. Juegos Florales de Écija. Actualidades (13 de octubre 1909).

Revista Nuevo Mundo, 14 de octubre de 1909, incluye en su sección "La actualidad en Provincias", los juegos florales de Écija y a la designación de la reina de esta fiesta.



*Lám. 5. Reina de los Juegos Florales.
Nuevo Mundo (14 de octubre 1909).*

Srta. Ana María Saavedra
Reina de la fiesta en los Juegos
florales de Écija

Bética Revista Ilustrada. Sevilla, 15 de mayo de 1915, año III, nº 33, p. XX. Se publicó un artículo realizado por Blas Medina titulado "Los Palacios de la ciudad de Écija". Incluye nueve fotografías de varios monumentos ecijanos como los palacios de Benamejí, Valhermoso o Peñaflor, el claustro de la Iglesia de Santiago, la portada de la Iglesia de Santa María de la Asunción y el sarcófago paleocristiano de Santa Cruz.

Esta revista publicó el 30 de julio de 1915, año III, nº 38, un artículo sin autor titulado "Las torres de la ciudad de Écija", ilustrado con diez fotografías, entre las que se incluyen la torre de San Juan desde la calle Caballeros, la iglesia de Santa Ana desde la Plaza de los Mesones, la de Santiago desde la vecina Victoria, la de San Gil desde el Altozano, una vista general de las torres y los tejados del caserío, la de Santa Cruz desde

la calle Zayas, la plaza del Salón con el quiosco sin techar y las antiguas pescaderías, la iglesia de San Francisco sin el mirador, los molinos del río Genil a su paso por la ciudad y la fuente de los Delfines en Puerta Cerrada.



Lám. 6. Palacios de Écija en Revista Bética Ilustrada (15 de mayo 1915).

La revista **Eco Artístico**, publicada en Madrid, comienza a recoger a partir de 1915 información sobre los teatros en Écija y sus funciones más importantes.



Lám. 7. Actuación de Conchita Piquer en Écija. *Eco Artístico* (diversas fechas 1915-1920).

En el número 365 de 30 de agosto de 1920 se incluía la actuación de Conchita Piquer en el teatro de Écija.

Mundo Gráfico. Revista Popular Ilustrada. Madrid 9 de febrero de 1916, año VI, nº 224. En la sección Miscelánea de Actualidades se incluye una fotografía de la romería de San Antonio Abad que se celebraba en Écija.

El 2 de marzo de 1927, año XVII, nº 800, se publicó una fotografía del Castillo de la Monclova donde llegaron una serie de motoristas.

Con posterioridad esta misma revista publicó, el 6 de marzo de 1929 en su número 951, una fotografía de la Sociedad de Excursionistas de Málaga en su visita a la ciudad de Écija acompañados del Alcalde de la ciudad en la puerta del Ayuntamiento.

En la edición del día 25 de junio de 1930 se presentan tres fotografías tomadas por el fotógrafo Calvo en la ciudad de Écija, la primera es una instantánea de la fiesta de los zagales, el desayuno que se les ofrece en la Plaza de Santa María, en la segunda se presentan los comisionados de la fiesta del zagal y en la tercera la caseta de la Juventud de la feria de Écija.

En la edición del día 10 de julio de 1935 se incluyó en la publicación una fotografía del incendio que había afectado al mirador de los Marqueses de Peñaflor, situado en la plaza Mayor de la ciudad. La instantánea fue realizada por el fotógrafo Salamanca y se mencionan varios heridos y que el fuego afectó a edificios colindantes.



Écija. -- Miembros de la Sociedad Excursionista de Málaga, acompañados por el alcalde de la ciudad, en la visita que hicieron á dicha población (Fot. Aguirre)

Lám. 8. Visita a Écija de miembros de la Sociedad de Excursiones de Málaga. Mundo Gráfico (diversas fechas 1916-1935).



Écija. Romería á San Antonio Abad, que se ha celebrado con gran animación, y en la que pronunció una notable oración sagrada el cura propio de la Parroquia de Santa Cruz, D. Fernando Torralba, y bendijo los campos el coadjutor de Santiago, D. Juan Bautista Madero Rodríguez

Lám. 9. Romería de San Antonio en Écija. Mundo Gráfico (diversas fechas 1916-1935).



UN INCENDIO DE IMPORTANCIA EN ECIJA

En Ecija han ardido varios edificios, entre los cuales figuraba un palacio del siglo XIV, propiedad de los marqueses de Peñafiel. En el incendio hubo algunos heridos, entre ellos varios graves. Nuestra fotografía reproduce un momento del incendio en el citado palacio

(Fot. Salamanca)

Lám. 10. Incendio en el mirador de Peñafiel en Écija. Mundo Gráfico (diversas fechas 1916-1935).

La Lidia Taurina. Madrid 30 de septiembre de 1918, nº 139. Incluye un reportaje de la cogida que sufrió el torero Sánchez Mejías en segunda corrida de la feria en la plaza de toros de Écija.

La Esfera. Ilustración Mundial. Madrid 5 de abril de 1919, año VI, nº 275. Incluye una fotografía a toda página del interior de la escalera del palacio de los Marqueses de Peñaflores.



Lám. 11. Écija en *La España artística y monumental*.
La Esfera (5 de abril 1919).

Periódico El Sol. Diario Independiente. Martes 12 de septiembre de 1922. Año IV nº 1.589. Es un artículo relacionado con la ciudad de Écija donde se hace referencia a los dos casinos existentes en la ciudad, el Casino de Artesanos y el Gran Casino Ecijano; de la composición del Ayuntamiento y principales cuarteles y beneficencia. Se incluyen anuncios de sus fiestas taurinas a celebrar en septiembre para la feria, así como anuncios como el de la fábrica de impermeables de San Juan llamada El Dios Neptuno.

Revista Nuevo Mundo. Madrid 24 de agosto de 1923, año XXX, nº 1.544. Se detalla el asesinato de dos mujeres en el cortijo Los Mutimentos, del disperso ecijano, donde fueron asesinadas Dolores Ledesma y su sobrina Bárbara Ledesma por Andrés Redoblado "El Vivas".

El Heraldo de Madrid. 29 de septiembre 1927, año 32, nº 13.000. Incluye una excursión a la ciudad de Écija, titulada "Écija: ciudad de las torres y del sol".

En la edición del miércoles 28 de mayo de 1930, año XL, nº 13.832, referencia un artículo sobre los siete niños de Écija bajo el título "Los Bandidos Célebres", por A. Suárez Guillén.

Estampa. Revista Gráfica y Literaria de la actualidad española y mundial. Madrid 9 de octubre de 1928, nº 41. Se presenta un lienzo de los siete niños de Écija realizado por el pintor Gustavo Maeztu.

El Siglo Futuro. Dios, Patria y Rey. Madrid 3 de febrero de 1936, año LXI, nº 18.518. Se incluye una noticia sobre los izquierdistas de Écija y la propaganda tradicionalista.

5.- Los productos culturales y los mass media. El cine, radio y televisión.

Écija está apostando de forma decidida por el turismo cultural como base de desarrollo sostenible. Una de sus líneas estratégicas es atraer todo tipo de eventos para su celebración en la ciudad, siendo una importante acción el servir de plató de rodaje, bajo el epígrafe "Écija, Pueblo de cine. Rodajes en la Campiña Monumental".

Es por ello que el Gobierno Municipal ha llevado a Pleno una modificación de las Ordenanzas que regulan la Tasa de ocupación pública, para que los rodajes de largometrajes y series de televisión, estén exentas de dicha Tasa.

La historia de Écija con el mundo del cine es larga y se remonta a mediados de siglo XX. Llegó en 1946, cuando se grababan las primeras imágenes que servirían de introducción a la producción mexicana "**Los Siete Niños de Écija**", basada en la novela de Manuel Fernández y González, con guión y dirección de Miguel Morayta Martínez¹². Fue rodada en blanco y negro con formato de 35 milímetros. Película de nacionalidad extranjera, producida por PRODUCCIONES MÉXICO, S.A. (MEXICO), contó con la actuación de Rafael Baquells, Rosario Granados, Florencio Castelló, Pepita Mellá, Carlos Villarías, Luis Beristain, Mercedes Soler, Francisco Jambrina, Alejandro Cobo, Julián Soler, Rafael M. de Labra, Anita Muriel y María Douglas.

¹² Miguel Morayta Martínez, militar, director, argumentista y guionista de cine, nació el 15 de agosto de 1907 en Villahermosa (Ciudad Real).



Lám. 12. Cartel de la película *Los Siete Niños de Écija* del director Miguel Morayta Martínez, 1946.

Pero no fue hasta 13 años después, en 1959, cuando una producción nacional elegiría la ciudad para ser el plató de un largometraje, su nombre “ **Bajo el cielo andaluz**”. La productora Argos Films seleccionó la localidad como lugar ideal sirviéndose de los palacios, iglesias, casas señoriales y calles, el marco idóneo para tal fin. Se trataba de la primera promoción a gran escala de la ciudad de Écija.



Lám. 13. Cartel de la película *Bajo el cielo andaluz*, 1959.



Lám. 14. Fotografía de la película *Bajo el cielo andaluz*. Archivo Parroquial de Santa María de la Asunción de Écija.

Después vendrían apariciones en otras tantas películas de las que cabe destacar los 5 minutos que dedica el largometraje **“El Niño de las monjas”** a nuestra ciudad, llamada Retamar del Río, tomando prestado como plató la Plaza de España y varias calles aledañas.

Este caso volvería a repetirse varios años más tarde en televisión, en esta ocasión siendo elegida la ciudad como el plató natural para la grabación de la conocida serie de los 70 y 80 **“Curro Jiménez”**¹³. Los responsables de localizaciones de la serie de bandoleros, se sirvieron de Iglesias y casas señoriales para ambientar las aventuras de este bandolero español.

En 1982 la segunda cadena de Televisión Española se trasladó a la ciudad para grabar parte de la miniserie **“Juanita la Larga”**, adaptación de la novela homónima de Juan Valera¹⁴.

Uno de los acontecimientos cinematográficos más recientes y más importantes ocurridos en la ciudad fue la grabación de algunas de las escenas de la película **“Carmen”**, de Vicente Aranda. La participación de actores como Paz Vega, Leonardo Sbaraglia y Antonio Dechent, entre otros, causó un gran revuelo en la ciudad e hizo que el nombre de Écija comenzara a sonar en periódicos, informativos televisivos y prensa especializada, como lugar del último rodaje del famoso director y la actriz sevillana. De esta forma, mucho antes de tener el trabajo terminado, la ciudad se benefició de la repercusión mediática que la película estaba creando. El 30 de octubre de 2002 comenzó el rodaje de "Carmen" en Écija. Se inició en el Palacio de Peñaflor, y posteriormente se trasladó al Palacio de Benamejí.

¹³ *Curro Jiménez* era una serie de Televisión Española emitida de 1976 a 1978 en TVE, creada por el dramaturgo uruguayo Antonio Larreta. Estaba basada en el bandolerismo andaluz del siglo XIX, cuya acción se desarrollaba principalmente en la Serranía de Ronda. No obstante, la figura de Curro Jiménez está basada en la de un bandolero que existió realmente, Andrés López, el barquero de Cantillana, personaje del siglo XIX al que por culpa de unos pleitos con la justicia le fue arrebatado su oficio de barquero y tuvo que abandonar su pueblo (Cantillana, Sevilla), para *echarse al monte*. Sus protagonistas eran cuatro bandoleros: *Curro Jiménez*, (Sancho Gracia), *El Algarrobo* (Álvaro de Luna), *El Estudiante* (José Sancho) y el Fraile (Francisco Algora), que luego al morir en la serie fue sustituido en la banda por *El Gitano* (Eduardo García).

¹⁴ *Juanita la Larga* (1982) dirigida por Eugenio Martín, serie de televisión en tres episodios que tenía a Violeta Cella como principal estrella. En el reparto encontramos a actores como Conrado San Martín, Manuel Zarzo o Mercedes Sampietro.

http://www.elpais.com/articulo/Pantallas/VALERA/_JUAN_/ESCRITOR/ESPANA/TELEVISION_ESPANOLA_/RTVE/TVE/estrena/Juanita/Larga/novela/Valera/elpepirtv/19820420elpepirtv_1/Tes (Consultado el 4 de octubre de 2011).

6.- Los carteles de feria, las postales y el auge del correo.

6.1.- Los carteles de Feria

Los carteles de la feria de septiembre de Écija de los años 1911 y 1912 fueron dos verdaderas obras de arte realizadas por el pintor y fotógrafo ecijano Manuel Salamanca Tordesillas. Del cartel de 1912 se conserva en la Biblioteca Nacional de Madrid un boceto del mismo, a falta de añadirle la cartelería (Lám. 15). Un ejemplar perfectamente conservado se encuentra enmarcado en una de las paredes de la conocida Bodega del Pimpi de Málaga, sito en Calle Granada¹⁵.



Lám. 15. Boceto del cartel de feria de Écija de 1912 diseñado por Manuel Salamanca Tordesillas. Biblioteca Nacional.

¹⁵ FREIRE GÁLVEZ, Ramón.- Homenaje a los industriales y comerciantes ecijaneros del siglo XX. Écija, 2001.

6.2.- Las Tarjetas Portales

La tarjeta postal es un medio de comunicación escrito que surge con los objetivos de establecer un medio de correspondencia más económico que las cartas y la transmisión de mensajes cortos, para ser remitida al descubierto, sin sobre. Generalmente son de cartón rígido que pesa entre 3 y 5 gramos. No obstante, se han empleado para hacerlas los más variados materiales: madera, seda, corcho, cuero, aluminio, pluma, cabello, etc. Su forma suele ser rectangular y de tamaño variable comprendido entre 14 x 9 cm. de las postales antiguas, a 15 x 10,5 cm., tamaño adoptado para las actuales. Pero las hay que revisten las formas más caprichosas: circulares, romboidales, trapezoides, de rompecabezas, en forma de hoja de árbol, calzado, toro, cuerpo humano, etc.

Las primeras TP se fabricaron bajo la forma de entero postal, es decir editada por la Administración y con el sello de franqueo impreso en el anverso. Autorizadas las empresas privadas a editar TP, nace la TP ilustrada que incluye, como su nombre indica, una ilustración de mayor o menor importancia en el reverso. Con la ilustración la TP pasó de ser un mero medio de comunicación a ser un objeto popular de interés artístico y documental, lo que atrajo a los coleccionistas. En las TP antiguas, el anverso es la parte exclusivamente reservada para adherir el sello de franqueo y consignar el nombre y la dirección del destinatario. También figura la fórmula "Tarjeta Postal". El mensaje y la ilustración debían de ir en el reverso.

En 1865, el Consejero de Estado de Prusia, Heinrich von Stephan propuso, durante el Quinto Congreso Postal de su país, la circulación de cartas oficiales sin sobre. No tuvo mayor repercusión y la idea se olvidó durante cuatro años. En 1869, el doctor Emmanuel Herрман, Catedrático de Economía en la Academia Militar de Wiener-Neustadt en Austria, tras hacer circular como correspondencia privada varios fragmentos de papel al descubierto, sin sobre, pero franqueados y publicar el 2 de julio de 1869 en el diario austriaco Neve Freir Presse el artículo titulado "Nuevo medio de correspondencia postal", logró interesar al Director de Correos y Telégrafos de Viena, el barón Adolf Maly, que promovió una ordenanza real al respecto que fue aprobada en octubre de ese mismo año. Unos días después la Administración editó la primera TP oficial bajo la forma de entero postal. Su forma era rectangular con unas dimensiones de 12,2 X 8,5 centímetros. Se presentaba en impresión negra sobre un cartón de color crema. En su anverso, un marco de doble orla que contenía en el centro de la parte superior un arco con la inscripción "Correspondez-Karte"; bajo

ésta los escudos de armas imperiales austro-húngaros. En el ángulo superior derecho un sello de dos coronas con la esfinge del emperador Francisco José I. Completan la descripción del anverso tres líneas reservadas a la dirección del destinatario. En el reverso figura la mención según la cual la Dirección de los Servicios de Correos declinaba toda responsabilidad en cuanto al contenido de la correspondencia. La tarjeta obtuvo un gran éxito vendiéndose un millón y medio en un mes.

El uso de las tarjetas se extiende rápidamente por todos los países europeos y por Estados Unidos, llevando a los particulares a editar sus propias tarjetas privadas que, a diferencia de las oficiales, requieren de la adhesión de un sello para ser enviadas. Durante la década de los 70 los impresores privados, sobre todo alemanes, franceses y estadounidenses, logran que sus gobiernos liberalicen esta actividad del monopolio estatal, naciendo una pujante industria¹⁶.

En España, unos años más tarde que en el resto de Europa, pero de manera similar, la iniciativa privada hace circular TP por diferentes puntos de nuestra geografía. Ante ello, la Dirección General de Comunicaciones mediante Real Orden de 10 de mayo de 1871, regula el uso y circulación en España de las Tarjetas Postales, prohibiéndose la circulación por correo de tarjetas privadas hasta diciembre de 1886 que queda levantada, autorizándose la impresión de dibujos o vistas en el anverso.

En 1873 la Fábrica de Moneda y Timbre hace imprimir y circular la primera tarjeta oficial, en forma de entero postal. Esta tarjeta es de color crema y de forma rectangular; con marco impreso en color azul; en el centro de la parte superior un sello con la efigie de la República y con una tasa de franqueo de 5 céntimos; a los lados del sello y haciendo arco, aparece a la izquierda la palabra "República" y al derecho "Española"; en la parte de abajo del sello y centrado se lee "Tarjeta Postal."; dos líneas, una reservada para el Nombre (Sr. D.) y otra para la Dirección. En la parte inferior figura impresa la siguiente frase: "Nota: Lo que debe escribirse se hará en el reverso ira firmado por el remitente". El reverso estaba en blanco. La tarjeta postal ilustrada más antigua que se conoce circulada (según su matasellos), es una tarjeta impresa en fototipia titulada "Recuerdo de Madrid" de la casa de artes gráficas "Fototipia Hauser y Menet", pionera en la edición de tarjetas postales en España. La postal está circulada de Madrid a Barcelona el día 21 de octubre de 1892, y pertenece a la colección de Jesús Sitjá.

¹⁶ <http://webs.ono.com/tarjetaspostalesnet/historia.html>

En 1905 el anverso de la TP se dividió en dos partes. La izquierda para escribir la comunicación y la derecha para el nombre y la dirección del destinatario, pasando la ilustración a ocupar todo el anverso.

El masivo uso de las tarjetas en los países industrializados, conducen a la creación en 1874 de la Unión Postal Universal, durante la celebración del Congreso Postal de Berna (Suiza). Nace con los objetivos de afianzar la organización y el mejoramiento de los servicios postales, participar en la asistencia técnica postal que soliciten los países miembros y fomentar la colaboración internacional en materia postal. En 1878 la Unión Postal Universal estandarizó el tamaño de las tarjetas a 14 X 9 centímetros.

La Administración también ayudo a la difusión de la tarjeta postal, al hacer uso de ellas para plasmar la celebración de diferentes Exposiciones y Conmemoraciones nacionales o internacionales celebradas a finales de siglo.

De la época de la Unión Postal Universal se conservan de Écija una serie de postales como la realizada por el librero M. Castellano sobre El Puente del Genil, de finales del siglo XIX.



Lám. 16. Unión Postal. Postal realizada por el librero M. Castellano sobre El Puente del Genil, de finales del siglo XIX.

También se conservan tarjetas postales realizadas por la Editorial Fotográfica de Barcelona con el adjunto de Librería y Papelería Castellano, como la que conserva el matasello del 14 de agosto de 1927 que recoge la imagen del Hospitalito desde la calle de la Marquesa.

También se llegaron a editar tarjetas postales de imágenes cuya devoción se encontraba muy asentada entre la población como el caso de la Virgen del Valle o el Cristo de la Exaltación de la Hermandad de la Merced.

Las tarjetas portales de temas paisajísticos y relacionados con el Patrimonio Histórico, llegó a Écija a finales del siglo XIX. Contamos con claros ejemplos e incluso con la edición de libros que incluyen ilustraciones de tarjetas portales:

- MÉNDEZ VARO, Juan.- *Así era mi barrio, así era mi ciudad, Tomo I*
Écija: El Monte; Asociación de Amigos de Écija, 1991.

- SÁNCHEZ GONZÁLEZ, Pedro.- *Así era mi barrio, así era mi ciudad. Tomo II.*
Écija: El Monte; Asociación de Amigos de Écija, 1991.

En el primero se recogen algunas postales de la Plaza Mayor y de la Plaza Mayor y Torre de Santa María de la década de 1920; Típico detalle de la Plaza Mayor, donde tras un arco se ve la Iglesia de San Francisco; la Plaza de Santa María; la calle Mas y Prat, postal realizada por Garrido y Fraile de Écija; Dos sobre el puente del Genil, una de ellas del fotógrafo anterior; Plazuela del Puente también de Garrido y Fraile; otra del mismo autor sobre los Molinos Harineros del Puente; El Cuartel de la Remonta de Garrido y Mora.

El segundo recoge una amplia gama de tarjetas postales de Écija, lo que demuestra la importancia que llegó a tener este medio de difusión y de comunicación.

Desde la década de 1960 hasta 1980, e incluso hoy día siguen vendiendo restos de postales, encargándose de su publicación José Bersabé Calvo (Ed. Beascoa), detallándose con posterioridad Librería Bersabé.



Lám. 17. Iglesia de San Francisco. Publicación José Bersabé Calvo (Ed. Beascoa), detallándose con posterioridad Librería Bersabé.



Lám. 18. Triunfo Virgen del Valle. Publicación José Bersabé Calvo (Ed. Beascoa), detallándose con posterioridad Librería Bersabé.

En la década de 1990 las impresiones se realizaron a cargo de Ediciones Arribas de Zaragoza, que ya en 1987 se había encargado de lanzar una serie. En ellas se recogen imágenes de los edificios más simbólicos de la ciudad como son El Salón; la iglesia de San Antonio de Padua vulgo de San Francisco; la Iglesia de Santa María; el Triunfo de la Virgen del Valle; Patio del Palacio de los Fernández (actual Palacio de Justicia); Palacio de los Marqueses de Peñaflor; Palacio de Benamejí; Iglesia de Santiago; Torre de la Iglesia de Santo Domingo; Portada de las Gemelas, Plaza e Iglesia de Santa Cruz; Torre de San Juan desde la calle Caballeros, etc.

7.- Las Asociaciones Culturales e Imprentas locales y la conservación y difusión del Patrimonio Cultural de Écija.

7.1.- Asociación de Amigos de Écija.

La Asociación de Amigos de Écija hizo su presentación oficial en Abril de 1979, en un acto de gran trascendencia para Écija, pues simultáneamente se inauguró la Casa de la Cultura, sita en el Palacio de

Peñaflor, con una exposición titulada "CIEN AÑOS DE LA HISTORIA DE ÉCIJA A TRAVÉS DE LA FOTOGRAFÍA", que no fue por supuesto una búsqueda de sus aspectos artísticos, sino que la intencionalidad de la temática era doble: por una parte, la muestra de la riqueza cultural de Écija; y por otra, una llamada de atención sobre la decadencia producida por su abandono.

No obstante, el aspecto principal de la muestra fue la misión concienciadora ante el abandono y la destrucción del rico patrimonio artístico ecijano. Se intentaba que los ecijanos tomaran una actitud de compromiso.

Es una Asociación de carácter totalmente apolítico, que tiene como principal objetivo la defensa del Patrimonio Histórico-Artístico de la ciudad, así como la organización de actividades culturales diversas, tales como exposiciones sobre temas ecijanos, conferencias, mesas redondas, confección de catálogos, inventarios del Patrimonio Artístico local, etc. Pone además el máximo empeño en la difusión de los valores artísticos de la Ciudad, para lo cual edita carteles, libros y monografías, dedicando a este fin la mayor parte de su presupuesto.

La asociación quedó inscrita en el Gobierno Civil de Sevilla el 27 de febrero de 1979, con el número 1162 y con el nombre *Centro Cultural E'3, Asociación de Amigos de la Ciudad de Écija*. Por resolución de la Subsecretaría del Ministerio de Cultura de 10 de junio de 1980, fue inscrita en el Registro de Centros Culturales con el número 35 (libro 1º, folio 3º) siendo el primer Centro Cultural que se aprobó en la provincia de Sevilla.

El año 1980 obtuvo el primer premio del Ministerio de Cultura por su labor cultural siendo considerada "más que un Centro Cultural, una institución modelo" (ABC 21/06/1981)¹⁷.

Desde su fundación, hace ya 32 años, se ha preocupado por la conservación y protección del Patrimonio Histórico de la ciudad, así como de la difusión del nombre de la ciudad de Écija a través de todo tipo de actividades culturales, destacando la edición de numerosas publicaciones, entre las que destaca la Serie sobre imágenes de Écija, que ha llegado a su edición número XVI, la Colección "Así era mi barrio, así era mi ciudad", los cuadernos monográficos sobre iglesias y palacios de Écija, facsímiles sobre temas ecijanos y otras publicaciones de temática turística.

¹⁷ <http://www.amigosdeecija.com/denuncias.html> (Consultado el día 4 de octubre de 2011).

7.2.- Real Academia de Ciencias, Bellas Artes y Buenas Letras “Vélez de Guevara”.

www.realacademialuisvelezdeguevara.com

7.3.- Gráficas Sol. Manuel Mora.

Muy importante ha sido también la labor desarrollada por Manuel Mora al frente de la editorial Gráficas Sol, habiendo publicado una buena cantidad de libros de temática ecijana, cuyos títulos pueden consultarse en su página web¹⁸.

7.4.- Imprenta Bersabé.

8.- Écija y su difusión en canciones y coplas.

Encarnita Polo¹⁹, cantante y actriz sevillana, obtuvo un gran éxito en 1969 con la canción, editada por RCA, “*Paco, Paco, Paco que mi Paco*”, acompañada de **Los Buenos, con letra** de Quintero, León y Quiroga y adaptación de Augusto Algueró, en la que se rememoran los siete niños de Écija. Se trata de una versión pop de una añeja copla “Los siete niños”, que aludía a los bandoleros de Écija²⁰.

El culpable de este fortuito éxito fue el músico Augusto Algueró, que musicalizó muchos de los versos de Rafael de León y vistió las coplas con arreglos *pop*, liberando al género de arquetipos y clichés. Este “Paco, Paco, Paco” de Encarnita Polo, con sonidos tan eurovisivos en una España al borde de la democracia, es una versión de la pieza “Coplas de los siete niños” que grabó **Concha Piquer** en 1943 y versionó más tarde **Marifé de Triana** en 1962.

¹⁸ <http://www.editorialgraficassol.com>

¹⁹ Encarnita Polo nació en Sevilla en 1939, comenzando su carrera en 1963 con una identidad musical con influencias de la música italiana, el *flamenco-pop* y la copla, pero con la vigencia de una irreprochable raíz andaluza.

²⁰ <http://www.encarnitapolo.com/main.html> (Consultada el 28 de septiembre de 2001).



Lám. 19. Portada del disco de Encarnita Polo con el título *Paco, Paco*, 1962.

A continuación rescatamos el verso original a partir del cual se crearía la pieza:

*Van siete niños camino de Sevilla,
con uno de los siete va mi cariño.
Que son ladrones y roban como nadie los corazones.*

*Ya vienen por el llano los migueletes
pero son poca cosa para los siete.*

*Qué valentía la de los siete niños de Andalucía.
Suspira el viento por Écija la llana
tocando las campanas de los conventos.*

Siete alazanes y siete capas negras de capitanes.

Paco, Paco, Paco, que mi Paco...

*Van siete niños, Paco, Paco, Paco, van siete niños,
van siete niños camino de Sevilla, Paco,
camino de Sevilla, Paco,
camino de Sevilla, Paco, Paco, Paco, van siete niños.*

*Van siete niños, con uno de los siete, Paco,
con uno de los siete, Paco,
con uno de los siete, Paco, Paco, Paco, va mi cariño.*

*Que son ladrones y roban como nadie, Paco,
y roban como nadie, Paco,
y roban como nadie, Paco, Paco, Paco, los corazones.*

*Ya vienen por el llano los migueletes,
los migueletes, ya vienen por el llano,
ven acá primo y siéntate aquí,
ya vienen por el llano los migueletes.*

*Los migueletes, pero son poca cosa,
ven acá primo y siéntate aquí,
pero son poca cosa para los siete.
Que valentía la de los siete niños,
ven acá primo y siéntate aquí,
la de los siete niños de Andalucía.*

*Suspira el viento por Écija la llana, Paco,
por Écija la llana, Paco,
por Écija la llana, Paco, Paco, Paco, suspira el viento.*

*Suspira el viento, tocando las campanas, Paco,
tocando las campanas, Paco,
tocando las campanas, Paco, Paco, Paco, de los conventos.*

*Siete alazanes y siete capas negras, Paco,
y siete capas negras, Paco,
y siete capas negras, Paco, Paco, Paco, de capitanes.*

En 2009 "Paco, Paco, Paco" volvió a ponerse de moda gracias a un usuario de *youtube* que la utilizó como banda sonora del videoclip de **Beyoncé** titulado "Single ladies (Put a ring on it)", llegando a las casi tres millones de reproducciones. Además, el tema fue relanzado y se ubicó en el puesto número 4 del *Top Musical* en España en abril de 2009. La recuperada fama de la canción resultó también en diversas parodias de programas televisivos. Johnny Demoni también hizo una versión del tema, aunque de dudoso interés. La pieza, con arreglos *pop* o de *flamenco-pop*, se sostiene en una estructura de sevillana que Augusto Algeró supo bien llevar a otro terreno²¹.

Por último mencionar que también le ha dedicado unos tientos a los Siete Niños de Écija el cantaor Calixto Sánchez.

²¹<http://retratosdelanuevacopla.blogspot.com/2010/05/paco-paco-paco.html>
(Consultado el 28 de septiembre de 2011)

ÉCIJA EN LA RED: DIFUSIÓN TURÍSTICA DE UNA CIUDAD MEDIA

Susana Limón Rodríguez

Licenciada en G^a e H^a, especialidad Historia del Arte

Departamento de Comunicación

Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico

RESUMEN: La apuesta digital para llevar a cabo la promoción de productos turísticos, ha revolucionado los métodos tradicionales de comunicación.

Antes, la información se mostraba en libros y revistas impresas, entre otros soportes tradicionales. Los presupuestos que se manejaban para cualquier acción de comunicación de éxito eran muy altos, y el consumo era colectivo y minoritario.

Ahora, la información es electrónica y digital, los contenidos son globales y desestructurados, con presupuestos bajos y un consumo individual, mayoritario, rápido y efímero.

El poder de las nuevas tecnologías es evidente, el cómo han influido en el cambio de hábitos de comunicación y en los consumidores. Estos son ahora los protagonistas y pueden llegar a influenciar en los medios y en la sociedad.

Son nuevas formas de producción y de gestión de información y conocimiento con procesos innovadores y participativos. El principal protagonista es el individuo.

Se trata de un marketing relacional, personalizado, en el que se crean experiencias, se fidelizan clientes, y se genera un valor.

Surgen nuevos hábitos de ocio.

ABSTRACT: Digital commitment to carry out the promotion of tourist products, has revolutionized the traditional methods of communication.

Before, the information was shown in books and print journals, among other traditional media. Budgets that were managed for any success communication action were very high, and consumption was collective and minority.

Now, the information is electronic and digital, the contents are global and unstructured, with low budgets and individual, majority, quick and ephemeral consumption.

The power of new technologies is obvious, how have influenced consumers and changing communication habits. These now are the protagonists and might influence the media and society.

New ways of production, knowledge and information management with innovative and participatory processes. The main character is the individual.

Now we are talking about relational marketing, custom made, in which you create experiences, retain customers, and generate value. New leisure habits arise.

Palabras clave: Comunicación digital / Tecnologías de la información / Usuarios consumidores / Usuarios creadores / Redes sociales / Estrategia de contenidos / Mercado turístico 2.0 / Marketing relacional / Inteligencia competitiva / Imagen de marca

Key words: Digital communication / Technologies information / Consumer users / User-creators / Social networks / Strategy content, 2.0 / Tourism market / Relational marketing / Competitive intelligence / Brand image

Índice

- 1.- El desafío digital. Antecedentes y marco actual.
- 2.- Crecimiento de los contenidos digitales: nuevos hábitos de ocio.
- 3.- Estrategia digital en los productos turísticos.
- 4.- Casos de éxito.
- 5.- El caso de Écija.
- 6.- Conclusiones.
- 7.- Bibliografía.

1.- El desafío digital. Antecedentes y marco actual

Antes, la información se mostraba en libros y revistas impresas, entre otros soportes tradicionales. Los contenidos estaban estructurados por materias y áreas. Había que utilizar instalaciones para mostrar las cosas: teatros, museos, bibliotecas.

Los presupuestos que se manejaban para cualquier acción de comunicación de éxito eran muy altos, y el consumo era colectivo y minoritario.

Ahora, corren nuevos tiempos para la comunicación. La información es electrónica y digital, los contenidos son globales y desestructurados, y las instalaciones son sustituidas ahora por las Tecnologías de la Información (TICs) e Internet, con presupuestos bajos y un consumo individual, mayoritario, rápido y efímero, existiendo un gran control del consumidor y del gasto de las iniciativas.

2.- Crecimiento de los contenidos digitales: nuevos hábitos de ocio

Las tecnologías de la información (TICs) han evolucionado en los últimos años. Con 400 millones de consultas diarias, Google no tiene rival hoy en día. Además, contamos con nuevos canales y aplicaciones como smartphones, ipads, tablets, pcs.

El público es global, virtual y "googleleal". Nace la generación de nativos digitales, con una nueva forma de ver y hacer las cosas, relacionarse y compartir experiencias. Esta generación, convence, atrae a otros, crea, colabora y pertenece a grupos.

En los últimos años la tecnología digital ha afectado a cómo nos comportamos, cómo nos comunicamos y cómo nos relacionamos con los demás.

En definitiva, ha provocado un cambio en la manera de ver el mundo y vivir, consultando nuestro móvil de forma constante, nuestro buzón de correo electrónico.

Además, las barreras físicas han desaparecido: podemos estar conectados desde casa, desde la oficina, desde un parque, desde la playa..., y estar en contacto con gente que se encuentra al otro lado del mundo.

De esta forma, surgen nuevos hábitos de ocio, y cambia la manera de aprender y asimilar. Se consumen átomos y cápsulas de información, la comunicación es permanente y la navegación constante. Ello implica latoma de decisiones de forma más rápida. Los temas se buscan, se comparten y se descargan, con una preponderancia absoluta de la imagen, el sonido y lo multimedia.

Nace la figura del "prosumer", usuarios que son a la vez consumidores, autores, creadores, gestores de contenidos y líderes de opinión.

Nace la red social, la segunda generación de webs basada en usuarios y n una gama especial de servicios que fomenta la colaboración y el intercambio de información.

Podemos hacer un símil entre la red natural que tenemos cuando nacemos (padres, hermanos, abuelos, tíos, vecinos, etc.), y la red social. La conexión se produce entre personas que comparten algo: ocio, gustos, profesión, inquietudes...

La red social tiene un efecto multiplicador. Cada persona conoce de media entre amigos, familiares y compañeros de trabajo o escuela, a unas 100 personas. Si cada uno de esos amigos o conocidos cercanos se relaciona con otras 100 personas, cualquier individuo puede pasar un recado a 10.000 personas más, tan solo pidiendo a un amigo que pase un mensaje.

Si esos 10.000 conocen a otros 100, la red ya se ampliaría a 1.000.000 de personas conectadas en un tercer nivel, a 100.000.000 en un cuarto nivel, a 10.000.000.000 en un quinto nivel y a 1.000.000.000.000 en un sexto nivel. En seis pasos, y con las tecnologías disponibles, se podría enviar un mensaje a cualquier lugar o individuo del planeta.

Las redes sociales suponen un cambio social más que tecnológico. Si antes se organizaba una cena utilizando el teléfono o el boca a boca, o la carta, ahora, utilizamos el chat, el email, el sms o la red social.

¿Qué nos aportan las redes sociales?

En ellas podemos compartir fotos, videos y noticias, compartir intereses comunes. Podemos además, crear comunidades y cursos, organizar encuentros y eventos, tener compañía y compartir conocimiento. Nos permite llegar a un público específico.

La utilidad de las redes sociales se hace patente en proyectos o empresas que se quieran relacionar con una audiencia joven y dinámica, que esté dispuesta a conversar y utilizar las herramientas y el lenguaje de este medio, si realmente quiere o tiene algo que decir; tener, en definitiva, una relación más personal con su público objetivo.

Existen dos grupos de redes sociales: las generales, comunidades online para que las personas intercambien experiencias de cualquier tipo. Son Tuenti, Linkara, Second Life, MySpace, Del.icio.us, Dejaboo.net y Facebook. Y las profesionales, en las que se intercambia información profesional: Networking Activo, Econozco, Neurona King y LinkedIn.

Podemos decir, en conclusión, que el poder de las nuevas tecnologías es evidente, el cómo han influido en el cambio de hábitos de comunicación y en los consumidores. Estos son ahora los protagonistas y pueden llegar a influenciar en los medios y en la sociedad. Hay un cambio en la relación entre las marcas, productos y servicios, y los consumidores. Estamos ante lo que se denomina "el desafío digital".

3.- Estrategia digital en los productos turísticos

La afirmación de “Hoy día, quien no esté en Internet, no existe” ya no es un argumento válido. Hay que estar, pero lo más importante es que “hay que saber estar”.

Antes valía con estar y ser encontrado a través de la url de tu página. Hoy, es necesario que te encuentren, y para eso hay que poner en marcha una estrategia de comunicación online.



Las redes sociales suponen una transformación del modo de hacer comunicación. Es un camino bidireccional, donde se persigue tener visibilidad, se fomenta el trabajo en equipo y se proyecta la inteligencia colectiva.

En las nuevas estrategias hay que perseguir tres valores básicos: Ser visibles, “enganchar” (conseguir fans, seguidores), y ser recomendados.

Para trazar una buena estrategia en el mercado turístico 2.0, hay que tener en cuenta varios elementos imprescindibles: el destino, el público objetivo preferente, y elegir las herramientas más adecuadas para dar soporte a nuestro proyecto. Y un elemento fundamental que no hay que olvidar es ser constantes y tener tiempo para administrar y dinamizar el proyecto.

Como líderes de opinión, los consumidores han alcanzado su máximo poder en Internet. Lo que se dice de un producto en blogs y redes sociales es tan importante o más que lo que se dice de él en medios de comunicación convencionales, dado su alcance.

La presencia en estos foros, por definición es incontrolable, aunque puede nacer de una iniciativa y estrategia pensada y premeditada por parte del producto, por lo que resulta esencial controlar esto desde el inicio.

Estamos hablando de nuevos modelos de negocio, y por ello, hay que identificar bien los objetivos a proyectar, seleccionar bien los

escenarios funcionales y describir los escenarios estratégicos. Hay que innovar para impactar.

Son nuevas formas de producción y de gestión de información y conocimiento a través de nuevos canales de comunicación que implican nuevas formas de organización con procesos innovadores y participativos. El principal protagonista es el individuo.

Abrir un perfil en Facebook, contactar con blogueros especializados en viajes para mostrarle nuestro producto, son acciones que necesitan una planificación y, por encima de todo, una continuidad.

La estrategia básica para desarrollar acciones de éxito se centran en dos ejes básicos:

Crear una buena estrategia de contenidos: que nos vean, lo que nos dará reputación; que nos aprecien, crear un compromiso afectivo, y que nos recomienden, es decir, generar comunidad, en la que se interactúe y capturemos seguidores y fans.

Se trata de un marketing relacional, personalizado, en el que se crean experiencias, se fidelizan clientes, y se genera un valor.

4.- Casos de éxito

Vamos a analizar ejemplos de éxito, iniciativas originales que han aportado un valor añadido y han creado comunidad. Son iniciativas locales, nacionales e internacionales relacionadas con el turismo que pueden ser referente para posibles casos aplicados a la ciudad de Écija.

Dentro del ámbito andaluz, debemos analizar la web de **Turismo de Andalucía**: <http://www.andalucia.org>, con una fuerte comunidad turística, líderes de opinión de la oferta de la región.



Castilla la Mancha, <http://www.turismocastillalamancha.com>

Es reseñable el método empleado para atraer viajeros y hacerse oír. Una de ellas titulada "Se Buscan Quijotes y Cia", una original campaña con innumerables puntos positivos, pero el mayor de ellos, el deseo de hablar con los viajeros, explotando al máximo la capacidad de Facebook.

Han sido pioneros en entender la importancia de los contenidos de calidad, para generar notoriedad y poder compartir recursos.

La otra iniciativa de éxito, es el paquete denominado "escapadas OH! Es un ejemplo de e-commerce en el que los viajeros pueden comprar paquetes de viajes online.

Turismo de Australia: <http://www.nothinglikeaustralia.com>

Ha creado una bonita campaña de promoción en la que desde el principio se ha tenido al viajero como único protagonista. No hay mejor forma de promocionar un destino que con las experiencias de otros viajeros. Además, han sabido mostrarlas y darles sentido en forma de un mapa de experiencias.



Peregrinos blogueros: <http://www.youtube.com/watch?v=UI6BT7pHiaE>

Una expedición para contar al mundo lo original, emotivo y único del Camino de Santiago en año Xacobeo. Cientos de fotografías en Flickr y videos en Youtube y comentarios en tiempo real en Twitter y Facebook son la clave de su éxito. Narrar en el mismo lenguaje que la audiencia, recorrer las rutas que están recomendando y contarlo en directo y en diferido.

Con estas acciones se generó impacto inmediato.



Trajinando por el Mundo: <http://www.carmenteira.es/blogtrajinando/>

Conversación de una viajera social con otros viajeros. Las claves de su éxito están en compartir cada paso, cada destino y cada sensación a través de su perfil en redes sociales como minube.com y de su propia Web. La interactividad como valor esencial.

Villas flamenco (Conil, Cádiz): <http://www.villasflamenco.com>

“Engancha” al viajero con su diálogo directo y ganas de hablar con los clientes. Sus servicios están enfocados, sobre todo, a ofrecer contenidos en forma de fotos, transportes, actividades. Una clara apuesta por el marketing experiencial, por hablar en el mismo lenguaje social que los nuevos viajeros.

5.- El caso de Écija.

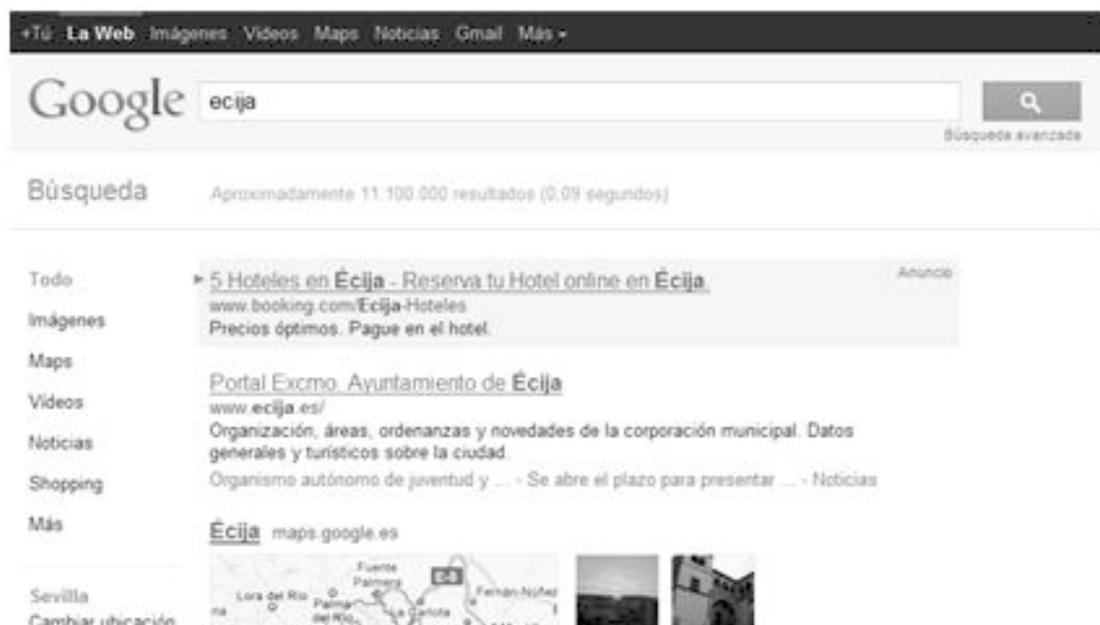
Después de los planteamientos expuestos, analizaremos la presencia de contenidos acerca de Écija en la Web, su posicionamiento y la calidad de las iniciativas llevadas a cabo.

Y lo haremos haciendo un recorrido por las principales herramientas que ofrece Internet y las conexiones existentes entre ellos:

Google, Google earth, Google maps, Panoramio, Youtube, Blogs, Facebook, Portales, y productos especializados.

En Google, al preguntar por Écija, encontramos el siguiente resultado.

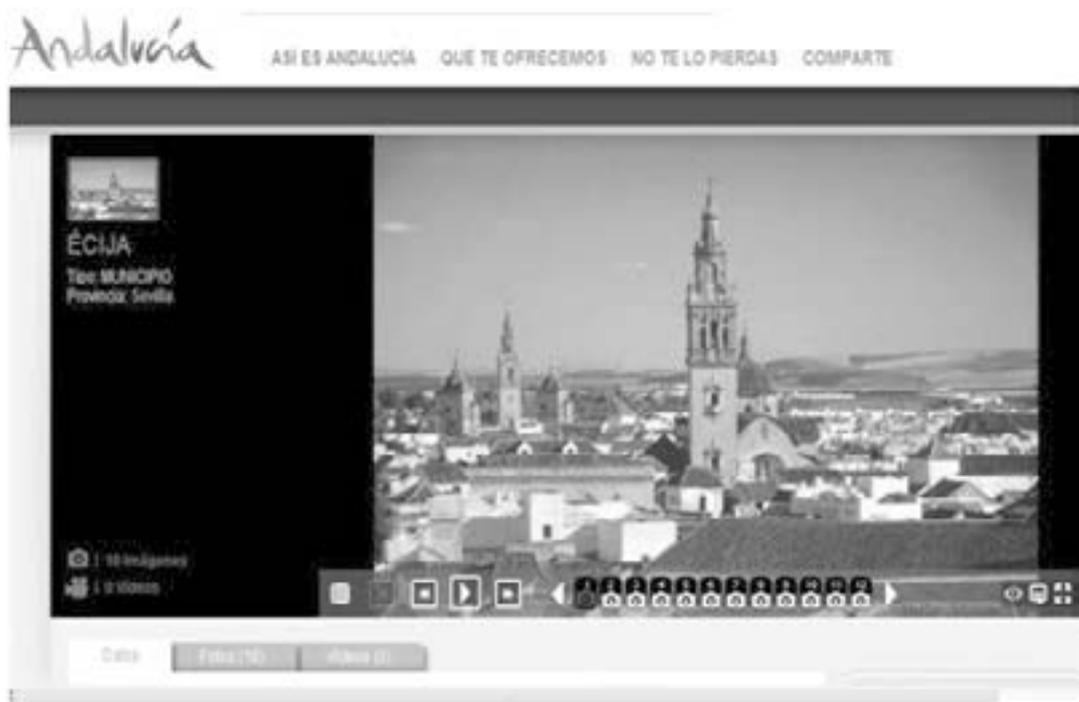
Lo que se puede apreciar en los resultados de primera página son resultados variados sobre oferta hotelera, portal del ayuntamiento o Écija en Google maps.



En Google earth la encontramos localizada, con conexiones a turismo andaluz.



Andalucía.org: encontramos un álbum fotográfico con los principales lugares turísticos de Écija.



Écija en Google maps: se encuentran localizados algunos lugares turísticos. Aunque al preguntar por Écija, los resultados podrían ser más acordes con la oferta turística, ya que surgen contenidos que no aportan ningún valor a nuestros objetivos de promoción turística.



Google maps y Panoramio: conexión entre el álbum de fotografías de Panoramio y su localización en el mapa.



Panoramio y Google earth: el caso anterior, pero con Google earth.



Youtube: encontramos videos variados sobre establecimientos comerciales de la ciudad: zapaterías, bares... Sí podemos ver un video interesante sobre la ciudad subido por un particular.



En Facebook, encontramos la página de Turismo del ayuntamiento de Écija. Con unos 2,533 "me gusta", persigue la interacción con los fans publicando contenidos de interés para la comunidad. Además, ha adoptado el nuevo diseño que ofrece Facebook para el perfil, lo que se percibe como una página renovada de cara a los usuarios.



Dentro del desarrollo de iniciativas online, destacamos iniciativas privadas como un blog sobre la Semana Santa ecijana, de gran interés turístico: <http://semana-santa-ecija.blogspot.com.es/>.

Entre las portales corporativas, destacamos entre otras, la página del ayuntamiento de Écija: <http://www.ecija.es/>, la página del museo histórico municipal: <http://museo.ecija.es/>,



la Web oficial de turismo de Écija: <http://www.turismoecija.com/>, en la que encontramos conexiones a videos de youtube, o la web de la asociación de amigos de Écija: <http://www.amigosdeecija.com/>, dedicada a la difusión y puesta en valor del legado patrimonial y cultural de la ciudad.

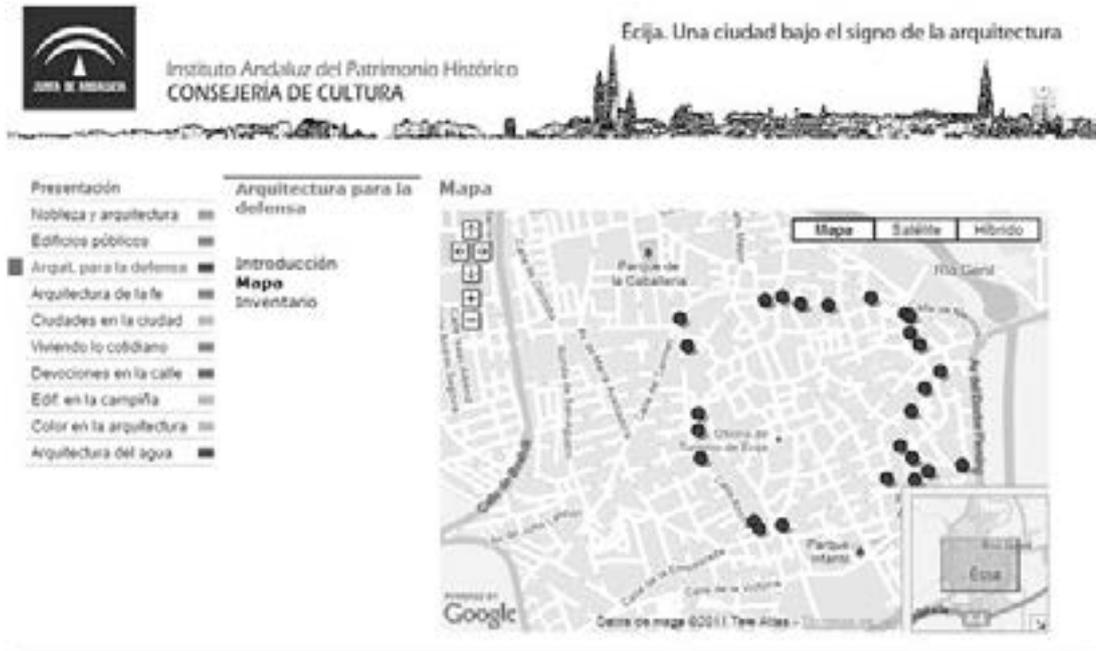


También cabe destacar la presencia y labor en la red del diario digital de Écija: <http://ecijaweb.com/>, que además de contar con un portal donde reflejar los contenidos de actualidad referentes a la ciudad, realizan una dinámica labor en las redes sociales, con presencia en Facebook y Twitter:



Terminamos el análisis de la presencia de Écija mostrando un producto de difusión realizado por el Centro de Documentación y Estudios del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico, cuyo fin es la puesta en valor del arquitectura en las ciudades medias de Andalucía, tomando como ejemplo la ciudad de Écija, mostrando el patrimonio inmueble ecijano y acercándolo a los posibles visitantes. Todo ello se manifiesta con diez

itinerarios locutados, un amplio álbum fotográfico y una extensa bibliografía recomendada.



6.- Conclusiones

Tras el estudio realizado cabe concluir con una pregunta: ¿Cuáles son los pilares de una inteligente estrategia de comunicación online?, y en concreto, ¿cuál sería la mejor estrategia de comunicación online para dar a conocer la ciudad de Écija y atraer visitantes?

Lo primero que hay que hacer es tomar conciencia de la dimensión y la importancia que HOY tiene la comunicación digital.

Para empezar y ateniéndonos a los ejemplos mostrados, apostar por un buen posicionamiento en Google es primordial. El que no está en Google, no está en la red.

Enriquecer las entradas en Google Earth e incrementar los enlaces. Incentivar la presencia de imágenes y videos en Panoramio, Youtube o Flickr.

Deben también surgir iniciativas "blogueras" originales que produzcan "engagement", sobre cualquier tema de interés: gastronomía, fiestas... Las experiencias personales bien armadas, si aportan valor añadido, suelen ser las más compartidas por la comunidad, las que causan más sinergia.

Desarrollar proyectos en las redes sociales, innovadores, creativos y que ofrezcan un incentivo social: esa es la clave.

La capacidad de emprender un proyecto social media se basa en HACER= poder hacer+quererhacer+saber hacer. Son competencias emocionales sumadas a competencias técnicas. Poder hacer es una habilidad, querer hacer es una actitud y saber hacer implica conocimiento.

Se trata de comercializar productos o servicios, de crear "engagement" con los potenciales clientes, desarrollar campañas de publicidad. Ofrecer descuentos y promociones, hacer concursos, identificar tendencias, son las claves para fidelizar seguidores que hablen de ti, te valoren y te recomienden.

Es básico conocer la opinión de los usuarios para desarrollar acciones de inteligencia competitiva, potenciar la imagen de marca, la marca ÉCIJA.

Por ello, para la gestión de un buen proyecto hay que tener cierta habilidad para comunicar. Hay que ser sucinto y publicar cosas con frecuencia, ser generoso, ser actual y ser curioso.

Son estrategias de contenido sumadas a estrategias de conversación.

Una buena campaña en Facebook, y una buena conversación en Twitter pueden llegar a ser más importantes para atraer turismo a la ciudad que cualquier otro medio tradicional.

Crear un compromiso afectivo con un contenido que sea seguido por una comunidad de usuarios que nos sigan y que nos de reputación.

La reflexión queda expuesta y está en nuestra mano, en la de los colectivos como la Asociación de amigos de ÉCIJA, como líderes de opinión, entre otros, y en la de cada uno de nosotros.

El presupuesto es bajo. Solo hay que tomar conciencia y pensar en la estrategia adecuada, aunando esfuerzos e intereses.

ÉCIJA, como ciudad, cuenta con un enorme potencial a disposición del medio: historia, gastronomía, ubicación, arte, monumentos. Solo hay que ponerlo en valor y lanzarlo al mundo con unos cuantos "clicks"

El desafío digital está servido.

7.- Bibliografía

Carrasco Rodríguez, Antonio. El Turismo cultural en Internet: Marketing, posicionamiento y desarrollo tecnológico. [en línea] <http://www.viaje-cultura.com/ponencias/antonio_carrasco.pdf> [Consulta: 27-09-2011]

FCMD (2010). Cómo comunicar en medios sociales - Selva M. Orejón, AERCO (edición Madrid). [en línea] <<http://www.slideshare.net/FECMD/cmo-comunicar-en-medios-sociales-selva-m-orejn-aerco>> [Consulta: 18-3-2012]

Guadalinfo, Juanlaroda(2009). [en línea] <<http://www.slideshare.net/juanlaroda/redes-sociales-en-interent>> [Cobsulta: 10-3-2012]

Guía para principiantes sobre optimización para motores de búsqueda. Google inc.http://static.googleusercontent.com/externalcontent/untrusteddlcp/www.google.es/es/es/webmasters/docs/guia_optimizacion_motores_busqueda.pdf

Guía de referencia SEO. Javier Casares.<http://javiercasares.com/seo/>

Guía de recomendaciones "SEO" de posicionamiento en Internet. Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación – INTECOhttp://www.manelgarcia.com/wpcontent/uploads/2009/10/guia_de_recomendaciones_seo_de_posicionamiento_en_internet_2009.pdf

Martínez Priego, Chema (2008). Social media marketing. Crear fieles activos. [en línea]<<http://www.slideshare.net/simdalom/social-media-marketing-crear-fieles-activos-presentation-793536>> [Consulta: 2-3-2012]

Merodio, Juan (2012). Social e-Commerce y el Marketing en Redes Sociales. [en línea] <<http://www.slideshare.net/juanmerodio/social-ecommerce-y-el-marketing-en-redes-sociales>> [Consulta: 20-3-2012]

Ojeda Sánchez, Carlos (2012). Diseño de estrategias 2.0. [en línea]<<http://www.slideshare.net/Ziniabd/ponencia-de-carlosojeda-diseo-de-estrategias-20>> [Consulta: 24-3-2012]

Reyes, Javier (2008). Oportunidades de negocio en las redes sociales [en línea]<<http://www.slideshare.net/eaula/oportunidades-de-negocio-en-las-redes-sociales>> [Conculta: 15-03-2012].

PublikoaBerrikuntza (2009). Estrategia y gestión en tiempo de redes [en línea]<<http://www.slideshare.net/berrikuntzapublikoa/estrategia-y-gestion-en-tiempo-de-redes>> [Consulta: 22-2-2012]

Serrano Cobos, Jorge (2006). "Pasado, presente y futuro de la Web 2.0 en servicios de información digital". BiD: textos universitarios de biblioteconomía i documentació, desembre, núm. 17. <<http://www.ub.edu/bid/17serra2.htm>> [Consulta: 15-06-2011].

Serrano Cobos, Jorge (2011). "Generación de contenidos en redes sociales. XIX Foro universitario Luis Vives. 23-2-2011[en línea]

<<http://www.slideshare.net/JuanLuisVives/generacin-de-contenidos-en-redes-sociales-jorge-serrano-cobos>> [Consulta:19-08-2011]

NUEVAS EXPERIENCIAS EN TURISMO CULTURAL EN LA LOCALIDAD DE ÉCIJA (SEVILLA)

Luis Francisco Flores Sánchez

*Agencia Andaluza de Instituciones Culturales
Consejería de Cultura y Deporte
Junta de Andalucía*

RESUMEN: El presente artículo solicitado por la Asociación de Amigos de Écija, la cual me invitó a estudiar las posibilidades turísticas de la localidad.

El artículo comienza analizando el turismo cultural o turismo patrimonial que ha tenido años atrás la localidad, un modelo agotado por múltiples razones que se ve abocado a renovarse, a proponer soluciones innovadoras. Se aportan algunas claves de las ventajas del turismo cultural, (diversifica el destino, genera nuevas oportunidades de negocio, incentiva el aumento del gasto, etc.)

Este ensayo analiza proyectos de éxito en la localidad, así como de proyectos que no han dado sus frutos; así como se exponen algunas ideas propuestas para mejorar el turismo cultural actual, medidas que en los tiempos de crisis, paliar la escasez de ingresos con el ingenio y la creatividad.

Palabras clave: Turismo / Patrimonio inmaterial / Écija (Sevilla) / Sostenibilidad / Turismo cultural / Proyectos turísticos / Turismo local.

ABSTRACT: This item requested by the Association of Friends of Écija, which invited me to study the tourism potential of the town.

The article begins by analyzing the cultural and heritage tourism passenger who has had years back the town, an exhausted model for many reasons that is forced to renew, to propose innovative solutions. Offers some key advantages of tourism culture (Diversifies the destination, generates new business opportunities, encourages increased spending, etc.)

This essay analyzes successful projects in the town, as well as projects that have not borne fruit, as well as some ideas proposed to improve the current culture tourism, measures in times of crisis, ameliorate the shortage of income in ingenuity and creativity.

Key words: Tourism/ Immaterial heritage/ Écija (Seville)/ Sustainability/ Cultural tourism / Tourist projects / Local tourism

La presente comunicación presentada en las X Jornadas de Protección del Patrimonio Histórico de Écija versa sobre las experiencias acaecidas en los diez últimos años en cuanto al turismo local y su evolución. Con especial interés si cabe para el turismo cultural. Tanto los resultados y la experiencias que contamos en este artículo, deben hacernos reflexionar sobre el tipo de producto turístico que vende al exterior la localidad de Écija, así como analizar nuevos proyectos que implementen la llegada de turistas a la localidad y con ello un mayor desarrollo cultural de la misma.

Introducción

¿Patrimonio Histórico o Turismo Cultural?

Lo primero que debemos definir es el concepto que deseamos diseñar para la localidad. Expondremos a continuación dos términos que sin duda tiene mucho que ver con el desarrollo turístico de Écija.

Comenzaremos por el concepto de Patrimonio. Concepto amplio que incluye los paisajes, los sitios históricos, los emplazamientos y entornos construidos, así como la biodiversidad, las tradiciones pasadas y presentes, y los conocimientos y experiencias de los habitantes de la localidad en cuestión

Desde una perspectiva amplia el Patrimonio Histórico podemos definirlo como:

“El conjunto de elementos naturales o culturales, materiales o inmateriales, heredados del pasado o creados en el presente, en donde un determinando grupo de individuos reconoce sus señas de identidad”

Después de esta definición, debemos considerar al Patrimonio Histórico, más allá del objeto, definido de forma dinámica, como una unidad donde confluyen diferentes disciplinas académicas, colectivos profesionales, instituciones (públicas y privadas), asociaciones y organizaciones ciudadanas con el fin de perpetuar la memoria para el futuro.

Es por eso, que muchas personas consideran que solo los grandes monumentos o grandes tesoros del arte forman parte el Patrimonio Histórico. Debemos considerar de gran valor patrimonial a los yacimientos

arqueológicos, las iglesias, los castillos, las casas antiguas, el patrimonio industrial, los libros, las bibliotecas, los archivos, las máquinas o instrumentos, las viejas costumbres e incluso artesanía tradicional (Vamos, lo que viene siendo el patrimonio inmaterial). El estudio de todo esos "patrimonios" constituirá un valor en alza para la cultura de una comunidad.

Por tanto valoraremos el Patrimonio Histórico desde tres vertientes principales:

1.- Los monumentos. Obras arquitectónicas, de escultura o de pintura, elementos de carácter arqueológico, grupo de elementos que tengan un valor universal excepcional desde el punto de la historia, el arte o la ciencia.

2.- Los conjuntos: grupos de construcciones, aisladas o reunidas, cuya arquitectura integrada en el paisaje les da un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia.

3.- Los lugares: obras del hombre o bien conjuntamente con la naturaleza, de valor universal.

Además, en los últimos decenios, el Patrimonio Cultural, a través del Turismo Cultural y de otras vías de transferencia, se vislumbra, cada vez con más fuerza, como un importantísimo recurso económico capaz de contribuir a la mejora de las condiciones de vida de muchos de nuestros conciudadanos.

La aparición de los turistas culturales (y por ende el término de Turismo Cultural) cuyo afán eran visitas el Patrimonio Cultural de determinadas zonas, va en aumento de año en año, acarrea por su parte, consecuencias trascendentales para la conservación del Patrimonio. Es, por una parte, una realidad que tiene una importantísima trascendencia económica y que contribuye a que muchos españoles mejoren su nivel de vida. Por otra parte, decenas y aún cientos de miles de visitantes desfilando año tras año por el mismo sitio cultural o deja de tener un indudable impacto negativo sobre su adecuada conservación (Ej.: Altamira)

Es por ello, que podemos definir el Turismo Cultural como:

“El desplazamiento de las personas desde sus lugares habituales de residencia hasta los lugares de interés cultural con la intención de recoger información y experiencias nuevas que satisfagan las necesidades culturales”.

Conforme a esta definición conceptual, el Turismo Cultural no sólo abarca el consumo de los productos culturales del pasado, sino también de la cultura contemporánea o “modo de vida” de un pueblo o región. Puede considerarse por lo tanto, que el Turismo Cultural incluye tanto el turismo histórico-artístico.

No será entonces sorprendente que el Turismo Cultural sea un negocio cada vez más dinámico. A los viejos “productos” tradicionales como el Patrimonio Histórico o los grandes museos, se suman un incontable número de recursos y atractivos, desde los festivales o mercados barrocos o medievales, a los novísimos museos de arte contemporáneo, o centros de interpretación inverosímiles.

Por tanto los objetivos del Turismo Cultural podrían ser:

“La acción de hacer turismo, viajar a lugares cercanos o lejanos, intentando no solo observar el patrimonio arquitectónico, histórico o artístico, sino acercándose a los modos de vida tradicionales de las personas que viven y conviven con ese patrimonio que se considera su cultura más apreciada o digna de ser conservada, difundida y orientada al negocio turístico”

El atractivo turístico del patrimonio

Dentro del entramado de relaciones que se establecen entre anfitriones (habitantes de un lugar/receptores) y turistas (visitantes esporádicos), es necesario tener en cuenta la atracción que pueden provocar determinados aspectos de la cultura de los primeros; fundamentalmente ciertos elementos tangibles, como pueden ser la arquitectura monumental o tradicional, la producción artesanal o la gastronomía que, de alguna manera, se vinculan al viaje turístico. Me refiero a esas señas de identidad, específicas de cada lugar, que pueden ser captadas con facilidad por los turistas y que muchas veces se utilizan como reclamo para motivar la visita a determinados sitios

No me pongo en la posición extrema de considerar que, sólo gracias al turismo, se puede recuperar un patrimonio que ha permanecido en total abandono (generalmente a causa del descuido de autoridades

poco sensibilizadas), pero sí creo que el turismo puede llegar a ser de gran utilidad. Ahora bien, será cada comunidad, por si misma, quien tenga que ocuparse de inventariar, catalogar, conservar y, en su caso, activar el patrimonio propio. Esta decisión, que debe depender exclusivamente de los miembros de cada grupo.

Un lugar puede darse a conocer a través de sus elementos patrimoniales; así, el turista se llevará la imagen que sus anfitriones le ofrezcan y esto, además de proporcionar un beneficio económico, servirá para reforzar la estima que sobre sus factores identitarios tienen los pobladores.

Tipos de turistas culturales para la ciudad de Écija.

Los turistas culturales disfrutan al mismo tiempo que satisfacen su curiosidad, sensibilidad, o afán de conocimiento. Podemos diferenciar tres tipos de turistas culturales:

- 1.-**Los "especialistas"**, que son los que viajan sistemáticamente y de forma regular. Suele darse una relación entre sus actividades profesionales y las prácticas turísticas que realizan. Representan entre el 10 y el 15% de los visitantes;
- 2.-**Los turistas "muy motivados"**, aunque haya otras causas para su viaje turístico, la principal es la cultural. Constituyen entre el 30 y el 40% de los visitantes.
- 3.-**Los turistas "ocasionales"**, grupo en el que se incluyen todos aquellos turistas que, mientras realizan sus vacaciones, desarrollan actividades culturales de forma irregular, para lo que se desplazan un máximo de unos 50 km. Llegan a ser entre el 45 y el 60% de los visitantes.

Una vez tenemos reconocidos el target de nuestro público cultural, debemos plantearnos cuales pueden ser las claves para un mejor desarrollo del Turismo Cultural que deseamos para nuestros visitantes, y para ello debemos basarnos en la interpretación, en el autodescubrimiento del patrimonio astigitano.

Definimos esta interpretación como:

“Un proceso de comunicación diseñado para revelar al público significados e interrelaciones de nuestro patrimonio natural y cultural, a

través de su participación en experiencias de primera mano con un objeto, artefacto, paisaje o sitio; también se considera que es: el arte de revelar "in situ" el significado del legado natural, cultural e histórico, al público que visita esos lugares en su tiempo de ocio."

Según los diferentes autores consultados, algunos de los objetivos que persigue la interpretación son:

a. A partir de la interpretación los visitantes podrán desarrollar una profunda conciencia, apreciación y entendimiento del lugar que visitan;

b. Los fines de gestión se cumplirán a través de dos vías: Por una parte alentando al visitante a que trate de forma adecuada el recurso, haciendo que tome conciencia de que está en un lugar especial y, por tanto, debe tener un comportamiento especial; en segundo lugar utilizando la interpretación para minimizar los posibles daños del impacto humano, por ejemplo, desviando la atención en zonas frágiles, concentrando a los visitantes en zonas de uso intensivo, etc.;

c. Promover y facilitar la comprensión pública, transmitiendo una serie de mensajes que se correspondan con las finalidades que se desean lograr;

d. Acentuar la comprensión y valoración del patrimonio, conduciendo hacia un respeto y conciencia de la necesidad de su conservación;

e. Incrementar el disfrute del visitante, entendiendo que una comprensión sobre el lugar aumenta el placer producido por la visita.

Leyendo estas líneas, podremos sacar las siguientes reflexiones extrapolables a cualquier localidad que desee incrementar sus beneficios gracias al Turismo Cultural:

I. Se debe considerar que la realización de eventos contribuye a mejorar la puesta en valor de los atractivos culturales tanto de carácter material como inmaterial, dinamizando el territorio. Estos eventos puede ser ferias gastronómicas y/o artesanales, así como presentaciones que convoquen nuevos públicos.

II. Posibilitar políticas de conservación que permitan conservar y proteger los atractivos turísticos culturales de carácter material como inmaterial.

III. General registros de visitas en los espacios culturales presentes en el territorio (Museos, Iglesias, Conventos, etc.) posibilitando la identificación, calificación y cuantificación del turista.

IV. Generar estudios de satisfacción, con el fin de conocer y evaluar la forma en que se presenta el atractivo turístico cultural e identificar nuevas necesidades del visitante.

Si analizamos estos cuatro puntos, claves para el Turismo Cultural, Écija los ha desarrollado todos, con mayor o menor repercusión, expondremos algunos ejemplos:

En cuanto al primer punto, realización de eventos, poseemos datos de la última edición del Mercado Barroca de Écija, que se realiza en la Plaza de España y calles aledañas. El proyecto denominado Écija, Ciudad Barroca, nace como una iniciativa que pretende la sensibilización, respeto y puesta en valor del patrimonio histórico, artístico y cultural de Écija. Tuvo sus orígenes en 2004

Se centra en un periodo artístico muy concreto: El Barroco en Écija. ¿Y por qué el Barroco? Sin lugar a dudas, porque es el periodo artístico más representativo y que mejor define a la Ciudad de Écija. La ciudad de Écija es uno de los conjuntos históricos más singulares del Barroco Andaluz. El grupo de torres y espadañas, así como, su arquitectura civil, religiosa y palaciega, etc., merecerían por su originalísima disposición entre la trama urbana que se extiende en el valle del Genil, por su ornamentación, la composición de los materiales (ladrillo tallado, estuco y azulejos) y por la gran maestría de los alarifes que le dieron forma, que estas jornadas la dediquemos a una etapa como el Barroco, tan fructífera desde el punto de vista del patrimonio histórico-artístico, y que la hacen sin duda merecedora de la identificación de la Ciudad de Écija como **“Écija, Ciudad Barroca”**.

Un proyecto ha contado (hasta la edición de 2011) con:

1. Premio monografías Ciudad de Écija
2. Música Barroca

3. Mercado de Época: Esta actividad incluye animación de calle, teatro, conciertos y talleres didácticos, artesanales, infantiles y de juegos antiguos
4. Recorridos por espacios del Barroca. (tanto para escolares como para adultos)
5. Teatro Barroco

Presupuestariamente hablando contó con 25.000 € para el año 2010. En esta edición los visitantes al Mercado de Época, fueron unos 8.000, aproximadamente. A los recorridos barrocos por diversos monumentos de la ciudad acudieron 678 personas adultas y 330 escolares. Datos que nos hablan de un producto turístico en consolidación.



En cuanto al punto dos, rehabilitación de espacios singulares, debemos resaltar dos espacios ecijaneros donde se ha intervenido en los últimos años. Por un lado la Plaza de España, donde las intervenciones arqueológicas de los primeros años del nuevo milenio dieron con todo un filón arqueológico, arquitectónico e incluso especulativo (se construye un parking en el subsuelo de la citada plaza). Más de 10 años de cortes de tráfico, retenciones, ruidos, polvo ha conseguido deshumanizar dicha plaza, y provocar entre la población cierto malestar

Por otro lado está el ejemplo de la restauración del Convento de las Descalzas, gracias a la colaboración municipal con el Ayuntamiento. Una restauración y puesta en valor que se ha retrasado en el tiempo, lo que ha imposibilitado sacarle un óptimo resultado a la inversión realizada por la Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía, Actualmente dicho convento no se puede visitar, siendo una de las obras claves del barroco andaluz.

La restauración que se ha llevado a cabo de la Iglesia de los Descalzos de Écija, recibió el Premio Unión Europea de Patrimonio Cultural, premio "Europa Nostra", por "la excelente restauración de esta iglesia

barroca” como recoge el comunicado oficial de la asociación que convoca estos premios en España “Hispania Nostra”.

La Iglesia de Los Descalzos fue objeto de una intervención total que ha costado cinco millones de euros y con la que se ha conseguido recuperar una de las más importantes joyas barrocas de la ciudad, algo ha sido reconocido ya con el Premio Nacional de Restauración y Conservación de Bienes Culturales 2010, además de este Europa Nostra.



Los Descalzos de Écija



Andamios durante la restauración

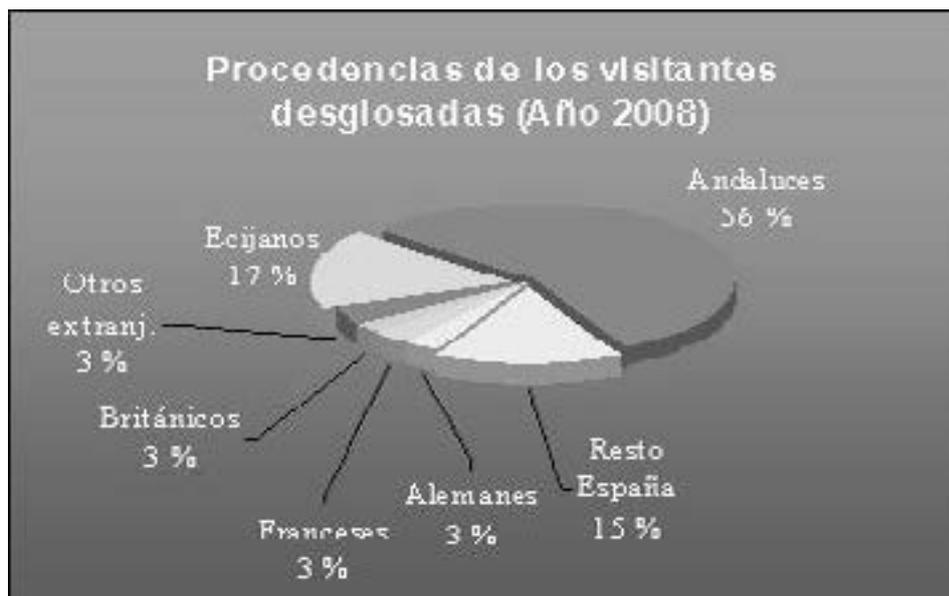
En cuanto al punto tres, las estadísticas de visitantes en los últimos diez años nos hablan de un cambio total y radical en el visitante que elige esta localidad como su destino de ocio y cultura. Analizaremos algunos de estos datos y cuadros estadísticos.

Aproximadamente por el año 1998, comienza a obtenerse datos de los visitantes al Museo de Écija.



Destaca la cantidad de visitantes ecijano y andaluces. Denotando el importante sector de público alemán que visitaba el Museo a finales de los 90.

En solo 10 años después, los resultados serían como siguen:



El público andaluz aporta más de la mitad de los visitantes, no así el ecijano que ha descendido considerablemente. La caída del sector alemán, y resto de extranjeros. Y prácticamente manteniéndose el público del resto de España.

Durante gran parte de estos 10 años gracias a los convenios con la Diputación de Sevilla, Écija ha gozado de diferentes ayudas para llevar público sevillano o de alrededores. Programa "Conoce tu provincia"

Para 2010 los datos aportados por el Museo son los siguientes:

En cuanto a datos estadísticos de los turistas que visitan nuestra comarca sólo podemos reflejar que desde Turismo Provincial, a través del programa "conoce tú provincia" se realizan excursiones a las localidades de nuestra comarca. Las características de estos excursionistas son colectivos pertenecientes a asociaciones de Sevilla (asociaciones de mujeres, de la tercera edad, culturales, de vecinos, etc.), siendo por término medio y por municipio una o dos excursiones anuales organizadas en grupos de 50 o más excursionistas

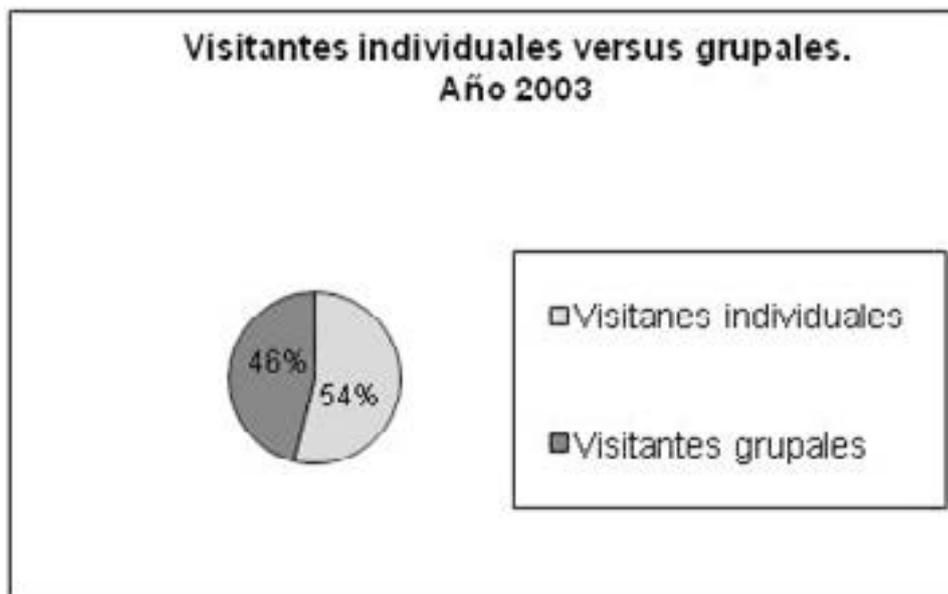
También nos ha parecido interesante reflejar los datos estadísticos sobre los turistas que acceden a nuestra localidad procedente de la empresa Ectur, empresa privada dedicada a organizar actividades turísticas y culturales. Esta empresa organiza visitas guiadas por la localidad, siendo la gran mayoría de sus clientes visitantes nacionales o internacionales, no dándose el caso, según los datos facilitados por la misma, que estos grupos estén compuestos exclusivamente por ecijanos.



Procedencia	Oficina de Turismo	Museo Histórico Municipal	Ecitur
Ecijanos	2865	10222	0
Nacional	6481	14106	3850
Internacional	3038	8018	400

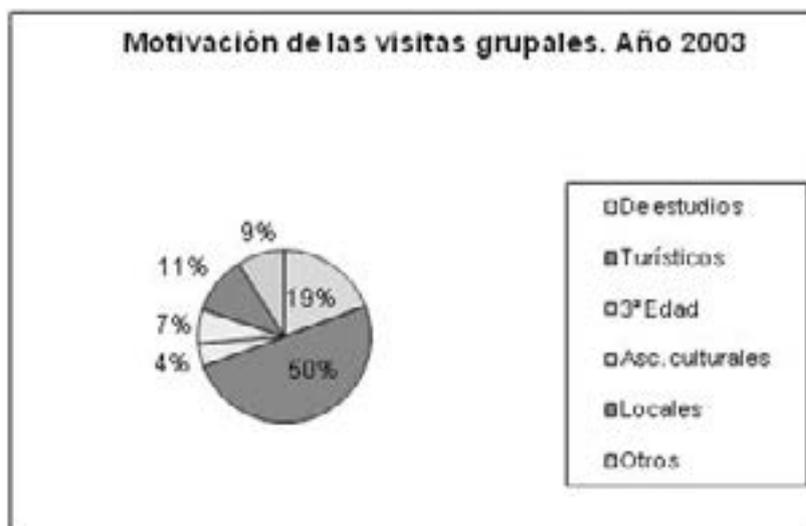
Así por ejemplo, existirán muchos visitantes que demanden actividades culturales, de ocio y tiempo libre, así como recursos que satisfagan las demandas relacionadas con la hospedería.

Según los datos ofrecidos por el Museo Histórico Municipal "Palacio de Benamejí" en el año 2003 se registraron 32.346 visitas, de las cuales 14.886 corresponden a visitantes que pertenecían a grupos organizados.



Visitantes	Número
Visitantes Individuales	17460
Visitantes Grupales	14886

En cuanto a la motivación que hace que el visitante elija Écija y no otra ciudad media puede ser:

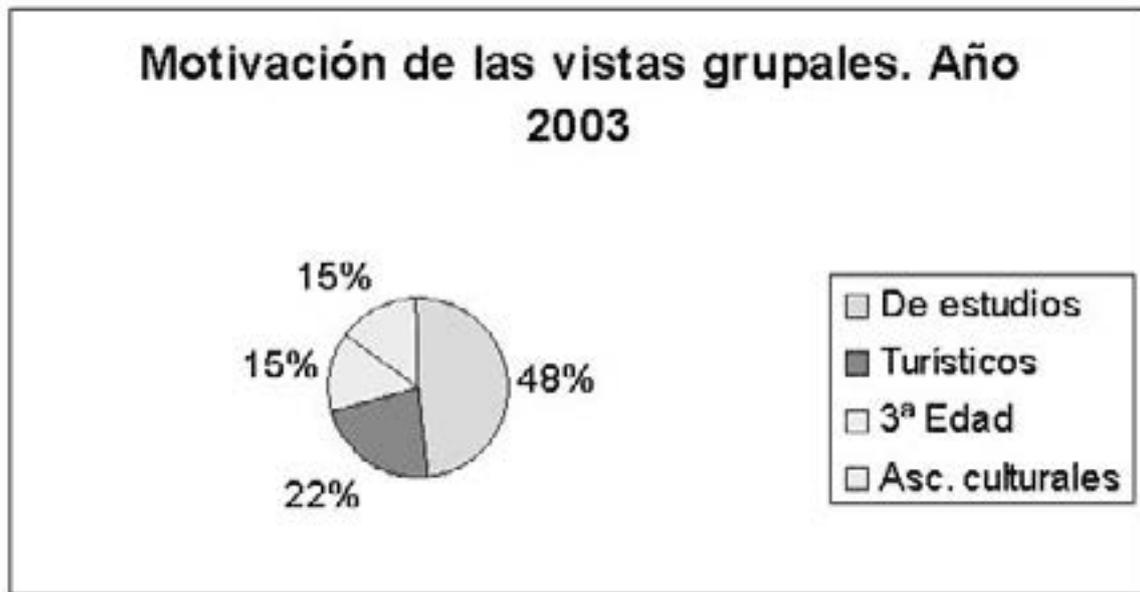


Motivación	Nº de grupos
De estudios	93
Turísticos	242
Tercera edad	21
Asc. culturales	31
Locales	53
Otros	43

La representación gráfica de los datos estadísticos referentes a la motivación de los visitantes al museo nos indica que la mitad de los visitantes que acceden al museo lo realizan por motivos turísticos, seguidos por los que su motivación es más de estudio, un porcentaje menor lo representan los grupos formados por los propios ciudadanos de la localidad, grupos de visitantes que no tienen definido la finalidad y los pertenecientes a asociaciones como los de la tercera edad y culturales.

En lo que afecta a nuestro estudio, estos datos nos indican que habría que tener definida una "oferta turística específica" para aquellos grupos que visitan nuestra localidad como turistas, teniendo presente sus necesidades (culturales, de ocio, gastronómicas, souvenirs, etc.). Con respecto al otro grupo mayoritario el de grupos con motivación de estudio la oferta turística deberá estar más inclinada a programas culturales

específicos (visitas de arte sacro, visitas monumentales definidas por estilos arquitectónicos, visitas gastronómicas típicas, etc.).



Fuente de información de Ecitur.

Motivación	Nº de grupos
De estudios	1950
Turísticos	900
Tercera Edad	600
Asc. culturales	600



El público andaluz ha bajado un poco, pero sigue aportando casi el 50% de visitantes al Museo. Ecijanos y resto de España, gracias a las diferentes actividades que ha desarrollado el Museo y el Ayuntamiento han conseguido mantener el número de visita, incluso acercarse a las fechas de 1998.

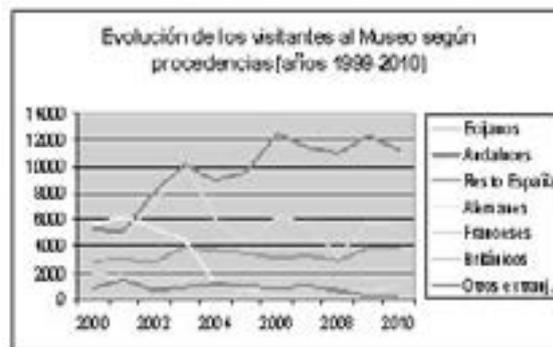
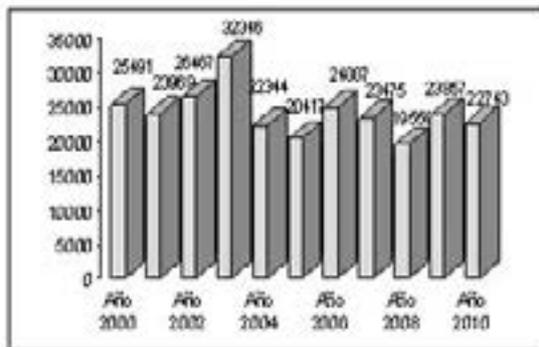
Siendo los meses de Marzo, Abril y Mayo los que mayor número de visitantes al Museo encontramos desde hace más de 10 años. Seguidos con un amplia diferencia por los meses de Septiembre y Octubre.

En cuanto a los horarios, en los últimos años se ha cerrado el museo por las tardes en verano, permitiéndose abrir en horario nocturno por unas cuantas horas y en determinadas actividades culturales concretas.

En 1999 hubo 35.000 visitas anuales al Museo. Solo 12 años después ronda las 15.500 visitas al año. ¿A qué es debido este descenso de visitantes? Múltiples factores nos hacen destacar.

A destacar entre los años de más visitantes 2002/2003/2004 coincidiendo con el programa "Conoce tu Provincia" Diputación de Sevilla. Desde 2006 el visitante Andaluz suele superar las 10.000 visitas anuales.

En cuanto a grupos organizados que visitan el museo, destacar como se van reduciendo desde 2000 el número de visitas en Grupo, siendo 2011 un año en donde las visitas de andaluces (preferentemente) no grupales comienza a ganar terreno.



El cuarto y último punto para implementar el desarrollo de la localidad en el campo del Turismo Cultural era el de generar estudios de satisfacción, identificando así nuevas necesidades del visitante. En Écija en cuanto a este punto debemos destacar algunos de los proyectos donde está incluida la localidad y que le dan una proyección y un estudio de su público demandante de nuevas experiencias. Os apuntamos algunos ejemplos de rutas multidisciplinarias e innovadoras.

- **Ruta Bética Romana:** ésta ruta pasa en la actualidad por trece ciudades de las provincias de Cádiz, Córdoba y Sevilla. Los municipios de Écija y La Luisiana se encuentran incluidos en la misma. En esta Ruta están comprendidos espacios paisajísticos de gran interés geográfico y natural como son el Parque Natural de la Subbética Cordobesa, la Campiña, el Parque Natural de la Bahía de Cádiz o el Valle del Guadalquivir.

- **Ruta Washington Irving:** ésta ruta une Sevilla, Málaga y Granada y el municipio de Écija está incluida en la misma.

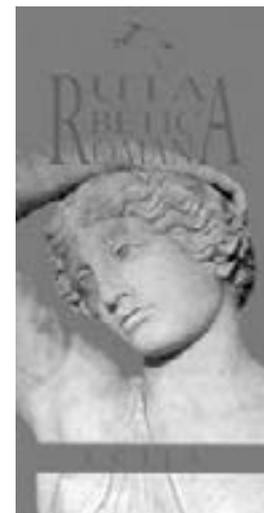
El itinerario revive, en lo posible, el camino que realizó, en 1829, Washington Irving, el romántico escritor norteamericano. Es éste un camino histórico que en la Edad Media, se convirtió en la vía comercial que comunicó el reino nazarí de Granada con los dominios cristianos, una ruta pues, que fue frontera a través del río Guadalquivir y las sierras que circunvalan Granada.

- **Fundación Ciudades Medias del Centro de Andalucía:** El proyecto nace como un producto turístico innovador para la ciudad de Écija, que pertenece a la red de ciudades medias del centro de Andalucía junto a Alcalá la Real (Jaén), Antequera (Málaga); Loja (Granada); Lucena (Córdoba), y Estepa (Sevilla). Seis ciudades del centro de la región que pretenden poner en valor sus respectivos recursos turísticos a través de una serie de proyectos comunes.

El objetivo del Ayuntamiento de Écija es poner en valor nuestros recursos turísticos, que son muy amplios, aunque infrautilizados. Por eso celebramos se celebran reuniones para ver las del turismo cultural en la localidad. El principal objetivo es llevar a cabo actividades atractivas para el público, para los turistas que visitan estas localidades.

Bajo la marca turística "Tu historia", la Fundación y los Ayuntamientos de los seis municipios desarrollarán una serie de actividades dentro de este proyecto cuyo principal objetivo es el fomento del turismo. Así, tanto Alcalá la Real como Antequera ya han acogido una iniciativa ciertamente interesante denominada cena sensorial. El objetivo es que Écija acoja cenas sensoriales, similares a las realizadas en Alcalá la Real y Antequera, que podría celebrarse en el marco del Palacio de Benamejí.

Desde el consistorio se ha comentado que el objetivo del Ayuntamiento de Écija es poner en valor los recursos turísticos, que son muy amplios, aunque infrautilizados.



Conclusiones.

DESAFIOS GENERALES DEL TURISMO CULTURAL

1.- DIFERENCIACIÓN

Hacerse complementario a los otros tipos de turismo a partir de sus particularidades como en el aumento de conocimiento, la interacción con otros, reafirmación identitaria y valoración social

2.- Diferenciación de públicos

Identificar y caracterizar al público, permite crear mensajes direccionados garantizando su receptividad, optimizar recursos, ajustar productos, diseñar nuevos productos, en definitiva, conocer al consumidor con el propósito de mejorar el servicio a entregar.

3.- Seducción

Establecer hitos que sean capaces de motivar a moverse al destino, convocadores de audiencia, capaces de encantar y satisfacer los requerimientos de los visitantes, de este modo es posible crear clientes más fieles y que publicitan la experiencia y el territorio.

4.- SUSTENTABILIDAD

Es necesario crear una estrategia de conservación del bien cultural entendida como de sensibilización, de protección y valoración del patrimonio cultural que involucre a:

- COMUNIDAD LOCAL
- AGENTES DE CONTACTO
- OPERADORES TURÍSTICOS
- PROPIETARIOS O GESTORES DE SITIOS
- RESPONSABLES POLÍTICOS

En definitiva Écija para 2012 debe modificar su visión del turismo tradicional, que hemos visto en los diez años anteriores, ya no llegan autobuses en tropel a la Plaza de España; el turista está cambiando, y elige ciudades donde su oferta cultural se complementa con una oferta gastronómica, de ocio, de espectáculos diferentes y sensitiva. Esperamos que este sea el camino de Écija, y de su Concejalía de Turismo apuesta más por un turismo cultural (vivencial) para cubrir las nuevas demandas que el siglo XXI impone a las ciudades medias.

Agradecimientos.

A la Asociación Amigos de Écija, Ecitur, Concejalía de Turismo, y a los astigitanos preocupados por el turismo y la cultura de su localidad.

TURISMO Y FIESTAS POPULARES EN ÉCIJA: UNA OPORTUNIDAD CULTURAL

M^a del Carmen Rodríguez Oliva

*Doctora en Historia del Arte por la Universidad de Sevilla
Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico*

RESUMEN: En el presente artículo pretendemos realizar una reflexión sobre la importancia de lo cultural frente al fenómeno turístico. En la contemporaneidad resulta casi impensable hablar de turismo cultural sin unirlo a los bienes culturales, a lo patrimonial, siendo el sector turístico una de las mayores fuerzas económicas que hay que gestionar de forma sostenible. Se pretende relacionar ambos conceptos: turismo y fiestas, teniendo presente una mirada patrimonialista y desde este planteamiento nos acercamos a la ciudad de Écija como lugar turístico, aludiendo a distintos hitos de sus fiestas populares. Se analiza la imbricación de esas fiestas en el ámbito del turismo y como conforman fuentes de recursos culturales que hacen a una ciudad más dinámica y actualizada.

Écija se presenta como una oportunidad cultural y se analizan diferentes aspectos de algunas de sus festividades más interesantes como: Fiesta del Patrón canónigo de Écija, San Pablo; Fiesta del Carnaval; Fiesta de Semana Santa; Fiesta de las Cruces de Mayo y la Feria de Écija.

Palabras clave: Turismo / Écija (Sevilla) / Fiestas populares / Patrimonio inmaterial / Recursos culturales / Sostenibilidad

ABSTRACT: In this article we want to make a reflection on the importance of culture versus tourism phenomenon. Nowadays it is almost unthinkable to talk about cultural tourism without linking it to cultural properties, to heritage, being cultural sector one of the largest economic forces to manage on a sustainable way. It aims to link the two concepts: tourism and festivities, keeping in mind a patrimonial look and from that approach we get close to Écija city as a tourist destination, alluding to its popular festivities. We analyze the implications of these festivities in the field of tourism and how the shape cultural resources that make a city dynamic and updated.

Écija is presented as a cultural opportunity and we analyze different aspects of some of its most interesting festivities: Fiesta del Patrón canónigo de Écija; San Pablo, Fiesta del Carnaval, Semana Santa, Fiesta de las Cruces de Mayo and Feria de Écija.

Key words: Tourism/ Écija (Seville)/ Festivals / Immaterial heritage / Cultural / Cultural resources / Sustainability



Turismo y fiestas populares en Écija

Sería interesante comenzar reflexionando sobre la frase “*el peso de la cultura frente al fenómeno turístico*”¹. Podemos decir que resulta casi impensable hablar de turismo sin hablar del patrimonio. El turismo es una de las actividades económicas más importantes de nuestro tiempo y en su significado más esencial podemos decir que se sustenta y hace hincapié en la originalidad y diversidad de aquellos aspectos culturales más interesantes, es decir, de la oferta cultural de un lugar determinado o destino turístico.

El turismo como tales un movimiento propio del siglo XX., aunque si hacemos historia podemos remontarnos a épocas anteriores ya que el viajar y el turismo ha constituido una de las actividades más placenteras para los seres humanos. Si buscamos precedente de este fenómeno, sin

¹ http://saeti2.itson.mx/ArchivosCarpetas/Foros/Curso_2540/Foro_24512/Mensaje_148369/turismo%20cultural%20Trabajo%20Final.doc

duda lo encontramos en el historiador griego Heródoto quien decidió dar a conocer, por escrito y oralmente, como si de un guía se tratara, los viajes que llevaba a cabo, la geografía, pueblos, fauna, flora, costumbres etc. "Así lo vi, así os lo cuento" era como terminaba todos sus relatos.

Ya mucho más cercano nos quedan escritores que recogen viajes por la España ilustrada y romántica, prototipo de viajeros de esas épocas son los franceses (Jean Francois Bourgoing y Teófilo Gautier) y los ingleses (Joseph Townsend, Richard Ford y George Borrow), concretamente Gautier pasó y cantó a Écija en sus viajes por España. Aunque también serán estos viajeros-turistas los que difundan ese estereotipo de andaluz fiestero y pintoresco, interpretando una realidad que muchas veces dejaba mucho que desear.

El cronista de Écija, José Martín Jiménez en su guía del turista de 1934² nos comenta *"una de las cosas que impresionan al turista en Écija, es el cuidado con que hasta hoy se han conservando los recuerdos artísticos del pasado, que hacen un verdadero museo al aire libre"*.



ECIJA CIUDAD DE LAS TORRES.

ECIJA CORAZÓN ANDALUZ. ECIJA CENTRO DEL SUR.

ECIJA, LA SARTEN DE ANDALUCIA, CRISOL DE CULTURAS.

ECIJA CIUDAD DE LAS TORRES.

ECIJA AROMA ANDALUZ.

ECIJA BARROCA...

De estas formas aparece el reclamo de Écija como lugar turístico, aludiendo a distintos hitos, como el sol y altas temperaturas, el valioso conjunto de torres monumentales que posee, etc., proyectando claves de difusión que pretenden servir para fomentar y promocionar la ciudad. Evidentemente el concepto de viaje-turismo ha ido transformándose con el paso del tiempo, así en la contemporaneidad podemos observar que

² Martín Jiménez, José: Monumentos históricos y artísticos de la ciudad de Écija: guía del turista. Écija: [s.n.], 1934. (Écija) (Imprenta de M. Carmona)

junto al tradicional turismo de sol y playa o turismo de masas, nacen otros conceptos turísticos tales como turismo cultural, turismo rural, etc... Y son múltiples los términos que engloban estas nuevas manifestaciones: turismo urbano, monumental, arqueológico, etnográfico, turismo literario, ecoturismo, agroturismo, turismo gastronómico, deportivo e incluso turismo sexual, etc.

En este marco, podemos detener nuestra mirada, por ejemplo en el anuncio de ECIJA BARROCA, promoción que no hace más que constatar ese reclamo cultural de una etapa crucial de la historia de Écija, donde no sólo se ve un estilo artístico, sino que se dimensiona como un auténtico movimiento cultural y así se trata como un periodo histórico que se manifiesta en todas las formas posibles: en la arquitectura, las artes plásticas, en la literatura, las artes escénicas, la música, el teatro, costumbres, fiestas, gastronomía, etc. Todo visto desde una perspectiva común donde lo cultural engloba un esquema unitario e integral.

Llegado a este punto, nos interesa para nuestra interpretación, tener también presente la definición de turismo cultural ofrecida por un gestor turístico quien nos dice que se trata de "*Aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico*"³.

Según los informes de la Organización Mundial del Turismo⁴, actualmente el turismo es el sector principal de la economía mundial. Se espera que en 2011 este sector represente el 11% del producto bruto mundial y, lo que es más importante, que genere uno de cada 11 empleos. Por lo tanto parece que queda claro que el sector turístico es una de las mayores fuerzas económicas que hay que gestionar de forma adecuada, sobre todo cuando hablamos de un turismo donde los bienes culturales históricos artísticos son su razón de ser. En este aspecto no podemos olvidar que el mejor vehículo de la interculturalidad y del enriquecimiento recíproco de los pueblos se da, o debería darse, justamente a través del *turismo cultural*. De esta forma y bajo estos criterios debería quedar evidente que "los guardianes" del patrimonio deben ser

³ SECTUR-CESTUR, Estudio Estratégico de Viabilidad de Turismo Cultural, 2002.

⁴ Organización Mundial del Turismo - Informe sobre la situación, perspectivas y oportunidades en el turismo - Abril, 2011. http://www.platma.org/index.php/mod.publicaciones/mem.descargar/fichero.publicaciones_Turismo_AmericaDelSur_Abril2011_Esp_

Consejo Ejecutivo; 90ª reunión. Mambisa (Kenia), 19-21 de junio de 2011. CE/90/9. Madrid, mayo de 2011 https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/storageapi/sites/all/files/pdf/ce90-09_un_system_s.pdf

tanto los anfitriones que “acogen” como los turistas “que llegan”, se tiene que establecer entre ambos ese entendimiento que es fundamental para el buen desarrollo de las políticas que preserven el patrimonio. Todas estas ideas de interculturalidad, enriquecimiento, conservación, etc... representan modelos o prototipos a tener muy presente cuando se habla de turismo cultural y promoción turística.

Una vez esbozado una pincelada sobre conceptos concretos del turismo cultural que nos interesa, podemos introducirnos en el mundo de las fiestas populares. Fiestas definidas hace unos años en este mismo foro por la antropóloga Gema Carrera⁵ en su exposición sobre las fiestas populares de Écija y sus pérdidas, y donde manifestaba que *“Las fiestas constituyen un elemento cultural de indudable valor para comprender y aprehender las características de los diferentes colectivos sociales que conviven en Andalucía.”* Las fiestas contienen en sí, las distintas tradiciones, creencias y ritos de una sociedad, también es el elemento donde se expresa una interpretación particular del tiempo y del espacio, realmente las festividades en lo esencial hablan siempre de una concepción del mundo, determinado por ese tiempo y espacio donde se desenvuelve.



Estas manifestaciones festivas constituyen un patrimonio vivo, un legado cultural cambiante y efímero aunque reiterado de forma cíclica y que también está sujeto a un continuo proceso de transformación que viene en consonancia con los cambios de la sociedad en que se inserta, incluye entre sus caracteres la dimensión ceremonial, la conformación de un acto social, los contenidos de rituales repetidos, la participación y muy importante, el vínculo económico.

⁵Carrera Díaz, Gema: La pérdida de un patrimonio intangible. Las fiestas populares en la ciudad de Écija. Actas de las VI Jornadas de Protección del Patrimonio Histórico de Écija". Patrimonio inmaterial de Écija II: Costumbres, Artesanía y Tradiciones Culinarias". Asociación Amigos de Écija. Écija, 2008.

El interés que me mueve en esta exposición no es tanto esa visión desde una percepción antropológica como Actividad de Interés Etnológico reflejo de la identidad de una colectividad, sino que se dirige más bien a analizar la imbricación de esas fiestas en el ámbito del turismo y como conforman fuentes de recursos culturales que hacen a una ciudad más dinámica y actualizada.

Es relevante poner en relación ambos conceptos: turismo y fiestas, teniendo presente una mirada patrimonialista en cuanto que ese turismo, por una parte, debe tener como eje los bienes culturales de un determinado sitio o lugar, y por otra, debe pretender la proyección de dicho patrimonio poniéndolo en valor y fomentando su conservación.

Todas estas consideraciones tienen como marco inigualable la ciudad histórica de Écija y sus monumentos más insignes, sus plazas y sus calles se convierten en el escenario de estas manifestaciones festivas donde los diferentes actores sociales: ciudadanos, turistas, etc., participan de una forma u otra.

Écija es el municipio de mayor extensión de la provincia, enclavada en una zona fértil de la campiña. Es ciudad declarada monumento histórico artístico en 1966 por lo que reúne condiciones para ser un conjunto turístico de primer orden.

Si nos fijamos detenidamente en las fiestas ecijanas, observamos que poseen unas claves políticas, económicas y sociales que han colaborado plenamente tanto para la aparición como para la desaparición de diferentes manifestaciones que la han ido particularizando a lo largo del tiempo. Este carácter es consecuencia de esas historias vividas y transmitidas y es el responsable que en la actualidad se nos ofrezca unas festividades llenas de una impronta, una singularidad que le hacen, precisamente un distintivo muy apreciable. Estas fiestas han sido y son potencialidades culturales, económicas y sociales del patrimonio intangible de esta ciudad, por lo tanto recursos turísticos que necesitan una gestión sostenible en tanto en cuanto estamos hablando de un patrimonio demasiado sensible que hay que conservar.

Vamos a considerar un elenco de festividades que nos parecen interesantes en su relación directa con el turismo. Entre los recursos culturales con los que cuenta ésta ciudad, lo primero que destacamos, lo más llamativo, es la variedad y calidad de sus fiestas, esas características la hacen ser uno de los principales recursos "aprovechables".

Existe todo un repertorio de fiestas, en algunas el producto cultural es meridiano como la Semana Santa, en otros casos, como el Corpus Christi sería viable su estimulación como producto cultural y por último concurren otras fiestas como el Carnaval o las Cruces que están en vías de recuperación y revitalización. Por lo tanto, advertimos que existen festividades que deben ir consolidándose como posibles recursos del turismo cultural, siempre considerando ese *"turismo cultural desde una perspectiva humanística, como una relación entre visitantes y visitados, encuentro entre personas y encuentro entre lugares. El turismo cultural tiene así la misión de servir de puente de comunicación real entre pueblos"*⁶(Torrego S.: 326). En este planteamiento no se puede perder de vista que estos recursos se perciben siempre como generadores de recursos económicos y sociales, tampoco podemos olvidar que se entenderán siempre como fenómenos culturales asociados a la cultura popular, a la diversión, las ceremonias y los rituales y a su conservación como recurso intangible, pensándose siempre desde la preservación de sus valores.

Pasamos a subrayar algunos aspectos destacables de las festividades, desde esa perspectiva de Écija como una oportunidad cultural.

- **Fiesta del Patrón canónico de Écija, San Pablo**

La celebración de San Pablo, Patrón de Écija, en la tarde del 25 de enero cumple con la tradición local astigitana posesionando por las calles de la ciudad, desde la Iglesia de Santa María hasta el convento de San Pablo y Santo Domingo donde se da lectura al "Milagro de San Pablo" y se expresa la devoción de su patrón Apóstol desde 1.436 cuando se produjo ese milagro⁷.

⁶ Torrego Serrano, F.: Las Fiesta Populares en la oferta turística. En Boletín de la Real Sociedad Geográfica, Madrid, 2002, pp.: 432.

⁷ "Apareciese S. Pablo a un hijo de "D. Diego Fernández de Carmona, llamado Antón de 14 años de edad, advirtiéndole el apóstol que el Señor, estaba muy airado contra nuestra ciudad, por muchas cosas; en especial por no guardar los días Santos de los Domingos, ni los santificaban; y así mismo porque hacían y consentían muchos juramentos falsos, muchas blasfemias, no hacían caridad, y no hacían limosna a los pobres." Por todo eso y más, le dice S. Pablo "que si no hicieran penitencia, confesasen y comulgasen con devoción y enmendasen dichos vicios y pecados el Señor Jesucristo, mandaría sobre Écija pestilencia grande."

Así selló S. Pablo la mano derecha del muchacho atándole los dedos unos con otros, y advirtiéndole que lo hiciera público y después "fuese al Monasterio de Santo Domingo de la Orden de los Predicadores y que pusiese la mano sobre una cruz situada en dicho templo y que se le abriría y desataría, y se volvería tan sana como la tenía." Cuando se

La singularidad de esta fiesta reside fundamentalmente porque se trata de una manifestación incardinada en la más pura tradición de los ciudadanos de Écija. El ecijano se prepara para la celebración de una solemne procesión por las calles principales de Écija que culmina finalmente en una función religiosa, de esta forma San Pablo renueva todos los años el rito de pasear por toda su diócesis, pasando por las iglesias a modo "evangelizador" y recordando la religiosidad de un pueblo.



La imagen de nuestro Patrón, se ubica en la Iglesia de Santa Bárbara. Según escrito del pergamino original, del escribano de la ciudad

hiciera público tal milagro el cabildo "ordenó algunas cosas cumplideras al servicio de nuestro Señor y a la enmendación de vicios, y pecados, y provecho del bien común de esta ciudad y mandaron para el martes siguiente fuesen los clérigos de la Universidad con toda la gente de esta dicha ciudad en solemne procesión al dicho Monasterio a rogar a Dios nuestro Señor, tuviese piedad de ellos, y que quisiese demostrar, si era verdad, lo que el dicho mozo decía.

Y otro día fueron en procesión todos los dichos señores con toda la gente común así hombres como mujeres y dicha Misa solemnemente, y hecho Sermón, tomaron la Cruz del dicho monasterio algunos religiosos de él, y algunos clérigos con mucha reverencia, y poniéndole en medio del Altar Mayor, y el dicho mozo fue delante, e hincadas de rodillas llegó con la mano a la manzana de la cruz, y subiendo arriba por ella, llegando a la imagen de Nuestros Señor, que está en la dicha cruz, abrió la mano y tornase tan buena y sana, como antes la tenía. Lo cual fue visto por toda la gente. Y de esto según pasó, yo el dicho escribano a perdimiento de todos los señores, día de ello testimonio. Y en memoria de este tan milagro, y porque por el parece, que el Glorioso Apóstol Señor S. Pablo es Patrón y tiene señalado cuidado de esta Ciudad. Así acordaron los susodichos señores hacer cada año una procesión el día de la conversión de S. Pablo que cae a 25 días de mes de Enero; en el cual todos los Regidores viniesen con candelas en las manos, y todo el Pueblo viniese con devoción a éste glorioso bienaventurado Patrón, de lo cual hicieron voto a Dios".

D. Gerónimo de Guzmán el día 20 del mes de Febrero del año 1.436, ocurrió en Écija el milagro del Apóstol a partir del cual se realiza dicha celebración en su memoria.

Morfológicamente se trata de una escultura en madera tallada y policromada de bulto completo que se representa de pie, sobre peana octogonal, la cabeza ligeramente girada y la pierna izquierda adelantada. La vestimenta con túnica y manto dorados y policromados, porta un libro en la mano izquierda mientras que con la derecha sostiene la espada apoyada en la peana y símbolo de su martirio.



Estilísticamente está fechada en 1575 y es de estilo manierista pero con policromía barroca, su autoría en principio se asignaba a Salvador Gómez Navaja, escultor local, pero a partir de su última restauración y según las recientes investigaciones se atribuye a Juan Bautista Vázquez, el Viejo, y su discípulo Gaspar del Águila⁸.

- **Fiesta del Carnaval**

El carnaval es, en los países cristianos, un período marcado por la exaltación de lo festivo, de lo mundano y de lo carnal. Una constante es la inversión de valores, tanto físicos como morales y sociales.

⁸ Porres Benavides. Jesús: Actas de las VII Jornadas de Protección del Patrimonio Histórico de Écija. Algunas pistas sobre la autoría de la imagen de San Pablo de la iglesia de Santa Bárbara de Écija. Écija 2009, p. 233.



La característica de esta fiesta es básicamente el carácter eminentemente festivo, donde lo satírico y procaz conforman su fuente de alimentación. Es significativo distinguir la fuerte dimensión crítica, ésta provoca en muchas ocasiones una violencia que, ciertamente, queda de alguna manera reglamentada o normalizada porque existe un espíritu de inversión y transgresión compartido por todos y el hecho de disfrazarse y hacer parodias lo justifica todo con humor e ingenio.

Esta fiesta es una actividad donde se convierte temporalmente la locura en norma de conducta. Las "fiestas de locos"⁹ de Écija de origen medieval eran típicamente carnavalescas y quizás en ellas podemos encontrar la reminiscencia de los primeros carnavales. También en sus principios, esta fiesta, se relaciona con las actividades que llevaban a cabo los artesanos de la ciudad de Écija que parecen participaban en determinados rituales festivos.

Pero el Carnaval actualizado tiene un recorrido histórico bastante temprano, desde 1852 a 1936, en ese camino se pasará por etapas de crisis que provocarán su ausencia aunque también tendrá otras circunstancias estimuladoras, así en los años 60 se intentará una recuperación por parte del Casino de Artesanos, pero habrá que esperar a los años 80 cuando vuelve a resurgir. Será a partir de estos momentos cuando comienza su revitalización al igual que en otros pueblos andaluces. Desde entonces y dependiendo de las vicisitudes históricas se ha ido manteniendo en el tiempo hasta la actualidad, en la que goza de justo renombre en las fiestas carnavalescas del país, aunque con un sesgo

⁹ Del Campo Tejedor, A.: *Hacer el loco. Muerte, miedo, subversión entorno a la navidad*. VI Jornadas de Protección del Patrimonio Histórico de Écija. "Patrimonio inmaterial de Écija II: Costumbres, Artesanía y Tradiciones Culinarias". Écija, 2008.

de referencia clara a los carnavales gaditanos provocado por el éxito y difusión de los mismos.

- **Fiesta de Semana Santa**

En el mes de marzo se celebra la Semana Santa en Écija y quizás sea una de las fiestas turísticas más importante de tipo religioso. Aunque no podemos olvidar también ese carácter lúdico de la misma, donde lo religioso y lo profano se unifican en una perfecta simbiosis.



De la información documentada sobre el mundo cofrade ecijano, en general podemos decir que es una fiesta ligada a actos religiosos de orígenes centenarios, procede de etapas medievales, será cuando aparecen las cofradías y hermandades como unión gremial para protegerse de las adversidades. El espíritu Trentino pronto tendrá resonancia generalizada y particularmente en las cofradías de Écija. A partir de entonces se dio un auge de las cofradías de penitencia, fue impresionante a partir de 1570. Así comienza una etapa de fundaciones proliferas y nacen la Hermandad de la Sagrada Columna y Azotes de Nuestro Señor Jesucristo (1570); la del Santísimo Crucifijo y Sangre de Nuestro Señor Jesucristo (1571); la Hermandad de Nuestra Señora de la Soledad (1573); Hermandad del Dulce Nombre de Jesús (1575); la Hermandad de Nuestra Señora de la Encarnación (1579), etc.

En el XVI ya tenemos procesiones de penitencia que se mantienen de una forma más o menos continua hasta el XVIII (entre los siglos XVII y XVIII existen al menos 13 cofradías ecijanas que vivieron su época de máximo apogeo¹⁰) con gran auge, pero será el siglo XIX una etapa

¹⁰ Freire Gálvez, Ramón: Ayer y hoy de las hermandades y cofradías ecijanas. Santo entierro magno – Écija 1999 “Son concretamente 10 las cofradías que se fundan en Écija en estos momentos: Hermandad de la Sagrada Columna y Azotes de Nuestro Señor Jesucristo (1570); Hermandad del Santísimo Crucifijo y Sangre de Nuestro Señor Jesucristo (1571); Hermandad de Nuestra Señora de la Soledad (1573); Hermandad del Dulce Nombre de Jesús (1575); Hermandad de Nuestra Señora de la Encarnación (1579);

convulsa, acuciado por problemas económicos-políticos. En este siglo decimonónico se producen los efectos de las desamortizaciones, exclaustraciones y se originará el comienzo de la decadencia que llevará a la disolución de muchas de estas hermandades. Este fue el caso de las hermandades de la Veracruz, del Dulce Nombre de Jesús, de la Purísima Concepción de Nuestra Señora, Oración en el Huerto, etc. Otras se mantuvieron en el tiempo con numerosos altibajos y habrá que esperar al siglo XX cuando comience una recuperación y nuevamente se reactiven, será pues cuando proliferen nuevamente esas fundaciones antiguas, además de otras de nueva creación. A partir de esos momentos, nuevamente se reorganizarán las hermandades ecijanas, llegando a las 13 cofradías herederas del pasado y que actualmente mantienen, por su repercusión socio-religiosa, toda su vigencia, desarrollándose su actividad en una cita anual de la Semana Santa ecijana.

La declaración de Interés Turístico Nacional de la Semana Santa de Écija, pone de manifiesto que se trata de una de las más importantes de Andalucía. El reclamo turístico de cualquier operador de viajes es el siguiente: *“Ofrece a los visitantes un total de treinta pasos y trece hermandades que hacen honor a sus iglesias y conventos. La mayoría de estas cofradías se fundaron en el siglo XVI. Grandes escultores como Pedro Roldán, Juan de Mesa o Montes de Oca, fueron añadiendo con sus obras un matiz barroco en los siglos XVII y XVIII. El realismo de las imágenes, las tallas en madera dorada y su orfebrería son equiparables a la de ciudades tan importantes como Sevilla o Málaga”*. Esta divulgación viene determinada de poner estas fiestas ecijanas en paralelo y semejanza al paradigma de la Semana Santa de Andalucía, la sevillana y se recurre a lo cultural con datos específicos de antigüedad, autorías, etc., a lo estético, en la forma de llevar los pasos e incluso en la temporalidad, coincidiendo en el tiempo de celebración. Todo dirigido como mejor forma de atracción para los visitantes.

Hermandad de la Purísima Concepción de Nuestra Señora, Oración en el Huerto y Sangre de Nuestro Señor Jesucristo (1579); Hermandad de la Coronación de Jesucristo, San Marcos y San Roque (1581); Hermandad de la Santa Cruz de Jerusalén (1582); Hermandad del Santo Ángel de la Guarda y Ecce Homo (1589); y, por último, Hermandad del Santísimo Descendimiento de la Cruz, Entierro y Resurrección de Nuestro Señor Jesucristo (1601). Por su parte, la Hermandad de la Veracruz y la de Nuestra Señora de la Piedad renuevan sus Reglas en 1573 y 1577 respectivamente. A estas 12 cofradías hay que agregar la del Santísimo Sacramento y Nuestra Señora del Rosario. Esta última, fundada en el siglo XV en el convento de San Pablo y Santo Domingo, incorporó la penitencia pública a fines del siglo XVI, pese a no figurar esta práctica en la Regla que renovó en 1551.

Sin embargo la Semana Santa de Écija posee unas claves específicas y singulares, a tener presentes, y que sin duda actuarían de estimuladores en el proceso de revitalización de los rasgos particulares de estas fiestas específicas, operando como potencialidades de desarrollo.

Hay que tener presente algunas diferenciaciones ante la Semana Santa más generalizada y por contra unos elementos de distinción y homogenización de la Ecijana. Morfológicamente observamos que existe una transición del paso de Virgen ecijano, en principio bien diferenciado, del sevillano. En el análisis del paso de Virgen tradicional al modo ecijano, observamos que originalmente se caracterizaba porque procesionaba sobre paso sin palio, denominado "*a cielo abierto*". Es de madera tallada, la Virgen se posicionaba sobre una peana de madera y plata y encuadrada por altos candelabros de guardabrisas. La imagen aparece coronada con ráfagas y sobrelleva un corazón, finalmente a sus pies, porta una media luna de plata. Podemos definir esta iconografía descrita, como la tradicional ecijana y que por influencia del estilo sevillano se va transformando a los típicos de palios con varaes al estilo sevillano. No obstante, esta tradición, está asistiendo en etapas recientes a un intento de recuperación, para recobrar esa práctica, dándose, por tanto, un proceso de vuelta a la más pura tradición ecijana con el rescate de un estilo propio que dan una singularidad a la Semana Santa de Écija.



Además de estas peculiaridades estéticas, existen también ciertos rasgos característicos de la Semana Santa ecijana. Podemos observar como de forma cíclica reaparecen una serie de apreciaciones que singularizan estas fiestas, así se despliegan unos valores visuales, como son, unos colores específicos, los morados de túnicas, el negro de luto... Unos valores sensoriales que expresan la exaltación de los sentidos, las emociones, la música, saetas... Unos valores olfativos, se impregna todo

de olores singulares, la primavera, el azahar, el incienso, la miel... También los sabores son determinantes y a la dieta normal se incorporan el bacalao, las espinacas labradas, las torrijas... en definitiva, se trata de nuevas percepciones, a incorporación de nuevas fisonomías en un determinado tiempo y ámbito, evidenciando una realidad donde la fiesta es el centro de todo.

También conviene recordar que se han perdido determinados rituales relacionados en estas fiestas como "los escopeteros del Sábado de Gloria en la entrada de la Iglesia de Santa Cruz para el toque de gloria; o la eliminación de las representaciones teatrales como la "*Quema de Judas o matanza del traidor*" en la que los mozos apedreaban a Judas en las plazuelas y calles, el ganador invitaba a vino y aguardiente en su casa por la noche"¹¹. Ciertamente no es deseable el mantener ciertas actividades que con el tiempo han ido en desuso por diferentes circunstancias, pero si hay que tener presente y valorar la diversidad cultural y la idiosincrasia de cada lugar, sus gentes y su espacio. Hay que entender que las políticas de conservación de este tipo de patrimonio tiendan, en un momento determinado, a la recuperación de algunos elementos del pasado y revitalizarlos con nuevas actividades según sean las necesidades sentidas por la ciudadanía, sin que ello suponga una desvalorización significativa de ese patrimonio. Como tal, el patrimonio debe ser vivo y desarrollarse permanentemente por los diferentes sectores sociales que lo integran.

Finalmente no podemos olvidar que la Semana Santa de Écija es un símbolo principal de la ciudad, referente en la identidad de sus habitantes y un elemento fundamental en el posicionamiento como destino turístico que hay que fomentar, difundir y conservar en la sostenibilidad. Todos esos elementos que hemos analizado constituyen recursos económicos - turísticos, por lo tanto, susceptibles de ser "usados" y representan un potencial con valor económico que habría que gestionar estando presentes en las políticas y las medidas de conservación y preservación.

¹¹ Carrera Díaz, G.: "la pérdida de un patrimonio intangible. Las fiestas populares en la ciudad de Écija". VI Jornadas de patrimonio de Écija. Écija, 2008, p. 24.

- **Fiesta de las Cruces de Mayo**



El día 1 de mayo se celebra la procesión de las Cruces, fiesta que se desarrolla en torno al centro histórico de Écija. Esta procesión se caracteriza porque los pasos de cruces están realizados y portados por niños que los decoran con flores, telas, etc. Se crea un espacio festivo a lo largo de su recorrido centrado en diversas calles del casco histórico de Écija y se acompaña con una banda de música.

Esta festividad parece que se celebra en España desde el siglo IV¹² aunque sus orígenes quedan perdidos en el tiempo y en la leyenda del hallazgo por Santa Elena de la cruz donde murió Cristo. Realmente la celebración popular de la Cruz de Mayo tal como hoy la conocemos se desarrolló ampliamente en España y es muy común en toda Andalucía, aunque con variaciones muy significativas según lugares. Podemos decir que alcanzó su máximo esplendor durante los siglos XVIII y XIX para comenzar su decadencia a principio del siglo XX. Concretamente la historia “material” de esta festividad en Écija sufre muchas variaciones de temporalidad ya que en muchas ocasiones fue suprimida, atendiendo a

¹² Atlas del Patrimonio Inmaterial de Andalucía; *Cruces de mayo en el Atlas del Patrimonio Inmaterial de Andalucía*. Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico, Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía. 2012, p. 2.

un carácter lúdico que se apartaba de los principios religiosos. Habrá que esperar a etapas más cercanas, concretamente a los años 90 cuando esta fiesta se vera apoyada institucionalmente. Esta estimulación junto a la presencia cada vez más potente socialmente, harán que la fiesta de las cruces de mayo avance asistiendo a una creciente participación por parte de los vecinos y familias.

La celebración presenta una serie constante y de elementos comunes, como es el hecho de que el centro de la fiesta sea precisamente la cruz, normalmente de tamaño reducido con adornos florales, aludiendo a la nueva etapa estival. En Écija es significativo en esta fiesta, la participación infantil y constituye un elemento socializador para estos niños que realmente componen la cantera de los futuros cofrades, de esta forma reproducen la Semana Santa a pequeña escala con la recreación de modelos como los costaleros, los capataces, etc. En algunos lugares como es el caso de Puente Genil la fiesta de las cruces se denomina *la Semana Santa Chiquita*¹³ aludiendo a esta participación infantil.



¹³ Atlas del Patrimonio Inmaterial de Andalucía; *Cruces de mayo en el Atlas del Patrimonio Inmaterial de Andalucía*. Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico, Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía. 2012, p. 3.

- **Feria de Écija**

En sus orígenes consta un privilegio que concede el rey Alfonso X cuando autoriza "cada año, ocho días antes de cuaresma maior"... posteriormente Alfonso XI ordena dicha feria a "quince días andados del mes de maio" y será Enrique III el que traslade la feria a septiembre, con Felipe IV se empieza a denominar Feria de San Mateo, celebrándose en la onomástica del Santo. A partir de ese momento y a pesar de los vaivenes, la feria de Écija perdurará en el tiempo hasta nuestra contemporaneidad que nos llega en el mes de septiembre.

En principio, podríamos definirla como Feria de ganado y comercio que se fue transformando en un evento festivo, derivando hacia una feria más popular y turística, realmente se configura como nos la encontramos actualmente, aunque debemos de decir que se trata de una festividad donde se siguen manteniendo algunas referencias muy claras a ese pasado.

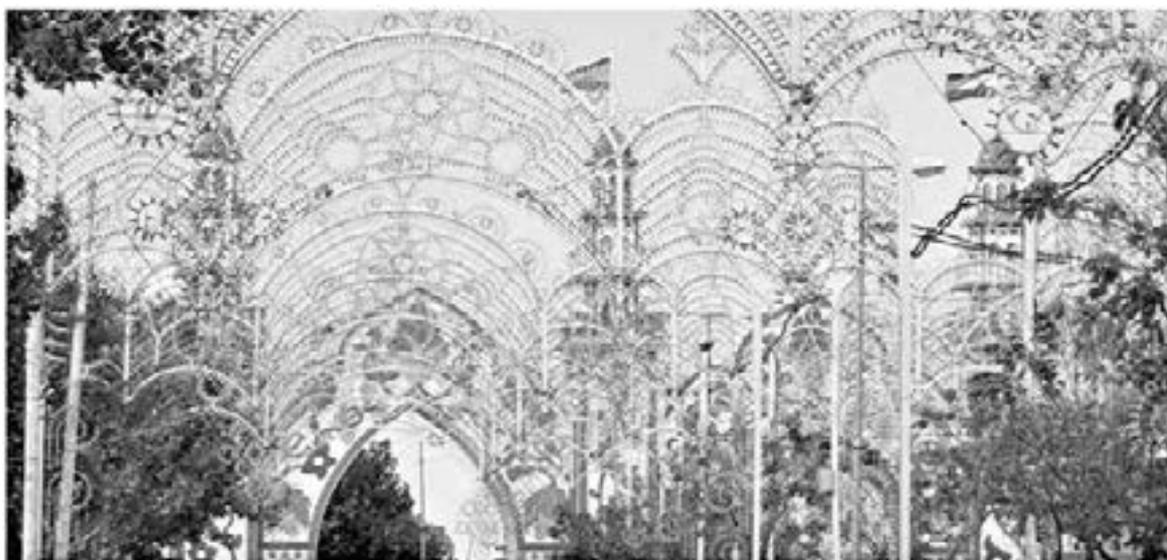
Durante siglos fue una de las ferias más importantes de la comarca por su actividad y sus transacciones comerciales, llegó a tener tanta importancia que incluso surgió otra de las mismas características, a finales del siglo XIX, la llamada feria de la Cruz o feria de mayo. Esta festividad se mantuvo hasta fines del siglo XX, cuando mantener dos ferias de similares características ya era insostenible.

La feria de San Mateo o feria de Écija es una fiesta que se identifica por una serie de elementos que la singularizan. Entre éstos, resalta la decoración de la ciudad efímera que constituye el recinto ferial, se introduce a la fiesta a través de una portada que se establece como un hito, el color nos lo ofrece los farolillos, las casetas, la vistosidad de los trajes de flamenca, la música, etc.

De ese carácter ganadero primigenio, podemos decir que la función ganadera y comercial se ha perdido, pero los caballos, los carruajes y las fiestas taurinas nos recuerdan la pervivencia, de alguna forma, de sus orígenes. La Feria de Écija es una manifestación que contribuye tanto al desarrollo de los valores propios y de tradición popular de este municipio y de Andalucía, como al fomento, al desarrollo y a la difusión del turismo. Actualmente existen nuevos elementos como es el reclamo turístico, sobre todo para las comarcas que venla Feria de Écija como referencia. Otro aspecto a tener presente es que esta fiesta se ha

comportado como un nexo para los emigrantes de Écija, de vuelta a su ciudad, a su casa.

“triumfo del otoño en la feria de Écija, insólita maravilla de los ojos que te ven... Feria sin par ecijana, tienes arrullos de tórtolas y perfume de clavel. ¡Quien no conozca la gloria, venga a la feria de septiembre! La prestigia el sol, la besa el Genil”, poemilla de José Maqueda



No podemos dejar de vincular a la Feria, una de las fiestas más tradicionales como son los toros. Las gentes de esta ciudad junto con la Sociedad de Fomento de Écija se afanó en construir una plaza de toros que se acometió en 1884, este proyecto de construir una Plaza de Toros se hace especial por su ubicación sobre el antiguo anfiteatro romano. Las obras fueron realizadas bajo la dirección del alarife Antonio Jiménez y se concluyeron en 1846 con la inauguración del Coso, pero esta plaza tiene una vida intensa y responde a la historia de la cultura de un pueblo, como consecuencia de todo esto le siguieron continuas remodelaciones que se ultimaron hacia finales del siglo XIX alcanzándola Plaza de toros o “Coso de Pinichi”, la fisonomía que actualmente tenemos.

La fiesta de los toros es un reclamo turístico de primer orden, de hecho se clasifica como “producto turístico” en los interoperadores y posee unos planes específicos dedicados al toro. Hay que tener presente que se trata de una fiesta tradicional que en las últimas décadas ha sido punto de debate y que ha llevado por una parte a su desaparición en algunos lugares y por otra, a su consideración como fiesta, patrimonio cultural inmaterial, vinculada a la historia y tradiciones de los territorios. Todo esto pone de manifiesto la importancia de esta fiesta a nivel turístico como vehículo a la promoción de lugares, así en el caso de Écija,

concretamente posee un coso con todas las particularidades para que se haga posible entrar de lleno en los circuitos que participan en la difusión de estas festividades.

En definitiva, asumiendo una relación provechosa entre turismo y patrimonio y después de analizar algunos parámetros de diferentes fiestas que se encuentran arraigada en la más pura tradición de Écija... hablando de fiestas, turismo y patrimonio, podemos evidenciar que en general, el concepto actual del patrimonio tiende a ser más dinámico, dando respuestas a necesidades más actualizadas, pero hay que tener presente que se viven unos momentos críticos de radiante actualidad, respecto lo que significa turismo en una ciudad como puede ser Écija, con un amplio repertorio cultural y patrimonial y la implicación que puede tener la explotación exhaustiva de sus recursos culturales sin medidas. Ante la realidad, no podemos poner en duda que la afluencia turística determina una rápida recuperación del capital invertido, esa actividad turística conlleva a una transformación económica y por tanto a una adecuación de intereses aprovechando esos recursos turísticos. Por ello, ante la transformación progresiva hay que pensar en términos de responsabilidad y sostenibilidad y tener una perspectiva razonable y respetuosa, optimizando los problemas relacionados con la defensa y conservación del patrimonio.

Desde este cruce de miradas, un patrimonio intangible, como son las festividades, colabora en la creación de un referente que fortalece la memoria de la colectividad, la cual, a su vez, es parte de todo su patrimonio. Esa memoria es la que proyecta vida y contenidos al patrimonio y hace que sea cuidado y conservado. "Un bien o cualquier patrimonio, sin memoria, es un patrimonio vacío, sin alma, sin contenido y como consecuencia olvidado y descuidado"¹⁴.

Asumiendo un punto de vista turístico, obtenemos que todo el patrimonio cultural y natural de los lugares, constituyen un valor sustancialmente importante y esto significa necesariamente, contemplar y evaluar las capacidades de carga de esos lugares, sus edificios, su patrimonio histórico, artístico, etc. y en general se hace necesario un análisis de impacto, positivo o negativo, de lo que puede significar ese turismo, realizando por tanto, una necesaria política de sostenibilidad para

¹⁴ Roque Gómez; Patrimonio Cultural y Turismo: Perspectivas del Turismo Cultural http://www.naya.org.ar/turismo_cultural/salta/roque_gomez.htm

que las generaciones futuras puedan disfrutar de ese patrimonio heredado.

Finalmente esta exposición sólo pretende un intento de reflexión y debate sobre el modo en que este tipo de patrimonio, más sensible, delicado, etc., es adecuado y recuperable para promover procesos de desarrollo mediante estrategias que impliquen transformar estos recursos culturales para la industria turística.



Feria de San Mateo

BIBLIOGRAFÍA

AGUDO TORRICO, J.; *"Romería, feria y fiestas. Significados y funciones de las fiestas andaluzas"* de la enciclopedia Conocer Andalucía. Tomo 6. Cultura Andaluza. Tartessos, 2000.

MÉNDEZ VARO, J.; *Así era mi barrio, así era mi ciudad*. Sevilla, 2006.

FREIRE GÁLVEZ, R; *Don Juan Díaz Custodio (Écija de Siglo a Siglo)*. Sevilla: Caja. Rural, 1994.

CARRERA DÍAZ, G.; *"La pérdida de un patrimonio intangible. Las fiestas populares en la ciudad de Écija. VI Jornadas de patrimonio de Écija."* Patrimonio inmaterial de Écija II: Costumbres, Artesanía y tradiciones Culinarias". Écija 2008.

LÓPEZ MORALES, G. *"Patrimonio Cultural y Turismo"*. Portal Iberoamericano de Gestión Cultural www.gestioncultural.org

Ley 1/ 91 de 3 de Patrimonio Histórico de Andalucía. Junta de Andalucía. UNESCO. Convención para la Salvaguarda del Patrimonio Inmaterial (París, 2003).

I Congreso Internacional Patrimonio, Desarrollo Rural y Turismo en el Siglo XXI-Osuna 2004. *El perfil del turista cultural. Un estudio de la campiña Écija-Osuna.*

PORRES BENAVIDES. J.; Actas de las VII Jornadas de Protección del Patrimonio Histórico de Écija. *Algunas pistas sobre la autoría de la imagen de San Pablo de la iglesia de Santa Bárbara de Écija.* Écija, 2009.

SIRIA GONZÁLEZ, A.; Las Ferias Ecijanas (casos, cosas y curiosidades ecijanas.). Ed. Graficas Sol Écija. 1995.

TORREGO SERRANO, F.: *Las Fiesta Populares en la oferta turística.* En Boletín de la Real Sociedad Geográfica, Madrid, 2002.

VERSIÓN REDUCIDA del CD-ROM "*Perspectivas del Turismo Cultural II*"
Equipo Naya, 2004.

http://www.naya.org.ar/turismo_cultural/salta/roque_gomez.htm

*Estas Actas se terminaron de
Imprimir en Mira Creativa, s.c.a.
el día 8 de septiembre de 2013
festividad de Ntra. Sra. del Valle,
patrona de la ciudad de Écija.*

