

## Turismo sostenible y desarrollo local



© Yann Arthus-Bertrand/La Terre vue du Ciel - Paisaje agrícola cerca de Cognac, Charente, Francia (0°17' O - 45°42'N)

• **TURISMO Y TERRITORIO:  
EL DESARROLLO LOCAL  
SOSTENIBLE AL CENTRO DEL  
DEBATE**

Ángel L. Vidal y Diego Márquez

• **LA VALORACIÓN DE LA CULTURA  
LOCAL Y DEL TERRITORIO A  
TRAVÉS DEL TURISMO**

Experiencias y buenas prácticas  
de Etiopía, Perú, España,  
Portugal, Italia y Francia

• **FORTALECIENDO REDES  
DE TURISMO COMUNITARIO:  
REDTURS EN AMÉRICA LATINA**

Carlos Maldonado

• **ENTREVISTAS**

- Roberto Smith, Presidente del  
Banco del Nordeste de Brasil

- Antonio Muñoz, Director  
General de Planificación y  
Ordenación Turística de la  
Junta de Andalucía, España

• **MODELOS DE FORMACIÓN Y  
EDUCACIÓN EN EL SECTOR DEL  
TURISMO**

Profundizar en la gestión  
y planificación de destinos  
turísticos

Jafar Jafari

• **LA RECONSTRUCCIÓN TRAS  
EL TSUNAMI Y EL TURISMO:  
¿UNA SEGUNDA CATÁSTROFE?**

Tourism Concern (Reino Unido)

# El patrimonio histórico es un valor social

Ayuntamiento de Carmona, Sevilla, España

Isabel Rodríguez  
Gerente de la Ruta Bética Romana

## INFORMACIÓN CLAVE

<b>Ubicación geográfica</b>	Ayuntamiento de Carmona, Provincia de Sevilla, Andalucía, España
<b>Ubicación temporal</b>	Fecha de inicio de las actividades: 1985 Fecha (efectiva o prevista) de finalización de las actividades: No hay fecha prevista, la organización espera que el proyecto se perpetúe en el tiempo
<b>Sector / ámbito de actividades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Patrimonio histórico</li> <li>• Turismo sostenible</li> <li>• Vivienda</li> <li>• Arquitectura y diseño urbano</li> <li>• Desarrollo de recursos humanos y formación</li> <li>• Infraestructuras</li> </ul>
<b>Organización ejecutora</b>	Ayuntamiento de Carmona
<b>Organizaciones patrocinadoras y/o colaboradoras</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consejería de Comercio, Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía (Gobierno Regional)</li> <li>• Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía</li> <li>• Empresariado local</li> </ul>
<b>Responsables y personas de contacto</b>	<p>Rocío Anglada Curado (Servicio Municipal de Arqueología) <a href="mailto:arqueologia@carmona.org">arqueologia@carmona.org</a></p> <p>Ricardo Lineros Romero (Director Museo de la Ciudad) <a href="mailto:museo@carmona.org">museo@carmona.org</a></p> <p>Paula Moreno Robledo (Directora Oficina de Turismo) <a href="mailto:pmoreno@carmona.org">pmoreno@carmona.org</a></p> <p>Isabel Rodríguez (Coordinadora Ruta Bética Romana) <a href="mailto:beticaromana@carmona.org">beticaromana@carmona.org</a></p>
<b>Presupuesto total y perfil financiero</b>	<p>Describir el presupuesto de inversión y el origen de los fondos a lo largo de todos estos años es muy difícil. En el año 1985, los presupuestos para patrimonio histórico y turismo no existían, ni tampoco las concejalías respectivas. En 1995, se creó el presupuesto de turismo y en 1996 el de patrimonio histórico. En los 10 años anteriores, se trabajó con presupuesto de fondos del antiguo Plan de Empleo Rural (PER), que aunque su destino era excavaciones arqueológicas se dirigía también a la conservación de los monumentos y al montaje de las primeras exposiciones fundamentalmente para la población local.</p> <p>El presupuesto es transversal, se ha trabajado con fondos de Escuela Taller para abrir algunos recursos y como apoyo a la formación especializada en patrimonio histórico y turismo; con fondos de la Unión Europea (FEDER y PRODER<sup>1</sup>) se ha apoyado a empresas y la creación de grupos empresariales; con servicios sociales se abordan trabajos patrimoniales con personas mayores, con las universidades se diseñan cursos especializados, etc...</p> <p>En cualquier caso, el presupuesto directo y municipal es muy reducido: el Museo y Servicio de Arqueología tienen actualmente 160.000 dólares de los Estados Unidos anuales y la Oficina de Turismo 175.000 dólares anuales.</p>

<sup>1</sup> FEDER: Fondo Europeo de Desarrollo Rural y PRODER: Programa Operativo de Desarrollo y Diversificación Económica de Zonas Rurales.

## SITUACIÓN INICIAL, GRUPO META Y FORMULACIÓN DE LAS PRIORIDADES

Carmona es una ciudad pequeña de interior situada a 30 kilómetros de Sevilla, la capital de Andalucía. Tiene 27.221 habitantes, su superficie es de 924 kilómetros cuadrados y la densidad actual es de 29,1 habitantes por cada kilómetro cuadrado. El sector principal de su economía es el de servicios y en segundo lugar podríamos situar al sector turismo, en paralelo con el de la construcción.

Carmona es una de las ciudades de mayor abolengo histórico de la provincia de Sevilla. Sus distintas denominaciones pregonan el papel de la ciudad en las distintas invasiones. Su nombre es de raíz semita *Kar*, que significa ciudad, y se explica por su probable fundación fenicia. Los romanos la llamaron *Carmo*, y los árabes *Qarmuna*.

La fertilidad de la zona y su privilegiada situación geográfica en lo alto de un cabezo (montículo) de fácil defensa hicieron que Carmona estuviera poblada desde tiempos prehistóricos. Aunque hayan aparecido restos del Paleolítico, son más abundantes los del Neolítico, entre los que destacan los vasos campaniformes del Acebuchal.

El turismo desempeña un papel esencial en el desarrollo local de Carmona. La cuestión turística viene de la mano del patrimonio histórico y se está trabajando en el desarrollo local vinculado al patrimonio histórico, fundamentalmente arqueológico. Actualmente, existen unas doscientas personas que se dedican directamente a la actividad turística tanto en órganos públicos, donde el turismo tiene un aceptable peso específico, como en empresas, sobre todo hostelería y restauración.

En Carmona, antes del despegue turístico, no existía ninguna infraestructura turística, salvo el Parador de Turismo de Carmona, que como anécdota era conocido como el Parador de Sevilla, y las pensiones y restaurantes tradicionales. El mayor problema de la Carmona en los años 80 del siglo pasado era el desempleo de su población y la reconversión del sector agrícola a las nuevas tendencias económicas que ya se vislumbraban. El empleo de la mano de obra agrícola en programas de mejora de la infraestructura municipal, se hacía a través del Plan de Empleo Rural (PER). En 1985, se incluyó para algunos municipios el realizar excavaciones arqueológicas. La llegada a Carmona de un profesional formado en la nueva museología francesa,

con implicación de la población local y la vinculación de algunos estudiantes locales, creó el germen de la **ingeniería patrimonial**.



Museo de la Ciudad

## OBJETIVOS Y ESTRATEGIA DE LA INICIATIVA

El principal objetivo no era turístico, más bien se trataba de involucrar a la población local en la valoración de su patrimonio histórico.

Los objetivos en torno a los cuales se fue trabajando fueron:

- incentivar el desarrollo local basado en el patrimonio histórico;
- promocionar turísticamente la ciudad de Carmona en el exterior;
- formar a la población local en materia de patrimonio histórico;
- promocionar la creación de empresas turísticas basadas en el patrimonio arqueológico;
- crear empresas de productos culturales.

En principio actuó la ingeniería patrimonial para dar paso, más tarde, a la estructura turística. Así, se diseñó la primera exposición *Arde, San Pedro* en 1985 y desde los inicios se intentó involucrar a la población local. El trabajar con los obreros en las excavaciones, con rotación de 15 días fue fundamental. Se realizaba una exposición al año, en la que se daba a conocer los nuevos avances de conocimiento de la ciudad y se vinculaban a desarrollo y a creación de productos.

En el curso 1995-96, el Ayuntamiento de Carmona creó las Concejalías de Turismo y Patrimonio Histórico. A partir de ahí y con sus presupuestos, se abrió la Oficina Municipal de Turismo y se creó la Ruta Bética Romana, empresa pública con 13 municipios andaluces cuyo principal objetivo es la puesta en valor y la promocomercialización conjunta del legado cultural romano.

Posteriormente, se crea la Mesa del Turismo Local con presencia de los empresarios turísticos, el director del Museo de la Ciudad, Consejo de Cofradías y Hermandades, peñas o asociaciones locales, el director de la Necrópolis Romana, la Consejería de Turismo de la Junta de Andalucía, la Iglesia y los sindicatos mayoritarios.

A su vez, se hizo un esfuerzo por acudir a distintos foros especializados y generales para dar a conocer a Carmona. Por entonces, el material promocional era muy elemental aunque cuidado y elaborado desde el territorio, casi artesanal. Se crea la página web <http://www.carmona.org> y el logotipo turístico de la ciudad, basado en el patrimonio histórico y elegido a través de un concurso local.



*La Plaza de San Fernando, antiguo foro romano, servía de plaza de toros en el siglo XVI*

## MOVILIZACIÓN DE RECURSOS

La movilización de los recursos financieros, técnicos y humanos ha sido realizada de forma transversal. El grupo meta, compuesto por la Concejalía y los recursos técnicos de Patrimonio, del que dependen el Museo de la Ciudad y el Servicio de Arqueología, y la Concejalía de Turismo han trabajado estrechamente y sería muy difícil discernir los actores concretos de las actuaciones. Financieramente,

los recursos han procedido de la Administración central, en concreto de los Ministerios de Cultura y de Turismo; así como de distintas Consejerías de la Junta de Andalucía. En muchos de los casos han sido subvenciones cofinanciadas entre la Junta de Andalucía y el Ayuntamiento de Carmona.

Los fondos europeos han estado presentes de forma casi testimonial en proyectos como el de "Vías Romanas del Mediterráneo", con fondos Interreg III-C. De forma más presencial, en los dirigidos sobre todo a los empresarios, se han utilizado Fondos FEDER y PRODER. Los recursos han sido gestionados en casi todos los casos directamente por el territorio, ya hayan sido empresarios, administración local o entidades supramunicipales en las que se incardina el Ayuntamiento de Carmona. La promocomercialización ha sido labor de todos: empresarios, administración pública y población local.

## VARIABLES DEL PROCESO: METODOLOGÍA ADOPTADA Y PROBLEMAS ENCONTRADOS

Las variables del proceso, la metodología adoptada y los problemas encontrados podrían sistematizarse en torno a los siguientes puntos:

**Germen y existencia de arqueología pública.** La existencia de la arqueología pública y municipal no está solucionada de forma integral. El servicio no está dotado de personal técnico de forma estable y la administración autonómica no resuelve el problema de depósito de los materiales arqueológicos de forma clara. La mayor parte de la colección arqueológica del Museo de la Ciudad, según la legislación autonómica, es de titularidad de la Junta de Andalucía y ha de ser depositada en el museo arqueológico de Sevilla, de carácter provincial y a 36 kilómetros de Carmona. Las excavaciones arqueológicas de las que proceden los materiales son financiadas y promovidas por la administración local y todas las Cartas Internacionales, de Patrimonio Histórico, de Desarrollo o de Turismo aconsejan preservar el contexto inmediato de la pieza.

En esta fase, fue fundamental el contacto y la concienciación de la población local. Se montaron 1 o 2 exposiciones anuales dirigidas a dicha población, en las que se informaba sobre lo que aparecía en las excavaciones al público y era novedoso que las intervenciones arqueológicas se abriesen al público y que fuesen los propios ar-

queólogos los encargados de explicar las excavaciones a los visitantes. La frase que definiría el proyecto global y esta fase en particular sería: *el patrimonio es un valor social*.

**Creación de infraestructura.** El Alcázar de la Puerta de Sevilla se abrió al público como Oficina Municipal de Turismo y como monumento visitable. Se consolidó su personal y se impuso un horario muy amplio. Es la base fundamental e ineludible de la promocomercialización y es la cara inmediata del turismo carmonense.

Años más tarde, se creó el Museo de la Ciudad, con sede fija en una casa palacio en el interior del casco histórico. El museo ha funcionado también como entidad formativa en la creación de empresas de productos culturales: publicaciones, infografías e informática dirigida al patrimonio histórico, informadores turísticos, etc. En la creación del Museo de la Ciudad, al principio hubo un problema en la definición del tipo de museo deseado y en la participación de todos los agentes sociales. Cada uno de ellos proponía un tipo de uso de museo. Al final primó la visión que contaba con profesionales de la museografía y que no obedecía a visiones personales, más o menos interesadas. La promoción especializada se dirigía a la prensa local y nacional con noticias sobre los hallazgos en excavaciones arqueológicas.

**Comercialización y continuo diseño de nuevos productos.** Creada la Oficina de Turismo y el Museo de la Ciudad, el trabajo fue innovador en su metodología: técnicos de turismo y técnicos de patrimonio trabajando en un proyecto patrimonial de la ciudad, que sería el grupo suprameta si se permite la expresión. Se crea también una herramienta de comercialización en red del patrimonio romano. Es la ruta Bética Romana <http://www.beticaromana.org> que tiene una gran singularidad: es una entidad territorial a la que hoy pertenecen 14 ayuntamientos andaluces, las diputaciones provinciales de Sevilla, Córdoba y Cádiz y la Confederación de Empresarios de Andalucía. La mayor dificultad en esta fase es la asimetría de inversión en ingeniería y comercialización, a favor de la comercialización. Aquí los actores se han multiplicado: población local, grupo meta, empresarios turísticos, Iglesia y propietarios de bienes turísticos abiertos al público, Consejería de Comercio, Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía, a través de un plan turístico al proyecto Ruta Bética Romana, etc..

En todo el proceso ha sido fundamental el **uso de las**

**nuevas tecnologías** aplicadas a todos los campos, desde la propia oficina de turismo en la gestión de visitantes como visitas autoguiadas a los monumentos de la ciudad, descargables en *mp3*, carta de riesgo, archivos de datos, hasta en la formación de empresas locales dirigidas a productos culturales basados en nuevas tecnologías.



Puerta de Sevilla

### RESULTADOS ALCANZADOS

No todos los objetivos se han cumplido y de los proyectos ninguno ha sido finalizado tal como se concibió. También hemos aprendido que eso siempre es así: del deseo a la realidad hay un camino.

El nivel de satisfacción del grupo meta, pasados 20 años desde que iniciamos las excavaciones arqueológicas, es dispar. Lo más complicado es el mantenimiento del equipo y la dinámica de trabajo del grupo. De cualquier forma, es significativo para medir el nivel de satisfacción el hecho de que todos llevemos más de 10 años trabajando en el proyecto de Carmona.

Entre los objetivos que no se cumplieron totalmente están la apertura de la Puerta de Sevilla como un icono o edificación singular, con un proyecto que hiciese de este elemento un reclamo casi internacional, porque sus posibilidades patrimoniales lo permiten: es el bastión cartaginés mejor conservado del Occidente de Europa.

La puesta en valor de elementos patrimoniales no monumentales, como la rehabilitación del caserío popular se abordó desde todas las instancias, fundamentalmente la patrimonial. El Servicio de Arqueología trabajó con el Área de Urbanismo municipal aspectos que fueron desde la vin-

culación de la población de un barrio con este tipo de arquitectura hasta la rehabilitación de las viviendas. Se intentaba mantener el patrimonio inmaterial, ligado al material. El caso era innovador ya que los inquilinos se trasladaban a otra vivienda del barrio mientras se rehabilitaba la suya. El propietario estaba obligado a mantener al inquilino una serie de años, con una renta más baja que la comercial.

Sobre las viviendas se realizó lectura arqueológica de los paramentos y el resultado fue que casas destinadas a ser demolidas por haber sido calificadas como infraviviendas fueron viviendas casi de lujo austero, con arcos y muros de los siglos XIV y XV. Las vigas de madera se restauraron y los muros se enlucieron con morteros tradicionales y se pintaron con cal, siguiendo criterios de rehabilitación. Vueltas a ser ocupadas por los antiguos inquilinos, algunos de ellos preferían techos de escayolas y losas industriales, aunque para los técnicos el resultado era excepcional. El patrimonio es un valor social y depende de la valoración de la población y, en este sentido, el desarrollo de las mentalidades es muy lento.

Como contrapeso, introdujimos las visitas de esas viviendas en jornadas europeas dedicadas al arte mudéjar, primando su entrada en circuito por encima de elementos más monumentales como una iglesia de la época. También lo incluimos en el Día Internacional del Patrimonio. La valoración se producía por expertos que visitaban las viviendas y los inquilinos atribuían a estos un criterio de autoridad. No es lo deseable pero es el inicio de otra mirada de valoración.

### **SOSTENIBILIDAD DE LA INICIATIVA**

Aunque a veces pensamos que el equilibrio es inestable, creemos que la sostenibilidad se logró finalmente, o al menos el camino que estamos recorriendo es equilibrado. La sostenibilidad de la ciudad de momento no está en peligro. Recientemente, hemos encargado un estudio de carga, incluso en espacios abiertos, y la afluencia de turistas no representa un riesgo. Respecto al patrimonio histórico, el Ayuntamiento de Carmona invierte cada año, bien de forma directa o indirecta una cantidad importante en restauración de bienes muebles o inmuebles.

Creemos que la relación del turismo con la ingeniería

patrimonial, en el caso de Carmona, garantiza en cierta medida su sostenibilidad. Las noticias sobre la arqueología carmonense no se agotan porque las excavaciones siguen y por tanto la investigación garantiza la novedad. Esperamos además que espacios nuevos se pongan en valor. En este sentido, recientemente el Gobierno de España ha resuelto la devolución del Alcázar de Arriba al Ayuntamiento de Carmona.

### **LECCIONES APRENDIDAS**

En cuanto a las lecciones aprendidas, se pueden señalar los siguientes aspectos:

1. El valor de la versatilidad y multifuncionalidad de los profesionales.
2. Primar proyectos poco ambiciosos y abordables sobre iniciativas muy costosas, al menos en las primeras fases del proyecto.
3. La importancia de la transversalidad temática y administrativa.
4. La necesidad de una formación específica tanto de la población local, como de los profesionales.
5. El valor de la inmediatez y la rapidez de reacción del grupo meta.
6. La dificultad de la participación en cualquier foro.

En la formación del grupo meta están, de forma más o menos explícita, estas ideas, y también en los proyectos que se diseñan o abordan.

### **TRANSFERIBILIDAD**

Las experiencias son únicas, transferirlas a otros territorios automáticamente es impensable, porque las situaciones, territorios y personas son únicas. Pero en nuestra opinión las lecciones aprendidas pueden ser de utilidad para proyectos similares. También creemos que desde el propio territorio se deberían formar y crear personas que actuaran de motor en territorios próximos. El valor de la formación práctica, inmediata y vinculada a la territorialidad, es fundamental. A veces es más interesante conocer actuaciones cercanas en medios económicos, institucionales y humanos que actuaciones muy novedosas y pioneras alejadas del territorio de acción y del ámbito local. ■