

SALZILLO, TESTIGO DE UN SIGLO. LA IMPLEMENTACIÓN DE LA CALIDAD EN LA GESTIÓN TURÍSTICA DE UN RECURSO CULTURAL¹

M^a Dolores Ponce Sánchez

Escuela de Turismo adscrita a la Universidad de Murcia

RESUMEN

La implementación de la calidad en la gestión del patrimonio cultural de las ciudades propicia la configuración de una oferta competitiva que responde a las tendencias actuales de la demanda. El objetivo de este trabajo es poner de manifiesto, a través del análisis del modelo de gestión de la Exposición: Salzillo, Testigo de un siglo, como el patrimonio cultural se transforma de recurso histórico-artístico en un producto turístico competitivo y de éxito.

Palabras clave: Patrimonio cultural, Modelos de gestión de calidad, Recurso cultural, Producto turístico, Región de Murcia, Salzillo.

Salzillo, Witness to a century. The implementation of quality in the management of a tourist cultural resource

ABSTRACT

The implementation of quality in the management of a city's cultural heritage favours the configuration of a new competitive offer in these spaces, which respond to the actual trends of demand. The aim of this paper is to demonstrate, by analysing the management of the exhibition «Salzillo: Witness to a century», how the cultural heritage is transformed from an artistic resource to a successful and competitive tourist product.

Key words: Cultural heritage, Models of quality management, Cultural resource, Tourist product, Región de Murcia, Salzillo.

Fecha de recepción: 18 de septiembre de 2007

Fecha de aceptación: 23 de octubre de 2007

Escuela de Turismo adscrita a la Universidad de Murcia. Paseo del Malecón, 5. 30004 MURCIA (España).
E-mail: maponce@um.es

¹ La redacción de este artículo ha sido posible gracias a la información facilitada por D. Cristóbal Belda Navarro, Catedrático de Historia del Arte de la Universidad de Murcia y Comisario de esta Exposición.

1. INTRODUCCIÓN

Durante las dos últimas décadas la ciudad de Murcia ha ido configurando una oferta de infraestructuras, equipamientos y dotaciones destinados a especializarse en funciones terciarias relacionadas con la cultura, el ocio y el turismo que están creando un nuevo patrimonio. El propósito es propiciar procesos de crecimiento económico, a la vez que incrementar su atractivo e imagen en el globalizado sistema de ciudades. En este proceso de renovación funcional, no se ha olvidado el patrimonio cultural heredado, e igualmente los esfuerzos en este sentido son reseñables. Así, se está conformando un patrimonio cultural, tradicional y nuevo, que los geógrafos identificamos con el medio ambiente urbano, y que adquiere un valor extraordinario en la actualidad como importante factor de desarrollo económico, de creación de empleo, y de cohesión social, al convertirse en una motivación turística de extraordinarias perspectivas. En este contexto, la ciudad, los responsables públicos y privados han sabido aprovechar el concepto de patrimonio como recurso, en la medida en que se está consiguiendo una importante rentabilidad socioeconómica y ambiental del mismo.

En esta ambiciosa pretensión de ofrecer dos patrimonios, tradicional y nuevo, se crea una estrategia de especialización de extraordinaria potencialidad: *Salzillo, Testigo de un siglo*, una Magna Exposición donde se fusionan ambos, y se configura un producto turístico integral que responde a las necesidades y motivaciones de un amplio segmento de demanda actual, que además va en aumento. Se crea un producto turístico considerado emergente, un evento del ámbito cultural, que ofrece las pronosticadas cuatro «Es» como las principales motivaciones de los actuales y futuros turistas: Educación (Cultura, Historia, Patrimonio) —Eventos y megaeventos— Entorno y naturaleza— Entretenimiento. (Marchena, 1999).

Esta estrategia de especialización, que constituye nuestro objeto de estudio, demuestra cómo estas tendencias empiezan a proliferar por toda la geografía, incluso por estas ciudades sin tradición en turismo urbano e independientemente de su tamaño. Pero también es ejemplo de lo que la Unión Europea considera en el sector turístico «Buenas prácticas» (Comisión Europea, 2000). Así nuestro objetivo es poner de manifiesto cómo una gestión de calidad de los recursos culturales conforma productos turísticos competitivos que garantizan el éxito a largo plazo. La Magna Exposición: *Salzillo, Testigo de un siglo*, es un modélico ejemplo de ello, como oferta estrella de la eficaz planificación y programación realizada entorno a un evento excepcional: la Conmemoración del tercer centenario del nacimiento de Francisco Salzillo Alcaraz, insigne escultor murciano.

Por otra parte, de estas intervenciones se deduce una filosofía de fondo, la actual dialéctica entre globalización y localización, para posicionar la ciudad en el nuevo contexto postindustrial del s. XXI y conservar la identidad, la cultura, y los valores locales. Además, es preciso subrayar que la gestión cultural realizada en estos últimos años y en intervenciones similares, como Huellas, han tenido éxito porque se ha sabido interpretar el bien o bienes culturales en términos de autenticidad y amenidad. Es decir, se han equilibrado las propuestas de promoción, comunicación e interpretación de estos recursos desde supuestos de actividad, participación, claridad y cultivo de los elementos diferenciadores de la cultura autóctona en la lectura del patrimonio tangible e intangible. (Marchena, 1999).

Con el propósito de presentar un eficaz modo de configurar un producto cultural que pueda ser útil a otras localidades, se ha elaborado un somero análisis de la gestión realizada por los agentes responsables, atendiendo únicamente a los principales indicadores que demuestran la labor bien hecha, la implementación de la calidad en la gestión de un recurso cultural. Asimismo, se ha estimado oportuno hacer una breve referencia a la importancia y potencialidades de este sector turístico. Por ello en un primer apartado se presentan dos documentos emitidos por la Unión Europea y La Comunidad Autónoma de La Región de Murcia, prueba del apoyo y el contexto favorable con el que pueden contar otros agentes interesados en realizar iniciativas en este ámbito. Por último, no se puede obviar mostrar otros indicadores cuantitativos y cualitativos que constatan el éxito alcanzado por la exposición.

2. IMPORTANCIA Y POTENCIALIDADES DEL PATRIMONIO CULTURAL URBANO

En la actualidad, se ha reconocido, desde distintos ámbitos y escalas territoriales, el liderazgo del turismo cultural en el escenario mundial, su potencialidad actual y futura, y sobre todo, su importante contribución en la recuperación y/o regeneración de nuestras ciudades, en definitiva, en sus procesos de desarrollo integral. En estos términos se manifiestan diversas instituciones y organismos internacionales, desde que en los años 1960 se gestara en Italia una corriente que aboga por la conservación de la ciudad histórica en su conjunto y no únicamente de los monumentos. Este pensamiento, tras ir configurando una definición del concepto de patrimonio urbano, evoluciona hasta nuestros días donde las ciudades son consideradas portadoras de una determinada cultura, con múltiples valores, y cada vez más, «como elementos del patrimonio cultural nacional y lugares de oferta cultural y turística». (Dictamen del Comité de las Regiones, 1998, en Valle, 2002). «... La ciudad y, en su sentido aún más amplio, el territorio, aquel territorio donde son patentes las huellas de la actividad humana, son manifestaciones de cultura, patrimonio cultural por excelencia.» (González Varas, 1999, en Lara, 2002). La importancia y auge que está adquiriendo el turismo cultural se manifiesta en la proliferación de reuniones científicas, publicaciones desde las distintas instituciones, planes estratégicos o proyectos dedicados al mismo que ensalzan sus benefactoras incidencias e incentivan a su implantación. Entre los múltiples documentos se ha creído oportuno hacer una referencia somera a dos muy relevantes por las instituciones que los emiten, por su diferente naturaleza, así como por el papel fundamental que otorgan a este binomio (turismo y cultura) y el interés que suscitan para nuestras ciudades, en particular, y los espacios regionales que han apostado por esta actividad como impulsora de desarrollo. Estos son: Dictamen del Comité Económico y Social Europeo (CESE), *Turismo y Cultura: dos fuerzas al servicio del crecimiento* (2006, C110/01) y *Plan Estratégico de La Región de Murcia 2007/2013*. (2007).

2.1. Dictamen del Comité Económico y Social Europeo: «Turismo y Cultura: dos fuerzas al servicio del crecimiento» (2006, C110/01)

Resulta muy positivo que la Unión Europea continúe considerando el turismo como uno de los sectores económicos que presenta las perspectivas de desarrollo más elevadas

para los próximos años, entre 2006 y 2015 se calcula que crecerá a un ritmo anual del 3,1 %. Esta publicación advierte sobre la presión competitiva que ejerce, cada año en mayor medida, los nuevos países emergentes, a pesar de seguir siendo Europa la Región más visitada. La pretensión principal es proporcionar a las instituciones europeas más elementos para la promoción de un sector todavía dinámico pero expuesto a la competencia de países no europeos. El Dictamen subraya las incidencias positivas de la cultura en el turismo, y como ésta puede ser el instrumento para superar la competencia de otras áreas. Por ello anima a las instituciones europeas a valorar y proteger las riquezas culturales del viejo continente, con un valor intrínseco: no se pueden copiar ni deslocalizar. Informa que el turismo cultural que registra un mayor crecimiento es el «vinculado a los valores artísticos y paisajísticos, a las ciudades artísticas y zonas caracterizadas por una particular concentración de valores históricos y de tradiciones locales. Revela un dato de gran interés, un progresivo aumento del lujo de visitantes de Rusia, China e India hacia Europa con un único atractivo: el interés por su riqueza cultural y arquitectónica. Por ello se recomienda seguir invirtiendo en la preservación de este patrimonio cultural y en la promoción de este turismo, prácticas que contribuirían a paliar este período marcado por la «crisis de la conciencia europea». Los compromisos y recomendaciones de este documento se podrían concretar en los siguientes:

- Es preciso, para valorizar eficazmente el turismo cultural europeo, mejorar la comunicación y la promoción integrada de Europa y de los destinos europeos, favoreciendo mejores prácticas en materia de protección, valorización, gobernanza y formación. A este respecto, será de gran utilidad el portal europeo del turismo, si cumple algunas condiciones: que se «alimente» de los organismos turísticos de los Estados miembros de manera homogénea, con informaciones operativas, eficaces y constantemente actualizadas; que proporcione también información precisa y promueva las redes e itinerarios de destinos turístico-culturales nacionales y transeuropeos; que pueda servir a los agentes del sector para ponerse al día en relación con las mejores prácticas de gestión en el ámbito de los sistemas turístico-culturales y en la gestión de los bienes culturales, el desarrollo de iniciativas y actos, así como una formación actual del personal encargado; que incluya también información organizada a nivel europeo: por ejemplo, un calendario europeo de los acontecimientos y actos culturales, así como un «atlas» de los circuitos enogastronómicos y del turismo rural; que se garanticen la coordinación y la sinergia entre el portal europeo del turismo y el de la cultura.
- La Unión Europea podría promover las mejores prácticas en la gestión de los servicios turístico-culturales recurriendo a sistemas competitivos y gratificantes en sus propios programas, comenzando por el de «Capitales europeas de la cultura» y por el futuro programa «Destinos europeos de excelencia». Asimismo, la Unión Europea podría asesorar a las ciudades y regiones que decidieran presentarse como candidatas a estos dos programas, así como ofrecerles una contribución financiera más cuantiosa que en la actualidad y, quizás, un trato preferencial en el uso de los Fondos Estructurales. En el ámbito nacional, por el contrario, sería conveniente alentar una sana competencia entre las ciudades y las localidades turístico-cultu-

rales que presenten sus candidaturas a estos dos programas mediante la aplicación de criterios definidos a escala europea: para las «capitales europeas de la cultura», sistemas de gestión, colaboración entre los sectores público y privado, integración de servicios turísticos y culturales, promoción e información acerca de los actos, etc.; para los «destinos europeos de excelencia», sostenibilidad, prolongación de la temporada turística, descongestión, sistemas de gestión, colaboración entre los sectores público y privado, integración de servicios, etc.

- A efectos de los programas turístico-culturales también debe ser una prioridad la promoción del diálogo intercultural tanto dentro de la Unión Europea con vistas a la incorporación de los cuatro países candidatos, como entre la Unión Europea y las demás regiones del mundo. Desde esta perspectiva, parece un gran acierto la decisión de designar 2008 como «Año Europeo del Diálogo Intercultural». No obstante, también sería útil poner en marcha una serie de proyectos destinados, por ejemplo, a los colegios, y que posteriormente se ampliaría a los estudiantes de escuelas superiores y a los programas de intercambio internacional —como Erasmus—, o fomentando el hermanamiento entre clases de distintos países. Algunos proyectos sobre diálogo intercultural podrían destinarse también a las personas mayores. Así el año 2008 podría convertirse en un «escaparate» de las iniciativas actualmente en marcha e impulsar otras nuevas.
- La Unión Europea carece de instrumentos operativos directos para el turismo ya que, todavía no existe un fundamento jurídico, aunque está previsto en el nuevo Tratado Constitucional, aunque como es sabido habrá que esperar a 2009, antes de Junio de este año en el que se celebran las elecciones al Parlamento Europeo; por consiguiente, sería útil que Europa emprendiera una acción encaminada a reforzar la coordinación en términos de gestión para promover los proyectos actuales y futuros de valorización del sector. El CESE sería favorable a la creación cuanto antes de una Agencia de Turismo Europea que, respetando en todo momento el principio de subsidiariedad, pudiera desempeñar la función de un observatorio europeo para el turismo con el objetivo de proporcionar a la Comunidad y a los Estados miembros información y datos fiables y comparables sobre el turismo. Esta propuesta ya se había avanzado en el anterior dictamen de iniciativa «Turismo y deporte: los futuros desafíos para Europa».
- Favorecer la coordinación política de las actividades turístico-culturales, se debería confiar a la Dirección General de Empresa e Industria la función de coordinar las diversas iniciativas comunitarias con repercusión en el sector del turismo.

2.2. Plan Estratégico de La Región de Murcia 2007/2013

Este nuevo Plan con horizonte a 2010 es continuista, pues, finalizado el período de vigencia del anterior Plan Estratégico 2000-06, el balance efectuado corrobora que un conjunto de complejos de actividad se han mostrado como los principales elementos determinantes del crecimiento económico y la generación de empleo en la Región de Murcia. Estos sectores requieren de planes específicos para posicionar su situación y alcanzar su extraordinario potencial. Junto a la agricultura o la industria, se reconoce al

turismo como un sector de primer orden de la economía regional. La contribución de estas actividades en la consecución de los objetivos generales a alcanzar es fundamental, y ya ha sido suficientemente demostrado la capacidad operativa que el turismo aporta, estos se concreten en:

1. Estrategia Regional para el Crecimiento y Calidad en el Empleo.
2. Estrategia Regional para el Fomento de la Sociedad del Conocimiento
3. Estrategia Regional para la Sostenibilidad Territorial y Ambiental
4. Estrategia Regional para la Cohesión y Bienestar Social
5. Estrategia Regional para el Refuerzo de la Capacidad Institucional y la Imagen de la Región de Murcia.

En relación al ámbito más específico de fomento de la competitividad del tejido empresarial murciano, las actuaciones se han de encaminar primordialmente al aumento de la diversificación de la estructura productiva regional, lo cual no implica abandonar sectores tradicionales. En este sentido, el turismo cultural, además del rural, salud, deportivo y residencial es considerado una de las actividades en transición hacia la consolidación y sector tradicional. La mejora de la competitividad del tejido productivo, de acuerdo con la nueva formulación estratégica enunciada, se propone primar las acciones innovadoras, la calidad, la incorporación de nuevas tecnologías y la investigación como ejes claves del desarrollo y la diversificación económica. La modernización y el fortalecimiento del tejido productivo regional han de descansar prioritariamente en la Consejería con competencias. Así la importancia y desarrollo en la Región de las actividades turísticas durante los últimos años y su potencial crecimiento, ha propiciado que la Consejería de Turismo haya desarrollado un planteamiento específico de fomento del sector, «**Plan Director del Turismo de la Región de Murcia 2006-2012**», sobre todo en segmentos y productos de mayor valor añadido, al clásico sol y playa. En éste se considera el producto cultural-ciudad, competitivo y prioridad I, al igual que congresos, lo que denota las intenciones que expresa en el Plan Estratégico general: considerar los factores competitivos y las tendencias internacionales actuales, por ello el Plan Director debe «dotar al sector turístico de la Región de un marco orgánico y estructurado que cubra todas y cada una de las necesidades que requiere, imprescindible si se quieren llevar a cabo con éxito sus perspectivas de crecimiento económico continuado y sostenible que propicie la creación de empleo y riqueza, más allá de las actuaciones generales de mejora de la competitividad regional de las distintas empresas». «Persigue potenciar la Región de Murcia como destino turístico atractivo, diferenciado y de calidad, mediante estrategias inspiradas en la sostenibilidad capaces de reconciliar la rentabilidad económica con la conservación del patrimonio cultural, natural e histórico». Se cuenta con un presupuesto de 207 millones de € para la vigencia del Plan. (www.murciaturistica.es Plan Director. de Turismo, 2006).

La Región de Murcia apuesta en la actualidad por nuevos productos turísticos singulares que diversifican la oferta regional tanto en áreas costeras como del interior y la destacan como destino turístico de gran potencial: Producto de Salud, Ciudad/Cultural, Congresos, Deportivo Activo, Rural y de Naturaleza, Sol y playa, Residencial, Religioso, Cruceros, Idiomático.

3. INDICADORES DE UN MODELO DE GESTIÓN DE CALIDAD DE LOS RECURSOS CULTURALES

Este epígrafe constituye el núcleo central del trabajo que se ha desarrollado a partir del planteamiento de nuestra hipótesis: el éxito alcanzado por la exposición *Salzillo, Testigo de un siglo* es el resultado de la implementación de la calidad en la forma de gestionar, conservar y usar este recurso cultural, el legado salzillesco. Un modelo que ha obedecido a las recomendaciones útiles que desde organismos e instituciones internacionales, y de forma particular la Unión Europea, se formulan para destinos turísticos urbanos. A través de la definición de una estrategia global entre los interlocutores clave, centrada en la satisfacción del visitante y en dar respuesta a las aspiraciones sociales salvaguardando el entorno. Por tanto, nuestro objetivo principal es poner de manifiesto la excelente administración de esta estrategia concreta de especialización, que ha conseguido un proceso de transformación desde el recurso al producto turístico y de éste al sistema turístico, fundamentado según el profesor Marchena (1999) en las siguientes fases:

- Identificación del recurso/atractivo
- Conservación y mantenimiento (política cultural)
- Creación de las condiciones que permitan la accesibilidad, el uso y la explotación (desde el transporte a la seguridad)
- Creación del producto turístico.
- Promoción y comercialización del producto

Como el concepto gestión de calidad es muy subjetivo conviene matizarlo con las consideraciones que se exponen a continuación. Se advierte una jerarquización en el modo de proceder, a juzgar por el dinamismo advertido los últimos años, se puede pensar en una gestión integral de la cultura —gestión turística de la cultura— gestión turística del recurso cultural en cuestión. La cultura proporciona diversos y múltiples recursos con una extraordinaria capacidad de atracción turística, y en consecuencia una gran capacidad de creación de desarrollo socioeconómico y ambiental. El afianzamiento de ambas actividades contribuye al fortalecimiento de la vida urbana, así como a mantener e incluso aumentar la diversidad de funciones que siempre la han caracterizado. Ahora bien, como destino/producto este escenario es el resultado de los diferentes agentes y políticas que la han configurado (administraciones autonómica/local, agentes económicos, privados...), y la cooperación y coordinación de todos no siempre es, y ha sido, la adecuada. Consideramos que la labor de los responsables de este producto concreto, ha logrado optimizar los recursos humanos, materiales, financieros y la interacción entre los actores involucrados, consiguiendo alcanzar los mejores resultados en función del principal objetivo planteado: poner en valor y difundir un patrimonio cultural, acercarlo a la sociedad. Un modo de hacer, que podemos definir como gestión con implementación de la calidad y que debería extenderse al conjunto global de los recursos disponibles en nuestro espacio urbano. Para demostrar nuestra hipótesis y alcanzar el objetivo planteado se han seleccionado una serie de indicadores considerados fundamentales.

3.1. Indicadores de envergadura

La puesta en marcha de un evento de esta naturaleza debe partir necesariamente de las siguientes premisas:

- Una cooperación público-privada comprometida que ha aportado los medios financieros y humanos precisos. Han intervenido las tres administraciones del ámbito nacional: Ministerio de Cultura, Comunidad Autónoma de la Región de Murcia y Ayuntamiento de Murcia, así como la Fundación Caja Murcia con la colaboración de la Diócesis de Cartagena, el Museo Salzillo y la Cofradía de Nuestro Padre Jesús Nazareno.
- Una financiación, que alcanza la considerable suma de 3. 426.000 euros, aunque la exposición cuenta con un presupuesto total de 2.700.000 euros la Consejería de Cultura aporta 426.000 euros para la restauración de la Iglesia de San Andrés y la recuperación de la Capilla de la Virgen de la Arrixaca.
- Una política de Educación de la sociedad. Insoslayable si se quiere garantizar la sostenibilidad del uso turístico del patrimonio. La educación debe reagrupar actividades de información, sensibilización y de educación de base y formación. Al comprender esta cultura, que además es única y pertenece a ese lugar o comunidad, se valora y se conserva por y para todos, como recoge el Principio de la Carta del Turismo Cultural publicada en 2005 por el Consejo Internacional de Monumentos y Sitios especializado en Turismo Cultural (ICOMOS): «desde que el Turismo nacional e internacionales ha convertido en uno de los más importantes vehículos para el intercambio cultural, su conservación debería proporcionar oportunidades responsables y bien gestionadas a los integrantes de la comunidad anfitriona así como proporcionar a los visitantes la experimentación y comprensión inmediatas de la cultura y patrimonio de esa comunidad». Conviene poner de relieve, por otra parte, el consenso que existe en la necesidad de gestionar el patrimonio tradicional con una perspectiva más económica y menos elitista, y ello sólo es posible desde su explotación turística. Esto implica la necesidad de educar también a la demanda a través de un mayor acercamiento entre patrimonio y visitante (Marchena, 1999). En este sentido, con motivo del III Centenario del nacimiento de Salzillo, uno de los más importantes escultores del s. XVIII, se promociona y difunde la obra de este genial imaginero a la vez que la Historia de España de la época y de algunos contemporáneos del autor. Una prueba más de la acertada gestión del evento se refleja en la diversidad de medios e instrumentos programados para conseguir este propósito:
 - Actos programados para 2007, de diferente naturaleza: música de época, teatro que versa sobre la vida del autor, congresos, y publicaciones en papel y soporte informático.
 - Planificación de promoción e información que se detallará más adelante.
 - Formación específica a guías de la exposición y a docentes de distintos niveles de educación en la Región dirigido por el Comisario de la exposición, D. Cris-

tóbal Belda, Catedrático de Historia del Arte de la Universidad de Murcia, lo que garantiza el rigor científico e importancia de esta estrategia.

3.2. Indicadores de naturaleza y contenido

En cuanto a la naturaleza del recurso elegido, obedece a una interpretación del patrimonio que responde a las demandas de este nuevo consumidor informado y que exige autenticidad. La exposición muestra no sólo un patrimonio tangible de gran valor, sino un símbolo de cultura autóctona con una importante carga afectiva por parte de una comunidad orgullosa de ella, que sin tener un sentimiento arraigado de región, identifica el legado de Salzillo como señas de identidad y de pertenencia, es por tanto, la difusión de un importante patrimonio intangible. La necesidad de crear un mito en torno a este producto turístico, es la única parte de la gestión y venta del mismo, a nuestro juicio, que no ha supuesto demasiado esfuerzo, aunque de nuevo el «saber hacer» ha determinado la actuación más eficaz: se ha alimentado y recuperado el que, quizá, haya estado alejado, a través de la prensa, de las declaraciones de los promotores y organizadores... Los instrumentos utilizados son los propios en cualquier oferta, textos publicitarios o imágenes gráficas en el material o medios de promoción-difusión. En prensa regional aparecen textos que nutren el mito de Salzillo, con imágenes y percepciones extendidas por la tradición de Semana Santa y algunos embajadores murcianos, en la Región y fuera de ella, y se han aprovechado. Un ejemplo significativo es como se refuerza la imagen del patrimonio con otro patrimonio, a la vez que se pone de nuevo en valor, hecho que es preciso considerarlo como otra de las repercusiones favorables de estas estrategias. Se trata de la obra de otro ilustre murciano, el Pintor Ramón Gaya, once óleos de 1971 que este pintor dedica a los pasos procesionales de Viernes Santo y sus declaraciones sobre el artista. Éstos se exponen simultáneamente a la muestra en el museo que lleva su nombre. Además se recupera una declaración del pintor en 1950, la admiración por estas esculturas la expresa de forma poética: «Salzillo es mucho más que un artista, es casi una mañana, una mañana entera y grande de Murcia, una mañana llena de rosas y de moscas, llena de polvo vivo, no polvo de ruinas, ni de abandono, sino de ese polvo murciano que es como una primavera». (Diario La Verdad, 22-01-07).

El contenido, el atractivo en sí de esta exposición, constituye un extraordinario ejercicio de rigor científico, coherencia y amenidad absorbente. Características que en parte adquiere al configurarla con un carácter muy pedagógico. Consigue, así esta gestión, responder al tercer principio de la declaración del ICOMOS (2005), al que se ha hecho referencia con anterioridad: «La Planificación de la Conservación y del Turismo en los sitios con Patrimonio, debería garantizar que la experiencia del visitante le merezca la pena y le sea satisfactoria y agradable».

La temática y su estructura expositiva es fruto del gran conocimiento de la misma por parte del comisario, especialista e investigador de Historia del Arte. D. Cristóbal Belda, condiciones que deben considerarse indispensables en otras actuaciones semejantes. No se puede considerar patrimonio lo que no lo es, es preciso catalogar y seleccionar, lo realmente particular de la ciudad, o lugar en cuestión, va a conformar la ventaja competitiva, la diferenciación, rasgo tan demandado frente a tanto mimetismo en la oferta. Nos

encontramos pues ante una magna exposición, «una selección muy cuidada de su obra», en palabras de su comisario, imposible de realizar si no se parte del conocimiento. Tres muestras en una «entorno a la figura de Salzillo, que recrea el s. XVIII español, con el estilo propio del mismo, el barroco, y la transición hacia una forma nueva de ver el mundo y el hombre, al nuevo espíritu ilustrado de mediados de este siglo que se inicia con el Belén salzillesco».

La distribución de estas tres partes se identifica con un título sugerente y literario que pretende la comprensión de su contenido, porque también coincide con las tres sedes, pero indudablemente, predispone y embellece la atmósfera y disfrute del escenario a visualizar, toda vez que alimenta, una vez más, ese mito que ayuda a tomar la decisión de consumir ese producto y no otro. Así, con el título: «De castillos y leones ceñida», se presenta el s. XVIII, desde la muerte de Carlos II y la Guerra de sucesión española; «La sabia imitadora de los Dioses», muestra desde la formación como artista de Salzillo hasta su fama póstuma; Por último, «Belleza del cuerpo, deleite del alma» deleita con las esculturas que generan paz al cuerpo y al alma. Aunque, la forma es primordial para hacer atractivo y accesible este consumo de cultura, se debe insistir en la importancia del fondo, el patrimonio cultural en sí que se pretende difundir, es preciso por tanto, subrayar el gran valor e importancia del conjunto de piezas expuestas:

- Boceto de Constantino a caballo de Bernini,
- San Marcos de Zurbarán,
- planos, documentos históricos nunca expuestos
- joyas, platería, tejidos, mobiliario...
- grabados y libros

Localizados y provenientes de archivos, instituciones, monasterios, conventos, catedrales, parroquias y colecciones particulares de toda España, Portugal, Alemania, Italia y Austria.

Se han podido observar, asimismo, obras nunca expuestas del autor:

- Santa Ana y la Virgen Niña
- Santa Ana enseña a leer a la Virgen
- Querubines del Baldaquino de la Iglesia de Santa Clara
- San Miguel de Cartagena...

Para finalizar este epígrafe es oportuno destacar otra cualidad de esta «buena práctica» de turismo sostenible, como lo denomina la UE en su publicación: «Por un turismo urbano de calidad» (2000). No se limita a poner en valor un legado cultural, restaurándolo, conservando y convirtiéndolo en un bien rentable, duradero, objetivo principal del turismo cultural. Se trata de poner de relieve que se ha conseguido una visión integral de la gestión de un recurso cultural. No sólo, por el importante número de manifestaciones o actos culturales realizados para esta conmemoración, aunque el evento protagonista fuera esta exposición, sino también por haber creado otros subproductos en el territorio Regional, incidiendo así el acontecimiento en toda la Comunidad, un valor añadido, a diferencia

de otras intervenciones recientes como *Huellas* (Catedral de Murcia) y *La ciudad en lo alto* (Caravaca de la Cruz). En este sentido, se configura «Las ciudades de Salzillo», con vínculos a la figura del maestro, por su obra o sus viajes a ellas. Se ofrece una alternativa más de turismo cultural urbano en pequeñas y medias ciudades: Cartagena, Lorca, Caravaca, Cieza y Ricote, Jumilla y Yecla. Y además, se diversifica, asimismo, la oferta en la propia capital regional, extendiendo al resto de ciudad la posibilidad de realizar otros itinerarios, Catedral, plazas, iglesias, Conventos, urbanismo barroco..., con rutas temáticas: *Vida y Obra de Salzillo*; *La escultura barroca en Murcia*; *Salzillo y la arquitectura de su época*; *Escultura, pintura y otras artes en la época de Salzillo*; *Salzillo y sus discípulos*; *La iconografía en la imagería religiosa de Salzillo*.

El proyecto ha sabido optimizar el potencial de un recurso cultural, un proyecto muy próximo a conseguir una oferta turística capaz de dinamizar el espacio turístico, para lo cual es preciso aprovechar al máximo el potencial cultural de la ciudad, todos los atractivos, monumentos, servicios y sus equipamientos culturales. Supone una importante contribución en pro de una política de integración vertical y horizontal de todas las sinergias locales para resolver conflictos sociales, medioambientales, económicos y culturales, y procurar una ciudad que satisfaga tanto a visitantes como a residentes, en la que desaparezcan las áreas malformadas y obsoletas (Andrés, 2007). El patrimonio cultural se erige como un importante recurso para incardinar el turismo en la diversidad funcional que ha caracterizado siempre al espacio urbano. Modelo extensible, y deseable, a un nivel territorial superior.

3.3. Indicadores de estructura organizativa

El objetivo de este punto es exponer de forma somera la implicación de todos los efectivos movilizados, el consenso entre agentes público-privados y diferentes administraciones territoriales para establecer políticas de promoción y localización. La proyección de la dimensión cultural y patrimonial de la ciudad no se sostiene si no va acompañada de una política de marketing (Lara, 2002). En este sentido, y en conexión con lo que señalábamos en los indicadores de envergadura, es preciso destacar la plausible labor, al respeto, realizada por los agentes involucrados para conseguir un producto cultural competitivo, de calidad, que ha logrado satisfacer no sólo a los promotores y organizadores, sino a sus consumidores, en definitiva esto es la calidad. Su diseño, planificación y producción, así como su difusión y promoción dentro y fuera de la Región, ha durado más de un año, prueba de la gran envergadura del proyecto. La coordinación entre gestores de la cultura y el turismo, desde los ámbitos privado y público, ha sido fundamental.

3.3.1. Políticas de promoción

Esta función, tan fundamental en la actualidad, ha sido una labor compartida en la que todos los agentes públicos y privados se han comprometido, sin embargo es preciso destacar el importante papel desempeñado por la Administración en sus dos escalas, Gobierno Autonómico y local/es, que han afirmado haber realizado «el mayor despliegue publicitario hasta el momento en Murcia». Se ha configurado un Plan de promoción, con

un presupuesto de 1,5 millones de euros, fundamentado principalmente en la información/imagen de la muestra y las nuevas tecnologías, para lograr una promoción, difusión y comercialización más autónoma y con valor añadido. El objetivo principal es potenciar la imagen de La Región y su capital como destino cultural, a través de un icono como es Salzillo y su obra. Entre las actuaciones se relacionan las siguientes:

- Uso de dos imágenes de Salzillo, Ángel Anunciador y Santa Clara, como logotipo junto al título de la exposición: *Salzillo, Testigo de un siglo*, en todo el material promocional en sus diferentes soportes: postres, cartelería, trípticos, displays...
- Página web, para información y reservas, www.salzillo2007.es. Con información sobre todos los actos y eventos relacionados con la conmemoración (conciertos, conferencias, teatro, exposiciones...) los productos opcionales creados y el resto de oferta turística de la Región.
- Una amplia información en los principales buscadores en Internet, páginas culturales y de ocio, dirigido a colectivos especializados y público en general.
- Campañas en prensa y televisión de otras Comunidades Autónomas seleccionadas: Madrid, las dos Castillas, Valencia y Norte y Este de Andalucía.
- Asistencia a ferias internacionales y nacionales con esta promoción, un total de 16 reuniones. El producto cultural ha sido el protagonista del stand regional en Fitur 2007 con el centenario y la exposición de Salzillo.
- Misiones directas a Alemania y Madrid para colectivos de profesionales, así como viajes de familiarización para prensa nacional y extranjera. Han visitado la exposición periodistas de todo el país, una delegación de la Cámara de Periodistas y Comunicadores de Turismo, miembros de emisoras como Onda Cero, Radio 4..., de publicaciones escritas como la revista Historia o Travelport, Gente viajera, Diario de Ibiza...
- Apoyo de Turespaña en nuestros principales mercados, Reino Unido, Alemania y Francia, en prensa y mobiliario urbano.
- Amplia campaña regional. Mailing y promoción en puntos de venta de gran afluencia de público como centros comerciales. Documental en televisión regional.
- Publicaciones de especialistas junto al Comisario D. Cristóbal Belda, libros y catálogos de excepcional calidad donde se unen: «la belleza de la imagen y el rigor del conocimiento» (C. Belda, 29-03-07), editados por la Comunidad Autónoma: Catálogo Oficial de 512 p.: *Salzillo, Testigo de un siglo* y el libro: *Salzillo, vida y obra a través de sus documentos*, 742 p., 2 vol.

Como se ha señalado, las políticas de actuación sobre el patrimonio urbano deben centrarse en dos pilares fundamentales: la gestión del patrimonio y la política de promoción. (Lara, 2002).

3.3.2. Políticas de localización

La localización de las tres sedes en el Barrio de San Andrés ha significado el principio de una distribución más equilibrada del turismo cultural en la ciudad, que hasta ahora se

había preocupado más por el casco histórico. Esta intervención, como se ha nombrado en otros puntos, ha propiciado una revitalización y renovación de los recursos culturales existentes en este barrio pericentral. Desde diversos documentos la UE propone incorporar la conservación del patrimonio urbano a los objetivos de planificación urbana y ordenación del territorio. (Comisión Europea, 2000).

Además, la puesta en valor realizada ha inducido a nuevas mejoras una vez finalizado el evento. Cultura está elaborando un nuevo proyecto de remodelación del Museo Salzillo, al estilo de la exposición y con la intención de mejorar aspectos didácticos. Se dispone de 400.000 € y afectará a la Sala de Tribunales y a la del Belén. El nuevo planteamiento será obra del autor del montaje de esta exposición de Salzillo, Huellas y La Ciudad en lo Alto, las tres en la Región, el arquitecto Pablo Puente, también se deben a él los proyectos modelo de Castilla-León: Las Edades del Hombre.

En este afán por distribuir la oferta cultural por todos los barrios e incluso por el municipio, se ha aprovechado al máximo la atracción que suponía el producto estrella de este evento, pues a la propuesta de las rutas en la ciudad, por parte de la Concejalía de Turismo y Congresos del Ayuntamiento capitalino, se suman otros microproductos configurados en los últimos años, Centros de Interpretación de San Antonio el Pobre y Centro de Interpretación de la Luz, en el Parque Regional El Valle, muy próximo a la capital, y en la propia ciudad otras dos opciones: «Murcia, Cálida y Barroca», paquete turístico especial fin de semana que ofrece alojamiento y excursiones, en colaboración con los hoteles, y Centro de Interpretación Muralla de Santa Eulalia.

Conviene recordar e insistir de nuevo en la ambición de la estrategia que ha extendido la incidencia del acontecimiento al resto de la Región con Las ciudades de Salzillo, oferta a la que nos hemos referido más arriba.

4. OTROS INDICADORES DE ÉXITO DE LA MAGNA EXPOSICIÓN

Para terminar, ante la imposibilidad de manejar fuentes primarias sobre los resultados obtenidos, en términos de satisfacción e impactos subjetivos y reales sobre el espacio socioeconómico y medioambiental, presentamos una serie de indicadores cuantitativos y cualitativos recopilados fundamentalmente de la prensa regional.

Salzillo, uno de los autores más importantes del arte español del s. XVIII, ha conferido identidad y sentimiento de orgullo y pertenencia a su tierra natal en esta tercera gran exposición de la que ha sido protagonista. Esta nueva concepción y gestión de nuestro patrimonio material e inmaterial que concurre en el gran imaginero, ha conseguido un gran éxito en la oferta turística cultural, no sólo de la capital regional, sino del territorio autonómico. Como se ha puesto de manifiesto en el epígrafe anterior, no son los parámetros clásicos, como la ciudad sede y sus capacidades intrínsecas o el número de visitantes, lo que define un gran evento cultural, sino «el buen hacer» que genera la satisfacción de sus consumidores y organizadores. No obstante estos resultados han sido muy positivos y se van a mostrar a continuación, pero ante todo, un indicador que, a nuestro juicio, constata y acredita el reconocimiento como un bien cultural de calidad es la percepción favorable de los usuarios que lo definen como «uno de los acontecimientos culturales del año 2007» o solicitan su exposición en importantes museos y galerías nacionales e internacionales.

El volumen de visitas ya refleja el éxito de este proyecto, un total de 356.160 personas en 125 días de exposición, cifra que origina una media de 2.850 visitantes al día. Como sucedió en *Las Edades del Hombre* en Castilla y León, idea original que inspiró este evento y los de *Huellas* o *La ciudad en lo Alto*, la mayor afluencia proviene de la propia Región (60%), un 35 % del resto del territorio nacional y un 5 % de extranjeros de muy diferentes nacionalidades, el único continente no representado es el australiano. Es preciso destacar también entre estas visitas la presencia de importantes personalidades, desde eruditos en arte, políticos, monarcas europeos o descendientes del propio Salzillo. Si bien lo que merece realmente un comentario es la incidencia generalizada que este patrimonio material e inmaterial ha tenido sobre la población regional, en cuanto a valoración de lo propio, de la cultura endógena, en definitiva, sentimiento de pertenencia. Aunque es preciso aclarar que los murcianos ya nos sentíamos orgullosos de este legado, ha sido esta nueva gestión del mismo, que ha procurado su difusión a gran escala y una puesta en valor activa, lo que ha originado esa percepción, lo que nos ha recordado que tenemos una historia de gran valor e importancia que compartir y que todavía puede aportarnos mucho.

Otras cifras pueden mostrar el éxito alcanzado por la muestra y cómo ha servido para promoción turística de la Región, se han recibido 90.000 visitas en la página web, se han editado 3.600 catálogos oficiales.

En cuanto a las repercusiones económicas, la cifra estimada a la baja es de 18 millones de euros, una importantísima suma que todavía está por concretar. Pero sí ha generado 200 empleos directos (guías, vigilantes, administración..., mantenimiento, información...) y 150 indirectos.

Desde la carencia, como hemos señalado, de fuentes primarias, encuestas a usuarios en general, conviene subrayar opiniones que han manifestado el «incalculable valor» de esta exposición cultural, comentario de la Ministra de Cultura, entonces, Doña Carmen Calvo; su Majestad el Rey Don Juan Carlos I desde la presidencia en el Acto de apertura de la misma, reconoce haberse «emocionado» al contemplarla. Por su importancia «debería ser itinerante», según Carlota Álvarez, Directora de Proyectos de la Sociedad Estatal de Conmemoraciones Culturales. Su excepcionalidad ha favorecido su carácter itinerante. En primer lugar viajará, aunque será una muestra más reducida, a Valladolid, al Museo Nacional de Escultura. Como segundo destino a Méjico. Por último, Carl Strehlke, Conservador Jefe del Museo de Philadelphia (EE.UU) ha solicitado exponer el Belén en el Philadelphia Museum of Art, uno de los más importantes del país, que realiza cada año entre 15 y 20 exposiciones especiales y recibe alrededor de 800.000 personas. Es una evidencia, no sólo del éxito alcanzado, sino de las amplias repercusiones territoriales además de las acaecidas en la propia Región.

No se debe olvidar mencionar el reconocimiento desde periódicos nacionales e internacionales, revistas de historia y viajes, suplementos, programas de radio y principales cadenas de televisión.

4. CONCLUSIONES

La gestión y organización con implementación de la calidad de un recurso cultural, como Salzillo y su obra, ha configurado un producto turístico competitivo a largo plazo,

que además, contribuye a conformar un modelo de desarrollo turístico equilibrado y diversificado, situando la Región en la oferta de turismo cultural nacional e internacional.

Dos principios fundamentales han sido los impulsores de este modelo de gestión. El primero de ellos se corresponde con la articulación de los ámbitos involucrados, una coordinación notoria entre gestores de los bienes culturales y los gestores turísticos. El segundo se refiere a la importante y necesaria cooperación público-privada en una planificación por objetivos socioeconómicos y ambientales.

El éxito alcanzado, no sólo se debe a la consecución del objetivo principal del proyecto: «Conocer y difundir la vida y obra de Salzillo, icono de Murcia, y aprovechar para promocionar la Región como destino turístico cultural», sino por el fin último del consumo de bienes culturales: obtener la satisfacción y reconocimiento de sus usuarios, como ha sido el caso de esta Magna Exposición: *Salzillo, Testigo de un siglo*.

5. BIBLIOGRAFÍA

- ANDRÉS SARASA, J.L. (1998): «El paisaje urbano como recurso turístico» en La recuperación de los núcleos urbanos y su entorno». *Grupo de investigación Geografía e Historia del Urbanismo*, Universidad de Murcia, pp. 19-44.
- ANDRÉS SARASA, J.L. (1999): «Turismo y estrategias para la recuperación de las ciudades históricas» *Cuadernos de Turismo*, nº 3, pp. 7-30.
- ANDRÉS SARASA, J.L. y ESPEJO MARÍN, C. (2006): «Interacción mito religioso/producto turístico en la imagen de la ciudad: Caravaca de la Cruz (Murcia)», *Cuadernos de Turismo*, nº 18, pp. 7-61.
- ANDRÉS SARASA, J.L. (2007): «Innover l'image de la ville historique comme stratégie pour le développement soutenable. Lorca Atelier du temps». En ANDRÉS SARASA, J.L.; LOBRANO, G. y SID HAMED, A. (Dir.): *Une stratégie de développement durable pour les villes historiques de la Méditerranée et leurs territoires*, Sassari-Lorca-Paris, Ed. Isprom- Ville de Lorca- Publisud. Conference permanente des Villes Historiques de la Méditerranée, pp. 125-159.
- BELDA NAVARRO, C. (Dir.) (2007): *Salzillo, testigo de un siglo*. Murcia, Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, 511 pp.
- BELDA NAVARRO, C. y MOISÉS GARCÍA C. (2001): *Francisco Salzillo: la plenitud de la escultura*. Murcia, CajaMurcia, 186 pp.
- BELDA NAVARRO, C. y HERNÁNDEZ ALBALADEJO, E. (2006): *Arte en la Región de Murcia. De la Reconquista a la Ilustración*. Murcia, Editora Regional, 586 pp.
- CAZES, G. (2002): «Le rôle de grands événements dans la «mise en tourisme» des villes». En *Turismo y transformaciones urbanas en el siglo XXI*, Almería, Universidad de Almería, pp. 15-22.
- COMISIÓN EUROPEA (2000): *Por un turismo urbano de calidad*. Bruselas 18 pp.
- COMITÉ ECONÓMICO y SOCIAL EUROPEO (2006): Dictamen «Turismo y cultura: dos fuerzas al servicio del crecimiento» *Diario Oficial nº C 110 de 09/05/2006 p. 1-7* Bruselas.
- CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y HACIENDA DE LA REGIÓN DE MURCIA (2007): *Plan Estratégico de la Región de Murcia 2007-2013*. Murcia, 249 pp.

- GARCÍA PÉREZ, N. (2003): «*Huellas. Repercusiones del turismo cultural en la Región de Murcia*», *Cuadernos de Turismo*, n° 12, pp. 119-130.
- GARCÍA ZARZA, E. (2002): «El Turismo Cultural en Castilla y León. El caso singular de *Las Edades del Hombre*», *Cuadernos de Turismo* n° 10, pp. 23-67.
- LARA VALLE, J.J. (2002): «El patrimonio urbano del siglo XXI: políticas y estrategias sobre el patrimonio integral urbano». En *Turismo y transformaciones urbanas en el siglo XXI*, Almería, Universidad de Almería, pp. 399-433.
- MANERO MIGUEL, F. (2000): «Terciarización y desarrollo urbano en España. Significado funcional y espacial de las nuevas estrategias de promoción de la ciudad.» En *Actas Turismo y Ciudad*, Las Palmas de Gran Canaria, Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria-Asociación de Geógrafos Españoles, pp. 213-222.
- MARCHENA GÓMEZ, M.J.: (1999): «Turismo Cultural: El caso de Sevilla», *Cuadernos de Turismo*, n° 4, pp. 35-50.
- MARCHENA GÓMEZ, M.J.: (2000): «Patrimonio y ciudad: nuevos escenarios de promoción y gestión del turismo urbano europeo». En *Actas Turismo y Ciudad*, Las Palmas de Gran Canaria, Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria-Asociación de Geógrafos Españoles, pp. 15-28.
- PONCE SÁNCHEZ, M.D. (2007): «Cap a un posicionament en turisme urbà. L'exemple de la ciutat de Múrcia» .En *Per una nova cultura del turisme*, Palma de Mallorca, Institut d'Estudis Ecològics, pp. 47-60.
- PONCE SÁNCHEZ, M D. (2007): «Turismo de reuniones en la ciudad de Murcia. Un enfoque desde el tejido empresarial involucrado», *Cuadernos de Turismo* n° 19, pp. 105-131.
- VERGNES, J.A. (2007): «Tourisme méditerranée, préservation du patrimoine et éducation au développement durable». En ANDRÉS SARASA, J.L LOBRANO, G y SID HAMED, A. (Dir.): *Une stratégie de développement durable pour les villes historiques de la Méditerranée et leurs territoires*, Sassari-Lorca-Paris, Ed. Isprom- Ville de Lorca- Publisud. Conference permanente des Villes Historiques de la Méditerranée, pp. 403-428.

DIRECCIONES DE INTERNET:

- <http://www.salzillo.com>
<http://www.museosalzillo.es>
<http://www.salzillo2007.es>
<http://murciaturistica.es>



Foto 1. Sedes de la exposición. Los valores a conservar no sólo son los edificios, sino todos los elementos materiales e inmateriales que configuran la imagen de este espacio urbano. Autora M.D. Ponce Sánchez.



Foto 2. Museo Salzillo. Autora M.D. Ponce Sánchez.



Foto 3. Plaza de S. Agustín en el barrio de San Andrés, frente a las sedes de la Exposición. La última remodelación se ha adaptado a su nueva función de acogida al turismo cultural. Autora M.D. Ponce Sánchez.



Foto 4. Cartel anunciador del II Congreso Internacional de Cofradías y Hermandades, frente al Museo Arqueológico Regional de Murcia. Autora M.D. Ponce Sánchez.