



Vol. 10, Nº 22 (junio / junho 2017)

EL TURISMO DE BATALLAS: UN TURISMO EXPERIENCIAL Y SOSTENIBLE

María Moral-Moral ¹

Departamento de Marketing y Comunicación
Universidad de Cádiz

maria.moral@uca.es

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

María Moral-Moral (2017): "El turismo de batallas: un turismo experiencial y sostenible", Revista Turydes: Turismo y Desarrollo, n. 22 (junio/junho 2017). En línea: <http://www.eumed.net/rev/turydes/22/turismo-experiencial.html>

RESUMEN

Actualmente, uno de los retos del sector turístico reside en la diversificación y diferenciación de los destinos por medio del diseño e implementación de una oferta atractiva e innovadora basada en ofrecer al turista el disfrute de experiencias únicas e inolvidables, sin olvidar la necesaria sostenibilidad turística del destino. En este sentido, el *dark tourism* o turismo oscuro representa una modalidad turística que permite al turista vivir una experiencia impregnada de fuertes vinculaciones culturales y emocionales.

El objetivo de este trabajo reside en clarificar el papel que el turismo oscuro, y particularmente el turismo de batallas supone para el desarrollo de un turismo sostenible y experiencial. Para ello, se expone su conceptualización, características y tipologías. Se procede a analizar el producto turístico denominado "Ruta de los Castillos y Batallas" ubicada en la provincia de Jaén (Andalucía, España) como modelo de promoción sostenible de los recursos turísticos presentes en este territorio y como marco para el fomento de un turismo experiencial basado en el turismo oscuro.

Entre las conclusiones de esta investigación se desprende cómo el fomento del turismo oscuro en sus diferentes modalidades puede convertirse en un instrumento que permita revitalizar y diversificar los destinos a través del diseño de una oferta turístico experiencial.

PALABRAS CLAVE: *Dark Tourism* – Turismo Oscuro – Turismo de Batallas – Turismo Experiencial – Turismo Sostenible – Ruta de los Castillos y Batallas de Jaén – Andalucía – España.

¹ Doctora en Ciencias Sociales y Jurídicas. Profesora de Comercialización e Investigación de Mercados en el Grado de Administración de Empresas, Máster en MBA y Coordinadora del Módulo de Marketing emprendedor en el Máster de Creación de Empresas, Nuevos Negocios y Proyectos Innovadores (Masterup). Miembro del Grupo de Investigación "Innovación Social en Marketing" (SEJ-482). Autora de diversos artículos científicos y ponencias en congresos nacionales e internacionales.

ABSTRACT

Currently, one of the challenges of the tourism sector lies in the diversification and differentiation of destinations through the design and implementation of an attractive and innovative offer based on offering tourists the enjoyment of unique and unforgettable experiences, not forgetting the necessary tourism sustainability destination. In this sense, the dark tourism represents a tourist modality that allows the tourist to live an experience impregnated with strong cultural and emotional connections.

The objective of this paper is to clarify the role that dark tourism, and particularly the tourism of battles supposes for the development of sustainable and experiential tourism. For this, it is exposed its conceptualization, characteristics and typologies. The tourism product called "Route of the Castles and Battles", located in the province of Jaén (Andalusia, Spain), is analyzed as a model for the sustainable promotion of tourism resources present in this territory and as a framework for the promotion of experiential tourism based on dark tourism.

Among the conclusions of this investigation is that the promotion of dark tourism in its different modalities can become an instrument that allows to revitalize and diversify the destinations through the design of an experiential tourism offer.

KEYWORDS: Dark Tourism - Tourism of Battlefields - Experiential Tourism - Sustainable Tourism - Route of the Castles and Battles of Jaén - Andalusia - Spain.

CÓDIGOS JEL: Q55; L83; Z32.

1. INTRODUCCIÓN

El importante crecimiento del sector turístico ha conducido al desarrollo en los últimos años de investigaciones académicas dirigidas a poner de relieve nuevas modalidades turísticas. A este respecto, tal y como apunta la Organización Mundial de Turismo (en adelante, O.M.T) el turismo se consolida como un sector económico de destacable peso e importancia para la economía mundial, alcanzándose en el año 2015 la cifra de 1.186 millones de turistas, lo que supone un incremento cercano al 5% respecto al año anterior. A ello se une las previsiones futuras realizadas por la O.M.T que estiman que el número de llegadas internacionales de turistas crecerá anualmente un 3,3% de media entre 2010 y 2030 (O.M.T., 2016).

Es por ello, que en este contexto de crecimiento y expansión se plantea como imprescindible impulsar en los destinos turísticos procesos de diversificación y especialización de su oferta turística con el objeto de atender a las nuevas motivaciones de los turistas ofreciendo enriquecedoras experiencias vinculadas con aspectos culturales e históricos del destino. En este escenario, el *dark tourism* o turismo oscuro se ha convertido en las últimas décadas en una modalidad turística con un destacable desarrollo siendo un importante nicho del mercado turístico (Liebermann y Alejandro-Medina, 2012).

El *dark tourism* o turismo oscuro consiste en viajar o visitar lugares asociados con la muerte, el sufrimiento, la destrucción o los desastres naturales (Mohd *et al.*, 2016). En este sentido, Liebermann y Alejandro-Medina (2012) señalan que el interés por ser testigos de acontecimientos relacionados con la muerte, tragedias o ritos ha sido constante a lo largo de la historia. Por ejemplo, en la época del Imperio romano la lucha entre gladiadores o bien, entre éstos y las fieras era un espectáculo que entretenía al público, considerándose según Stone (2006) el Coliseo de Roma como la primera atracción turística del turismo oscuro. Asimismo, en otros momentos de la historia como en la Edad Media, las ejecuciones realizadas por motivos

religiosos o políticos eran acontecimientos desarrollados con presencia habitual de público, el cual observaba todo el proceso.

Actualmente, el turismo oscuro representa en Europa un nicho turístico con un destacable interés. En España, los productos turísticos vinculados con el turismo oscuro son recientes y escasos. Su desarrollo es incipiente, se trata de una modalidad turística que posee un prometedor potencial de desarrollo, principalmente debido a los numerosos recursos patrimoniales de carácter histórico, cultural y militar que posee el país.

En consecuencia, el objetivo de este trabajo se centra en primer lugar en analizar el concepto, dimensiones y tipología del *dark tourism* o turismo oscuro; en segundo lugar, se presenta un caso de estudio de la oferta turística del turismo oscuro más concretamente dentro de la modalidad del turismo de batallas analizando la denominada Ruta de los Castillos y Batallas presente en la Comunidad Autónoma de Andalucía (España) y particularmente en la provincia de Jaén. Finalmente, se extraen las conclusiones e implicaciones prácticas más relevantes del caso analizado. Se destaca el potencial de atracción turística que puede representar para España el fomento e impulso de esta modalidad turística.

2. EL TURISMO OSCURO: ORIGENES Y CONCEPTO

El término *dark tourism* o turismo oscuro es una conceptualización turística de reciente desarrollo en la literatura académica. Surge a mediados de los años noventa apareciendo en la literatura tres nuevas acepciones conceptuales referidas a lugares o ubicaciones geográficas vinculadas con la muerte o las tragedias que despiertan el interés de los turistas, denominadas como patrimonio disonante, tanaturismo o turismo oscuro (Hartmann, 2014).

En 1996, Seaton introdujo el concepto de tanaturismo relacionado con el interés del turista por visitar y recorrer los cementerios y los campos de batalla asociados a la muerte y dolor, identificándose y recordando éste a los caídos y enterrados en esas ubicaciones. En ese mismo año, Lenon y Foley (1996: 198) definen el término *dark tourism* como aquel “fenómeno que abarca la presentación y consumo (por los visitantes) de lugares de muerte y desastre tanto reales como irreales”.

Previamente, Rojek (1993: 136) lo denomina como “el turismo de puntos negros” o “el desarrollo comercial de tumbas y sitios en los que personajes famosos o un gran número de personas han encontrado la muerte de forma repentina y violenta” supone en algunos casos, la peregrinación del público a un determinado lugar con motivo del aniversario de su muerte como puede ser el caso de lugares relacionados con personajes como John Fitzgerald Kennedy o Elvis Presley (Stone, 2006).

Por su parte, Stone (2006) señala una serie de características o rasgos diferenciadores que determinan los principales aspectos de esta modalidad turística, entre ellos:

- La atracción e interés que despierta a nivel turístico lugares relacionados con la muerte y el sufrimiento.
- Se distingue entre aquellos lugares o exposiciones que tratan de interpretar y recrear determinados eventos asociados con la muerte, frente a aquellas otras ubicaciones en las cuales se han producido de forma real determinados acontecimientos dramáticos tales como los campos de batalla, desastres naturales o los cementerios, convirtiéndose de forma espontánea en atracciones de carácter turístico.
- Se extiende el interés por conocer los lugares y ubicaciones asociadas con la muerte y el sufrimiento de personas o de aquellos acontecimientos que han marcado la historia siendo éstos la motivación principal para visitar los espacios.

- Predomina el interés por indagar en las razones y motivaciones de carácter histórico o político que han dado lugar a esos acontecimientos relacionados con la muerte con el objeto de recordar esos hechos, adquiriendo una motivación educativa o pedagógica.

A este respecto, recientes trabajos como el realizado por Fonseca *et al.* (2016) definen al turismo oscuro como “un tipo de turismo que implica la visita a lugares reales o recreados asociados con la muerte, el sufrimiento, la desgracia, así como a lo aparentemente macabro”. Se trata de un concepto que no es nuevo, ni siquiera desde un punto de vista turístico dado que estos espacios o lugares asociados a la guerra, los desastres o la muerte han sido tradicionalmente visitados. Si bien, Fonseca *et al.* (2016) resaltan la reducida literatura académica que existe al respecto dirigida a analizar y explorar las motivaciones y peculiaridades que presenta esta modalidad turística.

Estos aspectos comportamentales del turista determinan según Stone (2006) el desarrollo de cinco tipos de viajes:

- Viajes en los que se observan representaciones de la muerte en público.
- Viajes en los que se visitan lugares vinculados con la muerte masiva o individual de personas, tales como campos de concentración (*i.e.*, Auschwitz), campos de batalla (*i.e.*, Warteloo, Bélgica), o sitios donde fallecieron personajes famosos (*i.e.*, John Fitzgerald Kennedy).
- Viajes a sitios de enterramiento o memoriales tales como mausoleos, monolitos de guerra y cementerios (*i.e.*, Cementerio Nacional de Arlington, Estados Unidos).
- Viajes realizados para presenciar representaciones de la muerte en zonas no relacionadas con ésta, tales como museos militares o exposiciones que plasman hechos históricos.
- Viajes para asistir a recreaciones históricas o espectáculos relacionados con la muerte, tales como obras de teatro o representaciones de batallas.

A este respecto, según Singh (2014) la heterogeneidad de las motivaciones de los turistas conduce a la fascinación por aquellos lugares asociados con la muerte, el horror o el sufrimiento. No obstante, el autor plantea la controversia existente en relación a si éticamente es adecuado el aprovechamiento como producto turístico de estos espacios, aspecto moralmente cuestionable. Finalmente, Stone (2006) determina como imprescindible determinar las diversas motivaciones del turista que visita lugares asociados con la muerte como pueden ser las cuestiones relacionadas con la curiosidad o superstición, o bien las relativas al tributo y respeto por los difuntos o caídos.

3. TIPOLOGÍAS DEL TURISMO OSCURO

La amplia variedad de acontecimientos o sucesos que pueden acontecer con la muerte, el sufrimiento o la desgracia de las personas determina un destacable abanico de recursos patrimoniales y culturales que pueden ser explotados desde el punto de vista turístico como generadores de experiencias únicas e inolvidables para el visitante.

En este sentido, cabe reseñar previamente que una de las principales contribuciones científicas dirigida a delimitar las modalidades de turismo oscuro se encuentra en el trabajo realizado por Stone (2006) el cual se convierte en un punto de referencia ampliamente citado y empleado por la comunidad científica en el análisis conceptual del tema de estudio que nos ocupa.

Así pues, Stone (2006) establece una clasificación tipológica en la que se identifica siete categorías del turismo oscuro. Esta clasificación supone una completa clasificación de los recursos turísticos generadores de experiencias relacionadas con la muerte. Se establecen los siguientes:

1. *Dark Fun Factories* (Fábricas oscuras de divertimento). Incluye a todas aquellas atracciones turísticas centradas en el divertimento en las cuales tuvieron lugar muertes reales o ficticias (*i.e.*, Drácula Park en Rumania).
2. *Dark Exhibitions* (Exhibiciones Oscuras). Se trata de exhibiciones relacionadas con la muerte y el desastre donde se presentan diferentes productos turísticos desde una perspectiva educativa, no exclusivamente dirigida a la diversión como sucede en la categoría anterior. Su finalidad radica en inculcar ciertos valores éticos y reflexivos a los visitantes. Un ejemplo es el *Smithsonian Museum of American History* que recoge imágenes del atentado del 11 de septiembre en Nueva York siendo un recuerdo y reconocimiento a las víctimas del mismo.
3. *Dark Dungeons* (Prisiones Oscuras). Son antiguos lugares de encarcelamiento, y en algunos casos, también de tortura hacia las personas encarceladas. Suponen una combinación educativa y de entretenimiento para el visitante.
4. *Dark Resting Places* (Lugares de descanso). Están vinculados con enterramientos o cementerios caracterizados por su significación histórica. A este respecto, gracias a la labor desarrollada por la Asociación Europea de Cementerios Significativos (*Association of Significant Cemeteries of Europe*, ASCE) se encuentran reconocidos actualmente un total de 97 cementerios que integran la Ruta Europea de Cementerios que tiene por objeto divulgar la identidad cultural y religiosa de las ciudades y pueblos europeos. Esta iniciativa pretende vincular el legado cultural e histórico de una sociedad, lo que se constituye como un destacable instrumento educativo y pedagógico de las tradiciones e historia de los países (*European Cemeteries Route*, 2017).
5. *Dark Shrines* (Santuarios oscuros). Se trata de lugares de recuerdo y conmemoración del fallecimiento de una persona, es decir, lugares visitados con la finalidad de guardar respeto por las personas fallecidas (*i.e.*, *Palacio de Kensington* en conmemoración a la Princesa Diana de Gales o la Zona Cero de Nueva York).
6. *Dark Conflict Sites* (Sitios de conflicto oscuro). Son lugares o ubicaciones vinculadas directamente con un acontecimiento bélico referidos principalmente a los campos de batalla (*i.e.*, Somme, Normandía, etc.,).
7. *Dark Camps of Genocide* (Campos de genocidio). Se trata de instalaciones o lugares destinados a la eliminación de personas de manera sistemática por el hecho de pertenecer a una religión, raza, etc., representa la categoría más dura y oscura de esta modalidad turística. Su visita se caracteriza por el fuerte componente emocional que supone trasladar al visitante terribles sucesos de sufrimiento humano. Poseen un marcado carácter educativo y conmemorativo por cuanto pretende honrar a las víctimas evitando que caiga en el olvido los acontecimientos acaecidos en estos lugares (*i.e.*, Auschwitz-Birkenau, Sachsenhausen, etc.,).

Más recientemente, Fonseca *et al.* (2016) resaltan el consenso existente entre los investigadores al determinar que las tipologías del turismo oscuro dependen de los lugares y las motivaciones del visitante pudiendo identificarse las siguientes modalidades:

- Turismo de batallas o de guerra. Incluye recursos relacionados con un conflicto bélico tales como campos de batalla, armamento o instrumentos de guerra, cementerios, monumentos, museos militares, así como recreaciones o demostraciones de acontecimientos bélicos. Entre las motivaciones del turista por visitar estos recursos se encuentran según Dunkley *et al.* (2011) factores tales como el entretenimiento, la

conmemoración y la peregrinación a los sitios de conflicto, o bien consideraciones de ámbito educativo al conocer la historia y ubicación de determinados acontecimientos bélicos.

- Turismo de desastres. Implica el desplazamiento del turista a zonas que han sufrido desastres naturales o bien, han sido causados por la acción del hombre. Posee un destacable papel educativo y divulgativo. Entre estos lugares destacan la antigua ciudad romana de Pompeya cuyos habitantes fueron sepultados por la erupción volcánica del Vesubio o bien lugares como la Zona Cero en Nueva York.
- Turismo de prisiones. Supone la visita a antiguas prisiones o lugares de encarcelamiento donde una vez rehabilitados y adecuados se ofrece a través de su visita, exposiciones o museo una experiencia educativa y de entretenimiento para el turista, ofreciéndose en algunos casos, incluso la posibilidad de pasar una noche en una celda de la prisión, entre estas, destacan la antigua prisión de Alcatraz.
- Turismo de cementerios. Representa el desplazamiento a los cementerios con la finalidad de visitar estatuas o tumbas de personas famosas o relevantes, así como aquellas otras que posean un carácter anónimo. Destaca el interés del visitante por conocer aspectos históricos vinculados con las personas enterradas en esos emplazamientos, además de aquellas otras singularidades arquitectónicas que atesoran los antiguos cementerios. El impulso e interés por esta tipología del turismo oscuro ha dado lugar como se ha comentado anteriormente a la creación de una Ruta Europea de Cementerios.
- Turismo de fantasmas. Implica la visita de espacios abiertos, edificios u otros lugares para observar o experimentar fenómenos paranormales. Entre estos espacios destacan castillos, palacios o antiguas residencias donde el visitante acude atraído por la curiosidad de vivir experiencias vinculadas con sucesos paranormales. Uno de los ejemplos más famosos de este tipo de atracción turística es el denominado Drácula Park en Rumanía.
- Por último, el turismo de Holocausto consiste en visitar lugares donde han ocurrido hechos históricos relacionados con el exterminio de personas. La visita turística de estos espacios pretende presentar los grandes errores cometidos por el ser humano hacia otras personas, ostentando una finalidad divulgativa y educativa para las futuras generaciones. Entre estos espacios, destacan lugares como los campos de concentración (*i.e.*, Auschwitz-Birkenau) o barrios o viviendas como la casa de Anna Frank en Amsterdam (Holanda) o el barrio judío de Varsovia (Polonia), entre otros.

Finalmente, una vez determinadas las distintas tipologías de turismo oscuro, se procede en el siguiente epígrafe a realizar un análisis más exhaustivo del turismo de batallas modalidad turística sobre la que se centra el presente trabajo.

4. EL TURISMO DE BATALLAS: UNA MODALIDAD DE TURISMO EXPERIENCIAL Y SOSTENIBLE

En Europa, una de las modalidades con mayor grado de desarrollo y éxito dentro de la tipología del turismo oscuro es el denominado turismo de batallas o de guerra. Su origen se encuentra en la motivación por descubrir zonas o recursos patrimoniales relacionados con un conflicto bélico, tales como el propio entorno en el que se ha desenvuelto una batalla, los cementerios, los museos o bien, la asistencia a recreaciones que permiten revivir en primera persona los acontecimientos bélicos o de carácter militar.

A este respecto, cabe destacar que las recreaciones históricas de acontecimientos bélicos están contribuyendo al desarrollo de un auténtico turismo experiencial. Permiten enriquecer la

visita turística por cuanto ofrecen al turista el disfrute de experiencias únicas e inolvidables vinculadas con los hechos históricos y bélicos. Además, el protagonismo del turista derivado en algunas ocasiones, de su participación activa en las recreaciones contribuye a establecer un mayor grado de conexión, siendo éste en el que de un modo directo se convierte en creador y generador de su propia experiencia turística adquiriendo un rol activo (Moral-Moral y Fernández-Alles, 2012).

Esta vinculación entre el carácter histórico/cultural que posee el turismo de batallas junto con la necesaria apuesta por aportar un mayor valor añadido basado en el disfrute de experiencias conduce a una mayor diversificación y diferenciación de los destinos turísticos. En gran medida, el auge e interés que despierta estos escenarios vinculados con acontecimientos bélicos reside en la estrecha vinculación que poseen el legado cultural y patrimonial presente en estos sucesos, el cual ha determinado la historia actual de las sociedades europeas.

En este sentido, cabe señalar que si se analiza esta modalidad turística desde la óptica de la sostenibilidad entendiéndose el turismo sostenible como aquel que “tiene plenamente en cuenta sus impactos económicos, sociales y ambientales actuales y futuros, las necesidades de los visitantes, la industria, el medio ambiente y las comunidades de acogida” (O.M.T., 2017). Se puede determinar que posee un fuerte componente conceptual centrado en el fomento de la sostenibilidad turística.

En primer lugar, a nivel económico puesto que contribuye a diversificar la economía local de numerosas regiones promoviendo una mejora en la calidad de vida de los residentes del lugar al acoger a un turista deseoso por indagar en la historia bélica de la localidad o de su entorno; en segundo lugar, a nivel social facilita y transfiere la historia, tradiciones y hechos históricos vinculados en este caso con los acontecimientos bélicos que permiten su difusión y traslado a las futuras generaciones adquiriendo una destacable finalidad pedagógica y divulgativa para la sociedad, y por último a nivel medioambiental, la conservación y reconstrucción de viejas edificaciones militares (castillos, fortalezas, trincheras, etc.,) o la protección de parajes, tales como los campos de batallas contribuye al mantenimiento de los recursos naturales y patrimoniales caracterizados por un marcado contenido cultural e histórico.

Así pues, en este contexto el turismo de batallas permite diversificar la oferta turística poniendo en valor el rico patrimonio cultural asociado a los acontecimientos bélicos, de tal modo que muestra de su destacable interés son los amplios y diversos recursos e información turística presente en los medios online que vienen a identificar numerosos emplazamientos y lugares de interés bélico en Europa asociados principalmente con la I Guerra Mundial (1914-1918) y la II Guerra Mundial (1942-1945) tales como las playas de Normandía (Francia) o el Cementerio Americano de Luxemburgo lugar en el que descansa el general Patton o lugares como la casa de Anna Frank (Amsterdam, Holanda). No obstante, según Cochrane (2015) surgen nuevas zonas de interés vinculadas con acontecimientos bélicos más recientes como son lugares como Belfast (Irlanda del Norte) o Bosnia.

En lo que se refiere a España, en los últimos años se aprecia un notable impulso del turismo de batallas, precisamente vinculado con la necesidad de poner en valor el amplio legado patrimonial e histórico que posee el país asociado a numerosos acontecimientos bélicos. En este sentido, este trabajo centra su interés en estudiar y analizar el caso de la denominada Ruta de los Castillos y Batallas cuyo recorrido transcurre principalmente por la provincia de Jaén (Andalucía, España).

5. METODOLOGÍA

El objetivo central de esta investigación reside en analizar la oferta de turismo oscuro, y más concretamente la modalidad del turismo de batallas en España como marco para el desarrollo de un turismo experiencial y sostenible que derive en una mejora de la competitividad y diversidad de la oferta turística.

Más concretamente, y con la finalidad de profundizar en su análisis se adopta como metodología de investigación el método del caso por su idoneidad para la realización de investigaciones de tipo descriptivo o de generación de teoría (Yin, 2009).

Una vez realizada la revisión de la literatura y delimitado el marco objeto de estudio, se procede a la selección de la unidad de análisis para realizar el adecuado planteamiento de la metodología empleada.

En este sentido, y una vez evaluado el conjunto de recursos históricos y bélicos relacionados con la oferta turística vinculada al turismo de batallas, se decide seleccionar el caso de la Ruta de los Castillos y Batallas ubicada en la provincia de Jaén (Andalucía, España).

Previamente cabe señalar, que la elección de la provincia de Jaén no resulta casual, destaca especialmente por su rico legado histórico y cultural asociado a tres importantes batallas que incidieron de forma muy significativa en la actual historia de España e incluso europea y cuyas peculiaridades se procede a detallar en el siguiente epígrafe.

Así pues, tras la fundamentación teórica y metodológica de este trabajo, se realiza un análisis exhaustivo de la información existente y relativa a los recursos y peculiaridades que conforman la denominada Ruta de los Castillos y Batallas abordando los aspectos más relevantes y diferenciadores de este producto turístico.

Finalmente, se recoge en la Tabla 1 la información sintetizada de este proceso de investigación basado en la metodología del caso.

Tabla 1. Ficha metodológica.

Propósito de la investigación	Estudiar empíricamente el desarrollo del turismo de batallas a través del estudio de un caso real, así como las características y factores que definen su puesta en valor como un producto turístico experiencial y sostenible. Identificar las ventajas que el turismo de batallas representa para el desarrollo de un turismo experiencial y sostenible.
Metodología de la investigación	Estudio de casos contemporáneo múltiple de carácter holístico (unidad de análisis simple). Estudio de tipo exploratorio, descriptivo y explicativo.
Unidad de Análisis	Productos turísticos asociados al turismo de batallas.
Ámbito geográfico	España.
Universo	Rutas, emplazamientos, museos, etc., de carácter histórico y bélico.
Muestra	Ruta de los Castillos y Batallas (Jaén, Andalucía, España).
Métodos de recogida de la evidencia	Revisión documental. Observación directa.
Fuentes de información	Publicaciones especializadas, Información institucional de promoción turística.
Enfoque científico	Inducción analítica.

Evaluación del rigor y calidad metodológica.	Se ha garantizado la validez constructiva mediante el empleo de diversas fuentes de información (triangulación metodológica) y la validez interna mediante la comparación sistemática de la literatura analizada y la búsqueda de patrones de comportamiento común.
Fecha de realización	Mayo de 2017.

Fuente: Elaboración propia a partir de Villarreal y Landeta (2010).

6. EL TURISMO DE BATALLAS: LA RUTA DE LOS CASTILLOS Y BATALLAS DE LA PROVINCIA DE JAÉN (ESPAÑA)

La provincia de Jaén se encuentra situada en la zona oriental de la Comunidad Autónoma de Andalucía cuenta con una población de 644.125 habitantes repartidos en 97 municipios (Diputación de Jaén, 2017; I.N.E., 2017). Jaén destaca por ser la provincia española con mayor número de castillos y fortalezas. La ubicación estratégica de la provincia situada como puerta de entrada a la región de Andalucía y al valle del Guadalquivir determina su protagonismo como escenario de tres importantes batallas que determinarían el curso de la historia española y europea, y las cuales se detallan a continuación.

Así pues, la primera batalla es conocida como la Batalla de Baécula que tuvo lugar en el año 208 a.C produjo el enfrentamiento entre el ejército cartaginés dirigido por Asdrúbal Barca, y el romano de Publio Cornelio Escipión en el contexto de la Segunda Guerra Púnica y cuya ubicación de la batalla sitúan los historiadores en una zona del Alto Guadalquivir próxima a la localidad jiennense de Santo Tomé (Bellón Ruiz *et al.*, 2006).

En el año 1212 transcurriría la segunda batalla, conocida como la Batalla de las Navas de Tolosa y que se desarrolló en las proximidades de la población del mismo nombre. La victoria del rey cristiano Fernando III El Santo fue un acontecimiento decisivo para el fin de la presencia musulmana en la Península Ibérica y en gran parte de Europa, ya que dio paso a la reconquista de gran parte de Andalucía a excepción del reino de Granada. De tal modo, que la determinante posición estratégica que representaba estos territorios en esta época de la historia queda reflejada actualmente en el escudo de la ciudad de Jaén otorgándole Fernando III El Santo el reconocimiento y el título de “Muy Noble y Muy Leal Ciudad de Jaén, Guarda y Defendimiento de los Reinos de Castilla”. Por ello, no cabe extrañar el amplio legado de fortalezas y castillos que atesora la provincia convertida en este momento de la historia en una tierra de frontera, y cuyos recursos vienen a conformar el principal activo turístico de esta ruta.

En último lugar, destacable es la Batalla de Bailén celebrada el 19 de julio de 1808 entre las tropas españolas al mando del general Castaños y las tropas francesas comandadas por el general Dupont. La transcendencia de la victoria española tuvo una notable repercusión en el resto de Europa al ser la primera derrota en campo abierto del ejército francés.

Este protagonismo histórico de la provincia de Jaén deriva en la presencia de innumerables vestigios asociados a dichos enfrentamientos bélicos tales como museos, fortalezas, castillos o murallas. Su puesta en valor ha permitido el desarrollo e impulso turístico de numerosos municipios lo que ha contribuido a la diversificación y ampliación de la oferta turística de la provincia de forma sostenible y respetuosa con el entorno.

La denominada Ruta de los Castillos y Batallas transcurre por parte de las provincias de Ciudad Real y Granada atravesando de norte a sur la provincia de Jaén. En esta última, se sitúan la mayoría de los recursos bélicos asociados al turismo de batallas (Turespaña, 2017). Se trata de una iniciativa turística promovida por la Diputación Provincial de Jaén y por la Junta

de Andalucía en la que participan 19 municipios de la provincia y en la que se trata de promocionar y poner en valor los recursos turísticos presentes en estas localidades.

La Ruta de los Castillos y Batallas permite no solo adentrarse en los acontecimientos históricos que representaron las tres batallas comentadas anteriormente, sino que, además invita al visitante a realizar una reflexión sobre el dialogo entre las culturas como fórmula para la resolución de conflictos. La ruta pretende reivindicar el fomento de una “cultura de la paz” tema que se encuentra presente en el logotipo identificativo de la ruta que combina, por un lado, una torre en clara referencia a la arquitectura o infraestructura militar y defensiva, y por otro una rama de olivo como símbolo de paz y claro referente identificativo del impresionante paisaje del olivar jiennense, recurso indeleble de riqueza y del patrimonio natural que representa para esta provincia (Imagen 1) (Barba, 2014).

Imagen 1. Logo identificativo.



Fuente: <http://castillosybatallas.com>

La amplia oferta de recursos que ofrece esta ruta permite al visitante vivir experiencias únicas y singulares a través de una inmersión en la cultura y en los acontecimientos bélicos que marcaron la historia española. Por ello, con el objeto de ofrecer una rica experiencia al turista, la Diputación de Jaén junto con los municipios que integran esta ruta han diseñado un amplio programa de actividades con visitas guiadas, teatralizadas, recreaciones de luchas y batallas cuya oferta se extiende durante los meses de abril a diciembre de 2017. Se pretende ofrecer una enriquecedora experiencia marcada por los aspectos históricos y culturales.

En el Anexo I se recogen los recursos presentes en dicha ruta, de tal modo que se procede a continuación a describir los más significativos (Ruta de los Castillos y Batallas, 2017):

1. El Museo de las Navas de Tolosa. Se encuentra ubicado próximo al lugar el que transcurrió la batalla. Este espacio museográfico fue inaugurado en el año 2009 presentado de forma original y pedagógica los acontecimientos históricos que transcurrieron entorno a esta batalla. En sus salas se recrean diversos ambientes de la época con reproducciones de armas, utensilios, etc., apoyándose en el uso de las nuevas tecnologías. Ofrece diversos servicios tales como la posibilidad de realizar senderismo por la zona en la que se desarrolló la batalla, la realización de visitas guiadas, así como la representación histórica de esta batalla para el visitante en determinados períodos del año.
2. El Castillo de Santa Catalina. Está situado en la capital de la provincia. Su excelente ubicación estratégica situado en lo alto del cerro de Santa Catalina desde donde se domina la ciudad de Jaén, le otorgo un papel transcendental en las luchas entre musulmanes y cristianos, así como durante la Guerra del Independencia siendo el núcleo militar de las operaciones de las tropas francesas en la zona. Actualmente, su interior alberga un centro de interpretación, así como el Parador Nacional de Turismo de la ciudad de Jaén.

3. El Castillo de Alcaudete. Es una de las fortalezas más representativas de la Edad Media destaca por ser sede de la Orden de Calatrava a la cual el Rey Fernando III El Santo ordenó proteger la frontera del reino de Jaén limítrofe con el reino nazarí de Granada. Se trata de uno de los castillos mejor restaurados de España. Su interior cuenta con un centro de interpretación histórica con especial énfasis en el papel que esta Orden Militar representó para estos territorios pudiendo observarse diversas armas y utensilios propios de la época. También, es posible asistir a representaciones históricas y medievales en las que se trata de acercar al visitante a las costumbres y tradiciones de este período histórico.
4. Fortaleza de la Mota. Se encuentra situada en la localidad jiennense de Alcalá la Real. El término Alcalá significa fortaleza, y es que durante más de 150 años esta localidad sería la frontera sur de los reinos cristianos con el nazarí de Granada. La arquitectura del municipio está marcada por su pasado bélico con restos de antiguas murallas, puertas de acceso, torres destacando el recinto fortificado de La Mota que alberga la antigua ciudad amurallada de Alcalá la Real.
5. El Castillo de Baños de la Encina. Se trata de uno de los mejores ejemplos de construcción almohade. Está situado en el casco histórico del municipio de Baños de la Encina declarado Conjunto Histórico Artístico en 1969 y en el que resaltan otras edificaciones tales como casas señoriales o la Iglesia de San Mateo. El castillo se encuentra situado en un Cerro del Cueto en cuya ubicación se localizan diversos restos de la época romana. La visita guiada a este espacio permite al turista disfrutar e introducirse en la historia que rodea a este enclave.

Así pues, la diversidad de los recursos patrimoniales que integran la Ruta de los Castillos y las Batallas de Jaén contribuye a revalorizar los recursos patrimoniales presentes en diversos municipios de la provincia permitiendo el desarrollo y la promoción turística de zonas con reducido peso a nivel turístico.

La apuesta por la conservación y recuperación de esta infraestructura defensiva y militar permite el impulso de un turismo sostenible y respetuoso con el entorno, al mismo tiempo fomenta la transmisión de la cultura y tradiciones del lugar en un intento de preservar la historia y el pasado histórico de los municipios. Finalmente, cabe destacar el carácter pedagógico de la iniciativa acometida, la cual permite al visitante vivir una experiencia única e inolvidable vinculada con los acontecimientos bélicos acaecidos en estos espacios.

7. CONCLUSIONES

En la actualidad, el turismo oscuro representa una modalidad turística con un relevante potencial de desarrollo. Se trata de un tipo de turismo alternativo que está experimentando un paulatino crecimiento gracias al mayor nivel de atención e interés que despierta entre el turista el deseo de disfrutar de experiencias únicas e inolvidables.

A este respecto, el turismo oscuro contribuye de forma notable al desarrollo de un turismo experiencial, por cuanto se caracteriza por ofrecer al visitante una experiencia turística con unos fuertes nexos emocionales entre el visitante y el entorno que le rodea. Así pues, la transmisión de acontecimientos y hechos históricos aporta un carácter emocional y pedagógico que deriva en el enriquecimiento cultural y la comprensión de la historia pasada.

Asimismo, se destaca la contribución que esta modalidad turística implica para el desarrollo de un auténtico turismo sostenible, no solo permite la revalorización y conservación del patrimonio natural, cultural e histórico de los destinos (*i.e.*, castillos, fortalezas, campos de batalla, etc.) sino que, además adquiere una dimensión social y económica en la medida en que fomenta la difusión y transmisión del pasado de un lugar contribuyendo a dotar a sus residentes de una fuente generadora de riqueza y empleo mediante la atracción de nuevos visitantes.

Teniendo en cuenta, la novedad del objeto de esta investigación cuya presencia en la literatura académica es aún escasa, así como las peculiaridades y ventajas anteriormente expuestas. Este trabajo ha analizado el caso concreto de la denominada Ruta de los Castillos y Batallas de Jaén (Andalucía, España) como producto turístico perteneciente al turismo oscuro, y particularmente a la modalidad del turismo de batallas. Para ello, se ha expuesto las peculiaridades históricas que determinan la puesta en marcha de esta oferta turística en este territorio, así como los diversos recursos que la conforman.

Cabe señalar, que el marcado carácter cultural e histórico de esta ruta asociado a los diversos acontecimientos o sucesos acaecidos en sus diversos espacios tales como fortalezas, campos de batalla, etc., determinan la existencia de un rico patrimonio tanto material como inmaterial basado en tradiciones, leyendas o costumbres que impiden su reproducción en otros lugares al estar estrechamente vinculados con los emplazamientos en los que han transcurrido los hechos históricos pasados.

Por ello, la posibilidad de diversificar y diferenciar la oferta turística de un destino a través del desarrollo del turismo oscuro otorgaría la oportunidad de incrementar la afluencia turística y podría derivar en una reducción de la estacionalidad ampliándose los productos turísticos que se ofrecen al visitante en el destino.

Así pues, el caso analizado puede considerarse como un claro exponente de un producto turístico que no solo viene a aunar y ofrecer una experiencia cultural e histórica al turista, sino que, además presenta una estrecha vinculación con el turismo oscuro expuesto en epígrafes anteriores y más concretamente, con la modalidad referida al turismo de batallas y que tan destacable atención e impulso ha experimentado a nivel europeo.

Finalmente, Fonseca *et al.* (2016) inciden en la necesidad de promover y difundir la amplia oferta turística que existe en los distintos países, sin olvidar la necesaria planificación y diseño de los recursos y visitas a realizar en estos lugares patrimoniales y culturales. En definitiva, el turismo oscuro representa una magnífica oportunidad para ofrecer al visitante un producto turístico ajustado a las actuales tendencias y cambios que experimenta el sector.

8. REFERENCIAS

Barba Colmenero, V. (2014): El Museo de la batalla de Las Navas de Tolosa. En: Cressier, P. y Salvatierra Cuenca, V (Coord.) Las Navas de Tolosa 1212-2012: miradas cruzadas. Universidad de Jaén, Jaén., p. 667-676.

Bellón Ruiz, F. et al. (2006): "Baecula, batallas, acciones y escenarios. La Segunda Guerra Púnica en el alto Guadalquivir". En *Anuario Arqueológico de Andalucía*. N. 2, p. 273-280.

Cochrane, F. (2015): "The Paradox of Conflict Tourism: The Commodification of War or Conflict Transformation in Practice?". En *Brown Journal of World Affairs*, Vol. 22, N. 1, pp. 51-69.

Diputación de Jaén (2017). Municipios de Jaén. Disponible en: <https://www.dipujaen.es/municipios/> (Consultado: 22/05/2017).

Dunkley, R., Morgan, N. y Westwood, S. (2011). "Visiting the trenches: Exploring meanings and motivations in battlefield tourism". En *Tourism Management*, Vol. 32, N. 4, p. 860-868.

European Cemeteries Route (2017). Cemeteries rotues. Disponible en: <https://cemeteriesroute.eu/cemeteries.aspx> (Consultado: 17/04/17).

Foley, M. y Lennon J. (1996). "JFK and dark tourism: a fascination with assassination". En *International Journal of Heritage Studies*, Vol. 2, N. 4, p. 198-211.

Fonseca, A.P., Seabra, C. y Silva, C. (2016). "Dark Tourism: Concepts, Typologies and Sites". En *Journal of Tourism Research & Hospitality*, S2-002. Disponible en: http://www.scitechnol.com/peer-review/dark-tourism-concepts-typologies-and-sites-oSTE.php?article_id=4911

Instituto Nacional de Estadística (I.N.E) (2017). Cifras de población. Resultados provisionales a 01/07/2016. Disponible en: <http://www.ine.es> (Consultado: 22/05/2017).

Liebermann, F. y Alejandro-Medina, A. (2012). Turismo cultural y Dark Tourism: la inclusión de la arqueología del conflicto como nueva oferta al visitante en destinos maduros. Coloquios de Historia Canario Americana. Disponible en: <http://coloquioscanariasamerica.casadecolon.com/index.php/CHCA/article/view/9156>

Mohd Zahari, M.S., Hanafiah, M.H., Syed Mahboob, S.S. y Zain, N.A. (2016). "Dark tourism: is it a growth segment for the Malaysia tourism industry?". En *Tourism and Hospitality Management*, Vol. 22, N. 1, p. 47-56.

Moral Moral, M. y Fernández Alles, M.T. (2012). "Nuevas tendencias del marketing: el marketing experiencial". En *Entelequia: revista interdisciplinar*, Vol 14, p. 237-251.

Organización Mundial de Turismo (O.M.T) (2017): Sustainable Development of Tourism: mission Statement. Disponible en: <http://goo.gl/Rf30Nv> (Consultado: 15/05/17).

Organización Mundial de Turismo (O.M.T) (2016). "Tourism Highlights, 2016 Edition". Disponible en: <http://mkt.unwto.org/publication/unwto-tourism-highlights-2016-edition> (Consultado 22/05/17).

Ruta de los Castillos y Batallas de Jaén (2017). Web de promoción turística de la Ruta de los Castillos y Batallas de Jaén. Disponible en: <http://castillosybatallas.com> Consultado: 22/05/2017.

Seaton, A. V. (1996). "Guided by the dark: From thanatopsis to thanatourism". En *International Journal of Heritage Studies*, Vol. 2, N. 4, p. 234-244.

Singh, R. (2014). "Development of Dark Tourism". En *International Journal of Management Research & Review*, Vol. 4, N. 8, p. 830-833.

Stone, P. (2006). "A dark tourism spectrum: Towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions and exhibitions". En *Tourism*, Vol. 54, N. 2, p. 145-160.

Turespaña (2017). Ruta de los Castillos y Batallas de Jaén. Disponible en: <http://www.spain.info/es/que-quieres/rutas/rutas-culturales/ruta-de-los-castillos-y-las-batallas-de-jaen.html> Consultado: 22/05/2017.

Villareal, O y Landeta, J. (2010). "El estudio de casos como metodología de investigación científica en dirección y economía de la empresa. Una aplicación a la internacionalización". En *Investigaciones Europeas de Dirección de Economía de la Empresa*, Vol. 16, N. 3, p. 31-52.

Yin, R. K. (2009). *Case Study Research: Design and Methods*. SAGE Publications, Thousand Oaks, Ca, United States.

Anexo I. Castillos, fortalezas y murallas integrantes de la Ruta de los Castillos y Batallas (Jaén).

Nombre	Ubicación	Servicios
1. Museo de las Navas de Tolosa	Autovía Madrid-Cádiz A-IV, salida 257. Ctra. de Miranda del Rey, s/n. Santa Elena	<ul style="list-style-type: none"> - Visitas guiadas. - Audioguías. - Tienda. - Cafetería. - Salas de conferencias y usos múltiples. - Zona de merenderos y juegos. - Aparcamiento. - Guardarropa y consigna. - Información turística de la provincia. - Senderismo por el campo de batalla. - Rutas por el Parque Natural de Despeñaperros. - Talleres didácticos para escolares. - Accesible para discapacitados.
2. Museo de la Batalla de Bailén	Bailén	<ul style="list-style-type: none"> - Guía interprete. - Parking. - Wifi. - Accesible para discapacitados.
3. Castillo de Santa Catalina	Jaén	<ul style="list-style-type: none"> - Aparcamiento en las inmediaciones del Parador con capacidad para autobuses. - Centro de Interpretación Castillo de Santa Catalina.
4. Castillo de Alcaudete	Alcaudete	<ul style="list-style-type: none"> - Visitas Guiadas. - Aparcamiento. - Acceso para autobuses.
5. Fortaleza de la Mota	Alcalá la Real	<ul style="list-style-type: none"> - Aparcamientos. - Acceso y Aparcamiento para autobuses.
6. Castillo de Baños de la Encina	Baños de la Encina	<ul style="list-style-type: none"> - Visita al Castillo de Bury al-Hammam. - Rutas de senderismo y arqueología. - Visitas nocturnas y teatralizadas. - Amplia zona de aparcamiento para todo tipo de vehículos.
7. Castillo de Vilches	Vilches	<ul style="list-style-type: none"> - Visitas guiadas con cita previa.
8. Castillo de Santa Eufemia	Conjunto Arqueológico de Cástulo, a 8 km de Linares.	
9. Castillo del Trovador Macías	Arjonilla	<ul style="list-style-type: none"> - Visitas guiadas previa reserva.
10. Aljibe del Castillo de Arjona	Arjona	

11. Castillo de Lopera	Lopera	- Visitas guiadas con cita previa.
12. Murallas y Torre de Boabdil	Porcuna	- Posibilidad de realizar una visita guiada al Yacimiento de Cerrillo Blanco.
13. Castillos de la Villa y de la Peña	Martos	- Visitas guiadas.
14. Castillo de Castro Ferral	Santa Elena	
15. Castillo de Navas de Tolosa	La Carolina	- Visita con cita previa.
16. Castillo del Giribaile	Vilches	
17. Castillo de Linares	Linares	
18. Castillo de Tobaruela	Linares	- No visitable su interior.
19. Murallas de Andújar	Andújar	- Visita libre.
20. Castillo del Berrueco	Torredelcampo	- Visita con cita previa.
21. Castillo de Torredonjimeno	Torredonjimeno	- Visita con cita previa.

Fuente: Elaboración propia (<http://castillosybatallas.com>; <http://www.andalucia.org>)