

LA VALORIZACIÓN DEL PATRIMONIO COMO ESTRATEGIA TURÍSTICA DE REORIENTACIÓN EN MUNICIPIOS LITORALES

Rafael López Monné

La presente comunicación toma como caso de estudio el proyecto “Camins de la Mediterrània” elaborado por el Grup d’Estudis Turístics (GET) de la Universitat Rovira i Virgili (URV), a petición de los patronatos de turismo de l’Hospitalet de l’Infant (Vandellòs), l’Ametlla de Mar y l’Ampolla. El proyecto ha tenido como finalidad la elaboración de propuestas de paseos y excursiones a pie y en bicicleta por la costa y el interior de estos municipios, situados en el litoral meridional de Tarragona. Desde su concepción, orientación y ejecución se ha procurado incorporar estrategias de reorientación turística tomando como base la revalorización del patrimonio, con las implicaciones de gestión territorial que ello conlleva.

Cambios en la dinámica del turismo de litoral. Patrimonio y actividad turística

El litoral continua siendo el principal destino estival de las poblaciones de países desarrollados, sin embargo, el actual contexto del turismo de “sol y playa” se caracteriza por planteamientos de reorientación hacia nuevas fórmulas más cualitativas que tratan de dar respuesta a los comportamientos cada vez más diversos de los turistas. Esta reorientación suele comportar la necesidad de diferenciar y la diversificar del producto tradicional; y para ello, la valoración de los elementos o recursos singulares del destino constituye uno de los ejes básicos a partir del cual elaborar nuevas estrategias. Esto supone sin duda un retorno al territorio y la valorización de los recursos patrimoniales presentes en él (Vera *et al.*, 1997).

Paralelamente y como fiel reflejo de las nuevas modalidades de consumo del tiempo de ocio, el turismo basado en el patrimonio y la cultura está experimentando en Europa una importante eclosión tanto desde el punto de vista de la demanda como desde el punto de vista de la creación de productos. “El principal desafío que plantea el uso recreativo del patrimonio cultural consiste en conseguir un modelo de desarrollo de producto que representen un compromiso sostenible

entre los principios de una correcta conservación en términos de valor, autenticidad e identidad y los intereses del mercado turístico” (Anton Clavé, 1996). Además, este turismo debe permitir ganar el recurso para la sociedad y facilitar que este participe en el mantenimiento y en la protección de lugares y monumentos. Frente a estas optimistas perspectivas y considerando el valor cultural del patrimonio como espejo donde las comunidades buscan reconocerse e interpretar el pasado de su territorio y de las generaciones que les precedieron, resulta necesario evitar que la mercantilización conduzca a su banalización o deterioro.

En el contexto del binomio patrimonio-turismo, las rutas e itinerarios culturales aparecen como valiosos instrumentos para la interpretación del territorio. Rutas e itinerarios dotan de contenido y reinterpretan el espacio por donde transcurren, además de conferir coherencia a manifestaciones segregadas del patrimonio cultural. En el caso de recursos de limitado nivel, permiten generar una suma de partes que supera el propio todo y, dado su carácter espacialmente integrador, ofrecen la oportunidad de articular estrategias de desarrollo territorial y reutilizar y dotar de nueva funcionalidad a estructuras de comunicación en desuso como es el caso de antiguos caminos tradicionales (Anton Clavé, 1998).

La elaboración de rutas e itinerarios culturales implica definir un contenido temático que debe traducirse en una propuesta específica de consumo cultural. Diseñar rutas e itinerarios culturales como producto turístico implica fundamentalmente: (1) actuar sobre los recursos con la finalidad de facilitar su conservación y propiciar su presentación pública; (2) establecer criterios de comunicación y comercialización eficientes a fin de propiciar su consumo en tanto que producto turístico (es decir, implica plantear una adecuada estrategia de identificación, y la valorización y comercialización del contenido temático que se haya definido para la ruta); y (3) posibilitar mecanismos de gestión integrada y coordina-

da de los agentes implicados en el desarrollo de la ruta cultural (Anton Clavé: 1998).

Senderismo, turismo y patrimonio

Como actividad lúdica el senderismo combina claramente motivaciones de tipo deportivo - salud, ejercicio, vida sana, etc.- con motivaciones culturales, entendiéndolo como una práctica especialmente indicada para el descubrimiento pausado del entorno, donde los componentes patrimoniales, bien sean naturales o antrópicos, constituyen atractivos esenciales de la actividad. En línea con el creciente interés por la cultura y el patrimonio, el segmento de personas interesadas por recorrer caminos constituye hoy en día un mercado consolidado y en expansión en el contexto occidental (Kochner & Dufrien: 1993)².

El interés por la práctica senderística ha dado lugar a la creación de diversas empresas de operadores turísticos especializados únicamente en productos de senderismo, las cuales tienen mayor presencia en países donde el porcentaje de habitantes que organizan sus vacaciones adquiriendo productos en agencias es más elevado (ver European Omnibus Survey, 1986)³. Asimismo, es significativo el hecho que operadores clásicos como *Pullmantur* empiecen a interesarse por este tipo de productos y los incluyen en sus catálogos. Numerosas experiencias europeas y nacionales demuestran que los senderos constituyen un valioso recurso e instrumento para articular estrategias exitosas de desarrollo turístico con características de sostenibilidad, calidad ambiental y de producto.

Habitualmente, senderos y senderismo son términos asociados a espacios rurales, naturales y de montaña. Sin desestimar el papel que puede llegar a tener estos recursos y esta actividad en la estructuración de la oferta de espacios turísticos emergentes, cada vez son más numerosas las experiencias desarrolladas en áreas litorales con turismo de carácter convencional y masivo. Ejemplos como la creación de un producto senderístico de lujo (alojamiento en hoteles de cuatro y cinco estrellas) elaborado en la Costa Brava y comercializado por el operador especializado en senderismo *Inntravel* (López Monné, 1996), muestra las posibilidades que esta modalidad turística ofrece en términos de desestacionalización, desarrollo de nuevos productos y de contribución

a la reorientación y reposicionamiento de destinos tradicionales. En este sentido, senderos y senderismo pueden tener un destacado papel en los intentos de integrar el traspas en el desarrollo del turismo litoral, como nueva estrategia de cualificación y en contraste con la incomunicación manifiesta que ha caracterizado el anterior periodo (Vera *et alt*, 1997).

A pesar de estas consideraciones, no puede olvidarse que el desarrollo del senderismo como actividad turística muestra limitaciones en función del territorio, en cuanto a la jerarquía, valor y vulnerabilidad de los recursos y en cuanto a la accesibilidad, infraestructuras y servicios básicos para la práctica turística. En cualquier caso, su correcto desarrollo exige políticas, estrategias y gestiones específicas. En el contexto español de estos últimos años es posible observar un incremento espectacular de los trabajos de señalización de senderos emprendidos por agentes públicos con el apoyo de programas europeos, especialmente la iniciativa LEADER (López Monné, 1996). Lamentablemente, y salvo excepciones, las deficiencias son tan numerosas e importantes que la utilidad y la rentabilidad del dinero público empleado en numerosos proyectos es, como mínimo, dudosa. En la muchos casos no ha habido ningún tipo de estrategia turística más allá de la señalización del camino, a la vez que se desconocía el público al cual iban dirigidos, así como los requerimientos técnicos básicos de señalización y mantenimiento de este tipo de infraestructuras.

Contexto territorial del proyecto

Los municipios promotores del proyecto - Vandellòs, l'Ametlla de Mar y l'Ampolla- están situados el litoral meridional de la provincia Tarragona, entre el Delta del Ebro y la vertiente norte del Coll de Balaguer, en una de las zonas de la Costa Dorada donde el fenómeno turístico ha tenido menor dimensión e implantación, tanto en términos de transformación territorial como de actividad económica. A pesar de ello, en la zona se localizan algunas grandes operaciones residenciales, totalmente autónomas y desarrolladas por fases en espacios vacíos de urbanización y de ocupación humana -fundamentalmente en el término de l'Ametlla-; si bien cabe decir que aún hoy algunas presentan niveles de urbanización y de ejecución muy bajos (Anton Clavé, 1997: 95).

Anton Clavé (1997) clasifica los municipios de l'Ampolla y l'Ametlla en el grupo de los parcialmente turísticos con predominio de actividades tradicionales, en este caso pesqueras. A pesar de contar con formas difusas de ocupación de suelo -principalmente urbanizaciones de residencia secundaria-, sólo pueden considerarse parcialmente turísticos debido a que todavía mantienen, con ligeras variaciones, las bases productivas previas al proceso de desarrollo turístico de masas que ha caracterizado el litoral mediterráneo español durante los últimos casi cuarenta años. Por otra parte, el municipio de Vandellòs es considerado de carácter industrial especializado, dada la presencia de las dos centrales nucleares (de las cuales sólo una está en funcionamiento). Aun así, es preciso señalar dentro del contexto municipal marcado por el sector energético, la creciente actividad turística que vienen desarrollándose en la localidad costera de l'Hospitalet de l'Infant.

Dadas las dificultades de crecimiento y de generación de nuevos puestos de trabajo que plantean las actividades primarias y la propia actividad industrial asociada a las centrales nucleares, los representantes políticos de los tres municipios coinciden en considerar el turismo como uno de los principales sectores de actividad con posibilidades de crecimiento. A pesar de ello, el desarrollo de la actividad turística en estos tres municipios plantea el reto de redefinir el modelo turístico eminentemente residencial y reorientar la oferta convencional relacionada con el sol y la playa a las nuevas exigencias de la demanda. En este sentido, el área cuenta con numerosos recursos que, aun no siendo de elevado nivel jerárquico, son perfectamente susceptibles de consolidar la actividad existente y de dar lugar a nuevos productos turísticos competitivos, si estos se elaboran adecuadamente, si se sitúan el contexto preciso y si la actividad turística y el propio territorio son gestionados en términos estratégicos.

Con relación a su patrimonio natural, la zona muestra interesantes paisajes de montaña mediterránea y un litoral, relativamente poco alterado donde se conservan lugares de costa de gran calidad. El Plan de Espacios Naturales de la Generalitat de Catalunya (PEIN) ha identificado y delimitado en el área un total de 5 espacios protegidos, uno de los cuales pertenece al Parque Natural del Delta del Ebro. Por otro lado, la pre-

sencia del Coll de Balaguer es el origen de numerosos recursos patrimoniales de tipo histórico prácticamente inexplotados⁴. La construcción de dos hospitales medievales y un castillo, además de la continua presencia de corsarios y bandoleros y el paso poco discreto de los ejércitos, dan fe de épocas menos tranquilas de las cuales han quedado vestigios e historias susceptibles de ser utilizadas como recursos para la actividad turística.

Las actividades agrarias y pesqueras constituyen la base del patrimonio cultural y etnográfico que va, desde los paisajes de olivares con muros de piedra seca a la estructura urbana de los pueblos marineros, sin olvidar una gastronomía basada en la excelente calidad de productos locales (pescado y marisco principalmente). En definitiva, se trata de recursos especialmente valorados por sectores cada vez más importantes de la demanda turística, especialmente en el caso de la que proviene de países del centro y norte de Europa con escenarios y culturas claramente contrastadas.

Por otro lado, la propia realización del proyecto pone de relieve una singularidad de gran importancia: se trata de tres municipios habitados desde hace unos años a colaborar en actividades turísticas. A pesar de contar con ayuntamientos signo político diferente y de pertenecer a dos comarcas distintas, son conscientes que la colaboración puede permitirles superar mejor las limitaciones que impone una escala reducida en un contexto turístico cada vez más globalizado, donde la competencia no se establece entre vecinos sino entre destinos.

El proyecto “Camins de la Mediterrània”

Durante los últimos años los técnicos de los patronatos de turismo del área constataron un creciente interés en realizar excursiones y paseos por los alrededores por parte de los visitantes -especialmente extranjeros- que con relativa frecuencia acudían a las oficinas de turismo buscado información⁵. Este fenómeno pudo tomarse como indicador de que parte de los turistas que acuden a esta zona muestran rasgos de las nuevas motivaciones que caracterizan la evolución del mercado europeo. Concretamente el interés por

la práctica de actividades que supongan un contacto con la naturaleza y que incorporen contenidos culturales que permitan enriquecer la lec-

tura del paisaje percibido. Son estas nuevas motivaciones las que justifican el esfuerzo, en este caso de los responsables públicos, por insertar nuevos elementos añadidos a la fórmula genérica del sol y playa, con idea de ir más allá de las ofertas rutinarias.

A partir de la constatación que el Sendero de Gran Recorrido GR 92 “Mediterrani” -que recorre todo el litoral catalán y atraviesa los tres municipios- constituía una infraestructura muy adecuada para divulgar paseos y excursiones por la costa, los respectivos técnicos municipales consideraron la posibilidad de editar algún tipo de folleto en diversas lenguas con su descripción⁶. A partir de un primer contacto con el Grup d’Estudis Turístics de la URV se elaboró la propuesta de un proyecto con nuevas y más amplias perspectivas. En todo caso, el material a publicar debería constituir un instrumento que ayudase a los t

uristas motivados por la cultura a interpretar el territorio y el patrimonio que deseaban conocer y comprender.

Objetivos

El objetivo que originó el proyecto y que perseguían los técnicos y responsables de turismo municipales era el de disponer de material gráfico con el que responder a las peticiones de los visitantes en relación a la realización de paseos y excursiones. Material que deseaban distribuir directamente desde los puntos de información turística situados en el área. Implícito en este objetivo se encuentra el de adaptación a las tendencias de los consumidores y el de mejora y diversificación la oferta recreativa de los tres municipios implicados. Ambos fueron explicitándose a lo largo de las reuniones mantenidas por el GET con los representantes municipales.

Asimismo se hizo hincapié en mostrar que la protección de recursos naturales y culturales constituye uno de los fundamentos de la competitividad turística en destinos de litorales y que, por lo tanto, conservar el patrimonio natural y cultural permite mejorar la posición competitiva como destino. En este sentido, se consideró importante insistir en que la promoción de paseos y excursiones tiene el valor estratégico de tratarse de usos turísticos fácilmente compatibles con la preservación de los recursos naturales, históricos y culturales del territorio. También se señaló

que, situados en un contexto litoral marcado por una utilización intensiva del frente litoral y a pocos kilómetros de una área turística de la envergadura de Salou, el proyecto podría contribuir a diferenciar la imagen de este sector de la Costa Daurada en función de sus recursos naturales, paisajísticos y culturales.

Desarrollo del proyecto

El desarrollo del proyecto por parte del GET comportó diversas fases entre las que sumariamente pueden señalarse las siguientes:

Diseño conceptual

1) Se determinaron las características de los futuros itinerarios en función del público potencial al que se querían destinar (motivaciones, nivel de esfuerzo, dificultad, intereses concretos, etc.).

2) Se identificaron los recursos patrimoniales que podían contribuir a una efectiva valoración de los itinerarios como elementos de atracción turística y se recogió información y documentación sobre ellos.

Delimitación territorial

3) Se elaboró una propuesta inicial de itinerarios en función de los recursos asociados, de los equipamientos turísticos y de los senderos balizados ya existentes.

Actuación priorizada sobre el terreno

4) Se decidieron las actuaciones de recuperación más urgentes, se localizaron los problemas más graves y se identificaron los lugares idóneos donde instalar equipamientos complementarios que permitan reconocer el patrimonio, reforzar el valor de los recursos y mejorar la calidad de la experiencia turística (paneles de interpretación, limitaciones para el tránsito de vehículos a motor, etc.).

5) Se abordó la concreción y una pequeña reestructuración del trazado de los senderos balizados existentes en la zona (GR y PR) en coordinación con Senders de Catalunya⁷.

Estrategias de interpretación, tematización y proceso de comunicación

6) La elaboración de textos a partir de los elementos patrimoniales más sugestivos implicó su valorización simbólica y la determinación del contenido temático de cada una de las propuestas y del conjunto del producto.

7) Se establecieron criterios de calidad del material a editar poniendo especial énfasis en: la capacidad comunicativa del material fotográfico (elemento fundamental en la creación de una imagen sugestiva), la claridad y precisión de la informativa cartográfica y la coherencia y capacidad de seducción del producto en su conjunto. En todo momento se entendió que la finalidad de la comunicación debía ser la de contextualizar a través de la interpretación (Anton Clavé, 1996).

Finalmente se elaboró un *Informe Técnico* estructurado en dos grandes apartados. Por un lado se concretaron los requerimientos que el proyecto demandaba en cuanto a gestión y coordinación a cada uno los agentes implicados⁸ insistiendo en la necesidad de establecer relaciones de confianza entre todos ellos. Por otro lado se señalaron las actuaciones que se consideraba preciso realizar sobre los recursos con la finalidad de facilitar su conservación y propiciar su presentación pública. Las actuaciones se detallaron por itinerario y se valoró su grado de necesidad (prioritaria, necesaria, recomendada) especificando el organismo, entidad o empresa que podría llevarlas a cabo.

En la primer apartado se insistía en aspectos como la necesidad de estudio y protección de los antiguos caminos que conforman el viario tradicional destacando su valor patrimonial como elemento estructurador de los paisajes y los territorios y, a su vez, como recurso básico del proyecto. En este sentido se remarcó la urgencia de impulsar la realización de inventarios dado que son estos documentos los que definen un patrimonio y constituyen el primer paso para una posterior protección: solo “existe” lo que se encuentra inventariado y es este conocimiento el permite actuar. Es preciso que la comunidad conozca y haga suyo un determinado objeto para que dedique los recursos que conduzcan a su protección y mantenimiento (Llop, 1996).

Relacionado con este aspecto, el informe destaca la importancia de favorecer la comunicación con los voluntarios y colectivos más vinculados al estudio y recuperación del patrimonio local. Ellos constituyen un valioso activo en el proceso de patrimonialización de elementos como los antiguos caminos, al dotarles de un nuevo significado relacionándolos con el pasado, el presente y el futuro de la comunidad donde se ubican. Además, pueden contribuir de forma decidi-

da al conocimiento y mantenimiento de un patrimonio siempre falto de recursos económicos, si se reconoce su trabajo y se aprovechan las sinergias que están produciéndose en este ámbito.

Paralelamente se destaca el papel que deberían jugar las oficinas de turismo, las cuales representan el eslabón que une directamente la administración turística y el visitante. Las oficinas constituyen un lugar óptimo donde facilitar información actualizada de los itinerarios, servicios y documentación complementaria, donde obtener la información que permita valorar los resultados, etc. Todo ello implica un mínimo nivel de formación del personal que atiende al visitante que, lamentablemente, todavía no es habitual.

En resumen, el Informe Técnico ha pretendido promover que la gestión turística que se realice a escala local empiece a superar la fase promocional y tienda a la gestión de visitantes, la definición de productos y la integración del turismo en un entorno territorial habitable y multifuncional (Anton Clavé, 1996). A pesar de que el documento contiene orientaciones estratégicas que pueden contribuir al proceso de reorientación de la oferta turística del área en cuestión, es evidente que sería necesario continuar trabajando en esta dirección. Entre otras cosas, es preciso abordar con más detalle la gestión del patrimonio como recurso, sus requerimientos de inversión, así como promover la elaboración de nuevos productos a partir de una correcta segmentación, capaces de captar nuevas demandas y ser comercializados a través de circuitos especializados.

Conclusión

El proyecto pretende evidenciar que una simple edición de opúsculos precisa de objetivos, reflexión, investigación, criterios de calidad, etc., si se pretende obtener el máximo rendimiento como instrumentos al servicio de estrategias más amplias. Por otro lado, la utilización del patrimonio como recurso turístico conlleva acciones que afectan al territorio y a la población local. Ello implica la necesidad de elaborar estrategias específicas de gestión patrimonial, con conocimiento del mercado del turismo cultural, y contando con la población local.

Notas:

¹ Esta comunicación se inscribe en el marco del proyecto de investigación PS 95-0155 financiado por la D.G.I.C.Y.T. y en el contrato de colaboración firmado por los patronatos de turismo de l'Hospitalet de l'Infant, l'Ametlla de Mar y l'Ampolla, y la Universitat Rovira i Virgili.

² Según la *European Ramblers Association*, solo en el territorio de la Unión Europea se calcula que hay cerca de 25 millones de practicantes de senderismo y, en conjunto, más de 100.000 km de senderos señalizados para facilitar esta actividad.

³ Operadores como el inglés *Inntravel* o el holandés *SNP Naturreizen* -el cual factura alrededor de 10 millones de ECUs anualmente-, son ejemplos de empresas especializadas en la comercialización de productos de senderismo (López Monné, 1996).

⁴ Con tan solo 400 m este paso de montaña constituyó un importante obstáculo en las comunicaciones del eje mediterráneo Barcelona-Tarragona-Valencia hasta hace poco más de un siglo, debido al despoblamiento y lo inhóspito de estos parajes.

⁵ Las demandas han sido especialmente numerosas en el caso de l'Hospitalet de l'Infant en relación con las montañas de Vandellòs, muy cercanas y visibles desde la población.

⁶ Todavía no se había publicado la guía oficial del GR 92 y, en todo caso, esta será con toda probabilidad monolingüe.

⁷ Senders de Catalunya es la asociación -vinculada a la Federació d'Entitats Excursionistes de Catalunya- que coordina y regula la red de senderos catalana. La utilización, en la medida de lo posible, de senderos de Gran y de Pequeño Recorrido como infraestructura básica supone un notable ahorro económico, la ventaja de usar un marcaje simple, estandarizado y conocido internacionalmente, y evitar el impacto que supondría una nueva señalización.

⁸ Ayuntamientos y otras administraciones públicas, responsables y técnicos municipales de turismo, oficinas de turismo, empresarios y trabajadores del sector turístico, asociaciones implicadas en la conservación y uso del patrimonio afectado, colectivos y población en general.

BIBLIOGRAFÍA

- Anton Clavé, S (1996): “La gestión municipal del patrimonio cultural y monumental”, *La administración turística del municipio en España: complejidad y diversidad*. III Congreso de la Asociación Española de Expertos en Turismo. Gijón.
- Anton Clavé, S. (1997): *Diferenciació i reestructuració de l'espai turístic. Processos i tendències al litoral de Tarragona*. Tarragona: El Mèdol.
- Anton Clavé, S. (1998a): “La tematización de la oferta recreativa: consideraciones sobre parques temáticos y sobre tematización del patrimonio”, *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 28.
- Anton Clavé, S. (1998b): “Rutas e itinerarios culturales. Prioridades y desafíos”, *Rutas e itinerarios culturales*. Salón Internacional de Turismo en Cataluña. Jornada Técnica. Barcelona, abril 1998 .
- Capel, H. (1996): “La rehabilitación y el uso del patrimonio histórico industrial”, *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 29: 19-50.
- European Omnibus Survey (1986): *Les Européens et les vacances*. Service du Tourisme de la Direction Générale des Transports de la CEE
- Kochner, F. i Dufrien, J.-B. (1993): *La randonnée pédestre en France*. Sarl: Agence Française de l'Ingénierie Turistique & Direction de l'Espace Rural et de la Torêt, Editions Thétys, 103p.
- Llop, F. (1996): “Los inventarios, herramienta de creación del patrimonio etnológico”, *Catalogación del patrimonio histórico*. Sevilla: Junta de Andalucía, Consejería de Cultura, Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico, 49-57.
- López Monné, R. (1996): *Camins i senderisme. Activitats recreatives i turístiques en espais rurals i naturals*. Tesis de licenciatura. Universitat Rovira i Virgili. Tarragona (inèdita).
- López Monné, R. (1998a): “Evolució i canvi de model del senderisme a Catalunya: de l'associacionisme a l'activitat turística”, *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, (pendent de publicació).

Vera, J.F.; López Palomeque, F.; Marchena, M. y Anton, S. (1997): *Análisis territorial del turismo*. Barcelona: Ariel.

Fernández-Baca, R. (1996): “Reflexión de la catalogación en el marco de los bienes culturales”, *Catalogación del patrimonio histórico*. Sevilla: Junta de Andalucía, Consejería de Cultura, Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico, 10-15.

Aparte de la creación de productos como itinerarios o visitas histórico-culturales, es preciso tener en cuenta iniciativas muy comunes en regiones turísticas francesas y anglosajonas consistentes en la ejecución de proyectos que buscan la recreación de acontecimientos, periodos históricos o representación de formas de vida tradicionales con características de espectáculo, entre las cuales el parque ecológico-histórico francés de *Puy du Fu* constituye un interesante paradigma.

Escala

Citando a Riviére, Fernández-Baca (1996: 13) defiende una concepción amplia del patrimonio histórico como “aquellos bienes materiales e inmateriales, sobre los que como en un espejo, la población se contempla para reconocerse, donde busca explicación del territorio, donde está enraizada y en el que se sucedieron los pueblos que le precedieron. Un espejo que la gente ofrece a sus huéspedes para hacerse entender, en el respeto de su trabajo, de sus formas de comportamiento y de su intimidad”.

Patrimonio es aquello que significa más de lo que es, porque se relaciona con el pasado, el presente o el futuro de la comunidad que lo sustenta (Llop, 1996: 50)

protecció del paisatge rural

La producción de suelo recreativo, turístico y especialmente residencial iniciada a partir de finales de la década de los cincuenta tuvo su mayor intensidad al norte del área en cuestión.

En este sentido, tematizar significa interpretar y comunicar la evidencia.