



escuela
universitaria
de turismo

CARTAGENA



PATRIMONIO GASTRONÓMICO Y MUSEOS

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE
CARTAGENA

ESCUELA UNIVERSITARIA DE TURISMO
CARTAGENA

TRABAJO DE FIN DE GRADO

AUTORA :ALEJANDRA SAURA RÓDENAS
TUTORA: BEGOÑA SOLER HUERTAS

13/07/2015



AGRADECIMIENTOS

Me gustaría aprovechar esta oportunidad para dar las gracias a todas las personas que, en mayor o menor medida, han puesto su granito de arena en la elaboración de este proyecto. Sin ellos no hubiese sido posible difundir mis ideas y sentimientos en este trabajo.

En primer lugar quería expresar mi agradecimiento a la directora de este proyecto, Doña Begoña Soler Huertas, por la confianza depositada en mí, por su apoyo y su ayuda durante el proceso del trabajo. Gracias por brindarme la oportunidad de realizar este trabajo, por la cantidad de conocimientos que he adquirido y por las oportunidades que ello me plantea.

También quiero transmitir mi agradecimiento a mis compañeras, Isabel, M.^a Carmen, Mariana y Beatriz, por su ánimo, su energía y sobre todo por estar siempre ahí. Han sido cuatro años cargados de experiencias nuevas y positivas para todos.

A mis padres, gracias por todo lo bueno que hay en mi vida. Gracias por creer siempre en mí y darme esos pequeños empujones para realizar todos mis sueños. Por la educación recibida, la cual es responsable de todo lo bueno que pueda haber en mí y por ser un ejemplo difícil de igualar.

Por último, gracias Daniel. Aunque un simple “gracias” no es suficiente. Ya sabes que no existe una palabra en cualquier diccionario capaz de expresar lo que siento. Tu apoyo, tu paciencia, todo aquello que cada día me das sin pedir nada a cambio es suficiente para seguir luchando por cualquier cosa que tenga un mínimo valor en la vida. Mil gracias por simplemente estar a mi lado. Te quiero.

A todos,
Gracias.



INDICE

1.	INTRODUCCION A LA INVESTIGACION	5
2.	MARCO DEL TRABAJO	6
3.	JUSTIFICACION.....	7
4.	FINALIDAD Y OBJETIVOS DEL TRABAJO	7
5.	RELACION PATRIMONIO, TURISMO Y GASTRONOMIA PATRIMONIO	8
6.	TURISMO.....	10
7.	GASTRONOMIA: PATRIMONIO INMATERIAL	13
8.	TURISMO GASTRONOMICO: DEL PATRIMONIO A LA EXPERIENCIA	16
9.	VENTAJAS E INCONVENIENTES DEL TURISMO GASTRONOMICO	19
10.	HISTORIA DE CARTAGENA: HISTORIA Y GASTRONOMIA	19
10.1.	FENICIOS	20
10.2.	CARTAGINESES	22
10.3.	ROMANOS	23
10.3.1.	GARUM Y SALAZONES.....	25
10.4.	BIZANTINOS	26
10.5.	MUSULMANES	27
10.6.	LA INCORPORACION DE LA CORONA DE CASTILLA	27
10.8.	SIGLO XIX	30
10.9.	SIGLO XX	34
11.	METODOLOGIA- RUTA GASTRONOMICA	35
11.1.	MUSEO - ARQUA.....	37
11.2.	CENTRO DE INTERPRETACION MURALLA PUNICA- CIMP.....	38
11.3.	MUSEO ARQUEOLOGICO	38
11.4.	MUSEO- TEATRO ROMANO.....	39
11.5.	MUSEO CASTILLO DE LA CONCEPCION	40
11.6.	MUSEO REGIONAL DE ARTE MODERNO- MURAM.....	41
11.7.	MUSEO NAVAL	41
11.8.	MUSEO HISTORICO MILITAR.....	42
11.9.	MUSEO REFUGIOS DE LA GUERRA CIVIL.....	43
12.	PLAN DE COMUNICACIÓN Y ACCIONES DE PROMOCION	46
	ACCIONES DE PROMOCION.....	46
14	.DISCUSION	47
	BIBLIOGRAFÍA.....	58



INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Eventos gastronómicos de Cartagena.	6
Tabla 2 Eventos en Cartagena.	6
Tabla 3: Patrimonio alimentario.	13
Tabla 4. Factores que influyen en los hábitos alimentarios	14
Tabla 5. Definiciones de turismo gastronómico.	17
Tabla 6. Comparativa turismo gastronómico con Italia y Francia.	17
Tabla 7. Tipos de turistas gastronómicos según Bernier 2003	18
Tabla 8. Ventajas y Desventajas del turismo gastronómico.	19
Tabla 9. Museos Cartagena.	20
Tabla 10 Centros de Interpretación Cartagena.	20
Tabla 11. Proyecto ruta gastronómica.	37
Tabla 12. Actividades del proyecto.	44
Tabla 13. Formas de disfrutar de la gastronomía.	49
Tabla 14. Segmento motivacional.	51
Tabla 15. Tipos de viajeros.	51
Tabla 16. Segmento experiencial.	51
Tabla 17. Tipos de turistas.	52
Tabla 18: segmentos turísticos según motivación y experiencias	52
Tabla 19. El perfil del turista que visita la Región de Murcia.	54
Tabla 20. Principales motivos de viaje.	55
Tabla 21. Valoración de la oferta turística.	55
Tabla 22. Actividades que realizan.	55
Tabla 23. Principales atractivos de la Región de Murcia.	55
Tabla 24. Distribución del gasto.	56



INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Esquema patrimonio	9
Ilustración 2. Evolución concepto de patrimoniO.....	10
Ilustración 3. De la sociedad de la información a la sociedad del sueño.	12
Ilustración 4. Sinergia entre la gastronomía y el turismo.	12
Ilustración 5. Turismo experiencial.....	13
Ilustración 6. La experiencia gastronómica.	16
Ilustración 7. Fenicios.	21
Ilustración 8. Almadraba Azohía	21
Ilustración 9. Muralla Púnica.	22
Ilustración 10. Puerto de Cartago Nova.	23
Ilustración 11. Torraos	24
Ilustración 12. Garum.....	26
Ilustración 13. Muralla Bizantina.	26
Ilustración 14. Torre Linterna.	27
Ilustración 15. Chateaubriand	30
Ilustración 16. Estofado con macarrones	31
Ilustración 17. Caldero Cartagena.....	33
Ilustración 18. Rollos de San Antón	35
Ilustración 19. Conjunto interpretativo.	36
Ilustración 20. Olivas partías.....	38
Ilustración 21. Oculus Rift	38
Ilustración 22. Realidad aumentada.....	39
Ilustración 23. Michirones	42
Ilustración 24. Mapa turismo gastronómico de Cartagena.....	45



RESUMEN

El turismo cultural junto con el gastronómico, están adquiriendo cada vez más relevancia en el sector turístico. Hoy en día asistimos a un entorno cambiante y más dinámico, donde el interés por la cultura se ha generalizado. La gastronomía juega un papel fundamental gracias a su poder de compatibilidad con otros tipos de turismo, mejorando la experiencia a través de los sentidos. Además, la evolución en la tecnológica permite reconstruir y crear nuevas alternativas para conocer nuestro entorno de una manera más completa y viva.

Cartagena posee un rico legado histórico y artístico que se está dejando ver gracias a la rehabilitación de parte de su patrimonio conservado durante años bajo unos cimientos posteriores. Actualmente se posiciona como un destino turístico importante que atrae a miles de visitantes cada año. El tesoro histórico que posee esta ciudad se encuentra recogido en los museos, todos ellos encaminados a sacar a la luz la milenaria historia que desarrolló esta ciudad en sus incontables invasiones por pueblos de tan diferentes culturas y cuya labor es la de su conservación y preservación para generaciones posteriores.

Palabras clave: turismo gastronómico, museos, gastronomía, patrimonio.

ABSTRACT

Cultural tourism along with the gastronomic tourism, are increasing in the tourism sector. Today we are witnessing a changing and dynamic environment, where interest in culture is widespread. Gastronomy plays a key role because of its power to support other types of tourism, improving the experience through the senses. In addition, developments in technology can rebuild and create new ways to make our environment a more comprehensive and lively way.

Cartagena has a rich historical and artistic legacy that is revealing through the rehabilitation of part of its assets kept for years under a subsequent foundations. It is currently positioned as a major tourist destination that attracts thousands of visitors each year. The historical treasure that has this city is collected in museums, all aimed at bringing to light the ancient history that developed this city in countless invasions by people of very different cultures and whose work is their conservation and preservation for later generations.

Key words: gastronomy tourism, museum, gastronomy, heritage



1. INTRODUCCION A LA INVESTIGACION

Hablar sobre el patrimonio gastronómico de un lugar, es hablar sobre su esencia, usos y costumbres que surgen alrededor de una comunidad. Podemos pues, hablar de un patrimonio vivo, lleno de características de identidad que hacen posible que ese lugar tenga algo especial frente a otros. Estas características tanto geográficas como socioeconómicas que se irán analizando a lo largo del trabajo, han permitido que la ciudad de Cartagena, haya conservado un rico legado no solo a nivel histórico cultural, sino al patrimonio intangible formado por el conjunto de la comunidad.

Gracias a la evolución del turismo, el turista ya no solicita el turismo de sol y playa, si no que comienzan a surgir pequeños grupos, que demandan conocer la identidad de los lugares que visitan. En respuesta a este, surge uno de los turismos emergentes en la actualidad como es el turismo gastronómico, el cual aún no está totalmente investigado. El turista actual ya no solo quiere conocer, si no que quiere vivir experiencias, es decir, sumergirse en el entorno que le rodea, identificándose con las personas y vivencias del lugar que visita.

La gastronomía en su conjunto abarca una serie de conceptos, no solo por ser materia prima de nuestro entorno o nuestra tierra, si no por el legado preservado de generación en generación, gracias a los usos y costumbres que heredamos. La gastronomía ha sido considerada por mucho tiempo un elemento complementario del viajero. Sin embargo, en los últimos años se han desarrollado flujos de turistas especializados cuyo principal motivo para viajar se centra en atractivos relacionados con la gastronomía (Montecinos, 2014).

El incremento de interés por los turistas en la actualidad sobre la gastronomía, ha generado que muchas ciudades de España y del mundo, se hayan involucrado en desarrollar e investigar este conjunto de motivaciones, que han dado lugar al turismo gastronómico. Por ello, se realizará una breve evolución de conceptos entorno al patrimonio gastronómico, se analizará el patrimonio gastronómico que integra la ciudad de Cartagena, su evolución y legados, el diseño de una ruta gastronómica en torno a los museos que componen la ciudad como medios de transmisión de nuestra cultura finalizando con su promoción y comercialización.

2. MARCO DEL TRABAJO

La ciudad de Cartagena ha puesto en marcha este último año 2015 una serie de actividades gastronómicas que han permitido un acercamiento a esta nueva modalidad de turismo, concretamente se han elaborado unas rutas gastronómicas en torno a productos que tienen su origen en este territorio. Así como la propuesta de convertir Cartagena en ciudad gastronómica 2014. Entre las que destacan:

EVENTO GASTRONÓMICO	FECHA
II ruta de cuchara , asiático y mini gin tonic	30/01/15-8/02/15
VIII ruta de la tapa y IV ruta del asiático	27/02/15-22/03/2015
V ruta de la Tapa internacional de los Urrutias: la Rutapa	27/03/15-5/04/15
6º Ruta de la Tapa y del postre de los Belones	24/04/15-10/05/15
IV Feria Cartagena Sabor	27/05/15- 31/05/15
Estrella Levante: Ruta de la Tapa por el Mar Menor	13/06/15-20/06/2015

Tabla 1 Eventos gastronómicos de Cartagena. Elaboración propia

Noche de los museos	16/05/15
Festival de Folclore en la Palma	06/06/15-11/06/15
Fiestas de Cartagineses y romanos	18/09/15- 27/08/15

Tabla 2 Eventos en Cartagena. Elaboración propia

El turismo gastronómico es un patrimonio que siempre se ha conservado pero actualmente y de muy reciente aparición se está amoldando a los nuevos turismos emergentes. Tras el Congreso Internacional “Local Food and Tourism”, celebrado en Chipre 2000 y patrocinado por la Organización Mundial del Turismo (OMT). Diversos autores, comienzan a dar respuesta a esta necesidad, entre los que destacan, Hjalager y Richards 2002; Boniface 2003; Long 2003, Cohen y Aveli 2004 y Hall *et al.* 2003, así como publicaciones en España y Portugal realizadas por Feo Parrondo 2005 (Asturias); Pereiro y Prado Conde 2005 (Galicia); Clemente Ricolfe *et al.* 2008 (Valencia); Leal Londoño 2011 (Cataluña) y Oliveira 2001 (Portugal) o López- Guzmán & Margarida, 2011.

Otros organismos, como Turespaña, con su Plan de Marketing Turístico 2015, o la Consejería de Turismo de la Región de Murcia y Cartagena Puerto de Culturas, tras sus diversos estudios acerca del perfil del turista, así como la evolución de sus motivaciones y experiencias, han ayudado a las comunidades a realizar sus planes turísticos regionales, con el fin de segmentar y promocionar sus recursos turísticos.



3. JUSTIFICACION

Los destinos turísticos se están viendo afectados por los cambios en los gustos de los turistas y por la alta competitividad en el mercado, debido a las innovaciones que se desarrollan en torno al turismo, esto ha llevado a la necesidad de diversificar la oferta en los destinos turísticos. El turismo es un sector cambiante, por lo que debe ir evolucionando continuamente con la sociedad, siendo uno de los problemas que dificultan su estudio debido a la heterogeneidad de sus productos y servicios. A raíz de este, surge como alternativa innovadora la experiencia de disfrutar de la gastronomía de los lugares, así como la interacción de los turistas sobre los destinos que visitan.

La ciudad de Cartagena posee una gran variedad de productos culinarios que han sido transmitidos de generación en generación, gracias a las diferentes culturas que asentaron la ciudad, así como sus técnicas y utensilios de elaboración, pero hasta el momento no se encuentran suficientemente promocionadas. Actualmente la gastronomía de la ciudad puede ser considerada como elemento fundamental para el desarrollo y promoción de la cultura de la ciudad, mediante la cual se pueden conocer sus raíces, costumbres y tradiciones, siendo los museos grandes portadores de este legado.

De esta forma se pretende demostrar a raíz de este trabajo, mediante la creación de un evento gastronómico, que este tipo de turismo puede convertirse en un atractivo turístico primario de la ciudad, considerándose hoy en día como “el nuevo turismo sensorial y experimental”, que permite hacernos partícipes de la cultura de la ciudad, a través de los sentidos, mejorando nuestro recuerdo y experiencia.

4. FINALIDAD Y OBJETIVOS DEL TRABAJO

El presente trabajo, tiene como finalidad, la recuperación del patrimonio gastronómico que se ha transmitido de generación en generación, para que tanto turistas como cartageneros puedan descubrir el mundo de experiencias que giran en torno a la gastronomía.

OBJETIVO PRINCIPAL

Recuperar y dar a conocer la gastronomía de Cartagena como patrimonio cultural inmaterial, con el fin de reconocerla como imagen de la ciudad a través de la realización de un evento gastronómico desarrollado por los principales museos que componen la ciudad como medio de transmisión de nuestra cultura.



OBJETIVOS ESPECIFICOS

1. Aportar nuevos valores a los recursos de Cartagena convirtiéndolos en atractivos turísticos.
2. Identificar la gastronomía típica de las culturas que conforman Cartagena
3. Determinar el concepto de turismo gastronómico
4. Analizar factores internos y externos del turismo gastronómico
5. Analizar el papel que desempeña la gastronomía como parte importante del patrimonio cultural tangible e intangible en el sistema turístico
6. Definir la gastronomía como elemento clave en el desarrollo de la ciudad de Cartagena
7. Conocer la situación y la importancia que actualmente tiene la gastronomía en el destino Cartagena.
8. Plantear diferentes propuestas para mejorar la experiencia del turismo gastronómico en Cartagena

A lo largo de los años, el fenómeno del turismo, ha propiciado que se llevaran a cabo labores de conservación de nuestro patrimonio. El interés generalizado por la cultura, ha llevado a muchos territorios a la necesidad de renovarse, a promocionarse y sobre todo a valorar los recursos tanto naturales como aquellos legados que han dejado huella a lo largo de nuestra historia. Para ello se han ido estableciendo una serie de medidas de protección con el objetivo de preservar nuestro patrimonio.

5. RELACION PATRIMONIO, TURISMO Y GASTRONOMIA PATRIMONIO

El concepto de patrimonio ha ido evolucionado desde los años 60 y 70, convirtiéndose en la actualidad, en una herramienta de identificación de las comunidades y en un elemento imprescindible para su desarrollo, (Navajas, 2008) aunque hasta la primera mitad del siglo XX no comienza a materializarse el Patrimonio Histórico tutelado, pasando a los Estados la responsabilidad de que el recurso patrimonial no se pierda, señalando también, que antiguamente se rechazaban como patrimonio cultural aquellas obras humanas cuya edad no sobrepasara el centenar de años (Millán, 2001). Actualmente el patrimonio está recogido de la siguiente manera:

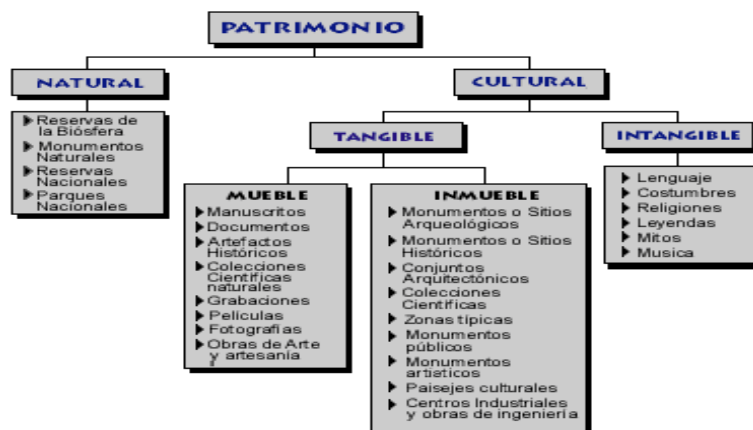


Ilustración 1. Esquema patrimonio

El término “bien cultural” fue empleado por primera vez en la Convención preparada por la Unesco¹ en 1972², tras las pérdidas ocasionadas

por la II G. Mundial. Dicha Convención señaló la importancia que tiene, para todos los pueblos, la conservación del patrimonio cultural, obligando a adoptar medidas de protección con carácter internacional (Millán, 2001). Además se abordó el término de “patrimonio cultural”, el cual depende de los valores que la sociedad atribuye a los bienes en cada momento de la historia, aportando a éste, el criterio de “valor cultural”. Por último se añadió el concepto de patrimonio cultural inmaterial. Dicho concepto ha ido evolucionando y ampliando sus criterios, pasando ya no solo de ser un bien histórico- artístico, sino que ya se habla de una cultura antropológica, definiéndose como:

“el conjunto de formas de cultura tradicional y popular o folclórica, es decir, las obras colectivas que emanan de una cultura y se basan en la tradición (...), se incluyen en ellas las tradiciones orales, las costumbres, las lenguas, la música, los bailes, los rituales, las fiestas, la medicina tradicional y la farmacopea, las artes culinarias y todas las habilidades especiales relacionadas con los aspectos materiales de la cultura, tales como las herramientas y el hábitat.” (UNESCO, 2003; cf. Espeitx, 2004).

Tras la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Inmaterial³ de la Unesco celebrada en París (2003), se establece el siguiente concepto de Patrimonio Inmaterial:

“usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas -junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes- que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural”

¹ **Unesco**: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura fue aprobada por la Conferencia de Londres de noviembre de 1945.

² **La Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial, Cultural y Natural** fue aprobada en 1972 por la UNESCO. El objetivo de la Convención era promover la identificación, la protección y la preservación del patrimonio mundial, cultural y natural considerado especialmente valioso para la humanidad.

³ **La Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Inmaterial por la Unesco**, París 2003.

El concepto de patrimonio gastronómico definido por la Unesco, está integrado bajo los criterios del patrimonio inmaterial etnológico, donde además señala, que se manifiesta particularmente en ámbitos como: tradiciones y expresiones orales, incluido el idioma, artes del espectáculo, usos sociales, rituales y actos festivos, conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo y técnicas artesanales tradicionales, por lo que es importante rescatar los hábitos y costumbres de nuestros antepasados, es decir, de nuestras raíces, para comprender el origen de nuestros hábitos (Correa dos Santos & Oliveira, 2004), ya que la cultura es una manifestación espontánea, adquirida y asumida como modo de vida por un individuo o grupo, y que gracias a la historia oral, es posible preservar conocimientos que se perderían (Moss, 1974; cf. Correa dos Santos *et al.*, 2004).

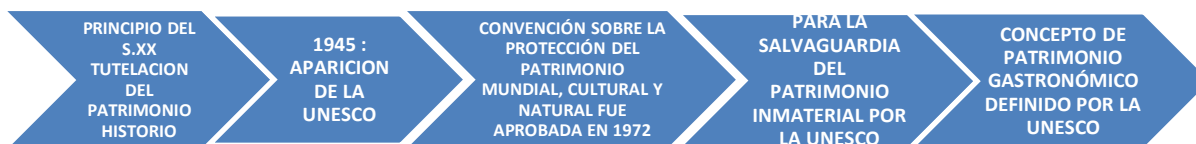


Ilustración 2. Evolución concepto de patrimonio. Elaboración propia

Gracias a sus características geográficas, Cartagena se encuentra en un entorno privilegiado y ha sido punto de mira de muchas civilizaciones. A lo largo de los años, se ha ido enriqueciendo ya no solo con el patrimonio artístico, sino también a nivel gastronómico. La ciudad ha sido testigo de múltiples tradiciones, y posee una gran variedad de productos tanto del mar como de la tierra, formando parte de la “cultura Mediterránea”, conocida como Dieta Mediterránea, la cual fue incluida en 2010 en el Listado Representativo del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad. Su protección resulta aún más importante debido a las pérdidas que sufre este legado cultural, ocasionadas por los nuevos hábitos importados de otras culturas (Ansón & Postigo, 2012).

6. TURISMO

Debido al incremento del fenómeno del turismo, el ICOMOS⁴ (1976), adoptó la “Carta del turismo cultural”, donde se establecieron medidas para interrelacionar la actividad turística con el patrimonio (Millán, 2001). Esta buena gestión puede reportar beneficios en un doble sentido:

⁴ **ICOMOS:** El Consejo Internacional de Monumentos y Sitios (ICOMOS) es un organismo "A" no gubernamental de la UNESCO que agrupa a personas e instituciones que trabajan en la conservación de monumentos, conjuntos y sitios de interés arqueológico, histórico o artístico. Su eficiencia e influencia dependen del dinamismo de sus miembros, quienes lo dirigen tanto a nivel nacional como internacional y tiene como objetivo promover los medios para salvaguardar y garantizar la conservación, realce y apreciación de los monumentos y sitios que constituyen una parte privilegiada del patrimonio de la humanidad.



1. capacidad de atraer turistas además de una oferta heterogénea y de calidad
2. posibilidad de recuperar riquezas y dotarlas de funcionalidad turística

Como señala Miralles (1999; *cf.* Millán, 2001), en la Declaración de la Haya⁵ adoptada por la Conferencia Interparlamentaria sobre turismo (1989), la OMT⁶, pone de manifiesto entre sus principios:

“La integridad del medio natural, cultural y humano es condición fundamental para el desarrollo del turismo. Además, una gestión racional del turismo puede contribuir, considerablemente a la protección y a la mejora del entorno físico y del patrimonio cultural, así como el aumento de la calidad de vida”.

En la actualidad, el Turismo Cultural supone una de las opciones más atractivas a la hora de realizar un viaje gracias a su oferta heterogénea. Además, este turismo engloba todo aquello relativo a modos de vida, ritos y costumbres, cubriendo una experiencia de viaje, cuya motivación principal es el contacto con los recursos que han sido puestos en valor (Millán, 2001).

“... el turista contemporáneo desea desplazarse a los destinos donde - además de visitar y contemplar- también pueda vivir, emocionarse y ser el personaje de su propio viaje. Él desea involucrarse en las experiencias físicas y/o mentales generando una demanda de productos específicos y más complejos capaces de propiciar dicha satisfacción” (Gimenes, Brea, & Gandara, 2012).

El turista ya no solo está interesado en descansar, sino satisfacer la pirámide emocional, hacia la búsqueda de la “personalización”, por lo que una de las estrategias más adecuadas, es conocer que es lo que busca el turista, que sensaciones aprecia y que inseguridades tiene (Bordas, 2003). Clavé (2004; *cf.* Leal Londoño, 2013), también señala que el turista moderno valora más lo que realiza durante el viaje que el propio lugar al que viaja. Por ello, la sociedad contemporánea manifiesta la transición de la sociedad de la información y del conocimiento hacia la denominada “sociedad de los sueños” (Bordas, 2003; Jensen 1999; *cf.* Gimenes, *et al.*, 2012).

⁵ **Declaración de la Haya:** primera Conferencia Parlamentaria sobre el Turismo, organizada junto con la Unión Interparlamentaria (UIP) en 1989.

⁶ **OMT:** Organización Mundial del Turismo (OMT), organismo intergubernamental dependiente de Naciones Unidas, cuyo propósito es promocionar y desarrollar el turismo.



Ilustración 3. De la sociedad de la información a la sociedad del sueño. Fuente: (Bordas, 2003)

e acuerdo con Ávila & Barrado (2005), una característica que diferencia al turista del s. XXI del consumidor de mediados del siglo XX, es su creciente capacidad de elección, gracias a la era de la información y conocimiento, la variedad de ofertas turísticas y de ocio, el aumento del tiempo libre y la mejora de las comunicaciones (Cuenca 2001; cf. Ávila *et al.*, 2005). En respuesta a este nuevo tipo de turismo, surge el enoturismo, turismo culinario y oleoturismo, donde el turista puede disfrutar de una experiencia sensorial (Cohen y Aveli, 2004; cf. López- Guzmán *et al.*, 2012), aunque uno de los inconvenientes de estos nuevos turismos, es la necesidad de innovación, provocado por la alta competitividad de los destinos (Richards, 2002; cf. López- Guzmán *et al.*, 2012).

De acuerdo con Tikkanen (2007; cf. López-Guzmán *et al.*, 2012), la gastronomía establece una sinergia con el turismo en 4 aspectos:



Atracción: para promocionar el lugar.

Componente del producto: diseño de rutas gastronómicas.

Experiencia: la existencia de lugares donde la gastronomía se convierte en un reclamo

Fenómeno cultural: la existencia de festivales gastronómicos.

Ilustración 4. Sinergia entre la gastronomía y el turismo. Elaboración propia. Fuente: (López- Guzmán, T.; Cañizares, S., 2012)

La relación entre alimentos e identidad ha sido usada también como elemento de promoción turística, al igual que la relación lugar- gastronomía donde incluyen esfuerzos promocionales basados en el distintivo de alimentos típicos (Richards, 2002; cf. Londoño, 2013). Algunos autores como Angeli & Gironella (cf. Unesco 1996) señalaban que “*el conocimiento de las cocinas locales, regionales o nacionales, es de gran interés para todo turista y es la parte integral del disfrute físico y espiritual de la experiencia turística*” (Bernard & Dominguez, 2001).

Ilustración 5. Turismo experiencial



Hay que destacar, que el éxito del posicionamiento de un destino en la mente y el corazón de los turistas, dependerá de integrar una serie de estímulos que desencadenen sentimientos y emociones favorables (Braidot, 2010; cf. Izaguirre, 2012), por lo tanto, cuantos más estímulos se activen, el recuerdo será mayor y en conclusión la experiencia turística también (Izaguirre, 2012).

7. GASTRONOMIA: PATRIMONIO INMATERIAL⁷

El concepto de “*patrimonio alimentario*” establecido por la Unesco ha sido incorporado a la definición de patrimonio cultural e inmaterial como “artes culinarias”, dentro del patrimonio etnológico (Espeitx, 2004). De acuerdo con Expeitx (2004; cf. Mogollón, Folgado, Campón, & Di Clemente, 2012) hay que diferenciar entre cultura alimentaria y patrimonio alimentario:

- **Cultura alimentaria:** “*el complejo entramado de prácticas y conocimientos, valores y creencias, técnicas y representaciones sobre que, cuando, como, con quien y porque se come lo que se come en una determinada sociedad*”.
- **Patrimonio alimentario:** “*una selección de parte de su cultura alimentaria, a la que se le atribuye carta de tradicionalidad*”.

Las características propias del patrimonio alimentario según J.M. Mogollón y otros (2012) son:

PATRIMONIO ALIMENTARIO	
SE CONSUME	Por lo que debe reproducirse constantemente.
SATISFACE UNA NECESIDAD	“la alimentación”, aunque en un viaje lo que se come debe contribuir al conocimiento del lugar.
PROPORCIONA PLACER A LOS SENTIDOS	Con más eficacia que otros bienes patrimoniales.
PLACER DE LA COMENSALIDAD	“compartir mesa en un entorno agradable” cobra más importancia en el contexto turístico.
SUS USOS ECONÓMICOS SON AMPLIOS	Y mueven una gran diversidad de intereses.

Tabla 3: Patrimonio alimentario. Fuente: Elaboración propia

⁷ **Gastronomía:** etimológicamente es el resultado de la combinación de dos vocablos griegos, “gastro”, que significa “estómago” y “nomos” que significa “ley”, es decir “ley del estómago” (Londoño, 2013). La palabra gastronomía, según (Petrini, 2007; cf. Leal Londoño, 2013), señala que solo a principios del siglo XIX, se empezó a definir progresivamente la gastronomía, y la aportación principal procedió de la cultura francesa y su promoción asociada al plato, ha sido desarrollada por instituciones francesas cuando Lyon fue proclamada como “capital mundial gastronómica” en 1925 (Csargo y Lemasson 2008; cf. Leal Londoño, 2013).

“Existen muchas maneras de conocer el alma de un pueblo y uno de los más fascinantes es la gastronomía” (Greg, 2012). Por su parte, S. Oliveira (2011), señala que “la comida es una parte importante de la cultura, ya que implica unión con el pasado, es legado de otras civilizaciones, forma parte de la identidad y refleja la vida de las personas.” y “quien viaja para aumentar su conocimiento sobre la gastronomía de un lugar, está viajando debido a una motivación gastronómica cultural.”

De acuerdo con Gouveia (1999; *cf.* Correa dos Santos *et al.*, 2004), los hábitos alimentarios de cada sociedad, están influidos por varios factores:

CULTURALES	La cultura es transmitida de generación en generación.
ECONOMICOS	El precio y la disponibilidad de los alimentos.
SOCIALES	La propia sociedad y los valores que la engloban.
PSICOLOGICOS	Capacidad de cambiar el comportamiento y el conocimiento en la selección de alimentos.
PREJUICIOS, CREENCIAS Y TABUES	Dependiendo de la cultura, pueden ser supersticiones, motivos religiosos, etc.

Tabla 4. Factores que influyen en los hábitos alimentarios Fuente: (Correa dos Santos & Oliveira, 2004). Elaboración propia

Actualmente la gastronomía está cobrando mayor importancia como atractivo, dinamizando un gran número de visitantes motivados por esta (Oliveira, 2011; *cf.* Mazón *et al.*, 2012) además de aportar un elemento diferenciador en los destinos (Montoya T, 2003; *cf.* Melgar, 2013). Asimismo, S. Correa dos Santos y otros (2004) afirman que la cultura gastronómica es uno de los viajes más placenteros, señalando además que es un importante vehículo de la cultura popular, reflejando la forma como viven los habitantes en una época determinada.

El conjunto de acciones que giran en torno a la ingesta del alimento, están registradas por la propia cultura y forman parte del modo de vivir de una comunidad, (Helman, 1994; *cf.* Correa dos Santos *et al.*, 2004), pudiendo utilizarse como elemento representativo de la cultura de la comunidad, degustando y percibiendo de manera interactiva y participativa (Mascarenhas & Gandara, 2010).

La estructura social se entiende a través del lenguaje de la alimentación, es decir, mediante el conjunto de significados y símbolos que giran en torno a ella (Menasche & Gomensoro, 2007; *cf.* Mascarenhas *et al.*, 2010), otros autores añaden que existe una identidad y variedad culinaria, provocando que cada zona tenga una



costumbre alimentaria y que un mismo plato, sea tan diferente en cada localidad (Di Clemente, Hernández, & López-Guzmán, 2014).

De acuerdo con otros autores como Hjalguer y Richards (2000; *cf.* Londoño, 2011), la gastronomía puede ser un producto turístico o un recurso turístico, según su revalorización. Clavé (2005; *cf.* Leal Londoño, 2011), define producto turístico como “*el conjunto de elementos que configuran la oferta turística sustancial de un destino*”, es decir, recursos puestos en valor y adaptados a usos turísticos. En este caso conseguiremos que la degustación de un plato, se convierta en una interacción entre el turista y la cultura local, promoviendo el interés por su origen y el motivo de la preservación del plato (Tramontin y Gonçalvez, 2010; *cf.* Di Clemente *et al.*, 2014). Esta cultura culinaria representa una fuente de identidad en la sociedad postmoderna, como defensa al fenómeno de la globalización y la macdonalización (Ritzer, 1995; *cf.* Di Clemente *et al.*, 2014).

De acuerdo con Fox (2007; *cf.* Di Clemente *et al.*, 2014), los recursos gastronómicos poseen las características suficientes para identificarse como patrimonios, representando un importante atractivo para los consumidores llamados “*foodis*”⁸ (Di Clemente *et al.*, 2014). Estos recursos gastronómicos, están formados por un producto tangible, sensorial, capaz de comunicar el patrimonio cultural inmaterial escondido detrás de los hábitos alimentarios (Vall, 2004; *cf.* Di Clemente *et al.*, 2014) además de poder ser ofrecidos durante todo el año (Londoño, 2011).

De acuerdo en la reflexión que aporta Shülter (2006; *cf.* Delgado, 2012):

[...] una sociedad trasmite a través de la gastronomía sus particulares características culturales manifestando así su identidad. La dimensión social y cultural determinó que se le haya incorporado al patrimonio cultural. El uso que hace el turismo del patrimonio hizo que la gastronomía haya adquirido cada vez mayor importancia para promover un destino y captar corrientes turísticas con rutas gastronómicas que han desarrollado nichos de turismo especializado [...]

Otros autores consideran que es importante realizar estrategias para enriquecer la experiencia de comer fuera, y que las experiencias atractivas e inolvidables se componen de cuatro esferas (Gimenes *et al.*, 2012):

⁸ **Foodis:** curiosos de las culturas gastronómicas locales, deseosos de conocer la identidad de una localidad a través de sus gustos y sabores (Fox 2007; *cf.* Clemente *et al.*, 2014).



Ilustración 6. La experiencia gastronómica. Fuente: (Gimenes, Brea, & Gandara, 2012). Elaboración propia

Entretenimiento: el turista absorbe pasivamente la experiencia mediante sus sentidos

Aprendizaje: el turista absorbe información que le rodea

Evasión: experimenta una inmersión activa en el medio en que se encuentra

Estética: inmersión contemplativa y pasiva

8. TURISMO GASTRONOMICO: DEL PATRIMONIO A LA EXPERIENCIA

El binomio “turismo gastronómico” tiene su origen en dos sectores, el turismo y la alimentación, los cuales poseen antecedentes semejantes que les han permitido conjuntamente, abrirse como modalidad turística (Londoño, 2013). Este tipo de turismo comenzó en Francia con el escritor Maurice Edmon Saillant Curnonsky⁹, conocido como “príncipe de los gastrónomos”, el cual fue uno de los precursores en la era moderna de este tipo de turismo. Actualmente sobresale España con la revolución de técnicas liderada por grandes cocineros como Ferrán Adrià, Joan Roca o Jean Marie Arzak, o en México, la cual ha sido reconocida como Patrimonio Inmaterial de la Humanidad por la Unesco (Montecinos, 2014).

Algunas de las definiciones que se abordan sobre el turismo gastronómico son:

SCHÜLTER (2006)	“el turismo gastronómico es una forma de hacer turismo en la que la gastronomía del país o región visitado es parte de la actividad preponderante durante su visita”.
LEAL LONDOÑO (2011)	“una manifestación de la cultura de un país”
ICTA (2011)¹⁰	“experiencias culinarias de todas clases “, siendo la autenticidad un factor vital para los turistas culinarios
HALL Y SHARPLES (2003)	Turismo de alimentos en el cual se plantea la interrelación entre alimento, producto turístico y experiencia turística.,

⁹ **CURNONSKY 1872-1956:** escritor, novelista, biógrafo y gastrónomo francés. Fue llamado “Príncipe de los gastrónomos” por un referéndum público en 1927. Llegó a ser tan importante y con tanto prestigio que cuando cumplió 80 años, 80 restaurantes de París, guardaban una mesa todas las noches “reservada a Maurice Edmon Saillant Curnonsky, príncipe electo de los gastrónomos, defensor de la cocina francesa e invitado de honor de este establecimiento”.

¹⁰ **ICTA:** Asociación internacional de turismo culinario

MONTANARI (2009)	“geografía del sabor”, es decir, una vinculación entre la gastronomía y el territorio
QUAN Y WANG (2004)	La gastronomía puede dar una experiencia única para el disfrute de los turistas, pudiendo mejorar su experiencia.
ESPEITX (2004)	Gastronomía local y artesana puede integrarse en rutas culturales, una de las formas integradoras de utilizar el patrimonio como recurso turístico y de desarrollo territorial.
RODEN (2003)	El TG está ligado a la cultura del lugar, y forma parte de la identidad y refleja la vida de las personas

Tabla 5. Definiciones de turismo gastronómico. Elaboración propia

Como resultado del creciente interés por la gastronomía, algunas regiones se han convertido en lugares de placer y ocio culinario (Hjlaguer 2002; cf. Londoño, 2013), aunque tres países son los que destacan: Francia, Italia y España. Un análisis realizado por LoveSeed (2009; cf. Londoño, 2013), para la revista Mintel sobre turismo gastronómico publica:

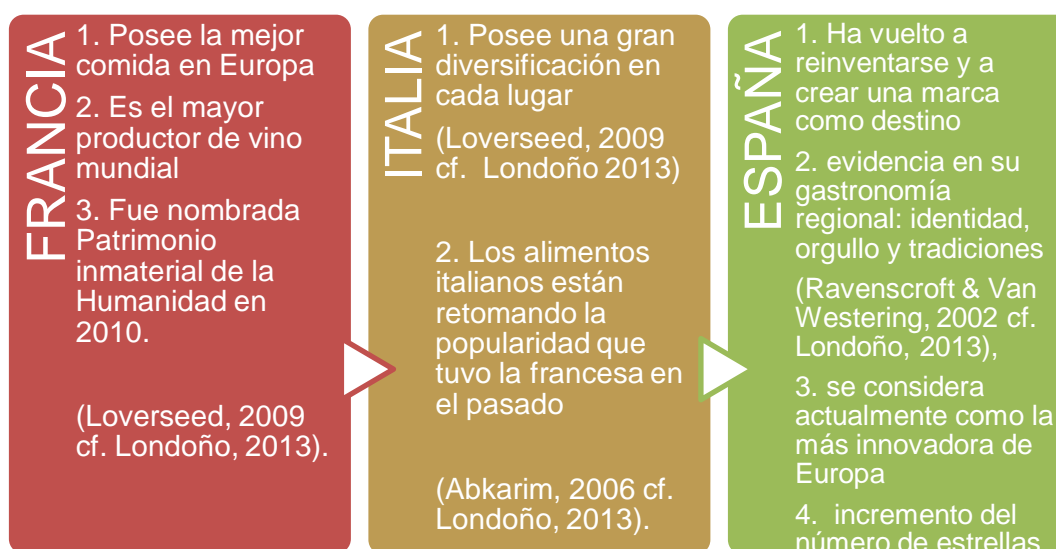


Tabla 6. Comparativa turismo gastronómico con Italia y Francia. Fuente: Revista Mintel cf. (Londoño, 2013)

Una característica que destaca Boniface (2003, cf. Leal Londoño, 2011), sobre el turismo gastronómico, es que “*el sujeto alimentos y bebidas, es una entidad localizada en el día a día, en lo cotidiano*”, que estimula los sentidos, y tiene un valor cultural (Bertela, 2011; cf. López-Guzmán & Cañizares, 2011), aunque existe aún una necesidad de innovación para aumentar el valor añadido y poder competir con otros destinos turísticos (Richards, 2002; cf. López-Guzmán & Cañizares, 2011). El turista comienza a ser activo y participativo y a tener interés por saber y aprender lo

tradicional (Machado y Hernández 2008; *cf.* Delgado, 2012). De acuerdo con Bernier (2003 *cf.* Delgado, 2012), existen dos tipos de turistas gastronómicos:

EL TURISTA PARA EL QUE LA GASTRONOMIA ES UNA MERA RUTINA

EL TURISTA PARA EL QUE LA GASTRONOMIA ES SU PRINCIPAL MOTIVO DE VIAJE O LE SUPONE UN VALOR RELEVANTE

Tabla 7. Tipos de turistas gastronómicos según Bernier 2003 . Elaboración propia. Fuente: (Delgado, 2012)

La gastronomía, proporciona placer y estimula nuestros sentidos (Magri, 2008), es decir, es una experiencia mixta y única de sensaciones olfativas, gustativas y táctiles percibidas durante la degustación (Paranagua, 2006; *cf.* Mascarenhas & Gandara, 2010). El turismo gastronómico no es una “moda pasajera”, sino una correcta evolución hacia otro tipo de turismo más rico y más elaborado. El cambio de los gustos de los turistas ha ido evolucionando conforme a los tiempos (Delgado, 2012).

Este nuevo tipo de turismo se caracteriza por la búsqueda de experiencias significativas en todos sus actos de consumo (Gimenes, Brea, & Gandara, 2012), y que actualmente se configura como uno de los recursos turísticos más importantes de los últimos años, gracias a la capacidad de satisfacción de la demanda de turismo cultural (Melgar, 2013), ya que permite una mayor participación evitando ser únicamente contemplativo (Melgar, 2013).

El turismo gastronómico, rara vez es agente motivador de un viaje. Generalmente se crean paquetes o rutas, que permiten integrar varios elementos en un producto con el fin de hacerlo más atractivo y aportarle mayor valor (Schlüter 2003: 29; *cf.* Mascarenhas & Gandara, 2010) ya que los turistas de hoy en día no solo buscan adquirir productos o servicios sino vivir experiencias agradables (Rieunier 2004; Bello & Kavadias 2011; Texeira *et al.* 2013). De acuerdo con C. Fandos y otros (2012), las motivaciones turísticas constituyen una clave importante para agregar valor para los turistas. Para estos autores, este tipo de turismo es un fenómeno local, de alcance universal, que se encuentra en desarrollo, aunque uno de los pasos a destacar ha sido la inclusión de la Dieta Mediterránea en la lista de la Unesco del patrimonio cultural de la humanidad en noviembre de 2010.

9. VENTAJAS E INCONVENIENTES DEL TURISMO GASTRONOMICO

El turismo gastronómico, de acuerdo con Delgado (2012) aporta beneficios, al mismo tiempo que reporta desventajas que complican su consolidación.

FORTALEZAS Y OPORTUNIDADES	DEBILIDADES Y AMENAZAS
Variedad en la gastronomía: diferenciación de destinos	Oferta poco elaborada: en pleno desarrollo
Poco masificado: turismo emergente y en desarrollo con muchas oportunidades de desarrollo	Poco valorada: segmento de turistas pequeño, no formando parte aun de un elemento principal motivador de un viaje
Desestacionalizador: se puede disfrutar durante todo el año	Poca variedad de alternativas en los servicios
Complementario con otras actividades turísticas. Ej. Turismo rural.	Aumento de la competencia: tanto a nivel nacional como internacional
Favorece el desarrollo local y conservación del patrimonio	Indefinición del concepto "turismo gastronómico"

Tabla 8. Ventajas y Desventajas del turismo gastronómico. Elaboración propia. Fuente: (Delgado, 2012)

10. HISTORIA DE CARTAGENA: HISTORIA Y GASTRONOMIA

La ciudad de Cartagena, situada al sureste peninsular de la Región de Murcia, ha sido cuna de civilizaciones atraídas por la abundancia de recursos, además de por su situación estratégica. La Historia de Cartagena es portadora de un legado histórico-artístico, pero posee una problemática arqueológica difícil de solventar, consecuencia de una ocupación urbana ininterrumpida durante siglos.

A lo largo de los años Cartagena ha ido evolucionando, convirtiéndose en una ciudad turística que atrae a multitud de visitantes. Este aumento turístico ha promovido la creación de proyectos de conservación del patrimonio, haciéndose visibles a través de los museos que componen la ciudad. Actualmente, gracias a las nuevas tecnologías, es posible la reconstrucción de aquello que solo podíamos imaginar. Por ello, la dinamización de los museos es un punto importante para el desarrollo turístico de un lugar como poder de atracción. Entre los museos y centros de interpretación que representan el patrimonio de Cartagena son:

MUSEOS	
Museo Nacional de Arqueología Subacuática. ARQUA	Museo Histórico Militar. Parque de Artillería
Museo Arqueológico Municipal Enrique Escudero de Castro	Museo Regional de Arte Moderno. MURAM y Palacio Aguirre
Museo del Teatro Romano	Museo de los Refugios de la Guerra Civil
Museo Naval/ sala Isaac Peral	Museo del Vidrio de Santa Lucia MUVI

Tabla 9. Museos Cartagena. Elaboración propia

CENTROS DE INTERPRETACION	
Centro de interpretación de la historia de Cartagena	Centro de Interpretación Muralla Púnica

Tabla 10 Centros de Interpretación Cartagena. Elaboración propia

Cada uno de estos museos, representa una parte de la Historia de Cartagena en una época distinta, pero ¿qué conocemos de ellos? Cada patrimonio material, está unido a un patrimonio inmaterial, que simboliza y da valor a la sociedad. El patrimonio gastronómico, es uno de nuestros legados inmateriales más representativos pero actualmente poco valorados o conocidos. En muchas ocasiones, conocemos lo que tenemos pero no sabemos transmitirlo o no conocemos como ha llegado hasta nosotros. Cartagena y su comarca posee su propia gastronomía, gracias a su bagaje histórico, pero cuando nos referimos a una gastronomía de Cartagena y a los productos que la componen, hacemos mención a los alimentos que produce el entorno geográfico más cercano, teniendo en cuenta que el transporte de alimentos perecederos era insuficiente (Pastor, 1995).

10.1. FENICIOS

Desde épocas remotas los pueblos Mediterráneos han sabido valorar la importancia de los recursos naturales que el mar les ha brindado, desarrollando una cultura y una forma de vida alrededor de esta. Una de las actividades más importantes es la pesca; una tradición que hoy en día se sigue conservando, debido al gran simbolismo e intenso valor histórico, social, económico y natural, que lo compone. (Consejería de Turismo, 2003).

Ilustración 7. Fenicios. Fuente: ARQUA

Cartagena fue asentada por un pueblo fenicio entre el 5000 y 4000 a.C. mucho antes de que los cartagineses llegaran a la Península. Este pueblo formó una poderosa comunidad en la zona costera, con el objetivo de explotar y comercializar la zona. Eran expertos navegantes, grandes conocedores de todo



lo relacionado con el mar y la pesca y excelentes comerciantes. Pero es a partir de la época púnica (siglo V a. de C.) cuando se tiene noticia de esta costa como lugar de comercio y de pesca, experimentando un importante desarrollo gracias a la introducción de las técnicas pesqueras heredadas de los fenicios (Digital, 2015).

El pescado es la base de toda la cocina del litoral, un saber tradicional aportado por marineros y pescadores que han actuado como sustento de una tradición gastronómica. Los antiguos mastienos que habitaban antes que los cartagineses en Cartagena, ya conocían las técnicas de conservación del pescado mediante su salado, ya que esta técnica se usaba desde la Edad de Bronce, pero es a partir de los fenicios cuando se propaga con el comercio, producción y consumo de salazones por el Mediterráneo. (Cartagena, 2015). De la antigua Grecia nos han quedado costumbres como: sazonar los guisos con multitud de condimentos, la forma de asar el pescado a la sal, o el arte de tratar la matanza del cerdo. En la Grecia clásica, el cerdo era un bocado de lujo y los embutidos gozaron de prestigio en el área mediterránea (Pastor, 1995).

Para la pesca del atún utilizaban su propia técnica, el cual se ha mantenido a lo largo de los años hasta nuestros días, conocido como “La Almadraba”¹¹. Según los indicios, esta técnica se mantuvo hasta época musulmana (García del Toro, 1978). Cartagena cuenta con una Almadraba en la Azohía, donde aún sobre vive esta técnica de captura (Consejería de Turismo, 2003). A partir de la pesca

Ilustración 8. Almadraba Azohía



¹¹ **Almadraba:** Esta técnica consiste en un sistema de redes ancladas al fondo y cercanas a la costa que se instalan entre febrero y junio, época en que los atunes entran en el Mediterráneo, tropiezan con la red colocada en paralelo a su trayectoria y son dirigidos a un copo donde quedan atrapados (Turismo, 2015).

del atún y de la abundancia de salinas en el litoral nace la industria de salazón de pescado y de elaboración del Garum¹², lo que permitió un desarrollo de la actividad de toda esta zona del Mediterráneo, fortalecida unos años más tarde gracias a la colonización romana, los cuales, construyeron numerosas factorías. Tras su asentamiento en el sur de la península, construyeron famosas factorías de salazones, donde conservaban sus capturas en grandes piletas cubiertas de sal y por la cual se pagaban cifras bastante elevadas.

10.2. CARTAGINESES

La fundación de Cartagena por Asdrúbal (227 a.C.) llegó a suponer la introducción por primera vez del verdadero concepto de ciudad. El espacio natural elegido, resultaba atractivo, debido a la cercanía de las explotaciones mineras. La ciudad se levantaba en una colina bien protegida por sus propias defensas naturales: el cinturón de colinas y las aguas del mar además del almarjal. Gracias a las fáciles comunicaciones con Cartago, características topográficas y su puerto natural, asumió desde un principio papel de base militar. A pesar del vacío arqueológico existente, el esquema desarrollado por la ciudad púnica, llegó a establecer las pautas básicas de la ordenación del espacio urbano (Molina, 2008).



Ilustración 9. Muralla Púnica. Fuente: (Cartagena F. T., 2013)

Uno de los símbolos más importantes de esta época, es la muralla púnica, que fue construida tras la fundación de Quart- Hadast (nombre de la Cartagena púnica) por Asdrúbal en el 229 a.C., asaltada por Escipión en el 209 a.C. y reutilizada por los romanos (Culturas, 2015).

Los cartaginenses introdujeron el garbanzo en Europa por Cartagena en manos de los fenicios. Cuando Asdrúbal fundó Cartagena, el garbanzo comenzó a cultivarse en los alrededores de la ciudad para el abastecimiento de las tropas, ya que era un ingrediente abundante y barato. Posteriormente, se extendió al resto de la Península. (Pastor, 1995) El olivo fue otra importación por parte de los cartagineses y originario del medio oriente. Por un lado era utilizado para el alumbrado y por otro, para la

¹² El **garum** era una especie de salsa elaborada a partir de las vísceras, espinas y fauces de peces, curadas en salmuera. Peces como el atún, la morena o la caballa (scombro) se empleaban para fabricar este preciado producto utilizado como condimento y potenciador del apetito; los médicos solían recomendarlo por sus propiedades alimenticias y curativas (Consejería de Turismo, 2003).

alimentación, considerándose de alta estimación. Actualmente las aceitunas se recogen solamente para la obtención de olivas partías¹³.

10.3. ROMANOS

La conquista de Carthago Nova en el 209 a.C. por las legiones romanas de Escipión, supuso el inicio de una nueva etapa para el desarrollo histórico de la ciudad, quedando incorporada a Roma. La explotación minera, motivó la temprana ocupación del territorio próximo a la ciudad, fundamentalmente en torno a Sierra minera, dedicadas a diversas actividades: agrícolas, salazones, etc. La ciudad durante sus inicios del Imperio atravesó sus momentos de mayor riqueza y plenitud. (Molina Molina, 2008).

Las comunidades de pescadores se convierten en un fenómeno característico de esta costa, pero hasta la E. Media, no se empieza a regular y gestionar la pesca como fuente de explotación económica (Consejería de Turismo, 2003). También ofrecieron al mundo el *garum*, esa salsa de pescado con poderes afrodisíacos tan famosa en la antigüedad. Hueva, mojama y salazones en general, posiblemente son la especialidad gastronómica más antigua de la Península Ibérica, considerados “el caviar” del Mediterráneo. El proceso de salado refuerza su sabor, otorgando firmeza a la carne a la vez que se conserva sin necesidad de ser refrigerado. De estos peces se produce la hueva: “huevos” del pescado y las mojamas (del árabe musamma que significa “hecho cera”): pescados enteros o sin vísceras. La salazón y el *garum* de Carthago Nova alcanzaron una altísima cotización en el Estado Romano convirtiendo al puerto, en el más próspero del Imperio. Numerosas factorías salpicarían la costa cartagenera, como revelan los restos hallados en lugares como en la isla de Escombreras (Digital, 2015).

El comercio constituyó el gran pilar de la economía de Carthago Nova desde los primeros momentos de la dominación romana.

Ilustración 10. Puerto de Cartago Nova. Fuente: (Cartagena F. T., 2013)



¹³ **Olivas partías:** forma común en todo el Mediterráneo de conservar aceitunas, se dejan madurar, se lavan bien y se parten sin partir el hueso, se echan en un recipiente con agua de aljibe para que no contenga ningún desinfectante y el agua se cambia cada doce horas durante 3 o 4 días. Se prepara tomillo, hinojo, agua de aljibe, sal y orégano y se echan las aceitunas con agua.

Su puerto, altamente valorado por su posición estratégica, se convirtió en un auténtico emporio comercial en el Mediterráneo, entre finales del siglo II a.C y principios del I a.C. (Digital, 2015). Dicho puerto, se localizaba al Sur de la ciudad, presentaba planta semicircular y fachada porticada, tras la cual se alzaba la muralla que delimitaba el perímetro urbano. Numerosos pecios romanos de los siglos II a.C. y III d.C., hallados frente a las costas de Cartagena, se caracterizan por poseer cargamentos de ánforas vinarias, las cuales ponen de manifiesto el papel desempeñado por el puerto de Carthago Nova (Cartagena F.T., 2013).

A partir de la segunda mitad del siglo II Carthago Nova asiste a un retroceso de la vida urbana y decadencia de las explotaciones mineras desde el siglo I, así como de las industrias de salazones de pescado, lo que conllevó el declive del tráfico comercial y el descenso demográfico. Las diversas evidencias arqueológicas de los yacimientos de Carthago Nova, resultan reveladores para conocer cuáles fueron los productos que se comercializaban en Carthago Nova, entre los que destacan: plata, plomo, vino, aceite, cereales y salazones (Digital, 2015). En cuanto a los recursos marinos, abundaban especies como el bonito, el atún rojo, así como la caballa o scomber, de la cual toma su nombre la isla de Escombreras. Ésta, unida a los recursos salineros del Mar Menor, facilitaba el desarrollo de explotaciones salineras, favoreciendo la producción de salazones y la salsa *garum* (Consejería de Turismo, 2003).

Los romanos hicieron de Cartagena un imperio, y con ello el comercio de productos con otros países era de vital importancia. Entre algunos de los productos que abundaban en la zona del Mediterráneo fue el trigo. Roma fue gran consumidora de este producto. En esa época cuando un soldado no daba la talla de valor que se le suponía, en vez de trigo se le daba cebada. La beneficencia romana (*sportulae*), consistía en entregar trigo y aceite a los pobres romanos ya que eso les garantizaba unos niveles mínimos de supervivencia, siendo tan imprescindible el pan, que llegó a articularse para la supervivencia en base al trigo y al pan con comidas como el gazpacho en Andalucía, o las migas en castilla y levante (Pastor, 1995).

Otros de los alimentos de Cartagena heredados de los romanos son:

- los “torraos”, los romanos solían asistir al circo y con ellos recipientes de garbanzos tostados en similitud a la actualidad con las pipas. (Pastor, 1995)



Ilustración 11. Torraos

- azafrán: tenía fama en Roma de ser afrodisíaco y se usaba generosamente en la cocina

10.3.1. GARUM Y SALAZONES

El *garum* fue un producto de gran fama en la gastronomía romana, además de su empleo terapéutico. Dentro de éste, uno de los más apreciados era el elaborado en las pesquerías de *Carthago Spartaria* conocidas como *sociorum*. También fueron conocidas como *liquamen*, *muria*, *allex* o *cordula*. Se utilizaban especies con carnes ricas en grasa, sobre todo túnidos. Había diversas calidades de salsas (Digital, 2015).

El *garum* sería el producto primario, de mejor calidad, resultado de la autofermentación de las partes no cárnicas del pescado en un medio salino. Éste era un producto concentrado que no se consumía directamente sino que era empleado como condimento para dar sabor a las comidas, a veces incluso sustituyendo a la sal. Algo parecido ocurre con el *liquamen*, que designaba inicialmente una salsa de pescado diferente, aunque en época tardía define genéricamente a todas las salsas. Los ingredientes eran variados, utilizando sobre todo escómbridos (caballas), o diversos peces (ánquilas, alosas, salmones y sardinas) mezclados con vísceras, pequeños peces completos, moluscos y condimentos de diversa naturaleza. La naturaleza de dichos ingredientes, el modo de preparación o el gradiente de salazón permitió la producción de diferentes salsas (Digital, 2015).

- "flor del *garum* de morena"
- *hidrogarum*, cuando el *garum* se mezclaba con agua para diluirlo
- *oenogarum*: mezclado con vino
- *oxigarum*: mezclado con vinagre
- *oleogarum*: mezclado con aceite
- *pipegarum*: mezclado con pimienta

Se empleaba un recipiente sólido de 26 a 35 litros, poniendo en su fondo hierbas secas y olorosas, a continuación se colocaban en capas sucesivas tanto el pescado como la sal hasta llenar el borde, y por último, realizada la fermentación, la mezcla era removida y recogido el líquido filtrado por canastos y con el producto sobrante se elaboraba una pasta de pescado menos refinada y de peor calidad. Los componentes esqueléticos sobrantes se trituraban para convertirlos en harinas empleadas como fertilizantes o alimento de animales.

El gastrónomo Marcus Gavius Apicius, en su obra “De Re Coquinaria”, nos informa acerca de múltiples recetas que incluyen garum, entre ellas se encuentra: Patina de peras (*De Re Coquinaria*, IV, II).

“Poned a cocer peras y quitadles el corazón, machacad con pimienta, comino, miel, vino de pasas, garum y un poco de aceite. Añadid huevo s para hacer una patina, espolvoread con pimienta y servid.”



Ilustración 12. Garum. Fuente: (Digital, 2015)

10.4. BIZANTINOS

El Imperio Romano se desmoronó y un último intento de rescatarlo corrió a manos de los bizantinos, que intentaron establecer en Cartagena la capital de occidente. Con la ocupación bizantina, la historia de Cartagena recuperó parte del esplendor perdido. En el año 623, la ciudad cae en manos de los visigodos y se sumerge en su periodo más oscuro (Culturas, 2015).

Ilustración 13. Muralla Bizantina.

De acuerdo con algunos autores, el arrasamiento de la ciudad por los visigodos, fue debido a que por su condición de principal fortaleza militar, debía ser demolida, pues no podían arriesgarse a que fuera de nuevo



reconquistada por los imperiales, así como García Antón apunta que el motivo pudo ser que tras haber sido Cartagena, antigua capital provincial y centro cultural y político hispanorromano frente a la visigoda Toledo, su total aniquilamiento significaba consolidar la primacía de ésta. (Digital, 2015)

Un monumento que destaca en esta época es la Muralla Bizantina de Cartagena, cuyo principal testimonio es una lápida de mármol conocida como la lápida de Comenciolo, en la que se conmemora la construcción de una muralla en la ciudad entre 589 y 590 d. C. Según el epígrafe, la muralla poseía doble puerta, un vestíbulo y dos torres, entre otras adiciones monumentales. También el barrio Bizantino, construido sobre los restos del antiguo teatro romano, ha permitido conocer las formas de vida y hábitos cotidianos de este periodo histórico, antes de su total destrucción hacia el 621 d.C. por las tropas visigodas.

10.5. MUSULMANES

Cuando se produjo la invasión musulmana, Cartagena era tan sólo una aldea de pescadores, que paso a denominarse Qartayanna al-Hafa. El aspecto que presentaba Cartagena, era el de una antiquísima ciudad donde aún se encontraban en pie las ruinas de magníficos edificios que mostraban la opulencia y el poder que un día tuvo.

Existe poca información sobre la ciudad islámica que, no obstante, debió de contar con elementos característicos como la mezquita, zoco o baños públicos. Los musulmanes construyeron su alcázar en la cima de la colina de la Concepción, un recinto defensivo formado por un patio de armas amurallado y jalonado por torres en el siglo XII o XIII. Aún quedan vestigios de las torres, posiblemente almohades (Molina, 2008).



Ilustración 14. Torre Linterna.

Pasado El Almarjal, por entonces inundado, comenzaba una pequeña huerta regada por fuentes que surgían entre el actual barrio de San Antón y la rambla de Benipila. Fuera de los enclaves de regadío se extendía el secano, dedicado al cultivo de cereales, con algunos almendros, olivos y algarrobos (Digital, 2015).

Los árabes trajeron el uso y técnicas del arroz, a los cuales les llegó de oriente, además de asar el cordero con aceite y especias o la introducción de las albóndigas (de origen árabe que significa “la bola pequeña”). Otros de los productos incorporados fueron los dulces, entre los que destacan: los cordiales, el arrope, turrone y mazapanes. En esta época se promovió en Cartagena la producción intensiva de almendras, llegando incluso a utilizarse como complemento en los guisos. Entre las frutas destacan granadas, higos y brevas, los membrillos traídos de Persia, el higo de pala y las naranjas del valle de escombreras (Pastor, 1995).

El cerdo tiene gran importancia en nuestra gastronomía como el primer proveedor de carne más eficaz y popularizado. Entre el 7000 y el 2000 a. C. se deforestaron los hábitats naturales del cerdo provocando su desaparición, por lo que hubo que estabularlo. Aunque sufrió un retroceso en la dieta de los españoles durante la dominación musulmana, por evidentes motivos religiosos (Pastor, 1995).

10.6. LA INCORPORACION DE LA CORONA DE CASTILLA

En 1245, la ciudad fue incorporada a la corona de Castilla, por el infante Alfonso X el Sabio, quien a final del siglo XIII, mando construir la Torre del Homenaje,



reutilizando el recinto islámico, así como materiales de ruinas romanas, pilastras, etc. La estratégica situación del Castillo sobre la bahía justificó su aprovechamiento defensivo por cartagineses, romanos, bizantinos y musulmanes, aunque su aspecto actual data del reinado de Enrique III, en el siglo XIV (Digital, 2015).

La fortificación tenía una doble finalidad:

1. Era un punto estratégico, ya que desde ella se dominaba el frente marítimo y terrestre
2. Reafirmar el poder del monarca sobre el entorno político y territorial, al ser visible desde cualquier punto.

A finales del siglo XVII y principios del siglo XVIII el castillo de la Concepción es ampliado con unas estancias, siendo habilitadas para la guarnición, lo cual explica el hallazgo de una cocina. La construcción de nuevos castillos lleva al abandono de la fortaleza medieval, permaneciendo así hasta el siglo XX (Culturas, 2015) Posteriormente, el Castillo fue empleado como presidio, almacén de pólvora, alojamiento de carabineros y albergaba la sirena que avisaba a la población de los bombardeos durante la Guerra Civil. Actualmente en el Castillo de la Concepción, se encuentra el Centro de Interpretación de la Historia de Cartagena. (Digital, 2015)

Durante los años 1245-1275, constituye una época ascendente. Por el contrario, los años 1275-1295 fue una época descendente, en la que la carencia de mano de obra motivada por la expulsión de los musulmanes y la escasez de pobladores cristianos, no sólo iba a representar la desaparición de la Orden de Santa María de España, sino un aumento del peligro de la piratería en las costas murcianas, y por esta misma inseguridad, se producirá el traslado oficial de la sede episcopal a Murcia (Molina, 2008).

A toda esta situación, se sumó el hecho de que ni Fernando III, ni Alfonso X fueron capaces de atraer a un número suficiente de castellanos, por lo que debieron recurrir a los cristianos de cualquier procedencia. Sin embargo, no se logró compensar la pérdida demográfica (Digital, 2015). Con los Reyes Católicos los tiempos de crisis política se disipan y se consigue la pacificación.

Una de las referencias más importantes para conocer la gastronomía de la España bajo-medieval, la encontramos en la obra de Juan Ruiz o Arcipreste de Hita, concretamente en su Libro de buen amor (1330 y 1343):



*"Gallinas e perdizes, conejos y capones,
Añades e lavancos e gordos ansarones;" (1082 b y c)
líen la buena yantar éstos vienen primero. "(1083 d)*

En los banquetes nobiliarios eran habituales los platos a base de carne, cuales tajadas de vaca, lechones y cabritos, morcillas fritas, siguiendo con faisanes, pavones, jabalíes, etc. Todos acompañados por una cantidad copiosa de vino (Pagani, 2008: 383-385). Otra comida que encontramos a lo largo del texto es el tocino de cerdo salado o fresco, consumido, por ejemplo, por el noble del mes de enero, o por el rico mur de Guadalajara, que parece ser digno por lo tanto de las mesas nobles. A este tipo de mesa noble se contraponen la dieta eclesiástica, donde prevalece el pescado, y los productos de la mar. Entre los hábitos alimentarios de la época, el pan y el vino se imponen como los alimentos mayormente consumidos por la sociedad, junto a las frutas, los lácteos y sus derivados, en detrimento de las legumbres y verduras vinculadas a un ámbito más monacal. También la dulcería y las especias entre los que cabría destacar el uso de alfeñiques, la miel, el azúcar, así como el uso del jengibre, el azafrán o la pimienta (Idem: 386).

10.7. EDAD MODERNA

Con la llegada de la Casa de Austria a la monarquía hispánica, Cartagena continuó gozando de gran importancia, prodigándose las operaciones marítimas en su puerto. Con Felipe III se decretó la expulsión de los moriscos, al mando de su capitán general Luis Fajardo, para cargar en sus galeras a todos los moriscos de Murcia. Durante el reinado de Felipe IV (1621-1665) y Carlos II (1665-1700), último de la Casa de Austria, transcurrieron constantes guerras (Molina, 2008)

Tras la muerte de Carlos II estalla la Guerra de Sucesión (1700-1713) entre Felipe V y el archiduque de Austria. Cartagena apoyará a Felipe V. En 1706 los ingleses, en nombre del Archiduque, tomaron Cartagena durante cinco meses, tras los que fue conquistada por las tropas borbónicas. La victoria de Felipe V supuso la realización y renovación de la Marina. En 1726 Cartagena se convierte en capital del Departamento Marítimo del Mediterráneo y a partir de 1730 se comienza a construir el gran Arsenal (Digital, 2015).

En el reinado de Carlos III (1759-1788) se edificaron los fuertes y los castillos: Castillo de los Moros, Castillo de la Atalaya, Castillo de Galeras y Castillo de San Julián. En esta época se finaliza la Muralla de Carlos III, de la que actualmente se

conservan varios tramos comprendidos, entre las desaparecidas Puertas del Muelle, San José y las defensas del Arsenal. (Molina Molina, 2008)

La llegada de las oleadas del campo de Cartagena a la ciudad hace que comiencen a realizarse elaboraciones culinarias del ámbito rural. En el interior de la ciudad se desarrollaban simultáneamente dos cocinas, una de la clase dominante, aunque esta era gente de paso y seguían la pauta de la cocina internacional. A primeros del s. XX estuvo de moda el “chateaubriand” y el “chantilly”. La llegada de ingleses a la constructora naval, al arsenal militar y la sierra minera nos introdujo el termino sándwich (Pastor, 1995).

Ilustración 15. Chateaubriand



Durante el siglo XIX y principios del XX se crea lo que es hoy la pastelería cartagenera con algunos elementos foráneos de gran éxito en su época como el brazo gitano. En Cartagena existe un gremio de dulceros que mantienen una tradición pastelera que viene de la época árabe y que llega hasta el s. XVIII. Se encontraban: serení, bizcochos borrachos, mostachones, yemas acarameladas, llegando muchos de ellos hasta nuestros días. El mostachón era un dulce muy fino, apreciado en los siglos XVIII y XIX, que se fue extinguiendo porque entre los años 1939 y 1950 ante la escasez de medios, los confiteros molían los dulces que no habían vendido para convertirlos en mostachones, ocasionando un desprestigio de ese dulce (Pastor, 1995).

10.8. SIGLO XIX

A finales del siglo XVIII se decidió desecar los pantanos del Almarjal, con el fin de erradicar las continuas epidemias. Las guerras carlistas desarrolladas en el siglo XIX enfrentaron a los ejércitos carlistas contra los realistas, partidarios de Isabel II. De esta época datan algunas construcciones como la Plaza de Toros y el Casino. Con el triunfo de Isabel II se constituía el Gobierno provisional, iniciándose el período del Sexenio Revolucionario (1868-1874). Se proclama Amadeo de Saboya como Rey de España, aunque en 1873, renunció a la Corona y se proclamaba la República Federal, marcada por la inestabilidad política entre los que se encontró la rebelión cantonal. (Molina, 2008)

Con la proclamación de la I República los cartageneros se sintieron traicionados, por lo que Cartagena proclamó el Cantón el 12 de julio de 1873 y constituyó la Junta Revolucionaria en el Ayuntamiento. Con la monarquía firmemente implantada en España en la figura de Alfonso XII, Cartagena asistiría a una nueva intentona republicana.

La explotación de la plata fue dando lugar a la ascensión de una nueva clase comercial alzándose palacios como: el Palacio Aguirre en la Plaza de la Merced, el de Pascual Riquelme frente al Ayuntamiento, el de los Pedreño entre las calles del Carmen y Jabonerías, el Huerto de las Bolas de Llagostera, etc. En pleno auge de los nuevos ricos y de la proliferación del Modernismo por la ciudad, Cartagena quiso librarse de sus murallas, cuya demolición fue aprobada en 1902, pero afortunadamente no fue concluida. Por ello, se planteó el saneamiento y la expansión de la ciudad, promoviéndose un nuevo y ambicioso trazado urbano: el Ensanche, que pretendía rebasar las murallas para construir una nueva ciudad (Digital, 2015).

El Gobierno provisional convocó elecciones a Cortes Constituyentes y estas aprobaron el establecimiento de la República Federal. El programa del nuevo Gobierno era: la elaboración de una nueva Constitución. En Cartagena, los republicanos federales proclamaron el cantón el 12 de julio de 1873. Los cantonalistas ocuparon el Ayuntamiento, el Arsenal y las baterías de costa. El general Serrano instauró una dictadura republicana y decretó la disolución de las Cortes Generales. Los cantonalistas se rindieron tras un asedio continuado. Serrano delegó el poder político en el general Arsenio Martínez Campos quien selló el final de la I República con el triunfo del golpe de Estado de Sagunto en 1874. La aceptación del pronunciamiento por el Gobierno de Sagasta supuso la restauración de la monarquía en la persona del Rey Alfonso XII (Molina, 2008).

Durante el siglo XIX y principios del XX la cocina francesa alcanza unas altas cotas de prestigio entre las clases dominantes de Cartagena. Durante estos años conviven en la ciudad dos cocinas: la cocina de clase dominante, afrancesada, de complicada elaboración y la comida de clases populares la cual acabaría siendo la que define los perfiles de nuestra gastronomía. Una comida que no estuviera compuesta por al menos dos platos, no era una comida, obligando a las clases más desfavorecidas a ideárselas para obtener de un solo gasto, dos o más platos. Entre los platos de “pobre” más destacados en Cartagena: caldero y estofado de macarrones (Pastor, 1995).

- Caldero: primer plato, un pescado hervido y patatas y un segundo de arroz.
- Estofado de macarrones: primer plato de sopa de macarrones con queso rallado y después la carne y patatas del estofado.



Ilustración 16. Estofado con macarrones



Un plato típico originario de Cartagena, por sus connotaciones militares, son los michirones. Durante las guerras carlistas se crearon la mayoría de los platos que componen hoy gran parte de la cocina regional española. Durante todo el siglo XIX, Cartagena era una plaza fuerte ocupada por una fuerte guarnición militar, y con la experiencia acumulada de la “guerra del norte” algún capitán de cocina traslado aquel uso de las habas secas, para el alimento humano, que hasta entonces solo se habían utilizado como forraje para las caballerías de los cuarteles. No era un plato para comida familiar, pero si tuvo éxito como plato fuerte en tabernas y mesones, extendiéndose por toda la región (Pastor, 1995).

La cocina campesina del campo de Cartagena, se materializa en los siglos XVIII y XIX y recoge modos de origen romano, platos árabe-judíos y la incorporación de productos americanos. El campesino tiende a autoabastecerse con los productos de la tierra y el corral y en algunas tiendas se vendían las lentejas, garbanzos y judías que no eran cultivadas. Debido a las distancias de caseríos, no existía un consumo habitual del pescado. A principios del siglo XX fue cuando comenzó a venderse mediante bicicletas que ponían con cajas de hielo e ir de caserío en caserío manteniéndolo fresco.

Hasta mediados del siglo XIX todavía quedaban viñas de vino en el campo de Cartagena, conocido como vino de El plan, el cual ya ha desaparecido. Hasta el siglo XIX el aceite que se utilizaba era aceite virgen que producían en el campo de Cartagena. La leche, quesos y requesones siempre han sido de cabra, pero su uso habitual, hizo de Cartagena una zona endémica de brucelosis que se conocía con el nombre de “maltesas” (Pastor, 1995).

Muchas especies de pescado, estaban sujetas a oferta y demanda debido a los pocos medios para conservar los alimentos perecederos. También las elaboraciones se realizaban según las temporadas de los alimentos, coincidiendo por ejemplo el emperador con el tomate y el pimiento. El aladroque se servía frito con bolas y llegó a ser tan común su consumo, que se los conocía con el nombre de “aladroques”.

Entre los asados más comunes estaba la dorada a la sal, traída de la antigua Grecia y que ha pervivido gracias a la conjunción estero y a las salinas, además del pulpo de roquedo. Uno de los platos más típicos de la cuaresma cartagenera era el arroz con pulpo o el arroz con boquerones.

Existen dos tipos de calderos el de Santa Lucía y el del Mar Menor:

- En el caldero de Santa Lucía, el pescado juega un papel importante y se constituye como primer plato, el arroz se hierva menos y se le añaden patatas.
- En el del Mar Menor el pescado juega un papel necesario, por lo que queda el pescado más leñoso y usando menos ingredientes como la ñora (Pastor, 1995).



Los burgueses afincados en el mar menor y en cabo de palos elevaron a categoría de plato típico regional su caldero y hoy la forma “oficial” de cocinar un caldero es la del mar menor.

Por último, respecto a las bebidas, a finales del siglo XIX, existían una serie de combinados que se tomaban por las mañanas los cartageneros que venían desde lejos, servidos en vasos pequeños de vino, entre las que destacan como bebidas mineras, la “láguena” y el “reparo”.

- La paloma: agua y anís
- Láguena: vino viejo y anís
- Reparó: coñac y vino viejo
- Canario: sifón, limón natural escurrido y anís seco.

Partiendo de la base del café, se crean dos bebidas:

- Carajillo: mezcla de café, azúcar y coñac: no original de Cartagena
- Asiático: El conocido Café Asiático de Cartagena tiene su nacimiento, a finales del siglo XIX. La receta para crear un buen asiático también es algo discutido. Al principio los ingredientes eran los típicos café, coñac, leche y azúcar. Una combinación nada novedosa. Tras la llegada de la leche condensada se retiró el azúcar y la leche y se le añadió algo de canela y ralladura de limón. Pasó el tiempo y el coñac también fue sustituido por el cartagenero Licor 43. (Pastor, 1995)

Dos lugares se disputan su paternidad. Por un lado los cafés y bares que poblaban la calle Mayor de la ciudad portuaria, y en segundo lugar es el Bar Pedrín, situado en El Albujón, que en la entrada al establecimiento presume de un cartel donde se puede leer: “Casa creadora del asiático”. Tanto el asiático como el carajillo son creaciones del siglo XIX, pero en Cartagena el asiático es la alternativa al carajillo.



10.9. SIGLO XX

A partir de 1908 comienza el declive de la cuenca minera, que se acentuó a partir de la I Guerra Mundial y la disminución de las exportaciones de minerales. Hacia la década de los 20' Cartagena se va recuperando de su crisis. De esta época datan la plaza de España, el paseo de Alfonso XIII, la fase definitiva de relleno del Almarjal y la urbanización del Ensanche. También se construyó la Capitanía, la plaza de San Francisco, las plazas de la Merced y se inauguró el Monumento a los Héroes de Cavite y Santiago de Cuba. Además, se redactaron y tramitaron los proyectos de traída de aguas potables desde el embalse del río Taibilla (Digital, 2015).

En 1928 el prototipo de submarino de Isaac Peral fue remolcado desde Cádiz a Cartagena. En 1965 fue donado por la Marina a la ciudad de Cartagena y expuesto en el paseo del Muelle.

Durante la Guerra Civil la mayor parte de las actividades giran alrededor de la Marina. Cartagena fue la última ciudad en caer en manos del general Franco. A partir del final de la Guerra Civil, Cartagena se afana en la reconstrucción de la ciudad. El desescombro sirvió para rellenar el Almarjal, contribuyendo con ello a su desecación definitiva y a la elevación de su piso con la orientación a un futuro Ensanche de la ciudad. Durante los años de post-guerra la mala alimentación y la contaminación provocó la propagación de epidemias y en octubre de 1942 Cartagena se vio afectada por una inundación (Molina, 2008).

En la década de los años 50' experimentó un aumento de sus actividades agrícolas, mineras, industriales y navales, con el gran desarrollo del complejo de Escombreras. El turismo también vendrá a contribuir al crecimiento, especialmente en La Manga, que se configura como un área turística integral. En 1982 se aprueba el Estatuto de Autonomía de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, por el que el municipio de Cartagena quedaba incluido en la Región de Murcia. En las últimas décadas Cartagena ha luchado con entusiasmo por no olvidar su Historia, además de difundir entre los ciudadanos el interés por la arqueología y apostando por la cultura, convirtiendo su Historia en su mayor atractivo (Digital, 2015).

La penuria económica con que siempre se desarrolló la economía cartagenera tiene su fiel reflejo en la forma de cómo se usa el café y su gastronomía. En el campo los más pobres solían usar una malta a base de cebada tostada, en una sartén con un poco de azúcar que después de molido y hervido en la olla, sale la tinta negra, y se mezclaba con leche de cabra, como si fuera café con leche. En la ciudad

se solía degustar el café torrefactado, muy negro y duro, desconociéndose el tueste natural (Pastor, 1995).

Había en la calle mayor un café llamado “café España” donde se solían juntar escritores, periodistas etc. para sus tertulias, entre ellos el maestro Álvarez que había venido a Cartagena destinado de músico a una banda militar. El hombre compuso ese pasodoble, pero no sabía que nombre ponerle y como le gustaban mucho los “suspiros” del “café España” lo denominó “suspiros de España”, en honor al lugar de su tertulia.

Durante los siglos XVIII y XIX y principios del XX, la dulcería en el campo de Cartagena era casera. La dispersión geográfica de los caseríos hacía difícil la existencia de talleres artesanales. El arroz con leche, las torrijas, las natillas, las flores, eran platos habituales. El viernes de dolores era costumbre en todas las casas que hubiera una Dolores y comprar una “tortada” o pasteles. Por san José se hacía arroz con leche y en san Antón, se consumían rollos del santo, conocidos como “rollicos” de anís, además del pulpo asado y vino tinto (Pastor, 1995).



Ilustración 18. Rollos de San Antón

Finalmente, el “licor 43”, fue inventado por un dulcero cartagenero, llamado Francisco Garrido, empeñado en inventar un licor, empezó a probar formulas y estando de moda por la época el invento del “salvarsán” que fue bautizado con el número de la formula exitosa. Se creó fama de ser un exquisito licor, pero años después de la guerra civil este señor vendió la formula por una renta vitalicia, se desveló el misterio y la producción industrial desnaturalizó la selecta formula de Garrido.

11. METODOLOGIA- RUTA GASTRONOMICA

La idea principal de realizar una ruta a través de los museos, es dar a conocer al ciudadano información acerca de su gastronomía y de su historia. Este recorrido en orden cronológico, recorrerá los museos adentrándonos en nuestra cultura, para conocer qué productos, cómo y porque han llegado hasta nuestros días.

Esta ruta se encuentra bajo las siguientes características:

- Es un **turismo patrimonial intangible**: patrimonio transmitido de generación en generación gracias a nuestros usos y costumbres

- **Turismo e industrias culturales:** la ruta se genera en torno a los museos que componen la ciudad de Cartagena
- **Turismo vivencial:** transmite una experiencia para todos aquellos que participan, ya que no es solo visual, sino a través de todos los sentidos.
- **Paisaje cultural:** se encuentra en la ciudad de Cartagena, la cual recoge gran patrimonio cultural gracias a las múltiples civilizaciones que han dejado su huella durante generaciones.
- **Itinerario y ruta turística-cultural:** fusión de nuestro patrimonio inmaterial y material recogido en una ruta a través de la historia.

Con ello se pretende, dar a conocer la cultura gastronómica a través de la historia y formar un Conjunto interpretativo, el cual se define como: “*permitir al visitante adentrarse en el territorio y disfrutarlo escogiendo los “fragmentos” de patrimonio que antes existían con un desorden total y que, al mismo tiempo, pueda contrastar aquello que descubre con lo que ya conoce*”.



Ilustración 19. Conjunto interpretativo.

Debido al éxito generado por las propuestas realizadas en la ciudad de Cartagena acerca de la gastronomía como son las Rutas de la Tapa y la Noche de los Museos, que cada año atrae cientos de visitantes, mi proyecto será realizar una fusión de estas actividades, añadiendo además, las nuevas tecnologías, donde se podrá disfrutar ya no solo de la visita a los museos, sino de adentrarse en la cultura de nuestras raíces a través de su interacción y su degustación, a través de medios como: realidad aumentada, Oculus Rift y Realidad Virtual. Por ello, el proyecto objeto de estudio, es una ruta turística cultural y gastronómica en la ciudad de Cartagena celebrado durante 2 días y apoyado en las nuevas tecnologías que se incorporarían en los museos.

NOMBRE	Gastro-Carthago
FECHA	25 y 26 de junio de 2016
LUGAR	Cartagena
AGENTES INVOLUCRADOS	Ayuntamiento de Cartagena, Patrocinadores, Cartagena Puerto de culturas, Museos de Cartagena, restaurantes y empresas de actividades turísticas complementarias

Tabla 11. Proyecto ruta gastronómica. Elaboración propia

11.1. MUSEO - ARQUA

El museo fue creado en junio de 1980 y abierto al público en 1982. Los materiales expuestos, son procedentes de excavaciones arqueológicas submarinas cuyo arco cronológico abarca desde el siglo VII a.C. hasta el siglo XX (Digital, 2015).

- una completa colección de ánforas (fenicio-púnicas, de tradición helenística, itálicas, hispánicas y norteafricanas).
- los restos recuperados en el pecio púnico del Bajo de la Campaña (marfil y lingotes de estaño y plomo datados entre los siglos V y IV a. C.).
- restos romanos (ánforas, vajillas de cerámica y manufacturas de tipo suntuario).
- Tesoro de las mercedes: Una fragata de guerra española que zarpó el 9 de agosto de 1804 procedente de Lima (Perú) y con destino a Cádiz, que formaba parte de una escuadra oficial de la Armada española cuya misión era trasladar a la Península los caudales de la Real Hacienda procedentes de las cecas americanas (Cartagena M. N.).

APORTACION GASTRONOMICA

La gastronomía de los fenicios fue bastante importante, destacando la elaboración de productos que le ofrecía el mar. Eran expertos en surcar mares en busca de todo tipo de capturas, aunque su manjar digno de los dioses era el atún, motivo por el cual los fenicios llegaron a las costas de España. Pesca con almadraba, sazonar, salado, matanza del cerdo, garbanzos y *garum*, es lo más destacado de la gastronomía de este pueblo.

ACTIVIDAD

Se realizara un video en 3D, donde poder ver los fondos marinos de la época, así como un viaje en uno de los pecios fenicios encontrados en la costa de Cartagena. A continuación, tras su contextualización histórica, se realizara una visita por el museo en grupos de 20 personas, donde se explicará la fabricación del *garum*, y la pesca con Almadraba (Consejería de Turismo, 2003).

11.2. CENTRO DE INTERPRETACION MURALLA PUNICA- CIMP

Este centro recoge los restos de la antigua muralla cartaginesa del siglo III a.C. Está situada en la antigua entrada de la ciudad, entre las colinas de San José y Despeñaperros. Es uno de los escasos yacimientos púnicos de la península y posee una longitud de 30 m. (Turismo, 2015). Esta muralla defendía la ciudad de Quart-Hadast fundada por los fenicios que desde Cartago luchaban con roma para dominar el Mediterráneo.

APORTACION GASTRONOMICA

Uno de los productos más destacados de esta época, fueron los olivos, ya que en Grecia se hacía uso del aceite de manera generalizada. Este tipo de fruto dejo de prepararse para su uso principal, quedando únicamente en la actualidad, para la elaboración de las conocidas olivas partías. Cabe destacar que en esta

Ilustración 20. Olivas partías



época comenzaron a cultivarse los garbanzos en tierras cartaginesas, debido a su bajo coste. Además siguieron con la costumbre de la industria de las salazones instalada en Cartagena.

ACTIVIDAD

Para comenzar la visita, se realizara un video con las gafas Oculus Rift (gafas de realidad virtual), donde se podrá visualizar a través de un viaje en una montaña rusa, la ciudad de Cartagena en su época. Posteriormente se realizará una breve visita al museo, seguida de una demostración de la elaboración y degustación de las salazones y olivas partías cartageneras.



Ilustración 21. Oculus Rift

11.3. MUSEO ARQUEOLOGICO

El Museo Arqueológico Municipal de Cartagena, fue fundado en 1943, pero fue en 1982 donde se situaría en la Calle Ramón y Cajal su emplazamiento hasta la actualidad. Este museo está situado sobre la necrópolis tardorromana, siendo la estructura más representativa del museo. También alberga secciones de minería romana, con herramientas y utensilios, así como cerámicas y vajillas que representan el testimonio del fuerte comercio que presencié el puerto a partir del siglo II a.C. El museo alberga “Anforillas salazón”, siendo uno de los utensilios más utilizados ya que

en ellas se preparaban salsas y salazones procedentes de la pesca, como el famoso *garum* (Cartagena A. D., 2015).

APORTACION GASTRONOMICA

Los romanos fueron quienes perfeccionaron el *garum*, y quienes le dieron fama en todo el imperio. Así como la elaboración de diferentes tipos de *garum*. Esta salsa era un condimento que utilizaban para la mayoría de sus elaboraciones culinarias. Además el garbanzo fue utilizado por este pueblo, debido a su bajo coste, para su consumo en eventos realizados en el circo romano.

ACTIVIDAD

Se realizara una breve visita por las instalaciones del museo, donde se dará la opción al visitante, de poder disfrutar una forma distinta el museo a través de las nuevas tecnologías, mediante la descarga de una aplicación para el móvil, para posteriormente poder visualizar las reconstrucciones virtuales de los elementos que componen el museo.

Ilustración 22. Realidad aumentada



11.4. MUSEO- TEATRO ROMANO

El hallazgo del Teatro Romano de Cartagena es uno de los descubrimientos más importantes de la arqueología de la ciudad. En 1988 se producen los primeros hallazgos durante la excavación del solar de la Plaza de la Condesa de Peralta para la construcción del Centro Regional de Artesanía, pero no se finalizan las excavaciones hasta 2003. A partir de ese momento se crea la Fundación Teatro Romano de Cartagena para continuar con los trabajos de excavación y puesta en valor. Gracias a la proximidad de este monumento a algunos de los edificios más emblemáticos de Cartagena, la convierten turísticamente, en uno de los lugares más atractivos y monumentales de la ciudad (Cartagena F. T., 2013).

APORTACION GASTRONOMICA

Como se ha mencionado anteriormente, los romanos disfrutaban de un pequeño aperitivo, como en nuestro caso las pipas, creado mediante garbanzos tostados, para amenizar sus visitas al circo romano.



ACTIVIDAD

Proyección en pantalla gigante, en el centro del teatro, de una reconstrucción virtual de un evento de aquella época, mientras se hace uso de las gradas del teatro romano, así como la degustación de los Torraos, denominados así los garbanzos tostados.

11.5. MUSEO CASTILLO DE LA CONCEPCION

Este castillo se encuentra en el Cerro de la Concepción, una de las cinco colinas que resguardan la ciudad. Es conocido por los cartageneros como "Castillo de los Patos" y los materiales con los que fue construido proceden en gran parte de los restos de la colonia romana. En el siglo XIII se utilizaron sillares del anfiteatro romano.

Dentro del Castillo se halla el Centro de Interpretación de la Historia de Cartagena, que consta de diversos elementos que conjugan saber y entretenimiento, a través de una avanzada tecnología, para conocer la ciudad de una manera amena y entretenida. Además se han adecuado todos los accesos para que cualquier persona con movilidad reducida pueda llegar a la azotea del castillo (Culturas, 2015).

Los primeros datos de su existencia se remontan a época hispano-musulmana, aunque el castillo como lo conocemos hoy fue construido durante el reinado de Enrique III (siglo XIV) y para ello se aprovecharon restos de construcciones romanas, como pilastras, columnas y lápidas, así como algunas inscripciones. Posteriormente, este recinto ha servido como presidio, almacén de pólvora y alojamiento de carabineros, habiéndose recuperado recientemente.

APORTACION GASTRONOMICA

De los musulmanes, no se tiene apenas constancia en cuanto a documentación, pero si dejaron un patrimonio gastronómico, que en la mayoría de los casos, ha perdurado hasta la actualidad. Algunos de estos productos son las albóndigas, el arroz traído de oriente, sus técnicas de cocción y como asar el cordero. Entre los dulces más destacados se encuentran los mazapanes, turrone y cordiales.

ACTIVIDAD

Se realizara una visita al Castillo, donde se hará hincapié en la explicación de la torre linterna. Tras la visita, se realizará un taller de elaboración y degustación de dulces de tradición hispano-musulmana.



11.6. MUSEO REGIONAL DE ARTE MODERNO- MURAM

El Palacio de Aguirre, que responde al estilo modernista de principios del siglo XX en Cartagena, está declarado B.I.C. con categoría de Monumento. El edificio colindante, del que sólo se conserva su fachada, pertenece al siglo XX, está catalogado en el Plan General de Ordenación Urbana de Cartagena, calificado como Ecléctico, siendo requisito obligado el mantenimiento de la fachada.

En el interior, la planta noble constituye el centro de la visita. El Museo Regional de Arte Moderno, MURAM, ocupa parte de este edificio y un anexo, aunando así el concepto de modernidad en el continente y en el contenido. Las exposiciones se centran en las manifestaciones artísticas del arte moderno producido desde aproximadamente 1870 hasta 1960.

APORTACION GASTRONOMICA

Dulces Cartagenos no conocidos en la actualidad, como: mostachón, mari bruni, felipes o sereníes.

ACTIVIDAD

Se realizara una exposición con las nuevas tecnologías como la realidad aumentada, que permitirá al visitante a través de su dispositivo móvil, una reconstrucción virtual de las piezas de loza y vidrio de la época, tras una visita al museo y una proyección de diapositivas, donde se podrá observar imágenes de la Cartagena del siglo XVIII con las calles y comercios más representativos de esa época, finalizando con una degustación del famoso dulce mostachón, actualmente desaparecido.

11.7. MUSEO NAVAL

El Cuartel de Instrucción de Marinería, antiguo cuartel de Presidarios y Moros es un edificio del S. XVIII donde conviven la Universidad Politécnica y el Museo Naval. Entre las áreas temáticas del museo destacan las dedicadas a Isaac Peral y los submarinos. El original del primer submarino inventado por el cartagenero Isaac Peral que concibió el proyecto en 1884, se expone en la antigua calderería del Arsenal. Su construcción se realizó en Cádiz y fue botado en 1888 (Culturas, 2015).

El Museo Naval de Cartagena, dependiente de la Armada Española, se ubica en uno de los edificios históricos de la ciudad, manteniéndose en sus inicios como prisión militar, tras la Guerra Civil, se utilizó como Centro de Instrucción de Marinería hasta 1999, fecha en la que quedó en desuso, posteriormente fue acondicionado para

uso universitario, quedando parte de sus dependencias reservadas para uso museístico, que fueron ocupadas en 2011.

Contando con una sala dedicada al Ilustre cartagenero Isaac Peral, donde está expuesto el submarino, inaugurada este año 2014 coincidiendo con el 125 aniversario de su botadura.

APORTACION GASTRONOMICA

Durante esta época, tras la importancia militar que tenía el puerto de Cartagena, aumento el número de militares en la ciudad, provocando un intercambio de culturas, introduciendo en nuestra gastronomía productos como los dulces, destacando el chantilly, mostachón, serení, yemas acarameladas, etc.

ACTIVIDAD

Tras la visita de estas estancias se realizaría un relajado paseo en barco donde se podría saborear alguno de estos productos.

11.8. MUSEO HISTORICO MILITAR

Instalado en el Real Parque y Maestranza de Artillería, edificio histórico y actual sede del Museo Militar, fue construido bajo el reinado de Carlos III, dando comienzo las obras el 7 de marzo de 1777 y finalizando el 25 de agosto de 1786. Su arquitectura es la típica de las construcciones militares del S. XVIII, tan ampliamente representada en la ciudad de Cartagena (Culturas, 2015).

En sus tres galerías se recogen distintos aspectos relacionados con la historia de este Arma en la ciudad. Durante la Guerra Civil Cartagena fue una de las ciudades más castigadas por los bombardeos llevados a cabo por la aviación franquista. Con el fin de poder resguardar a la población se construyeron una serie de refugios antiaéreos por toda la ciudad. Los refugios de la Calle Gisbert fueron excavados en la ladera del cerro de la Concepción, siendo uno de los más grandes de la ciudad, capaz de albergar a unas 5.500 personas.

APORTACION GASTRONOMICA

Uno de los platos que mejor representa a la ciudad de Cartagena, son los michirones, este plato tiene su origen en el cuerpo militar. Las habas secas eran utilizadas como forraje para caballerías, y aunque no fue un plato de comida familiar, llegó a tener bastante éxito.



Ilustración 23. Michirones



ACTIVIDAD

Una proyección en esta histórica y emblemática plaza nos situaría en la época, donde se propondrá al visitante a un precio económico la degustación, de este plato típico de los michirones.

11.9. MUSEO REFUGIOS DE LA GUERRA CIVIL

En 1878 se efectuaba un enorme socavón en la ladera de la Colina de la Concepción para abrir la calle Gisbert, que permitía comunicar el mar con el puerto. Con el estallido de la Guerra Civil en 1936, Cartagena fue uno de los objetivos prioritarios de los nacionales. Debido a esta circunstancia, durante la guerra, tanto las instituciones cartageneras, a través de la Junta de Defensa Pasiva, como los sindicatos y agrupaciones vecinales impulsaron desde 1936 la construcción de refugios destinados a la protección de la población civil. Los refugios antiaéreos de la calle Gisbert fueron unos de los más grandes de la ciudad, con capacidad para unas 5.500 personas, y sus galerías no se llegaron a terminar al llegar el final de la contienda. Las autoridades daban una serie de indicaciones para la organización interior y uso de los refugios: evitar aglomeraciones en los accesos, dotación de mobiliario, medidas del espacio etc. También establecían el equipamiento básico que debían tener: mantas, agua potable, botiquín etc.

APORTACION GASTRONOMICA

Algunos de los productos que aparecieron en esta época fueron el Asiático, el Licor 43, o los suspiros de España, productos nacionalmente conocidos, y que gracias a su reconocimiento, se ha mantenido hasta nuestros días. También destacan las costumbres cartageneras como los caramelos de semana Santa o el pulpo de San Antón.

ACTIVIDAD

Se realizara una visita a los refugios, donde se explicarán curiosidades acerca de la época, se verá un video en 3D de Cartagena devastada tras la guerra, finalizando con su gastronomía, relacionada con la supervivencia, así como el surgir de productos como los suspiros de España y la famosa bebida licor 43.

Entre las actividades que se programarían durante los dos días son:

EPOCA ANTIGUA Y BIZANTINA	EPOCA MODERNA Y SIGLOS XIX Y XX
Sábado por la mañana y tarde: Se realizarán visitas a museos y centros de interpretación de la época antigua.	Domingo por la mañana: Se realizaran visitas a museos y monumentos de estilo modernista.
Fenicios, cartagineses romanos bizantinos y musulmanes	Las visitas estarán orientadas a lugares y museos relacionados con esta época.

Tabla 12. Actividades del proyecto. Elaboración propia

Como aportación final, incluyo un plano con los museos señalizados cronológicamente para poder disfrutar de una visita completa.

El sábado al finalizar la visita, se realizaran actividades gastronómicas relacionadas con las visitas.

- Por la mañana, habrá una degustación de caldero en el recinto de la universidad de la muralla del mar, a un precio económico, para completar las visitas de la mañana.
- Por la noche, en la plaza del ayuntamiento de Cartagena, una demostración y degustación de dulces cartageneros importados de otras culturas, algunos de ellos en la actualidad desaparecidos.

El domingo tras la visita se podrá disfrutar de la oferta gastronómica que propondrán los restaurantes que participen de este evento con su menú degustación de época, así como una demostración del arte del café, tan famosa en Cartagena, como han demostrado nuestros reconocidos productos como son: el Asiático y el Licor 43.



Ilustración 24. Mapa turismo gastronómico de Cartagena

12. PLAN DE COMUNICACIÓN Y ACCIONES DE PROMOCION

- El reconocimiento del valor patrimonial de la ciudad como instrumento para reforzar la identidad de la población local.
- La potenciación de la imagen turística de Cartagena.
- Dinamizar social, cultural y económicamente la ciudad de Cartagena.
- Promocionar la gastronomía a nivel nacional, internacional y regional.

Otro de los elementos a destacar, son las nuevas tecnologías que se están comenzando a incorporar al sector turístico, aportando un mayor valor añadido ya no solo a las actividades , sino a la propia ciudad, cubriendo de información a los turistas y a los propios ciudadanos sobre su ciudad, convirtiéndola en un destino inteligente.

ACCIONES DE PROMOCION

- Mediante las redes sociales se crearan acciones para la participación de los ciudadanos.
- Se realizara una web para el evento, con el fin de aportar información sobre el proyecto, actividades e itinerario.
- Proyectaremos el evento a Murcia turística para darlo a conocer regionalmente
- Actuaremos sobre los medios para darnos a conocer: La radio y periódicos.
- Se repartirán folletos en los diferentes puntos de información, así como en los museos y hoteles donde se dispondrá de información sobre el evento y de la oferta complementaria durante los dos días que estará la ruta gastronómica. Como pueden ser restaurantes que participen, lugares de ocio y actividades.
- Se colocaran pancartas en diferentes comercios
- Se realizaran actividades complementarias en torno a los museos, como visita en catamarán, alquiler de bicicletas o acceso al bus turístico, así como talleres y degustaciones gastronómicas. Las actividades complementarias serán de pago.

En cuanto a la participación de los restaurantes será por medio de un menú degustación elaborado por cada local, en el cual se realizaran con los elementos de la tierra y de la época una serie de Tapas, una tapa por cada época. Para aquellos 5 mejores restaurantes que consigan la mejor representación de su menú degustación, se valorara colocándose una acreditación en la fachada de su local así como en mapas culturales para atracción de turistas, como base de la cultura gastronómica de Cartagena.



14 .DISCUSION

El concepto de gastronomía, ha evolucionado a lo largo del tiempo y ahora se encuentra ligado a la cultura, porque de acuerdo con Scarpato (2002; *cf.* Londoño, 2013) y su análisis sobre el concepto y evolución de la gastronomía, señala que hoy en día va acompañada de prácticas culturales, por lo que se podría hablar de una “cultura gastronómica”.

La gastronomía es considerada como uno de los productos emergentes que aporta una reinención para aquellos recursos turísticos que han agotado su ciclo de vida (Londoño, 2013). Esto permite una diversificación de los destinos, planteando la idea del producto como experiencias que evocan una respuesta emocional, entrando en una relación multifacética entre turistas y destinos (Cooper y Hall, 2008; *cf.* Londoño, 2013). Otros autores como Haveng-Tang y Jons (2005; *cf.* López- Guzmán & Margarida, 2011), señalan que los destinos deben de considerar la importancia de la comida como contribución a una experiencia única.

Actualmente muchas ciudades y regiones, aprovechan sus tradiciones y raíces gastronómicas para ofrecer un producto más innovador, como pueden ser las rutas gastronómicas, donde poder interactuar con la propia localidad (Correa dos Santos *et al.*, 2004), además de crear una experiencia del territorio a través del contacto multisensorial (Di Clemente *et al.*, 2014).

Uno de los puntos en los que se centran los estudios sobre turismo gastronómico, son las motivaciones que hacen que un turista escoja un destino (Melgar, 2013). En los últimos años el turismo de alimentos ha crecido notablemente convirtiéndose en un segmento, dinámico y creativo, que ha diversificado la oferta y estimulado el desarrollo local (UNWTO, 2012).

Actualmente existe una alta demanda de productos turísticos que estén directamente vinculados con la cultura, la historia, la naturaleza y el intercambio con las comunidades, encajando a la perfección el turismo gastronómico en estos nuevos intereses. Este turismo, puede ser un producto turístico donde la gastronomía ligada a la cultura sea el elemento principal y el resto de elementos que acompañan sean complementarios (Delgado, 2012). Según la OMT (Londoño, 2013), la alimentación asociada al turismo es significativa ya que representa un tercio del gasto turístico.

14.1. FORMAS EN LAS QUE SE PUEDE DISFRUTAR DE LA GASTRONOMIA

La gastronomía puede considerarse una industria creativa, puede estimular la innovación, los vínculos entre culturas y participación de los consumidores, además, puede ser vista como una forma de “turismo creativo” la cual permite a los turistas desarrollar su creatividad a través del contacto con la población local y sus vidas creativas (Richards, 2012; cf. Greg, 2012).

Los eventos gastronómicos son un importante motivador del turismo y figura importante en el desarrollo de la mayoría de destinos turísticos, ya que tienen la característica fundamental de no ser rutinarias y actúan como vehículo para informar acerca de la existencia de un lugar o sobre alimentos y bebidas regionales (Londoño, 2013), incitando al turista a que consuma productos tradicionales de la región y haciéndoles partícipes de la tradición local (Delgado, 2012).

Las principales áreas de innovación alrededor de la comida incluyen experiencias creativas (Greg, 2012) y pueden ser presentadas de diversas formas: (Delgado, 2012)

TURISMO DE COCINA DE ÉLITE	Visitando los mejores restaurantes, cocinas o chefs del mundo. Tiene un mercado muy reducido y el nivel económico es alto (Delgado, 2012).
TURISMO DE “GASTRO-CULTURA”	Turistas que visitan cualquier tipo de manifestación cultural relacionada con la gastronomía. Ej. Ferias de libros de cocina, obras de teatro, etc. (Delgado, 2012).
TRATAMIENTOS DE SALUD Y BELLEZA CON ALIMENTOS O BEBIDAS	Tratamientos realizados con alimentos o bebidas. Ej. La enoterapia, la chocolaterapia, etc. Pueden tener una función terapéutica o ser tratamientos de belleza. (Delgado, 2012).
JORNADAS GASTRONÓMICAS	Eventos basados en productos o platos. Ej. Las jornadas gastronómicas de las setas. Se suelen degustar platos basados en el producto central en los diferentes restaurantes del lugar (Delgado, 2012).
FERIAS, EXPOSICIONES Y MERCADOS TRADICIONALES	Pueden tener uno o varios productos protagonistas o ser un aglutine de diferentes gastronomías en forma de mercados, exposiciones o ferias donde poder degustar la gastronomía, y poder comprar alimentos y bebidas tradicionales (Delgado, 2012)
FIESTAS Y FESTIVALES RELACIONADOS CON LA GASTRONOMÍA	En las fiestas populares, la gastronomía es un componente constante en forma de fiestas en torno a un alimento o bebida concreto, comidas al aire libre, etc. (Delgado, 2012) Además de poder transmitir la cultura e identidad de la población (Crespi Vallbona y Richards, 2007; cf. Londoño, 2013).

ESTABLECIMIENTOS TEMÁTICOS	En los últimos tiempos, han ido creciendo, como las hamburgueserías ambientadas en los años 60, restaurantes basados en la jungla, para disfrutar de una forma diferente a la habitual (Delgado, 2012).
RUTAS GASTRONÓMICAS	“Sistema de oferta turística temática definida por uno o más itinerarios en una determinada área geográfica” (Fandos et al 2012, cf. Londoño, 2013), no debe ser un listado de restaurantes, sino un camino para seguir las huellas de la cocina, productos y una aventura para disfrutarlos (Tresserras <i>et al.</i> , 2007; cf. Londoño, 2013).

Tabla 13. Formas de disfrutar de la gastronomía. Fuente: (Delgado, 2012)

En los últimos años la gastronomía se ha convertido en un elemento imprescindible para conocer la cultura y estilo de vida de un territorio, además de englobar aspectos actuales como respeto a la cultura y tradición. Se trata de un mercado en crecimiento y es uno de los segmentos más dinámicos en el mercado turístico (Gaztelumendi, 2012).

Los turistas gastronómicos reconocen el valor de la gastronomía como medio de socialización, y como un espacio para compartir e intercambiar experiencias. La gastronomía permite a los turistas poder acceder al patrimonio cultural e histórico de los destinos a través de la degustación y las compras, es decir, de una manera más vivencial y participativa (Gaztelumendi, 2012).

14.2. EL TURISMO GASTRONOMICO EN ESPAÑA

De acuerdo con Delgado (2012), España dentro del contexto mundial, está comenzando a potenciar el turismo gastronómico. Dentro de los destinos gastronómicos más relevantes se encuentra el mediterráneo. España es un país con una tradición culinaria fuerte, antigua y variada, gracias a las diferentes culturas del territorio que adquieren identidad propia frente a otras regiones.

La posición de Turismo de liderazgo en España y el reconocimiento internacional de la gastronomía española, han llevado a crear la primera plataforma para el desarrollo del turismo gastronómico: Saborea España/ Tasting Spain¹⁴ (Cantalapiedra, 2012). A partir de ese momento se comienzan a crear campañas publicitarias, como “I need Spain”, a nivel internacional desarrollada por Turespaña,

¹⁴ **Tasting Spain:** Primera plataforma público- privada para la gestión y promoción de turismo de alimentos en España, formada por cuatro entidades: FEHR (Federación Española de Hostelería), Asociación Española de destinos para la promoción del turismo gastronómico, Euro- toques (Organización Europea de cocineros compuesta por los chefs de mayor prestigio) y Facyre (Asociación de Cocineros y Reposteros de España). Esta, junto al Ministerio de Industria, Turismo y Comercio y el Instituto de Turismo de España, tratan de conseguir que el turismo gastronómico sea un turismo fuerte en nuestro país (Delgado, 2012).



donde se pretende proyectar el estilo de vida español, su cultura y gastronomía (Delgado, 2012), basándose en la idea de presentar la riqueza y variedad de la cultura, la historia y las tradiciones de España a través de sus cocineros, sus productos alimenticios, sus vinos y su territorio (Cantalapiedra, 2012).

La gastronomía y la restauración son elementos que siempre han formado parte del turismo pero aún no han recibido su reconocimiento. Según los datos de la Cuenta Satélite del turismo elaborados por el INE en 2010, señalan que el consumo turístico en gastronomía supone casi un 25% del consumo turístico total, situándose en segundo lugar por detrás del alojamiento, además de ser uno de los aspectos mejor valorado por los turistas (Delgado, 2012).

En España, este tipo de turismo ha presenciado un “boom” tal y como señala Loverseed (2009 cf. Londoño, 2013), a partir de las rutas “Bon Gust”¹⁵ en Mallorca, y como respuesta a ello la oficina de turismo de España incluye en su web un diccionario de gastronomía y publicaciones sobre todas las regiones. Otros elementos vinculados a los alimentos que se comienzan a valorar, son las certificaciones de calidad ligadas a geografía y la tradición (Bolívar, 2012; cf. Londoño, 2013).

Según un estudio realizado por TURESPAÑA detallado en su Plan Estratégico de Marketing 2014-2015, para conocer el potencial turístico real, se ha dividido la demanda turística de España en dos segmentos:

- el experiencial, basados en los productos que consideran más importantes en sus viajes
- motivacional, basados en las motivaciones que impulsan a los turistas a viajar al extranjero.

Dentro del segmento motivacional, existen 6 grupos:

¹⁵ **Turespaña**: organismo nacional de Turismo responsable del marketing de España en el mundo, cuya misión es constituir la vanguardia de la estrategia del Turismo Español, coordinando y liderando a los actores públicos y privados (Turespaña, 2014).

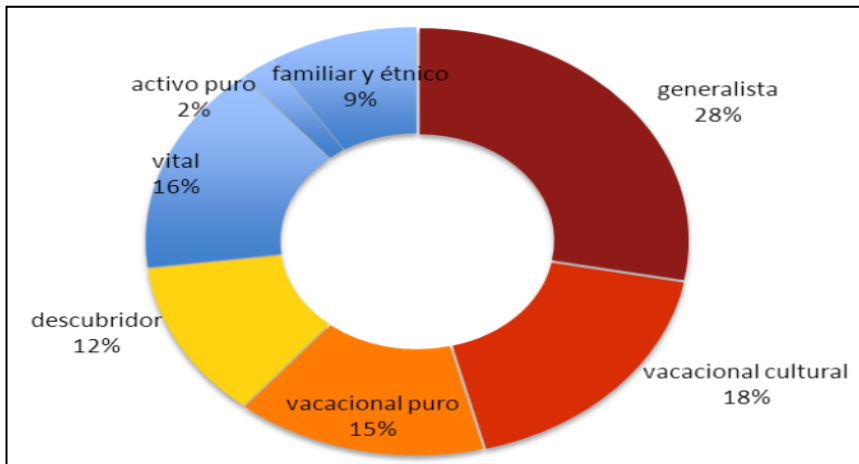


Tabla 14. Segmento motivacional. Fuente: (Turespaña, 2014)

DESCUBRIDOR	Viajeros ávidos por conocer nuevas culturas, cómo vive la gente de otros países, ver monumentos y obras de arte, vivir experiencias, descubrir paisajes, descubrir lugares nuevos, abrir la mente y aprender. A la hora de elegir destino se fija en el patrimonio y el entorno, los paisajes y la naturaleza.
VITAL	Busca diversión, desconexión, nuevas experiencias y aventura.
FAMILIAR Y ÉTNICO	Viaja por motivos familiares y por lazos de origen o incluso de religión con el destino, es menos sensible a sus atractivos naturales o culturales.
GENERALISTA	Motivado por todo a la hora de viajar: descubrir, relajarse, disfrutar. El destino tiene que ofrecer variedad. Más interesado en descansar, en seguir lo que está de moda o le da prestigio.
CULTURAL-VACACIONAL	Interesado en relajarse y desconectar. Presta atención al entorno natural y paisajístico, a la riqueza cultural y disfruta de la gastronomía y las compras. Visita museos, hace excursiones y acude a más acontecimientos culturales.
VACACIONAL	Viajero cuyos motivos de viaje son descansar, disfrutar del buen clima, divertirse y pasar tiempo con la pareja o la familia. En cuanto a su consumo de productos turísticos, disfruta de la gastronomía, las compras y la práctica deportiva.

Tabla 15. Tipos de viajeros. Fuente: (Turespaña, 2014)

Dentro del segmento experiencial, existen 7 grupos:

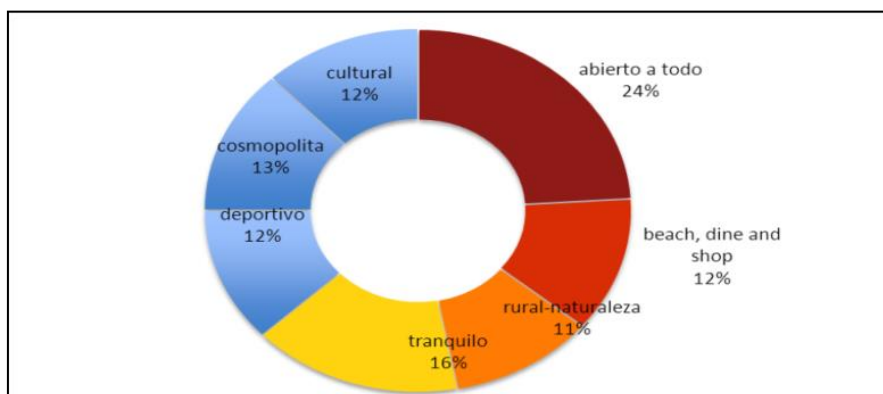


Tabla 16. Segmento experiencial. Fuente: (Turespaña, 2014)

PLAYA, GASTRONOMÍA Y COMPRAS	Interesado casi en exclusiva por un producto de sol y playa con oferta de restauración y de compras.
RURAL-NATURALEZA	Da importancia a realizar actividades en zonas rurales o descanso en la costa. No son afines a ir de compras, a disfrutar de la gastronomía y el vino o a visitar ciudades.
TRANQUILO	Se interesa por casi todas las actividades, excepto por lo que tienen un componente más activo. Consume turismo urbano y gastronómico, destacan también los que han ido a la playa o al campo, además de los han visto arte o han hecho rutas e itinerarios.
DEPORTIVO	Perfil experiencial más propiamente activo. Segmento joven.
COSMOPOLITA	Perfil experiencial bien definido, interés en turismo urbano, gastronomía y compras. Dan importancia al patrimonio histórico-cultural, calidad y variedad de la restauración.
CULTURAL	Interés por el arte y acontecimientos culturales, turismo urbano y rutas. No presenta inclinación hacia actividades de sol y playa ni hacia shopping o gastronomía.
ABIERTO A TODO	Viajeros con gran interés en un variado catálogo de productos.

Tabla 17. Tipos de turistas. Fuente: (Turespaña, 2014). Elaboración propia

Tras este breve análisis, podemos concluir que aunque existan segmentos y motivaciones muy marcadas y diferenciadas, poseen características comunes, como puede ser la gastronomía en muchos de los casos, a pesar de que se valore en unos casos más que en otros. Desde este punto de vista, se podría establecer una doble acción hacia la gastronomía, ya que para unos tiene un significado vital de alimentación y sociabilidad, así como para otros un valor cultural y de aprendizaje.

Tabla 18: segmentos turísticos según motivación y experiencias .Fuente: (Turespaña, 2014)

Relajarse	Descubrir	Divertirse	Aprender	Reunirse
Relajarse en la costa	Turismo urbano	Vida nocturna	Español	MICE
Destinos rurales	Itinerarios	Gastronomía	Otros cursos	
Campings	Arte y cultura	Shopping en España		
Turismo salud	Naturaleza	Viajes de interés especial		
	Grandes eventos	Golf		
		Deportes náuticos y acuáticos		
		Deportes activos y de aventura		
		Deportes de invierno		
		Otros		



Actualmente el turismo gastronómico es un producto emergente, novedoso y que despierta la curiosidad de muchos. Tras datos recogidos por varias encuestas, se puede observar que el número de turistas que disfrutan de este tipo de actividades sigue aumentando cada año, así como la participación tanto de empresas privadas como públicas para la creación y promoción de destinos en base a este producto.

14.3. PLAN DE LA REGION DE MURCIA Y CARTAGENA PUERTO DE CULTURAS

Desde el año 2000, el ayuntamiento de Cartagena y la comunidad Autónoma de la Región de Murcia, ponen en marcha la creación de un órgano de gestión para la recuperación y puesta en valor del patrimonio y potencial turístico de Cartagena (Millan Escriche, 2013).

Se crea el Consorcio Cartagena Puerto de Culturas en 2001, Tras un convenio de colaboración entre:

- Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.
- Excmo. Ayuntamiento de Cartagena.
- Confederación Comarcal de Empresarios de Cartagena (COEC).
- Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Cartagena.
- Universidad Politécnica de Cartagena (UPCT)
- Autoridad Portuaria de Cartagena.

Los objetivos que propone *Cartagena Puerto de Culturas* defienden el desarrollo sostenible del turismo cultural, las infraestructuras turísticas y los equipamientos culturales con las que ha sido dotada la ciudad (Millan Escriche, 2013). El propósito es transmitir al visitante la homogeneidad y el valor que tiene la historia de la ciudad a través de actuaciones plenamente integradas en el paisaje urbano y natural de la ciudad que reflejen la identidad del territorio y una nueva realidad económica, que invita al sector privado a participar de esta experiencia (López Vera, 2004). La implicación del Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) sobre este proyecto ha sido fundamental para concluir la participación que la UE ha tenido sobre el desarrollo regional de este territorio (Millan Escriche, 2013).

Cartagena Puerto de Culturas es hoy la marca turística de la ciudad y no hay duda que, detrás de ella, ha existido una planificación turística en la que no ha faltado un diagnóstico territorial, lo que ha llevado al destino a empezar a ser reconocido como un espacio temático preparado para dar a conocer y hacer disfrutar a la demanda de su oferta turística.

La riqueza patrimonial de la ciudad, está representada ampliamente por un conjunto de elementos singulares algunos de los cuales explican la historia clásica del Mediterráneo, los cuales se localizan principalmente en el casco antiguo de la ciudad que fue declarado *Conjunto de Interés Histórico Artístico* por RD 3046/1980. Cartagena es una ciudad abierta al mar, por ello podemos afirmar que Cartagena ha sido cuanto le ha proporcionado su puerto, evolucionando hasta convertirse hoy por hoy en Puerto para Cruceros Turísticos del Mediterráneo.

Dentro del análisis del turismo de la región de Murcia se pueden distinguir 10 productos principales recogidos en su Plan Director de Turismo 2006- 2012, en la cual la gastronomía, esta introducida, dentro del producto ciudad/ cultural:

- Turismo cultural (visita a monumentos, museos, exposiciones, etc.).
- Turismo recreativo (compras, gastronomía, eventos culturales).

Un estudio realizado por el instituto de turismo de la región de Murcia acerca del turismo cultural en 2013 recogió datos significativos acerca Cartagena:

Perfil del turista cultural. Otoño 2013	
Procedencia de los turistas españoles de otras CCAA	Comunidad Valenciana, Madrid, Andalucía, Cataluña, Castilla-La Mancha
Procedencia de los turistas extranjeros	Reino Unido, Francia, Italia, Alemania, Países Nórdicos, Países Bajos
Edad	De 36 a 45 años y de 56 a 65 años
Con quién viaja	En pareja y con amigos
Medio de transporte	Vehículo particular
Estancia media	5 días
Tipo de alojamiento	Establecimiento hotelero
Actividades realizadas	Cultura, gastronomía, ocio nocturno, compras, excursiones
Satisfacción general	Gastronomía: 8,3 puntos sobre 10; Cultura: 8 puntos
Gasto realizado	65,09€ por persona y día

Tabla 19. El perfil del turista que visita la Región de Murcia. Fuente: (Murcia, 2014)

De acuerdo con los resultados de la encuesta, se puede observar en la siguiente tabla, el perfil del turista cultural de la Región de Murcia. Podemos destacar que poseemos un turismo de una edad media de 40 años, procedente tanto del extranjero como nacional, concretamente la costa de levante, Andalucía y cercanías del interior como castilla la mancha y Madrid. El cual está interesado en actividades como cultura y gastronomía, valorándolas además la gastronomía con un 8,3, por encima de la cultura con un 8 sobre 10.

Principales motivos del viaje						
	Cultural	Gastronomía	Sol y playa	Naturaleza	Deportes	Salud
Murcia	100%	84%	62%	4%	-	8%
Cartagena	100%	92%	68%	16%	12%	16%
Lorca	100%	98%	32,7%	32,7%	22,4%	6,1%
Total ciudades	100%	91,3%	54,4%	17,4%	11,4%	10,1%

Tabla 20. Principales motivos de viaje. Fuente: (Murcia, 2014)

Los motivos principales analizados en este estudio, concretamente en la ciudad de Cartagena, se puede observar que la gastronomía ocupa el segundo lugar por detrás de la cultura, siendo este el principal motivo del viaje

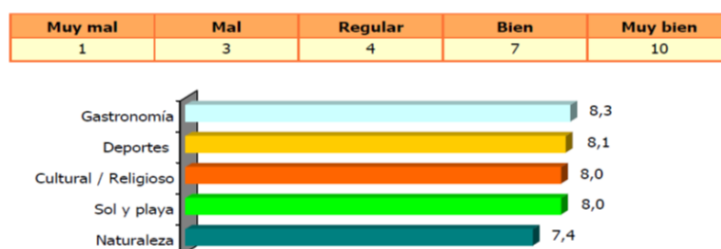


Tabla 21. Valoración de la oferta turística. Fuente: (Murcia, 2014)

Actividades realizadas								
	Visitar monumentos / museos	Ocio nocturno	Compras / servicios	Realizar excursiones	Espectáculos culturales	Asistir a fiestas populares	Naturaleza	Conciertos / Fiestas
Murcia	74,0%	64,0%	62,0%	60,0%	32,0%	24,0%	18,0%	16,0%
Cartagena	90,0%	62,0%	60,0%	48,0%	40,0%	34,0%	12,0%	22,0%
Lorca	77,6%	63,3%	46,9%	20,4%	40,8%	34,7%	32,7%	24,5%
Total ciudades	80,5%	63,1%	56,4%	43,0%	37,6%	30,9%	20,8%	20,8%

Tabla 22. Actividades que realizan. Fuente: (Murcia, 2014)

Entre las actividades realizadas por los turistas durante su estancia en Cartagena destacan como principal, visitar monumentos y museos, así como en menor medida, asistir a espectáculos culturales que se realicen en el destino.

Principales atractivos de la Región de Murcia						
	Ocio, gastronomía, vida cultural	Clima	Paisaje	Precio	Puntos de interés	Calidad instalaciones y servicios
Murcia	82,0%	58,0%	36,0%	2,0%	-	-
Cartagena	86,0%	56,0%	20,0%	16,0%	6,0%	4,0%
Lorca	79,6%	38,8%	36,7%	26,5%	14,3%	8,2%
Total ciudades	82,6%	51,0%	30,9%	14,8%	6,7%	4,0%

Tabla 23. Principales atractivos de la Región de Murcia. Fuente: (Murcia, 2014)

Entre los elementos más atractivos que compone la ciudad de Cartagena y valorados por los turistas se encuentra el ocio, gastronomía y vida cultural, superando incluso al resto de municipios de la Región de Murcia.

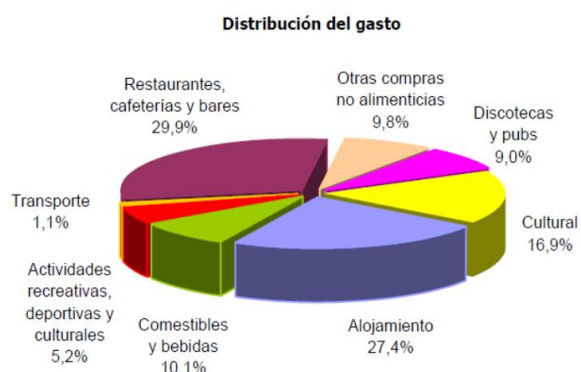


Tabla 24. Distribución del gasto. Fuente: (Murcia, 2014)

Finalmente se puede observar en cuanto al gasto turístico que casi un 30% pertenece a restauración, y casi un 17% en oferta cultural.

Tras los datos recogidos, se puede observar la importancia de la gastronomía, dentro de la oferta cultural, ya que además de consumirla, se encuentra entre los productos mejor valorados. Por ello es importante que también nosotros conozcamos y valoremos nuestro propio patrimonio cultural, ya que puede ser una fuente importante económica y un motor de desarrollo del turismo, aprovechando el potencial turístico que se atrae por medio de los cruceros.

13. CONCLUSIONES

Durante el desarrollo de este proyecto, queda patente que el turismo gastronómico tiene un gran potencial que ofrece muchas posibilidades para desarrollarse, gracias al efecto desestacionalizador y a su facilidad de complementarse con otros tipos de turismo. Este aspecto conservador del patrimonio es un ejemplo de que el turismo gastronómico bien gestionado puede llegar a ser un ejemplo no solo de integración con el entorno sino también de enriquecimiento del entorno. El primer enemigo del turismo es el propio turismo, por lo que se debe mantener una planificación adecuada, con el fin de preservar nuestro patrimonio.

Actualmente, existe una gran complejidad, dinamismo y especialización a la hora de satisfacer los nuevos deseos y necesidades de los turistas debido a que cada vez se da más importancia a las emociones y a las experiencias turísticas. Con esta evolución, las actuales tendencias de la demanda y el consumo turístico están



empezando a permitir, e incluso a favorecer, el desarrollo de ámbitos que hasta el momento se habían visto apartados de esta actividad o habían ocupado una posición muy marginal, al no encajar en los parámetros que los antiguos consumidores consideraban como un lugar atractivo para ser visto.

Cartagena, está haciendo una gran labor en la recuperación de su patrimonio, así como en la promoción para la atracción de nuevos segmentos turísticos, por ello la gastronomía que hoy en día juega un papel importante dentro del turismo, se está abriendo como una nueva modalidad, gracias al gran abanico de posibilidades que posee, convirtiendo a la ciudad en un destino potencial, novedoso y creativo, que atrae a miles de turistas a traídos cada año por su variada oferta turística.

BIBLIOGRAFÍA

- Ansón, R., & Postigo, A. (2012). *La Dieta Mediterránea en el mundo: Pasado, presente y futuro*. Real Academia de la gastronomía, Madrid.
- Ávila, R., & Barrado, D. A. (2005). "Nuevas tendencias en el desarrollo de destinos turísticos: marcos conceptuales y operativos para su planificación y gestión". *Cuadernos de turismo*, 15, 27-43.
- Bernard, A., & Dominguez, P. (2001). "Rutas de arte y gastronomía. Una propuesta inexplorada". *CIET: Estudios y perspectivas en turismo*, 10 (1.2), 76-90.
- Bordas, E. (2003). "Hacia el turismo de la sociedad de ensueño: nuevas necesidades de mercado". En: *Inauguración del primer semestre del curso 2002-2003 de los Estudios de Economía y Empresa de la UOC* (2002: Bellaterra) [conferencia en línea]. UOC. <http://www.uoc.edu/dt/20219/index.html>
- Cantalapiedra, M. (2012). "Tasting Spain: The Creation of a product club for Gastronomic Tourism". En *UNWTO. Global Report on Food Tourism*, Madrid, 45-47.
- Correa dos Santos, R., & Oliveira, B. (2004). "La gastronomía típica de la Isla de Santa Catarina- Brasil: su identidad como atractivo para el turismo cultural. *Estudios y perspectivas en turismo*", 13, 89-110.
- Delgado, J. (2012). *Turismo gastronómico: moda, tendencia o producto turístico*. Trabajo fin de master Universidad de oviedo. <http://www.uniovi.es/>
- Di Clemente, E., Hernández, J. M., & López-Guzmán, T. (2014). "La gastronomía como patrimonio cultural y motor del desarrollo turístico. Un análisis DAFO para Extremadura". *Tejuelo. Revista de Didáctica de la Lengua y la Literatura*. Monográfico 9, 817-833.
- Espeitx, E. (2004). "Patrimonio alimentario y turismo: una relación singular". *Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 2 (2), 193-213.
- Fandos, C.; Blanco, J.; Puyuelo, J.M. (2012). "Gastronomy's importance in the development of tourism destinations in the world". En *UNWTO. Global Report on Food Tourism*, Madrid, 6-9.

- García del Toro, J. R. (1978). "Garum Sociorum, la industria de salazones de pescado en la Edad Antigua en Cartagena". *AnMUrcia*, 1978, 27-57.
- Gaztelumendi, I. (2012). "Global trends in food tourism". En *UNWTO. Global Report on Food Tourism*, Madrid, 10-11.
- Gimenes, M., Brea, J. A., & Gandara, J. M. (2012). Comidas inolvidables: la construcción de una metodología para analizar las experiencias de comer fuera de casa. *Estudios y perspectivas en turismo*, 21, 802- 824.
- Greg, R. (2012). *Global Report on Food Tourism: Food and the tourism experience*. UNWTO. World Tourism Organization, 4, Madrid.
- Izaguirre, M. (2012). "La experiencia turística de los sentidos". *Cultura: Lima (Perú)*, 26, 151-178.
- Leal Londoño, M. d. (2011). "La diversificación del destino turístico a través del turismo gastronómico: el caso de Vilanova i la Geltrú (Barcelona)". *Pasos: Revista de turismo y patrimonio cultural*, 9 (1), 15-24.
- Londoño, M.P. (2013). *Turismo gastronómico y desarrollo local en cataluña: El abastecimiento y comercialización de los productos alimenticios*. Tesis doctoral Universidad de Barcelona, Barcelona. <http://www.tdx.cat/>
- López- Guzmán, T., & Margarida, M. (2011). "Turismo, cultura y gastronomía. Una aproximación a las rutas culinarias". En *International Conference on Tourism & Management Studies*. Algarve, 915-922.
- López- Guzmán, T.; Cañizares, S. (2012). "La gastronomía como motivación para viajar. Un estudio sobre el turismo culinario en Córdoba". *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 10 (5), 575-584.
- López Vera, Y. (2004). "El proyecto Cartagena Puerto de Culturas: un ejemplo de intervención del fondo europeo de desarrollo regional". *Cuadernos de Turismo*, 13, 127-143.
- López-Guzmán, T., & Cañizares, S. (2011). Gastronomy, Tourism and Destination Differentiation: A case Study in Spain. *Review of Economics & Finance*, 2011, 63-72.
- Magri, G. (2008). "El patrimonio gastronómico como parte del turismo". *Reflexión académica en diseño y comunicación*, 10, 15- 184.

- Mascarenhas, R. G., & Gandara, J. M. (2010). "Producción y transformación territorial: la gastronomía como atractivo turístico". *Estudios y perspectivas en turismo*, 19, 776-791.
- Mazón, T.; Colmenares, M. ; Hurtado , J. (2012). "Turismo gastronómico y turismo de masas: La satisfacción de los turistas con la alimentación que reciben en Benidorm". *Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas*, 6, 122-141.
- Melgar, S. (2013). "La gastronomía en el sistema turístico. Buscando nuevos productos, mejorando destinos. El caso de la isla de Fuerteventura". *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural*, 11(2), 483-494.
- Millan Escriche, M. (2013). "Renovación y reposicionamiento de los destinos turísticos. El caso de la ciudad de Cartagena (Murcia)". *Investigaciones Turísticas*, 8, 85-114.
- Millán, M. (2001). "Viejos recursos para nuevos turismos: el caso de la region de Murcia". *Cuadernos de Turismo*, 8, 109-128.
- Mogollón, J. M., Folgado, J. A., Campón, A. M., & Di Clemente, E. (2012). "Contextualización del turismo gastronómico". En *La gastronomía "de alta gama, de lujo o de calidad" como eje potenciador del turismo cultural y de sensaciones en extremadura*. Fundación Caja Extremadura, 3-13.
- Molina Molina, A. L. (2008). "Cartagena y su termino. De la Edad Media al siglo XIX". En *Estudios sobre desarrollo regional*, Murcia, 25-60
- Montecinos, A. (2014). "Planificación del Turismo Gastronómico Rutas y Patrimonio". *Excelencias Magazines*, 37. <http://www.revistasexcelencias.com/>
- Montero, P.L. (2012). "Turismo y ciudades históricas en los documentos de organizaciones internacionales". *Instituto de Estudios turísticos*, 36, 184-194.
- Navajas, Ó. (2008). "El valor intangible del Patrimonio". *Boletín Gestión Cultural* 17, *Gestión del Patrimonio Inmaterial*, 1-7.
- Oliveira, S. (2011). "La gastronomía como atractivo turístico primario de un destino: el turismo gastronómico en Mealhada-Portugal". *Estudios y perspectivas en turismo*, 20, 738-752.



Pagani, G. (2008). "A la mesa del Arcipreste. La cocina castellana del siglo **XIV** en los versos de Juan Ruiz: unas notas". *Arcipreste de Hita y el "Libro de buen amor"*. Congreso homenaje a Alan Deyermond, Alcalá la Real, (Jaén), 283-290.

Pastor, M. E. (1995). *Gastronomía de Cartagena*. Cartagena.

Texeira, A. K.; Barbosa, M. L.; Gomes de Souza, A. (2013). "El sistema de oferta de restaurantes de alta gastronomía. Una perspectiva sensorial de las experiencias de consumo". *Estudios y perspectivas en turismo*, 22, 336-356.

Turespaña. (2014). *Plan Estratégico de Marketing 2014- 2015*, Madrid.

UNESCO. (1972). Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial, Cultural y Natural, París.

UNWTO (2012). UNWTO Affiliate Members Programme. *UNWTO. Global Report on Food Tourism*, 5.

RECURSOS ON LINE:

Cartagena A.D. *Museo Arqueologico Municipal Enrique Escudero de Castro*.
<http://www.museoarqueologicocartagena.es>

Cartagena C.D. *Dossier Candidatura Cartagena Capital Gastronómica*
www.cartagena.es

Cartagena F.T. *Teatro Romano de Cartagena*. Guía didáctica.
<http://www.teatroromanocartagena.org>

Cartagena M.N. (s.f.). Museo Nacional de Arqueología Subacuática.
<http://museoarqua.mcu.es/>

Murcia Turística. www.murciaturistica.es/marimed

Culturas C.P. *Cart. Puerto de Culturas*. <http://www.cartagenapuertodeculturas.com>

Digital R.D. *Region de Murcia Digital*. <http://www.regmurcia.com>

Turismo, C.D. *Cartagena Turismo*. <http://www.cartagenaturismo.es/>

Turísticos, I.D. *Instituto de Estudios Turísticos*. <http://www.iet.turismoencifras.es/>

UNESCO. portal.unesco.org