

A microscopic image of plant tissue, likely a leaf cross-section, showing various cell structures. A white grid is overlaid on the image, highlighting specific areas of interest. The grid consists of several overlapping squares and rectangles, some of which are filled with a light blue color. The background is a dark, reddish-brown color.

**Plan Director del BIC
"La Picola" (Santa Pola)
2023-2048**

Jaime Molina Vidal
Eva María Ayela Aznar (dirs.)

Título: *Plan Director del BIC "La Picola" (Santa Pola), 2023-2048*

Directores: *Jaime Molina Vidal y Eva María Ayela Aznar*

Edita: *Museo del Mar. Santa Pola, 2023*

ISBN: *978-84-126931-6-4*



*Plan Director del BIC "La Picola" (Santa Pola)
2023-2048*

Directores:

*Jaime Molina Vidal
Eva María Ayela Aznar*

Autores:

*Jaime Molina Vidal
Eva María Ayela Aznar
Carolina Frías Castillejo
Pablo Martí Ciriquián
Yolanda Spairani Berrio
Juan Francisco Álvarez Tortosa
Franciso Javier Muñoz Ojeda
José Antonio Huesca Tortosa*

Índice

BLOQUE I. EL ÁREA ARQUEOLÓGICA DE PICOLA. DEFINICIÓN Y ANÁLISIS 6

1. INTRODUCCIÓN: OBJETIVOS Y METODOLOGÍA.....	7
1.1. El yacimiento de "La Picola": breve historia de la investigación.....	8
1.2. Objetivos.....	10
1.3. Metodología de trabajo para la elaboración del Plan Director	12
2. IDENTIFICACIÓN BÁSICA DEL BIC DE "LA PICOLA" Y SU ENTORNO	16
2.1. Contexto geográfico.....	16
2.1.1. Emplazamiento	18
2.1.2. Delimitación	20
2.1.3. Marco Geológico y geográfico.....	21
2.2. Identificación del bien	23
2.3. Georreferenciación del Bien y delimitación	24
3. ESTUDIO JURÍDICO Y NORMATIVO	31
3.1. Titularidad	31
3.2. Régimen jurídico	34
3.3. Marco legal de aplicación	35
3.4. Régimen de protección	36
4. ANÁLISIS HISTÓRICO Y ARQUEOLÓGICO	40
4.1. Historia de la investigación.....	40
4.2. Análisis arqueológico del conjunto.....	45
4.3. Interpretación histórica y arqueológica.....	58
5. ESTUDIO URBANÍSTICO.....	61
5.1. La situación urbanística del yacimiento de "La Picola"	63
6. ESTUDIO ARQUITECTÓNICO. ESTADO DE CONSERVACIÓN.....	66
6.1. Estudio de las restauraciones recientes.....	66
6.2. Análisis descriptivo del estado actual.....	68
6.2.1. Análisis constructivo del aljibe.....	69
6.2.2. Estudio y analítica de materiales.....	71
6.3. Descripción general del estado de conservación	107
6.3.1. Lesiones por movimientos (M).....	109
6.3.2. Lesiones por humedad (H).....	110
6.3.3. Lesiones por alteraciones pétreas (P)	112
6.3.4. Lesiones por actuaciones antropogénicas (A).....	117
6.3.5. Fichas de patologías.....	119
6.4. Riesgos detectados para la conservación del yacimiento de "La Picola".	129
6.4.1. Riesgos relacionados con el agua.....	129
6.4.2. Riesgos relacionados con acciones antropogénicas	129

6.4.3. Riesgos relacionados con agentes meteorológicos.....	130
---	-----

7. DIAGNÓSTICO GENERAL.....	131
-----------------------------	-----

7.1. Análisis general del estado material y necesidades del BIC "La Picola"	131
---	-----

7.2. Análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades)	135
--	-----

BLOQUE 2. PROGRAMA DE ACTUACIONES.....141

8. ACTUACIONES PREVISTAS	142
--------------------------------	-----

8.1. Actuaciones jurídicas	144
----------------------------------	-----

8.2. Actuaciones urbanísticas.....	144
------------------------------------	-----

8.2.1. Fases I y II	145
---------------------------	-----

8.2.2. Fase III	146
-----------------------	-----

8.3. Actuaciones arqueológicas.....	146
-------------------------------------	-----

8.3.1. Fase I	146
---------------------	-----

8.3.2. Fase II	155
----------------------	-----

8.3.3. Fase III	156
-----------------------	-----

8.4. Actuaciones de conservación	157
--	-----

8.4.1. Fase I	157
---------------------	-----

8.4.2. Fases II y III.....	164
----------------------------	-----

8.5. Actuaciones arquitectónicas	165
--	-----

8.5.1. Fase I.....	165
--------------------	-----

8.5.2. Fases II y III.....	168
----------------------------	-----

8.6. Actuaciones de musealización y puesta en valor.....	170
--	-----

8.6.1. Fase I.....	170
--------------------	-----

8.6.2. Fases II y III.....	178
----------------------------	-----

8.7. Criterios de intervención del conjunto de actuaciones.....	179
---	-----

8.8. CAME.....	180
----------------	-----

8.8. Planificación temporal y económica.....	183
--	-----

BLOQUE 3. PLAN DE GESTIÓN.....185

9. PLAN DE MANTENIMIENTO.....	186
-------------------------------	-----

9.1. Conceptos generales. Objetivos.....	186
--	-----

9.2. Definición de necesidades	186
--------------------------------------	-----

9.3. Mecanismos de control y planificación. Fichas de conservación	187
--	-----

9.4. Planificación de actuaciones.....	191
--	-----

9.5. Plan de actuación.....	192
-----------------------------	-----

10. PLAN DE GESTIÓN TURÍSTICA.....	194
------------------------------------	-----

10.1. Objetivos generales.....	194
--------------------------------	-----

10.3. Estímulo económico	196
--------------------------------	-----

10.4. Difusión cultural	197
-------------------------------	-----

10.5. Desarrollo sostenible	198
-----------------------------------	-----

10.6. Generación de nuevas oportunidades	199
--	-----

10.7. Revitalización de la comunidad	200
10.8. Integración de "La Picola" en el proyecto de musealización de Sant Pola.	201
10.9. Visibilidad social media	204
10.10. Autoevaluación y gestión de la calidad.....	206

BLOQUE 4. DOCUMENTACIÓN Y BIBLIOGRAFÍA 207

11. BIBLIOGRAFÍA	208
12. PLANIMETRÍA.....	216
12.1. Planos Generales.....	217
12.2. Arqueología.....	224
12.3. Urbanismo.....	234
12.4. Arquitectura.....	237
12.5. Infraestructuras.....	242

10. PLAN DE GESTIÓN TURÍSTICA

Juan Francisco Álvarez Tortosa
Carolina Frías Castillejo
Francisco Javier Muñoz Ojeda

La colaboración entre el Ayuntamiento de Santa Pola y la Universidad de Alicante en la investigación histórica y arqueológica de este municipio ha impulsado la transformación de varios de sus yacimientos en centros visitables. Dada la gran relevancia científica y patrimonial que presenta “La Picola”, la incorporación del yacimiento a este grupo sería, por tanto, un avance importante en este proceso iniciado con la puesta en valor de la casa romana de El Palmeral. En función de las fases de actuación marcadas en este Plan Director se ha planteado la necesidad de desarrollar un completo programa de puesta en valor que ha de ir acompañado de un plan específico de gestión turística, comunicación y difusión. Independientemente de que esta planificación derive en programas, proyectos y contratos específicos que sirva para su ulterior desarrollo, en este Plan Director vamos a señalar una directrices básicas de desarrollo que sean coherentes con las líneas y áreas de **planificación turística** existentes en la actualidad en Santa Pola. Asimismo, es imprescindible contemplar la integración de “La Picola” dentro de la **red de espacios visitables** gestionados por el Museo del Mar. Por todo ello, a continuación pasaremos a describir cuál es la singularidad del yacimiento en el panorama cultural del municipio, qué papel tiene en su entorno y determinar su importancia dentro de la oferta turística.

10.1. Objetivos generales

El desarrollo y aplicación de este Plan Director tiene como objeto afianzar el BIC de “La Picola” dentro de la oferta cultural del municipio de Santa Pola, estableciendo así un **corredor que enlace la periferia de la localidad con su centro urbano**, vertebrado por el Museo del Mar.

El turismo cultural desempeña un papel fundamental en el desarrollo y la promoción de localidades costeras como Santa Pola, ya que tiene un comportamiento activo en la **generación de programas culturales y en la cohesión social de la ciudadanía** en torno al patrimonio arqueológico. Al mismo tiempo, el turismo cultural proporciona una imagen integral y sostenible de la oferta cultural y natural más allá del sol y playa, una imagen que se aproxima más a la compleja realidad del municipio. Partiendo de programas de actividades que tengan en cuenta a la población local, permite a la ciudadanía disfrutar de su historia y de sus experiencias como una **comunidad con identidad propia**.

Es por ello que este Plan Director parte del reconocimiento del potencial que tiene el **turismo cultural** en Santa Pola, ya que reúne los elementos, las infraestructuras y el capital social necesario para poder implementar este tipo de turismo y hacer suyas las principales ventajas derivadas del mismo (Pastor Alfonso, 2003):

- El turismo cultural fomenta la **preservación y restauración** del patrimonio histórico y arquitectónico. Parte de los ingresos generados por el turismo pueden -y deben- revertir en la conservación de monumentos, edificios, sitios históricos y yacimientos arqueológicos, lo que ayuda a mantener viva la identidad cultural del lugar para las futuras generaciones.
- El turismo cultural impulsa la economía local al **generar empleo** en diferentes sectores como la hostelería, la restauración, las artesanías y los servicios turísticos. Los visitantes gastan dinero en alojamiento, alimentación, compras y actividades culturales, lo que contribuye al desarrollo económico de la comunidad.
- Se constituye como un auténtico altavoz para **difundir la cultura local** a nivel nacional e internacional. Los visitantes que experimentan la riqueza cultural de la localidad a menudo se convierten en embajadores de su experiencia, compartiéndola a título privado con su entorno o a través de redes sociales, lo que promueve el destino y atrae a más turistas.
- Fomenta el **intercambio cultural** entre la población local y los visitantes. Los encuentros con personas de diferentes países y culturas enriquecen la experiencia de los turistas y permiten a los locales aprender sobre otras tradiciones y costumbres, fomentando la tolerancia y el respeto hacia la diversidad.
- Puede actuar como catalizador de un **desarrollo sostenible** al centrarse en la preservación y el uso responsable de los recursos naturales y culturales. Las pequeñas localidades mediterráneas como Santa Pola pueden adoptar prácticas turísticas sostenibles que minimicen el impacto negativo en el entorno y la comunidad local.
- Creación de nuevas **oportunidades de negocio** basadas en la cultura local, como talleres de artesanía, eventos culturales, festivales y actividades turísticas temáticas. Estas iniciativas pueden diversificar la oferta turística y atraer a diferentes segmentos de viajeros.
- Puede estimular la **revitalización** de comunidades que de otro modo podrían estar experimentando declive demográfico o económico. A medida que aumenta el interés por la cultura local, los residentes pueden sentir un mayor sentido de orgullo por su patrimonio y tradiciones, lo que puede reforzar la cohesión social y la autoestima de la comunidad.

Emplearemos esta enumeración de los principales beneficios del turismo cultural como guión a partir del cual desarrollar nuestra propuesta de implementación en Santa Pola en general y en el BIC de "La Picola" en particular. Su aplicación revertirá en generar un producto más sostenible, donde buena parte de los gastos de su mantenimiento puedan sufragarse mediante la reinversión de los beneficios obtenidos mediante la explotación del propio turismo cultural.

10.2. Preservación del patrimonio cultural

El municipio de Santa Pola cuenta con un **patrimonio cultural variado y heterogéneo**, en el que los elementos de su tradición pesquera cohabitan con su legado arqueológico y monumental. Dentro del mismo destacamos dos yacimientos arqueológicos que han sido musealizados y puestos en valor, los cuales forman parte del *Portus Illicitanus*: **el barrio portuario de Portus Illicitanus y Casa Romana**. La incorporación del BIC de "La Picola" a ese grupo reforzaría la imbricación entre todos ellos, fomentando el incremento de visitas al ofrecer un conjunto de yacimientos visitables interrelacionados de manera coherente. Este crecimiento en el flujo de visitas debe ser sostenible y garantizar la adecuada preservación de este patrimonio, al tiempo que fomenta la necesidad de protegerlo y de invertir en su mantenimiento:

- El crecimiento de las propuestas patrimoniales –como la derivada de la inclusión del BIC "La Picola"– se traduciría en un **incremento del público** visitante, el cual obtendrá un mayor conocimiento sobre la historia y el patrimonio de Santa Pola. Esto puede generar una mayor conciencia tanto entre los turistas como entre los propios residentes sobre la importancia de proteger y preservar este patrimonio cultural
- La puesta en valor de "La Picola" y su incorporación a los programas de visitas destinadas a **centros educativos**, junto con la creación de actividades educativas, recorridos guiados y programas de interpretación que expliquen las distintas fases de ocupación del yacimiento serán fundamentales para transmitir conocimientos y fomentar el respeto por la cultura local

La apuesta por parte del municipio por el desarrollo de una serie de **estrategias** destinadas a generar una oferta atractiva ayudaría a lograr que los costes de mantenimiento del patrimonio cultural se sufraguen –al menos parcialmente– con los propios beneficios que genere:

- La afluencia de turistas culturales conlleva un aumento en la **demand**a de visitas a museos y sitios arqueológicos.
- Los **ingresos** generados por las tarifas de entrada y las actividades culturales pueden ser destinados a colaborar con los costes de conservación y restauración de estos lugares
- La conservación del patrimonio cultural puede tener un impacto positivo en la comunidad local. El incremento del turismo cultural incide en el dinamismo de ciertos sectores tradicionales –hostelería, restauración, etc.– y puede fomentar la explotación de nuevas **oportunidades económicas** –artesanía, etc.–, fortaleciendo el vínculo de la comunidad respecto a este tipo de bienes

10.3. Estímulo económico

Aumentar la propuesta de oferta patrimonial con la puesta en valor de "La Picola" incrementará de forma significativa el **impacto en la economía de la localidad**:

- **Generación de empleo.** La llegada de turistas culturales impulsa la demanda de servicios turísticos, como hoteles, restaurantes, guías turísticos, tiendas de souvenirs y transporte local. Esto crea oportunidades de empleo para los residentes locales, especialmente en sectores relacionados con el turismo y la cultura. Además, la demanda de estos servicios no es estacional, lo que ayuda a mantener el empleo durante temporadas con menor actividad económica. Se añade además que un trabajo continuado para la excavación y puesta en valor del yacimiento supondrá de una forma decisiva la creación de una mano de obra especializada dentro de la localidad para realizar este tipo de trabajos.
- **Ingresos derivados por visitas.** Los turistas culturales suelen gastar dinero en diferentes aspectos durante su visita, como alojamiento, comida, transporte, compras y actividades culturales. Estos gastos generan unos ingresos que acaban revirtiendo en empresas y comercios locales que dependen del turismo para su subsistencia
- **Estímulo a la inversión y emprendimiento.** El crecimiento del turismo cultural puede atraer inversión y oportunidades para nuevos emprendedores locales, que pueden identificar demandas no satisfechas en el sector turístico-cultural y ofrecer servicios y productos innovadores que atraigan a los visitantes.
- **Fomento del comercio local.** El turismo cultural puede impulsar el comercio local de productos artesanales, gastronomía típica y otros bienes relacionados con la cultura de la localidad. Los visitantes suelen buscar experiencias auténticas y productos únicos, lo que beneficia a los artesanos y productores locales.
- **Desarrollo de infraestructuras.** El aumento de la afluencia de turistas culturales puede llevar al desarrollo y mejora de la infraestructura local. Las autoridades pueden invertir en la modernización de calles, plazas, museos y otros sitios culturales, lo que beneficia tanto a los turistas como a residentes.
- **Promoción de otros sectores económicos.** El turismo cultural no solo beneficia a los negocios directamente relacionados con el turismo, sino que también puede tener un impacto positivo en otros sectores -como la pesca- a través del aumento de la demanda de productos locales en restaurantes y mercados.

10.4. Difusión cultural

La incorporación del BIC de “La Picola” dentro de la apuesta turística de Santa Pola podría jugar un papel fundamental en la **difusión y promoción de su cultura** a nivel nacional e internacional. El turismo cultural debe ser contemplado por tanto como una valiosa herramienta para dar a conocer Santa Pola y debe aprovechar las distintas fórmulas de difusión que le puede aportar:

- **Visibilidad y promoción.** El turismo cultural atrae la atención hacia la localidad y su patrimonio cultural. La promoción de eventos culturales, festivales, tradiciones, gastronomía y de sus sitios históricos y yacimientos fomenta la curiosidad de los turistas, lo que se traduce en una mayor visibilidad tanto para los residentes locales como para personas de fuera del municipio y de la provincia.
- **Intercambio cultural.** El encuentro entre turistas culturales y la comunidad local fomenta un enriquecedor intercambio cultural. Los visitantes tienen la oportunidad de sumergirse

en las tradiciones y costumbres locales, mientras que los residentes pueden aprender de las diferentes culturas y perspectivas que aportan los turistas.

- **Potencial alcance global:** gracias a las redes sociales las experiencias culturales compartidas por los turistas pueden llegar a audiencias globales. Esto impulsa la promoción del destino y puede atraer a más turistas interesados en disfrutar de experiencias similares
- **Promoción del turismo responsable.** El turismo cultural puede alentar a los visitantes a ser más respetuosos y conscientes de la cultura local y su entorno. La promoción de prácticas de turismo responsable, como el respeto por las tradiciones locales, la protección del patrimonio y la sostenibilidad ambiental, ayuda a preservar la autenticidad cultural y asegura que las futuras generaciones también puedan disfrutar de ella
- **Potencial para la educación e investigación.** El turismo cultural puede impulsar la investigación y la educación sobre la historia y la cultura de Santa Pola. Su museo puede desarrollar programas educativos para turistas y estudiantes, lo que podrá aumentar el conocimiento sobre el yacimiento de "La Picola", así como sobre el resto de yacimientos del *Portus Illicitanus*

10. 5. Desarrollo sostenible

La transformación de "La Picola" en un yacimiento musealizado y visitable puede suponer además un paso importante para la implantación del desarrollo sostenible en Santa Pola. El espíritu que subyace bajo este concepto es el de impulsar que el crecimiento turístico beneficie a la comunidad local, protegiendo al mismo tiempo su patrimonio cultural. Habría que destacar distintos modos en los que el turismo cultural puede contribuir al desarrollo sostenible en Santa Pola:

- **Planificación y gestión turística responsable.** El enfoque sostenible del turismo implica una planificación y gestión cuidadosa de la actividad turística. Las autoridades locales pueden establecer regulaciones y políticas que promuevan prácticas turísticas responsables, como la limitación de la construcción en áreas protegidas y la promoción de actividades turísticas que respeten la cultura y el medio ambiente
- **Promoción del turismo de bajo impacto.** El turismo cultural sostenible puede fomentar el turismo de bajo impacto, que busca reducir el impacto negativo de las masificaciones. Esto incluye la promoción de transportes más sostenibles, el uso responsable de los recursos naturales, la gestión adecuada de los desechos y el apoyo a prácticas de turismo eco amigables
- **Sensibilización ambiental y cultural.** El turismo cultural sostenible puede incluir programas de educación y sensibilización para los turistas y la comunidad local. Esto ayuda a concienciar sobre la importancia de preservar el patrimonio cultural y natural y promueve prácticas respetuosas con el medio ambiente y la cultura
- El turismo cultural puede ayudar a **reducir la estacionalidad** del turismo, principalmente orientado a sol y playa. Al promover eventos y actividades culturales a lo largo de todo el año, se fomenta la visita de turistas en diferentes temporadas, lo que beneficia a la economía local y a la comunidad durante todo el año

En resumen, el turismo cultural tiene potencial de ser una **fuerza positiva para el crecimiento equilibrado y sostenible**. Este enfoque responsable y respetuoso garantiza que tanto el patrimonio cultural como el entorno natural sean preservados para el disfrute de las generaciones presentes y futuras.

10.6. Generación de nuevas oportunidades

La puesta en valor de un yacimiento como “La Picola” puede crear una serie de nuevas **oportunidades para el desarrollo económico y social** de Santa Pola. Estas oportunidades pueden estar relacionadas con la diversificación de la oferta turística, el impulso a la industria cultural y creativa, la promoción de eventos y festivales, y la creación de experiencias únicas para los visitantes:

- **Diversificación de la oferta turística.** El turismo cultural amplía la oferta turística de la localidad al agregar experiencias culturales únicas. Además de las atracciones naturales y las playas, el turismo cultural ofrece la oportunidad de destacar el patrimonio histórico, las tradiciones locales, la gastronomía auténtica y las expresiones artísticas y culturales únicas de la comunidad
- **Desarrollo de experiencias auténticas.** Los turistas culturales buscan experiencias significativas. Esto crea la oportunidad para la comunidad local de ofrecer actividades y recorridos auténticos que les permitan a los visitantes conectarse con la cultura local de manera profunda y enriquecedora
- **Impulso a la industria cultural y creativa.** El turismo cultural puede estimular el desarrollo de la industria cultural y creativa en la localidad. Los artistas, músicos, artesanos, escritores y otros creativos locales pueden encontrar oportunidades para exhibir y vender sus obras a los turistas, lo que fomenta la innovación y la creatividad en la comunidad
- **Promoción de eventos y festivales.** Los eventos y festivales culturales pueden atraer a visitantes de fuera de la población y refuerzan el sentido de comunidad entre los residentes. Al mismo tiempo, son actividades que, si se organizan fuera de temporada, ayudan a reducir la estacionalidad del turismo.
- **Creación de empleo en el sector cultural.** El aumento de la demanda de actividades culturales y experiencias auténticas fomentan la generación de empleo en el sector cultural local. Guías turísticos, intérpretes, artistas, chefs, artesanos y otros profesionales relacionados con la cultura pueden encontrar oportunidades laborales en el turismo cultural
- **Potencial para el turismo temático.** La riqueza cultural de una localidad mediterránea puede inspirar el desarrollo de turismo temático centrado en aspectos específicos de su patrimonio. En este caso podría establecerse una alianza estratégica entre el turismo gastronómico y la explotación cultural de la fase romana de “La Picola”, vinculada a la producción de salazones
- **Colaboraciones y alianzas.** El turismo cultural puede fomentar colaboraciones y alianzas entre diferentes actores locales, como empresas, organizaciones culturales y autoridades gubernamentales. Trabajar juntos en la promoción y desarrollo del turismo cultural ayuda a conseguir un crecimiento más sólido y coordinado del sector

10.7. Revitalización de la comunidad

Finalmente, realizaremos un repaso por las distintas iniciativas que pueden llevar a una **revitalización** de Santa Pola y mejorar la calidad de vida de los residentes mediante la puesta en valor del yacimiento arqueológico de "La Picola":

- Fomento de la **identidad local**. El turismo cultural resalta y promueve el patrimonio, las tradiciones y la identidad local. Esto puede generar un mayor sentido de pertenencia entre los residentes, ya que ven reconocidos y apreciados sus valores culturales únicos
- Creación de **empleo y oportunidades económicas**. Las nuevas oportunidades laborales, especialmente en sectores relacionados con la cultura y el turismo, pueden generar nuevos puestos de trabajo vinculados a este sector
- Revitalización de **infraestructuras y espacios públicos**. Las autoridades locales pueden invertir en la mejora y revitalización de la infraestructura y los espacios públicos. Esto puede incluir la restauración de edificios históricos, la creación de nuevos espacios culturales y la renovación de calles y plazas. En el caso de "La Picola" puede contribuir a la revitalización de una zona de la periferia, incrementando así la presencia de población local en una zona donde solo está presente de forma coyuntural. La presencia asidua en zonas tradicionalmente no frecuentadas ayuda a revitalizar la zona
- Estimulación del **comercio local**. El aumento de la propuesta cultural puede estimular el comercio local, ya que los visitantes suelen buscar productos y souvenirs vinculados con la experiencia vivida. Las tiendas de artesanía, tiendas de productos locales y restaurantes tradicionales pueden experimentar un aumento en la demanda, lo que beneficia a los comerciantes y a la economía local.
- **Impulso a la vida cultural y eventos locales**. El aumento de la propuesta cultural suele incidir positivamente en el crecimiento de la demanda de actividades culturales y eventos locales. Esto puede llevar a una mayor vida cultural, con festivales, exposiciones, conciertos y otras actividades que involucren tanto a turistas como a residentes.
- **Fortalecimiento del tejido social**. La interacción entre los turistas culturales y los residentes locales puede fomentar la cohesión social y fortalecer el tejido comunitario. Los encuentros culturales y las experiencias compartidas pueden crear lazos emocionales entre los visitantes y la comunidad local
- **Mejora de la percepción externa**. El turismo cultural bien gestionado puede mejorar la percepción externa de la localidad como destino turístico. Una mayor visibilidad y reputación positiva pueden atraer a más visitantes, lo que a su vez beneficia a la economía local y a la comunidad

En definitiva, la puesta en valor de un yacimiento de la importancia de "La Picola" y su integración dentro de la marca Museo del Mar supondría un afianzamiento definitivo de un turismo cultural dentro de Santa Pola. Los beneficios van encaminados en torno a tres ejes principales dentro de la localidad:

- La creación de una gestión encaminada hacia la **autosostenibilidad**.
- Impulsar la economía local, pudiendo establecer **sinergias** con sectores como el culi-

nario, el hostelero y, de forma general, también con el comercial

- Crear **oportunidades laborales** relacionadas directamente con la puesta en valor y servicio dentro del yacimiento arqueológico.

10.8. Integración de "La Picola" en el proyecto de musealización de Santa Pola

Tras experimentar un crecimiento poblacional en los últimos 20 años que ha supuesto prácticamente la duplicación de su población, el número de habitantes censados en el municipio de Santa Pola asciende a 36.000. A lo largo de este mismo periodo su oferta cultural -centralizada por el Museo del Mar- ha incrementado paulatinamente el número de bienes gestionados al tiempo que mejoraba las condiciones de los mismos, obteniendo en 2021 el reconocimiento de la certificación de Calidad Turística.

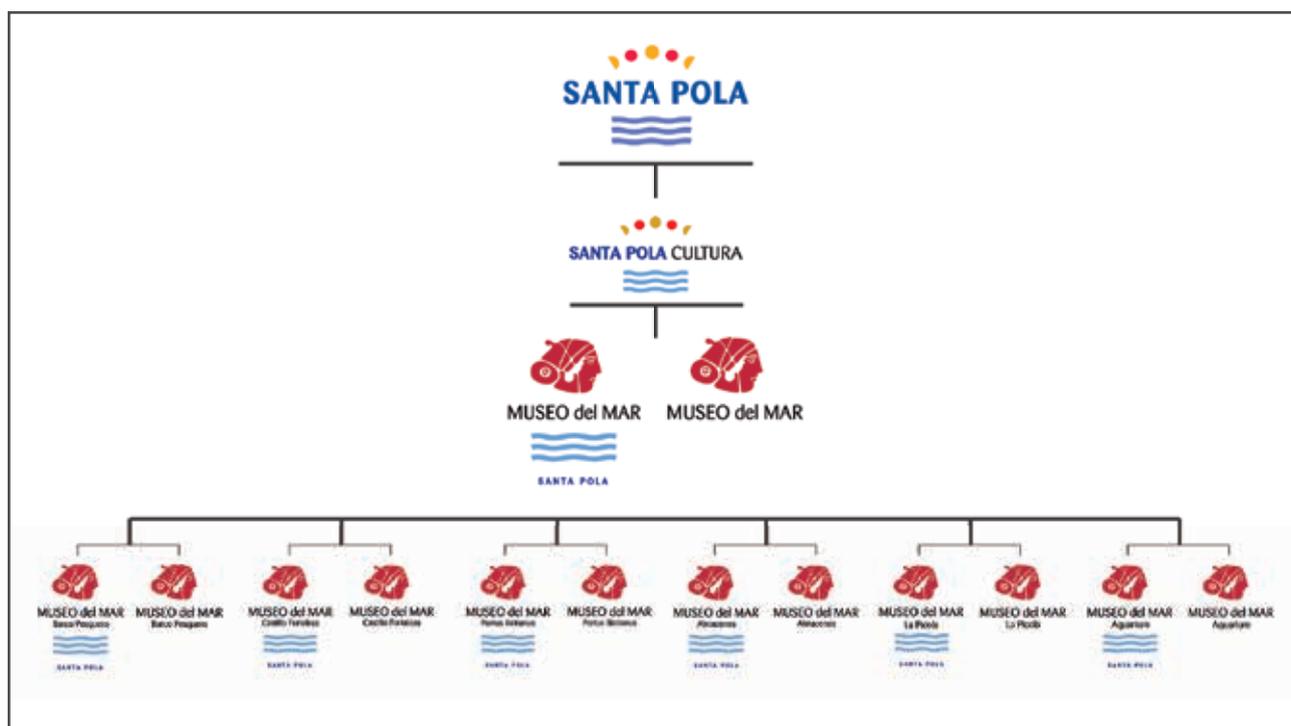


Figura 10.1. Arquitectura de marcas de los museos y del patrimonio de Santa Pola en la que se distingue su organigrama (Álvarez Tortosa et al. 2022:61 fig. 8)

La certificación **Q de Calidad Turística** se obtiene a través del Instituto de Calidad Turística Española (ICTE), organización sin ánimo de lucro constituida por la fusión de los antiguos Institutos Turísticos con el fin de difundir los sistemas de seguimiento de la calidad en las empresas de sus respectivos ámbitos. Se trata de un reconocimiento de reconocido prestigio dirigido a la certificación voluntaria de servicios turísticos. Una organización turística únicamente obtiene **la Q de Calidad Turística** cuando evidencia el cumplimiento de los requisitos técnicos que dicta su norma correspondiente, lo que implica necesariamente la implementación de un sistema de gestión orientado al servicio al cliente y con vocación de mejora continua.

El **Museo del Mar**, de este modo, se convierte en el elemento vertebrador dentro de la propuesta cultural en el municipio, siguiendo la filosofía territorio-museo que vertebra su filo-

sofía cultural. La adición de distintos yacimientos puestos en valor durante los últimos años ha permitido conformar un eje de gran potencial turístico-cultural que une el extrarradio del municipio con su centro urbano. Esta estrategia potencia, sin duda alguna, la creación de ejes de conexión centro-periferia (Cerdá Bertomeu et al., 2022a: 231).

Desde una perspectiva turística, el Museo del Mar es un activo que contiene experiencias radicadas en **diferentes espacios museográficos**, patrimonio histórico, arqueológico y centros de investigación. Su sede central está ubicada en el Castillo-Fortaleza, espacio catalogado como Bien de Interés Cultural que alberga la sección arqueológica e histórica y la sección etnológica. Dispone además de salas expositivas en las que se exhiben proyectos de arte finalistas mediante convocatoria pública. Pero el Museo del Mar está vinculado, además, con una serie de elementos patrimoniales etnológicos, naturales abiertos al público que complementan y fijan en el territorio la oferta cultural articulada desde la sede central del Museo (Figura 10.1):

- El **Barco Pesquero Esteban González**. Es una embarcación arrastrera musealizada con el fin de mostrar las artes de pesca tradicionales de la bahía santapolera (Figura 10.2izqda.)
- El **Aquàrium**. Muestra las especies más relevantes del Mediterráneo español y sus beneficios ecológicos y culinarios (Figura 10.2 dcha.)
- Los **almacenes visitables**. Este espacio, no sólo cumple con la función de custodia de los materiales depositados en el Museo del Mar. Tiene además una función didáctica y de difusión patrimonial al hacer visibles determinados materiales que no están incorporados en la propuesta museográfica del resto de salas y espacios museográficos.

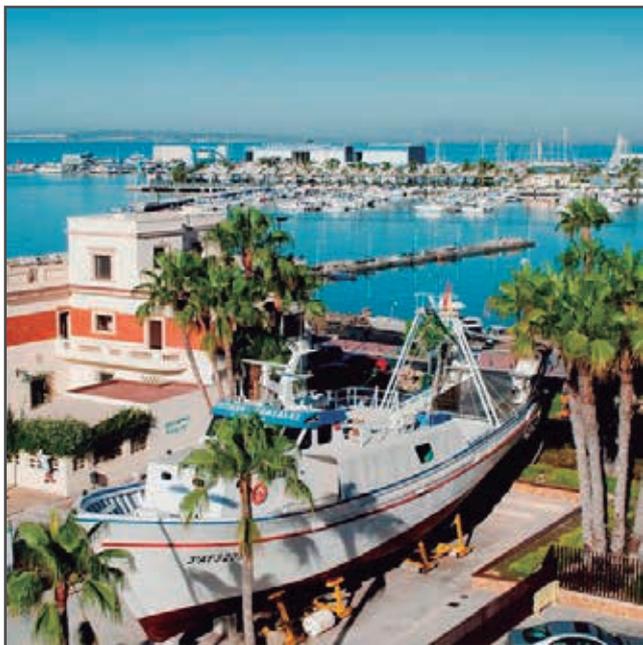


Figura 10.2. Izqda.: vista panorámica del Esteban González, barco pesquero musealizado (fuente: Museo del Mar). Dcha: vista de las salas del Aquàrium (<https://museodelmarsantapola.com/sedes/aquarium/>)

Dentro de esta línea de trabajo desarrollada por el Museo del Mar de cara a la **valorización turística** del patrimonio arqueológico en Santa Pola, la incorporación del BIC de "La Picola" como un yacimiento visitable implica una apuesta por el arqueoturismo y la ampliación

de la oferta cultural vinculada al Portus Ilicitanus. Esta acción se incardina en la filosofía de **territorio-museo** que se lleva siguiendo desde hace años en el Museo del Mar (Cerdá Bertomeu *et al*, 2021).



Figura 10.3. Vista aérea del área arqueológica musealizada correspondiente al barrio portuario del Portus Ilicitanus (fuente: Museo del Mar)

Sin duda alguna, viene a afianzar el valor transformador del patrimonio dentro de un municipio que, año tras año, ha apostado por fortalecer los distintos **ejes de atracción turística** entre los yacimientos puestos en valor y el Museo del Mar (Cerdá Bertomeu *et al.*, 2022a).

Los restos arqueológicos del barrio portuario del **Portus Ilicitanus** fueron detectados en el curso de la urbanización de esa zona. Tras la construcción del edificio de Plaza de los Aljibes que obliteró las estructuras que fueron detectadas y documentadas en 1976 en esta parcela, la reacción ciudadana y el apoyo institucional logró paralizar las obras en su parcela colindante. Se llevaron a cabo varias campañas arqueológicas (1982-1986) en las cuales se consolidaron las estructuras que salieron a la luz. Sin embargo, este yacimiento nunca llegó a ser puesto en valor.

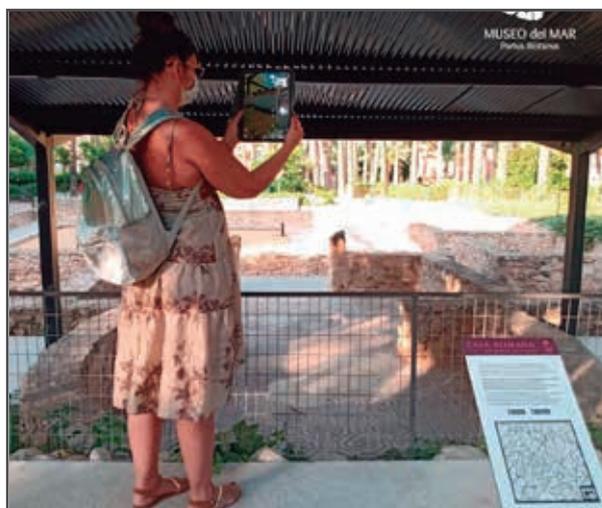


Figura 10.4. Vista del yacimiento visitable Casa Romana y de su Realidad Aumentada (fuente: Museo del Mar)

La **Casa Romana** corrió una suerte similar. Fue excavada de manera intermitente a lo largo de una serie de campañas arqueológicas: 1983, 1985-1986, 1990 y 2000-2001. En el marco de las mismas se llevaron a cabo actuaciones de consolidación de las estructuras exhuma-

das, en las cuales fueron restaurados los pavimentos de mosaico hallados in situ. Si bien se llegó a proyectar una posible puesta en valor de este conjunto y su apertura al público –incluso llegó a instalarse una pasarela de madera y una pérgola con el fin de hacer viables las visitas– esta situación no llegó a producirse. La Casa Romana se convirtió por tanto en un elemento no accesible integrado en el parque de El Palmeral.

Tras **décadas de abandono** ambos yacimientos padecieron los efectos de una severa degradación hasta que, gracias a un proyecto dentro del PO-FEDER 2014-2020 de la Comunidad Valenciana con cofinanciación europea y municipal que se ejecutó entre 2019 y 2020, fueron rescatados de esta situación. En la actualidad son **yacimientos restaurados, interpretados, puestos en valor y visitables**, los cuales han pasado a formar parte de la oferta cultural del municipio (Figuras 10.3 y 10.4).

10.9. Visibilidad social media

La visibilidad digital resulta fundamental para hacer llegar al visitante información básica sobre la existencia del bien patrimonial, así como los detalles que desde la unidad responsable de patrimonio cultural –en este caso, el Museo del Mar– se consideren fundamentales para aportar una información previa a la visita del bien.



Figura 10.5. Página de inicio de la web oficial de Museo del Mar

El Ayuntamiento de Santa Pola cuenta con una **marca** –Museo del Mar (<https://museodelmarsantapola.com/>)– que aglutina todas las iniciativas relacionadas con el patrimonio cultural del municipio. Contiene información acerca de los yacimientos visitables y de las secciones y salas externas del museo, así como de las exposiciones –tanto permanentes como temporales–. Dispone además de un repositorio de las publicaciones científicas derivadas de los proyectos arqueológicos del municipio. Uno de los aspectos más relevantes de la web es su atención a los aspectos comunicativos. Tanto es así que una de sus

campañas –Cultura y Tradición Marinera– recibió recientemente un galardón en la categoría de Comunicación de los Premios Onda Cero.

Resulta especialmente destacable la **excelente accesibilidad** de la web, contando con una especial adaptabilidad a usuarios con deterioro motor, daltonismo, dificultades visuales, convulsiones y epilépticos, ceguera, dislexia o TDAH. Se trata, de hecho, del único museo de la Comunidad Valenciana cuya web cuenta con un perfil de accesibilidad desarrollado a este nivel.

La web de la marca Museo del Mar de Santa Pola (Figura 10.5) tiene un excelente **posicionamiento** basado en el **SEO** a través de los distintos términos de búsqueda usados. La web está re-

forzada por una alta actividad en redes sociales (Figura 10.6), potenciando ese valor desde X (388 seguidores), Instagram (1456 seguidores) y Facebook (2380 seguidores). Destaca también un activo canal de Youtube, superando en 2023 las 50.000 visualizaciones, con un número suscriptores superior a la media de otros canales de entidades públicas similares en la provincia. **Su tendencia de crecimiento es positiva**, con una actividad periódica de publicaciones relacionadas con las temáticas propias del Museo del Mar. El **engagement** en las publicaciones es bajo, aunque la tendencia que se aprecia es de mejora, con un incremento paulatino de la participación de los usuarios. La web cuenta además con un apartado de Visitas a través del cual se facilita la visita virtual a instalaciones del Museo del Mar. Del mismo modo, su apartado Eventos permite la comercialización online de las distintas actividades culturales organizadas por el Museo del Mar, como las visitas guiadas, las visitas teatralizadas, etc.

El yacimiento de “La Picola” dispone de un espacio propio dentro de la web Museo del Mar, accesible desde el menú “Patrimonio”. Allí se ofrecen una serie de vídeos dedicados a los diferentes sitios arqueológicos de municipio (Figura 11.4). El apartado correspondiente a “La Picola”, además de su correspondiente video, va acompañado por el siguiente texto sobre la colección de materiales procedentes de este yacimiento (<https://museodelmar-santapola.com/patrimonio/>):

“Esta colección es fruto del proyecto de investigación efectuado en un recinto amurallado de planta ortogonal datado entre los años 450 y 330 a.C., con viviendas y estancia comerciales, llevado a cabo a través de un convenio entre el Ayuntamiento de Santa Pola, la Consellería de Cultura de la Generalitat Va-

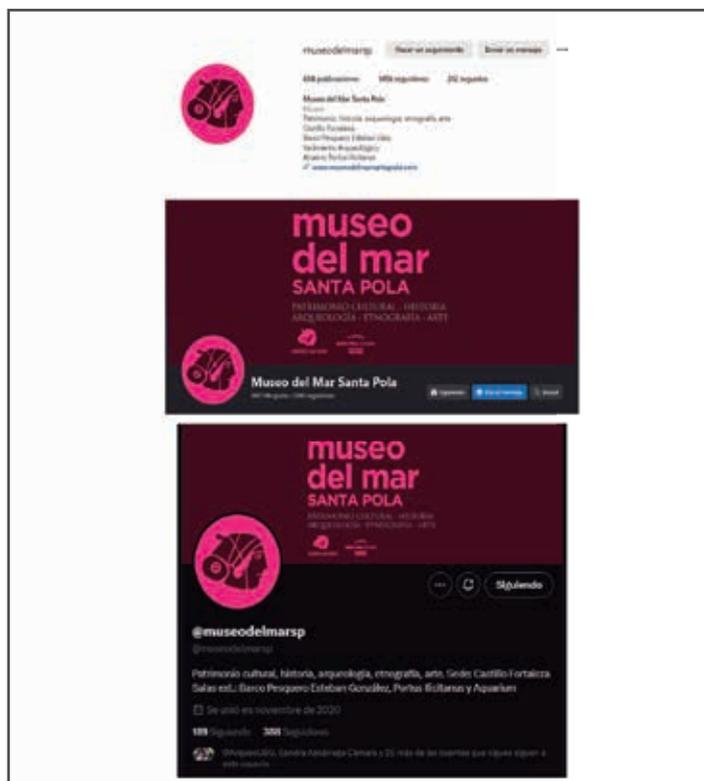


Figura 10.6. Perfiles en redes sociales de la marca Museo del Mar

lenciana y la Casa de Velázquez en 1990, bajo la dirección de Pierre Rouillard, Pierre Sillières y M^a José Sánchez, con la participación de estudiantes de Alicante. Este yacimiento arqueológico ibérico y romano de "La Picola" tuvo una segunda fase de trabajo a partir de 1997 y hasta 2007, cuando un equipo de la Universidad de Alicante y el Museo del Mar procedió a la excavación y análisis de la ocupación romana.

En diciembre de 2021 el yacimiento de "La Picola" fue declarado Bien de Interés Cultural con la categoría de Zona Arqueológica."

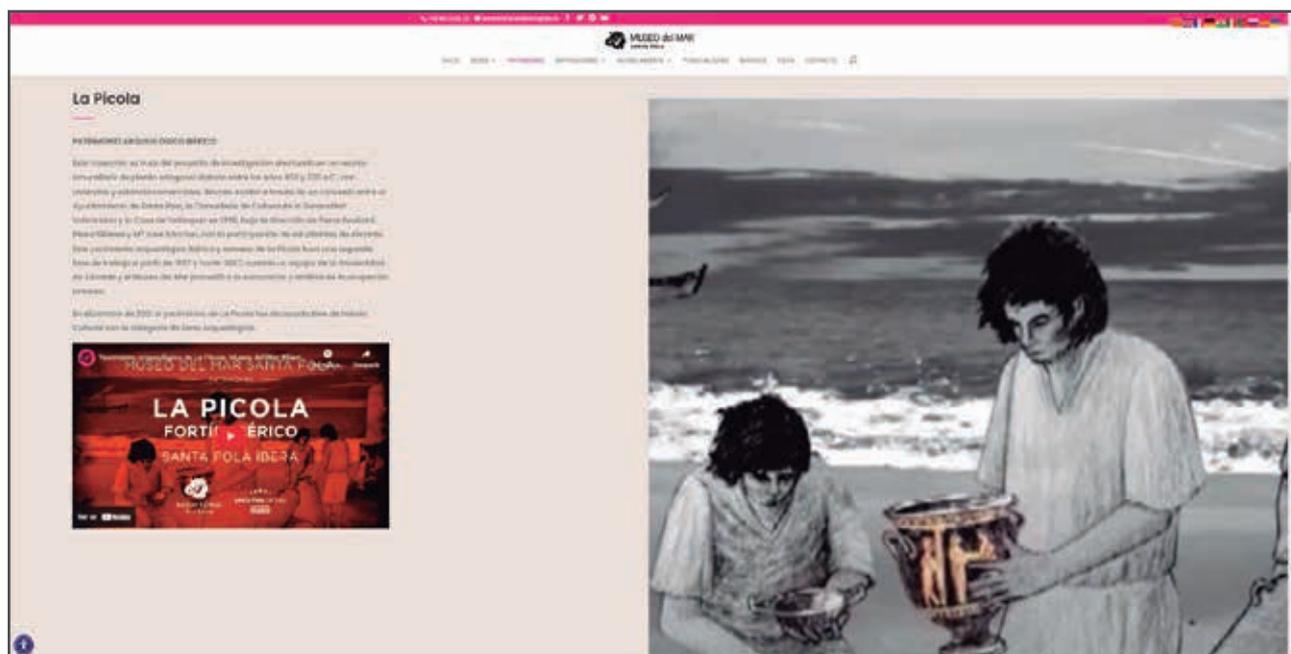


Fig. 10.7. Ficha del yacimiento arqueológico de "La Picola" dentro de la web oficial de Museo del Mar

10.10. Autoevaluación y gestión de la calidad

Una vez puesto en funcionamiento el Plan de Gestión turística, comunicación y difusión resulta fundamental establecer un protocolo de autoevaluación y control de la calidad que nos permita verificar y evaluar su buen funcionamiento. Para este fin existe la norma **ISO 9001 del Sistema de Gestión de Calidad (SGC)**, que es la que disfruta de mayor reconocimiento internacional entre todo tipo de organizaciones que tratan de optimizar la fiabilidad de sus evaluaciones. Su aplicación tiene como objetivo estimular y garantiza la gestión por procesos, es decir, identificar claramente los servicios que se ofrecen desde el BIC de "La Picola" al público visitante para regularlos, evaluarlos y, finalmente, gestionarlos desde un Sistema de Gestión de la Calidad encaminadas hacia la mejora continua. Los aspectos que evalúa son los siguientes:

- Afianzar la posición del BIC de "La Picola" como un **centro de confianza**.
- **Optimizar costes** de mantenimiento y gestión.
- Obtener un nivel de **satisfacción alta**.
- **Capacidad de resiliencia** del bien musealizado y su tendencia a la autosostenibilidad.
- Hacer que el funcionamiento interno sea lo más **sostenible** posible.
- Garantizar una **comunicación fluida y eficiente** con el Museo del Mar.



MUSEO del MAR
La Pícola



SANTA POLA CULTURA



Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante



INSTITUT UNIVERSITARI
DE RECERCA EN
ARQUEOLOGIA I
PATRIMONI HISTÒRIC

INSTITUTO UNIVERSITARIO
DE INVESTIGACION EN
ARQUEOLOGIA Y
PATRIMONIO HISTÓRICO



Patrimonio
Virtual



INSTITUTO UNIVERSITARIO DE RECERCA EN ARQUEOLOGIA I PATRIMONI HISTÒRIC
GIRA UA



9 788412 693164