

EL CAMINO QUE LLEVA AL ÉXITO

Un análisis turístico sobre el Belén
Viviente de Puerto Moral

Raúl Sierra Martín

EL CAMINO QUE LLEVA AL ÉXITO

“El camino que lleva a belén...” así empieza uno de los villancicos más conocidos de nuestra navidad, algo que siempre me ha recordado al Belén Viviente de Puerto Moral porque la recreación es esfuerzo, trabajo, dedicación, es camino. Un camino que no sólo nos lleva a Belén en cada edición, sino que ha llevado al éxito rotundo de la localidad en tan solo nueve ediciones. Pero ¿qué ha significado este camino para la localidad y la vida de los residentes desde el punto de vista turístico?

Los cambios en las preferencias y motivaciones de los turistas y visitantes en los últimos años, desde los noventa, hacia lo rural, cultural, paisajístico y patrimonial han provocado que los elementos patrimoniales (materiales e inmateriales) de los destinos sean puestos en valor como recursos turísticos de estos espacios. De esta manera, surge el turismo patrimonial. Se producen desplazamientos de turistas hacia diferentes lugares buscando una experiencia directa con el patrimonio de una cultura concreta, en la que el patrimonio inmaterial, como producto turístico, es destacable por lo que alberga su significado para esta práctica: la visita experiencial y el contacto del visitante con la parte más pura y auténtica de una comunidad. Estamos hablando, por tanto, de una **‘mercantilización del patrimonio cultural inmaterial con fines turísticos’** (Jiménez de Madariaga y Asencio, 2018:12).

Esta concepción del patrimonio, como elemento motivacional de los desplazamientos de los visitantes, suele provocar un crecimiento de la demanda turística en el destino que la recibe. El espacio se hace cada vez más turístico, a través del proceso de **‘turistización’** (Sanmartín, 2019). La turistización implica una serie de impactos sobre el territorio y las personas que lo habitan, que pueden ser tanto positivos como negativos.

La mala gestión del patrimonio, ligada a la aceleración del proceso de turistización y su falta de control sobre el mismo, puede llevar a una situación de **‘turistificación’**. En este caso, y a diferencia del proceso anterior, se trata de un fenómeno de connotación negativa relacionado a su vez con la **masificación turística**, así como la apropiación simbólica y física del espacio (Jover, Berraquero-Díaz, Barrero-Rescalvo y Jiménez-Talavera, 2018). Un fenómeno capaz de provocar cambios sustanciales en los aspectos políticos, sociales, culturales, comerciales y medioambientales de una comunidad local. El exceso aprovechamiento de la dimensión economicista y turística del patrimonio provocaría una rotura en la identidad de la colectividad, dejando de ser entendido como un producto local para ser expuesto y comercializado como producto turístico, dañando así su tejido organizativo, autenticidad y salvaguarda en el tiempo.

En este análisis turístico nos centraremos en el caso de Puerto Moral a la luz de estos procesos para analizar su evolución turística y los efectos más significativos que dichos fenómenos están teniendo sobre el pueblo y la comunidad local, así como las posibles propuestas a implantar para reducir o eliminar los aspectos negativos de los mismos, y potenciar y reforzar aquellos positivos. Para ello, utilizaré los resultados obtenidos mediante una encuesta realizada a 261 visitantes del Belén Viviente así como testimonios recogidos mediante diferentes grupos focales llevados a cabo en los meses de la investigación con figurantes, visitantes, equipo organizativo y el Ayuntamiento de la localidad.

EL CAMINO QUE LLEVA AL ÉXITO

DE LA RECREACIÓN A LA TURISTIZACIÓN.

'Nadie se lo imaginaba', así respondía **Ezequiel Ruíz**, diputado provincial de la Diputación de Huelva y alcalde de Puerto Moral hasta el año 2015, cuando hablábamos de la evolución que ha tenido el belén viviente en las últimas nueve ediciones. La recreación que comenzaba en el año 2011 como una iniciativa del pueblo para darse a conocer se ha convertido en uno de los principales referentes festivos de la localidad y del turismo navideño en la sierra.

Los visitantes han aumentado de forma disparada año tras año. La inexistencia de datos exactos en cuanto a número de visitantes de cada edición ha limitado el estudio de su evolución a lo largo de las ediciones del mismo, sin embargo, la documentación fotográfica demuestra dicho crecimiento:



Entrada del Belén Viviente año 2011 y 2018, respectivamente

Fuente: Ayuntamiento de Puerto Moral

El notable aumento hizo replantearse a la organización sobre la necesidad de hacer un recuento de visitantes, colocando un contador en la entrada del belén, desde el año 2017. Sin embargo, ya en la tercera edición, llevada a cabo en el año 2013, se hizo un primer sondeo de visitas llegando a contabilizar unos 2.000 visitantes, aproximadamente, durante el fin de semana de la realización. La última edición, llevada a cabo el pasado mes de diciembre de 2019, llegó a registrar más de 8.000 visitantes. Si tenemos en cuenta las cifras de estas dos ediciones, podemos afirmar que se ha cuadruplicado las visitas en seis años. Pero ¿cuáles han sido los motivos que explican su evolución?

➤ **Difusión y publicidad de la recreación.**

La publicidad ha sido un factor clave a la hora de potenciar el atractivo turístico del belén viviente. Las primeras publicaciones que anunciaban la actividad se llevan a cabo a través de la página de Facebook de Puerto Moral, a la que posteriormente se sumaron otros medios tradicionales, como prensa, radio y televisión (Huelva Información, Diario de Sevilla, Radio Sierra de Aracena...). La presentación de la actividad en la sala de Diputación de Huelva ha sido otro método que ha generado una gran oportunidad para que muchos medios se hagan eco. El poder difusor que tienen las redes sociales durante las semanas previas a cada edición es muy importante, llegando a tener un alcance de 20.000 visualizaciones en las publicaciones relacionadas con la recreación. Sin embargo, todo el equipo organizativo y miembros del Ayuntamiento coinciden en que el **'boca a boca'** de los visitantes es un elemento fundamental.

Un 63,1% de los encuestados indicaban que alguien le habló del belén y ese fue el motivo por el que conoció la actividad. Las redes sociales fueron elegidas por un 26,1% mientras que la prensa (online/física) y la televisión local, supusieron un 8,3% y 1,5%, respectivamente. El resto de los resultados explicaban otros motivos por los que habían conocido el belén viviente, casi todos, por motivos de segundas residencias y vínculos con los residentes de la localidad. De esta manera, los resultados evidencian los testimonios por parte de la administración local en materia de difusión y es que, tal y como explicaba el actual alcalde del pueblo, **Mario Guzmán**, *"la mejor publicidad que hay es la del boca a boca"*.

➤ **La experiencia de los visitantes.**

Los resultados de las encuestas revelan que los propios visitantes han sido y son el principal elemento publicitario-difusor de la actividad, lo que ha hecho que me interese por los aspectos motivacionales que llevan al visitante a asistir a la recreación y, posteriormente, recomendarla. Los visitantes han dejado sus motivos expuestos en los resultados de la encuesta a través de una pregunta de carácter abierto. Las respuestas han sido muy diversas, sin embargo, la mayoría de ellas están relacionadas con la naturaleza, el entorno y el enclave de la recreación: *"el lugar es impresionante, parece que estuviese creado para ese fin"*, añadía uno de los encuestados refiriéndose al escenario natural en el que se lleva a cabo la escenificación.

En segundo lugar, son los aspectos relacionados con los valores de la población lo que más valoran los visitantes, poniendo énfasis en la participación, colaboración y el entusiasmo de los residentes, el *"ver a un pueblo entero trabajando unido"*. Todos estos factores, junto a la estética, el montaje y el gran cuidado de los detalles, hacen que el belén sea valorado y percibido como *"una experiencia única"* y *"otra manera de vivir la navidad"*.

La coincidencia de la realización con el puente de la Inmaculada o puente de diciembre es otro de los factores claves de su éxito. Un puente con mucha demanda turística en la sierra que, junto con la gran variedad de productos turísticos que ofrece la zona en esta época (rutas de senderos, mercados de artesanía, ferias

EL CAMINO QUE LLEVA AL ÉXITO

gastronómicas, otros belenes de la zona, etc.) hacen que el belén viviente de Puerto Moral sea fácilmente adherido a la ruta o viaje del turista.

De esta forma, la localidad ha empezado a atraer turistas, mayoritariamente excursionistas, puesto que la gran mayoría no pernocta en el pueblo. La falta de establecimientos hoteleros, exceptuando la casi inexistente presencia de casas y apartamentos rurales, y la proximidad del municipio con los puntos más turísticos de la sierra, como es el caso de Aracena, hacen que la localidad sea un complemento de las visitas de los turistas, pero no su principal motivo del viaje.

El profundo saneamiento de la zona y la creación de nuevos espacios naturales de carácter recreativo, el jardín botánico y el área recreativa de 'La Madrona', también ha creado una posibilidad para incentivar el turismo de la localidad. Su cercanía al embalse, y la existencia de diversos caminos y senderos, también está atrayendo a un turismo deportivo, que tanto ha crecido en los últimos años en la sierra. Y es que, existe un cierto interés por parte de los visitantes de conocer el pueblo. La mayoría de ellos aseguran realizar alguna otra actividad en el mismo cuando visitan el belén (tomar café, pasear, etc.).

Por esto, es importante aprovechar y potenciar turísticamente esta demanda, a través de los principales puntos de interés, como podrían ser las visitas a la Iglesia de San Pedro y San Pablo o los molinos harineros, así como a los varios miradores y puntos panorámicos que ofrece Puerto Moral y que ya empiezan a prepararse a través del área de turismo de la localidad. De esta manera, no sólo se estaría atrayendo gente al pueblo, sino que también se podría impulsar la economía local, a través de los bares y restaurantes existentes frente una oferta de alojamiento escasa. Crear, en definitiva, un 'boca a boca' que vaya más allá de la actividad del belén en cuestión que, de hecho, ya empieza a tener efecto. **Pauli Guzmán**, miembro de la Asociación Cultural Cabalgata de Reyes Magos, observaba cómo había crecido la expectación de la cabalgata en los últimos años: *'la cabalgata es otra actividad que no deja de atraer gente cada año'*.



EL CAMINO QUE LLEVA AL ÉXITO

En definitiva, la localidad se está haciendo hueco en el turismo de la sierra, aumentando cada año el número de llegadas por parte de visitantes, principalmente a las festividades locales y, siendo la principal atracción, la recreación del belén viviente. Desde el Ayuntamiento y, en colaboración con otras entidades, se siguen llevando a cabo nuevos proyectos para impulsar el turismo de Puerto Moral, como es el caso del Camino de Belén (PR A-423). Un sendero circular de unos 11km de longitud en honor a la afamada recreación.

LOS EFECTOS POSITIVOS DE LA TURISTIZACIÓN.

Alejado de una situación de turistificación o masificación turística como destino, la rápida y señalada crecida de los visitantes está advirtiendo a los habitantes del pueblo de un proceso de turistización. Por tanto, si uno de los principales motivos de crear la actividad era dar a conocer el pueblo **¿se ha cumplido el objetivo marcado?** Los resultados hablan por sí solos.

La procedencia de la gran mayoría de las personas que asisten durante el fin de semana a la recreación es de la misma provincia en la que se encuadra la localidad, sin embargo, la procedencia de los encuestados también ha sido de otros puntos de la comunidad andaluza, principalmente de la provincia de Sevilla y, en menor medida, Cádiz, aunque también hay otros casos como el de visitantes procedentes de Extremadura. Hablamos, entonces, de un turismo predominantemente provincial que se va expandiendo hacia otras provincias y comarcas limítrofes a la de Puerto Moral y que empieza a dejar una serie de consecuencias positivas sobre el pueblo y sus residentes.

Durante unos días y horas previas a la apertura del belén, las calles de Puerto Moral se van llenando de visitantes que esperan, tomando un café o conociendo los rincones del pueblo, a la vez que se cruzan con los residentes que se dirigen, ya ambientados con los ropajes, hacia la recreación. Son precisamente los aspectos más valorados por parte de los residentes del pueblo ante la llegada de los visitantes.

El impacto económico que tiene el belén viviente sobre el pueblo es muy notable. **Ángela Sánchez y Alba Sánchez** explicaban su experiencia trabajando en uno de los bares del pueblo, como el fin de semana con más negocio del año. Y es que este turismo que ha ido creciendo en los últimos años *‘llena de vida al pueblo’*, como comentaba **Lorena Fernández**, una de las figurantes del belén. A pesar de la diversidad de opiniones existentes en torno a la actividad, todos los figurantes, residentes, asociaciones y miembros de la organización que han sido entrevistados para esta investigación estaban de acuerdo en que el turismo está siendo positivo para el pueblo.

LOS EFECTOS NEGATIVOS DE LA TURISTIZACIÓN.

Sin embargo, la saturación y capacidad de carga son los principales problemas a los que se enfrentan el turismo y la organización a la hora de poner en marcha la actividad. La falta de aparcamientos, los problemas en la gestión de colas y la masificación de personas visitando el belén han acumulado más del 60% de las respuestas a la hora de hablar de los aspectos negativos de la visita. Desde el Ayuntamiento y la organización se valora el aparcamiento como el principal problema

EL CAMINO QUE LLEVA AL ÉXITO

al que deben hacer frente y en el que ya trabajan para mejorar la situación en cuanto a seguridad y amplitud de plazas que abastezca la demanda creciente.

Pero ¿se ha superado la capacidad de carga del pueblo? “**Este año fuimos y no pudimos verlo**”, una respuesta que explica que la gran afluencia de personas, unida a la falta de aparcamientos, han provocado ya la imposibilidad de la visita a algunos visitantes. Se afirma, por tanto, que se ha superado dicha capacidad.

Uno de los principales peligros a los que se enfrentan las fiestas caracterizadas por la masificación y una mala gestión del proceso de turistización es a perder sus valores identitarios y simbólicos como ritual festivo. Una preocupación que ya se manifiesta en otras fiestas andaluzas como es el caso de los patios de Córdoba. A través del I Congreso Internacional ‘Patios de Córdoba’ se ha puesto en relación el turismo con el patrimonio en el que la masificación y la sobredimensión turística que tiene la actividad actualmente, junto a la salvaguarda de la fiesta como patrimonio inmaterial, han sido unos de los temas centrales.

Sin embargo, todos los visitantes encuestados coinciden en algo, por encima de sus gustos y preferencias, el medio por el que conocieron la recreación, sus escenas favoritas o su concepción de la organización del evento: **volverán a visitar el belén viviente de Puerto Moral.**

Gracias por tanto Puerto Moral

Raúl Sierra Martín