

TERRA. Revista de Desarrollo Local

e-ISSN: 2386-9968

Número 14 (2024), pendiente paginación

DOI 10.7203/terra.14.26790

IIDL – Instituto Interuniversitario de Desarrollo Local

Musealización del patrimonio cultural inmaterial de la humanidad como herramienta en desarrollo local: el museo de los caballos del vino

Juan López Jiménez

Departamento Geografía Humana. Universidad de Alicante

juan.lopez.j@gcloud.ua.es

<https://orcid.org/0000-0001-5601-3714>



Esta obra se distribuye con la licencia Creative Commons
Reconocimiento-No Comercial-Sin Obra Derivada 4.0 Internacional

SECCIÓN ARTÍCULOS

Musealización del patrimonio cultural inmaterial de la humanidad como herramienta en desarrollo local: el museo de los caballos del vino

Resumen: El patrimonio cultural inmaterial es una expresión cultural viva que tiene su razón de ser en la identidad colectiva de las comunidades. Esta cultura no se puede salvaguardar de la misma manera que el patrimonio material. Los museos están asumiendo un nuevo rol de acción para convertirse en un escenario de dinamización en torno a las funciones de guarda acorde al carácter vivo de este patrimonio. El presente artículo tiene el objetivo de exponer los nuevos valores y acciones derivadas de la musealización del festejo de los Caballos del Vino de Caravaca de la Cruz, inscrito en la Lista Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad para contribuir a la salvaguarda y al desarrollo local sostenible. El método de análisis cualitativo se ha orientado a través de la recopilación de testimonios orales mediante entrevistas a gestores y responsables directos e indirectos del museo, así como de la revisión de la literatura. El resultado muestra la vital participación de la comunidad local en la musealización del festejo, como contribución activa que ha permitido afianzar la salvaguarda y la contribución al desarrollo local. La consecuente gestión del museo ha fomentado lazos de colaboración entre diferentes agentes del territorio para desarrollar proyectos en formación, promoción, innovación, economía creativa y empleo local.

Palabras clave: Patrimonio cultural, Museo, desarrollo local, Caravaca de la Cruz

Musealization of the intangible cultural heritage of humanity as a tool in local development: the museum of the wine horses.

Abstract: Intangible cultural heritage is a living cultural expression that has its raison d'être in the collective identity of communities. This culture cannot be safeguarded in the same way as tangible heritage. Museums are taking on a new role of action to become a scenario of dynamization around the functions of guardianship in accordance with the living character of this heritage. This article aims to expose the new values and actions derived from the museumization of the Caballos del Vino festival in Caravaca de la Cruz, inscribed on the Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity in order to contribute to the safeguarding and sustainable local development. The method of qualitative analysis has been oriented through the collection of oral testimonies by means of interviews to managers and direct and indirect persons in charge of the museum, as well as the review of literature. The result shows the vital participation of the local community in the museumization of the festival, as an active contribution that has allowed the safeguarding and contribution to local development to be strengthened. The consequent management of the museum has fostered collaborative ties between different agents of the territory to develop projects in training, promotion, innovation, creative economy and local employment.

Key words: Cultural heritage, Museum, local development, Caravaca de la Cruz

Recibido: 08/06/2023

Aceptado: 04/02/2024

Referencia/Citation:

López, Juan. (2024). Musealización del patrimonio cultural inmaterial de la humanidad como herramienta en desarrollo local: el museo de los caballos del vino. *TERRA. Revista de Desarrollo Local*, (paginación pendiente). <http://doi.org/10.7203/terra.14.26790>

1. INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN

El patrimonio histórico o cultural, mueble, inmueble o inmaterial, se define por presentar características o atributos poseedores de valores o intereses culturales, y toda actuación sobre el mismo con el objetivo de alcanzar acciones de valorización social y económica debe velar por no desvirtuar sus valores culturales (López-Jiménez et al., 2022). El patrimonio cultural inmaterial, dentro del conjunto del patrimonio cultural, es un componente de la diversidad cultural frente a la creciente desterritorialización cultural de la globalización actual (UNESCO, 2003; Santamaría, 2017), al mismo tiempo que una oportunidad para el desarrollo local sostenible (UNESCO, 2018). Este patrimonio está representado por los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas, además de los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales, y ha de formar parte de los grupos y comunidades que lo portan y transmiten de generación en generación (UNESCO, 2003). Este tipo de patrimonio, que es vulnerable por naturaleza, es a su vez muy vivo, y depende de actores y condiciones sociales que pueden cambiar o mutar en poco tiempo. Este patrimonio ha de ser representativo y ha de florecer en las comunidades, porque depende del conocimiento de las tradiciones heredadas, de técnicas y costumbres, que son las que le infunden sentimiento de identidad y continuidad, y permiten su salvaguarda (o salvaguardia). La salvaguarda es entendida por la UNESCO como las medidas encaminadas a garantizar su viabilidad y que comprenden acciones como la identificación, investigación, preservación, valorización, protección, promoción, transmisión y revitalización.

La cultura viva que representa este tipo de patrimonio no se puede congelar, como en el caso del patrimonio material y su musealización requiere de nuevos escenarios que aúnen las características de necesidad de salvaguarda y de atención a su carácter vivo. En la gestión del patrimonio intangible desde los museos ha de coexistir una protección dentro de una propuesta integrada, donde tenga cabida la difusión cultural y el desarrollo de las actividades económicas compatibles. El objetivo del presente artículo es el de acreditar cómo la musealización de un elemento patrimonial inmaterial puede lograrse alcanzando el objetivo de su salvaguarda, junto al de acciones compatibles con el desarrollo local sostenible. El marco teórico toma como caso de estudio el Museo de los Caballos del Vino de Caravaca de la Cruz, en la provincia de Murcia, que expone elementos tangibles del festejo de los Caballos del Vino que fue inscrito en la Lista Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad con fecha del 16 de diciembre del 2020.

Para alcanzar este objetivo de investigación se utilizará una metodología de análisis cualitativa basada en la recopilación de testimonios orales mediante entrevistas a los principales agentes sociales del entorno de la gestión del museo, así como de la revisión de la literatura. El análisis expondrá los valores y acciones que desde la apertura del propio museo han permitido cumplir los objetivos de salvaguarda y que se requirieron y derivaron de la inclusión del festejo de los Caballos del Vino en el listado de la UNESCO. Al mismo tiempo, en el espacio temporal comprendido entre la apertura del museo en el año 2015 hasta la actualidad se plantea analizar a partir de las acciones derivadas de la capacidad organizativa y participada de los agentes sociales y económicos locales que impulsan al museo, como este ha contribuido al fomento del desarrollo local sostenible a partir de la no desvirtualización de esta manifestación cultural intangible. En este cometido, la gestión de los museos en las labores de preservación, promoción y divulgación del patrimonio inmaterial pueden complementarse con aquellas encaminadas a fomentar el desarrollo local sostenible mediante actividades socioeconómicas sostenibles que mejoren el bienestar y la calidad de vida local.

2. EL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL Y EL DESARROLLO LOCAL SOSTENIBLE

La salvaguarda del patrimonio cultural inmaterial se obtiene por la calidad de los procesos de construcción colectiva y la necesidad de las comunidades de conservar sus prácticas culturales arraigadas en el tiempo para garantizarlas a las futuras generaciones (Smith y Akagawa, 2009). El valor de este patrimonio se abre paso conforme a su carácter vivo en la interpelación y participación activa de las comunidades que lo hacen posible. En su salvaguarda, el efecto “conservador” genera consecuencias contrarias a las buscadas, por cuanto esta manifestación cultural no es conservable ni reproducible más que por sus propios portadores, junto al resto de sociedad, debiendo decidir ellos, sobre el cambio o la permanencia de sus manifestaciones (Ministerio de Cultura y Deporte, 2010, 2015).

En la gestión del patrimonio inmaterial debe existir una protección dentro de una propuesta integrada, donde tenga cabida la difusión cultural y el desarrollo de las actividades económicas compatibles, inclusivas, equitativas y sostenibles (UNESCO, 2018; UNWTO, 2018). La UNESCO reconoce oficialmente la necesidad de conciliar mercado y patrimonio desde una correcta gestión y evitando una comercialización agresiva y excesiva que genere una apropiación indebida y una descontextualización de la expresión cultural (UNESCO, 2018; Bartolotto, 2021). Por ello, en primer lugar, la activación del patrimonio inmaterial requiere del reconocimiento del valor simbólico, pero también económico, por parte de la población

para su conexión directa y participativa con el desarrollo local (Kurin, 2004; Moncusí, 2008; Blake, 2009; Delgado, 2022). La valorización acerca a las comunidades locales al elemento patrimonial más allá del derecho a su disfrute y al acceso a la cultura, ya que supone un factor para el desarrollo socioeconómico sostenible.

Pero en la gestión del patrimonio cultural inmaterial, la peligrosa relación entre la salvaguarda de este y su aprovechamiento como elemento de consumo económico, incluido el propio de la actividad turística, puede ir asociado a malas prácticas de apropiación indebida del valor identitario y simbólico, para la generación de un producto turístico rentable, así como los de su aprovechamiento y prestigio como imagen de destino (Roige et al., 2019). Esta presión sobre el bien aumenta con el éxito renovado que puede suponer el hecho de estar en el listado de la UNESCO (Jiménez y Seño, 2018; Espeso-Molinero, 2019). En el caso contrario, cuando no se ejerce presión ni alteración por motivos económicos u otros, la manifestación cultural dentro de la economía creativa es una tendencia viable que se ha de amparar en las renovadas normas de protección del patrimonio (Morales, Martínez y Martínez, 2018).

3. LA GESTIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL EN LOS MUSEOS

La Carta de Shanghai de 2002, sobre museos y patrimonio inmaterial de la 7ª Asamblea regional de la Alianza regional del ICOM, destacó el papel de los museos como facilitadores de la acción colaborativa y constructiva para la preservación del patrimonio cultural inmaterial de la humanidad. El tratamiento del patrimonio cultural inmaterial en los museos se encontró entonces en un proceso de redefinición a nivel internacional (Timón y Domingo, 2012). La cultura viva que representa este tipo de patrimonio no se puede congelar, como como ha ocurrido tradicionalmente con el caso del patrimonio material, y requiere de nuevos roles de acción en el que los museos pueden ser escenarios para dinamizar esas características de necesidad de salvaguarda y de atención al carácter vivo (Yoshida, 2004; UNESCO, 2007; Alonso, 2012; Timón y Domingo, 2012). El enfoque holístico que se ha de desarrollar desde estos museos se ha de reflejar a través del esfuerzo organizado de la comunidad local cuando se trata de representar a la memoria. La musealización requiere recopilar el elemento físico vinculado a la experiencia cultural mediante la selección de componentes materiales para exponer lo inmaterial. En esta recopilación de bienes y documentos resulta vital la participación activa de la comunidad local, portadora de la expresión cultural.

Una vez puesto en funcionamiento este tipo de museos, las labores de preservación, promoción y divulgación del patrimonio cultural inmaterial requieren de una actitud por parte de los profesionales del museo (Boylan, 2006; Timón y Domingo, 2012). La labor de los

profesionales y de las instituciones museísticas se han de dirigir hacia la comprensión del contexto de la expresión cultural a través de profundizar y generar conocimientos sobre los procesos y particularidades de las manifestaciones culturales inmateriales. En este sentido, los museos se erigen como actores del desarrollo local sostenible desde los que se pueden fomentar, tanto el sentimiento de pertenencia y participación de la comunidad, como el apoyo a los actores y actividades económicas innovadoras: artesanos, emprendedores y empresas que pueden animar a una industria creativa y al desarrollo de la economía local (ICOM y OCDE, 2019).

4. EL FESTEJO DE LOS CABALLOS DEL VINO DE CARAVACA DE LA CRUZ Y SU MUSEALIZACIÓN

El festejo de los Caballos del Vino de Caravaca de la Cruz fue inscrito en la Lista Mundial del Patrimonio Inmaterial de la Humanidad el 16 de diciembre del 2020. Este evento festivo es el exponente patrimonial que surge de un hecho histórico y religioso acaecido en la Edad Media envuelto en una leyenda de trasmisión oral, que como tal se mantuvo en la sociedad caravaqueña hasta sus primeros reflejos literarios (Guerrero, 1986; Marín, 1988; Villanueva, 1994; Ballester, 1998; Sánchez, 2001; Martí, García, Moreno y Ruíz, 2017; Melgares, 2005, 2021; Lorente, 2022). Este festejo se incluye dentro de unas fiestas con connotaciones históricas, religiosas y culturales que se celebran entre los días 1 y 5 de mayo y que están declaradas de Interés Turístico Internacional desde 2004. Esta festividad surge de una serie de rituales, algunos con una antigüedad que se remonta al Siglo XIV como es el Baño de la Cruz en el Templete el día 3 de mayo. El día 2 de mayo es el día de los Caballos del Vino, un día en que la ciudad se viste de blanco, rojo y oro, los colores de los caballistas y los bordados de los mantos de enjaezamiento de los caballos. Este día se celebra la subida de los caballos al Santuario y Castillo de Caravaca de la Cruz y el enjaezamiento de los caballos que han evolucionado hasta llegar al festejo actual (López, 2020).

Las fiestas de Caravaca de la Cruz se constituyen como fundamentales dentro de la actual y variada oferta turística cultural de Caravaca de la Cruz. El municipio de Caravaca de la Cruz presenta actualmente una rica variedad de productos turísticos asociados a sus características geográficas y a su rico pasado, entre los que destacan, por su singularidad y su nivel de promoción, el turismo religioso y el turismo cultural (Andrés y Espejo, 2006). El turismo religioso y con tradición peregrina al Santuario y Castillo de la Vera Cruz se remonta a la Edad Media y en la actualidad atrae a excursionistas y turistas hasta la localidad con dicha principal motivación. La llegada se convierte en masiva cuando coincide con el Año Jubilar, es decir, la

celebración anual cada siete años por mandato del Sumo Pontífice en la concesión de un año jubilar para la indulgencia plenaria.

Dentro del conjunto de museos de la localidad, el Museo de los Caballos del Vino es el que forma parte de la oferta cultural y turística de este festejo patrimonio cultural inmaterial de la humanidad. Este museo gestionado por el ayuntamiento en convenio suscrito con la Federación del Bando de los Caballos del Vino está en una casa señorial rehabilitada del siglo XVIII (véase figura 1).

Figura 1. Museo de los Caballos del Vino de Caravaca de la Cruz



Fuente: Elaboración propia

Este museo consta de 8 salas y muestra la historia y desarrollo de este singular festejo a través de una destacada colección de piezas utilizadas para enjaezar los caballos desde principios del siglo XX hasta la actualidad, completada con diversos recursos audiovisuales, que recrean los momentos más significativos de esta manifestación festiva y cultural. La exposición permanente se sustenta en el factor cognitivo de los elementos que conforman el catálogo del museo, que desde una perspectiva contextualizadora permite la comprensión propia de los portadores de la manifestación cultural, y del conocimiento del público general, para que la

experiencia sea satisfactoria entre aquello que se desea ver y visitar y aquello que se desconoce y se debe mostrar y explicar.

5. LOS EFECTOS DERIVADOS DE LA MUSEALIZACIÓN DEL FESTEJO DE LOS CABALLOS DEL VINO DE CARAVACA DE LA CRUZ

5.1. La gestión del museo como exponente destacado en la inclusión del festejo en la Lista Mundial del Patrimonio Inmaterial de la Humanidad

El protagonismo de la comunidad local para la salvaguarda del patrimonio cultural inmaterial de los Caballos del Vino tiene un apoyo en la génesis y gestión del actual Museo de los Caballos del Vino. El reto de musealizar un elemento patrimonial inmaterial fue significativo. Con el tiempo había coexistido en este festejo lo simbólico e intangible con lo tangible, representado por los propios elementos físicos utilizados en los actos festeros. La manifestación física y tangible de la actividad se recopiló a través de la colección museística que actúa de soporte de la manifestación cultural inmaterial. La tradición viva heredada y transmitida desde generaciones en torno a esta expresión cultural formó parte de la conciencia social de la población que aprehendió objetos y elementos materiales que acompañan al festejo para integrarlos en la exposición a partir de su conocimiento como portadores de la manifestación cultural. El proceso de recopilación también integró consultas a administraciones y comunidad científica, además de a los propios portadores de esta expresión cultural, con la selección de testimonios orales y escritos, individuales y colectivos, incluidos a los integrantes, o antiguos pertenecientes, de peñas caballistas actuales y/o históricas. Esta selección de los objetos utilizados por quienes organizan, interpretan y dan vida a este festejo patrimonio de la humanidad nutren de singularidad a la tradición cultural, incluyendo su evolución histórica.

En definitiva, esta manifestación física y material del patrimonio inmaterial, de aquello que perdura y es representativo, forma parte de las acciones para la salvaguarda de la identidad dentro de una labor conjunta participada que evita cualquier tipo de trivialización del elemento patrimonial. Por lo tanto, en torno a este elemento patrimonial se manifiestan principios de participación, accesibilidad e igualdad y no discriminación que permitieron la configuración de la exposición museística de un elemento patrimonial inmaterial.

La gestión de este equipamiento ha servido para afianzar la candidatura a la declaración de esta fiesta dentro del listado representativo del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad de la UNESCO. En torno a ella se realizaron gestiones para la consiguiente puesta en valor del festejo. Todo empezó cuando hubo un acuerdo municipal para su inclusión en el listado de la

UNESCO, una vez que en el año 2011 se declaró como de Interés Cultural Inmaterial de carácter etnográfico por el Gobierno de la Región de Murcia. A partir de dicho espacio temporal se sentaron las bases de acción en donde la creación del Museo de los Caballos del Vino supuso un impulso a la gestión y promoción. De hecho, el museo se convirtió desde entonces en un agente más, en la involucración por la salvaguarda y por la acción para su inclusión en este listado. El papel activo de los trabajadores del museo facilitó un mayor grado de implicación en la salvaguarda y la vehiculación de parte de la creación, participación y transmisión de la identidad cultural.

La actual gestión del museo contempla el valor de la labor de difusión a todos aquellos visitantes y turistas que accedan a conocer y comprender este patrimonio más allá de la visita en las fechas festivas señaladas donde se celebran. Los valores que se transmiten en las visitas guiadas hacen alusión a los principios de interacción, reconocimiento, acercamiento y entendimiento en torno a esta manifestación cultural. El enriquecimiento de las exposiciones del Museo es constante y se vale de la colaboración y cooperación de los grupos de festeros o peñas caballistas de la Federación del Bando de los Caballos del Vino en un ejercicio de implicación permanente de la comunidad local.

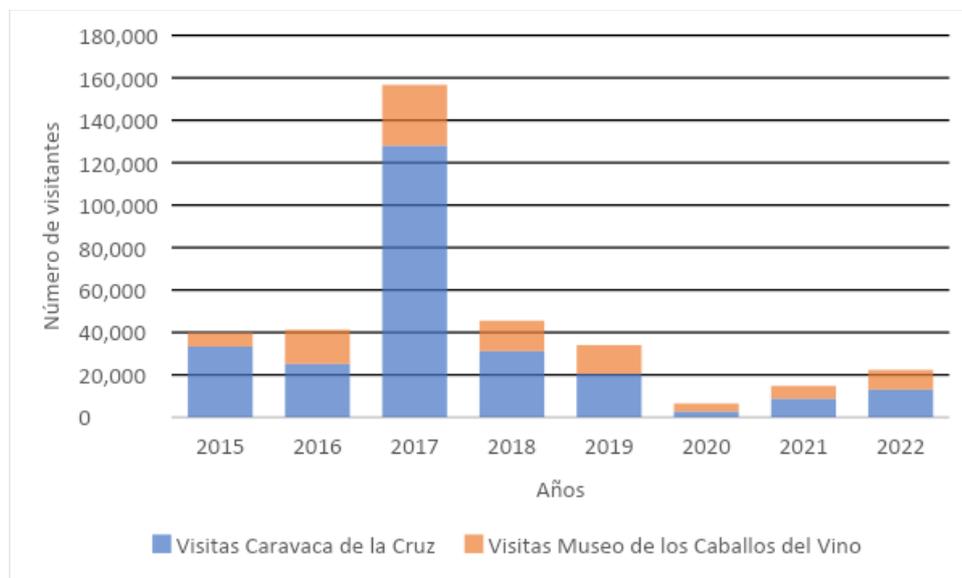
En los últimos años, con el aumento del interés por parte de visitantes y turistas por esta manifestación cultural, se ha sabido compatibilizar el respeto a este bien cultural en esta festividad con el disfrute público, evitando cualquier tipo de banalización a partir de la apropiación indebida del festejo por intereses mercantiles y turísticos, teniendo en la gestión del museo un factor para alcanzar estos objetivos.

5.2. La respuesta socioeconómica generada desde el museo

En las últimas décadas la popularidad del festejo de los Caballos del Vino ha ido aumentando progresivamente. La sostenibilidad del producto turístico local ha requerido desde el principio un desarrollo de infraestructuras y de modelos de gestión que compatibilizan la llegada de visitantes y turistas con la protección de los bienes culturales y naturales que integran a los diferentes productos turísticos de la oferta de esta localidad murciana. En Caravaca de la Cruz, la operación de difusión y *marketing* del producto turístico cultural y religioso que comenzó a estructurarse de mejor manera con el Plan de Dinamización Turística de hace más de dos décadas, requiere de una consolidación y necesidad de asociarlo a las mayores necesidades de inversión, asociacionismo y *marketing*, entre otros (Morales, 2021). Desde entonces, el impacto económico ha ido creciendo conforme al resultado de la combinación de la actividad turística y de la actividad comercial (Marín, 1988).

El atractivo del festejo de los Caballos del Vino a partir de su musealización ha desestacionalizado el interés del visitante por este patrimonio inmaterial más allá de las fechas de celebración del festejo. En este sentido, la promoción y diversificación de la actividad del Museo de los Caballos del Vino se manifiesta a través de una oferta turística y exitosa desde el punto de vista de la afluencia de turistas que permiten unas posibilidades de diversificación turística. En este propósito, el Museo de los Caballos del Vino ha aumentado la cifra de visitantes de manera constante desde su apertura, si bien, el proceso de recuperación del flujo de visitantes tras la pandemia es lento y progresivo, sin alcanzar de momento las afluencias de los años anteriores a la crisis sanitaria (véase figura 2).

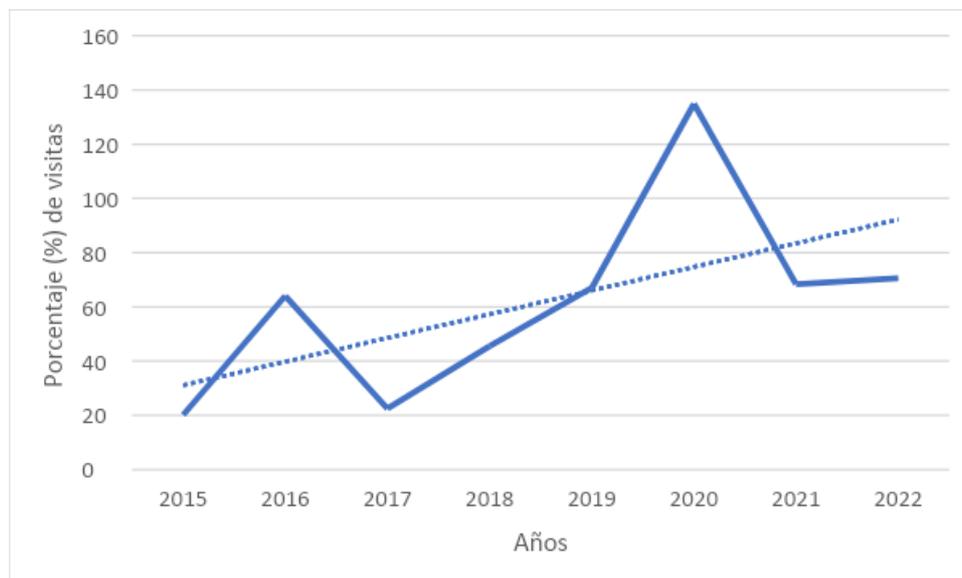
Figura 2. Evolución comparada de los turistas y visitantes a Caravaca de la Cruz y al Museo de los Caballos del Vino



Fuente: Ayuntamiento de Caravaca de la Cruz. Museo de los Caballos del Vino. Elaboración propia.

La llegada de turistas y excursionistas ha ido aumentando de manera constante. A pesar de coexistir con otros productos turísticos, y teniendo en cuenta la excepción de los años jubilaes, dónde hay un aumento exponencial del número turistas y excursionistas motivados por el producto turístico religioso, actualmente la mitad de los visitantes y turistas que llegan a esta localidad visitan el Museo de los Caballos del Vino (véase figura 3).

Figura 3. Evolución del porcentaje de turistas y visitantes a Caravaca de la Cruz que también visitan el Museo de los Caballos del Vino



Fuente: Ayuntamiento de Caravaca de la Cruz. Museo de los Caballos del Vino. Elaboración propia.

El porcentaje de visitantes a este museo respecto al total de la localidad ha ido aumentando progresivamente con el dato excepcional del año 2020, en el inicio de la pandemia, en donde se registraron más visitas al museo que visitantes registrados en las oficinas de turismo de la localidad. Este dato es un factor destacado para entrever la influencia que tiene el propio museo en el turismo y el desarrollo local de la localidad. El atractivo del festejo de los Caballos del Vino y su exitosa extensión a partir de su musealización ha desestacionalizado las visitas y el interés del visitante por este patrimonio inmaterial más allá de las fechas de celebración del festejo. El actual Museo de los Caballos del Vino se ha convertido en uno de los recursos turísticos de referencia. Esta evaluación positiva se puede complementar teniendo en consideración aspectos cuantitativos como el número de visitas al museo de los “no residentes”. El posicionamiento del Museo de Caravaca dentro de los recursos turísticos de la localidad y comarca y su dinamismo en el ámbito del desarrollo local es latente al superar el umbral de más del 80% de visitantes de los no residentes, dato equiparable y al mismo nivel del segmento de museos nacionales de más de 500.000 visitantes anuales (Morère y Perelló, 2013). A partir de las acciones colaborativas impulsadas desde el museo, los convenios firmados en el marco de cooperación público-privada se han materializado de manera eficaz para alcanzar los objetivos propuestos. La participación activa de diferentes agentes sociales y económicos de la localidad a raíz de la generación de espacios de encuentro entre el Museo, administración

pública y empresas; como las agencias de viajes, mayoristas de viajes y hosteleros y empresarios del alojamiento, ha dado como resultado la afluencia de mayor número de visitantes de los previstos, muy por encima de las previsiones. Esta generación de redes de contacto y encuentro permiten los buenos resultados en cuanto a las visitas y la consolidación y desestacionalización del producto turístico.

Pero también los agentes del territorio representativos que hacen florecer la identidad cultural encuentran en este museo un escenario idóneo para organizar las funciones de gestión, administración y guarda del elemento patrimonial en donde tengan cabida acciones dinámicas para el desarrollo local. En este sentido, cualquier propuesta sortea con éxito la mercantilización del producto que altere la salvaguarda y, por ende, la identidad del festejo. Las directrices de gestión permiten garantizar la conservación del patrimonio inmaterial, la comercialización y promoción del producto turístico y las sinergias económicas relacionada con este bien, desde el custodio de la Federación del Bando de los Caballos del Vino de Caravaca de la Cruz, representante de la voluntad de la sociedad local en el festejo y que se erige como complemento y fuente de acción y promotora del propio Museo.

En esta dinamización socioeconómica desde este museo se produce una sinergia por la cual el Museo de los Caballos del Vino ejerce como elemento de impulso turístico dentro del contexto municipal, teniendo en cuenta su objetivo de protección y salvaguarda del patrimonio inmaterial y la función social que conlleva. La respuesta socioeconómica se produce también a partir de la influencia que ejerce este equipamiento cultural en la dinamización del entorno inmediato. La apertura en los últimos años de dos alojamientos en un radio inferior a 100 metros desde el propio museo permite una dinámica en esta parte del casco histórico. La influencia en el empleo indirecto en los negocios de alojamiento, hostelería, comercio y servicios es cada vez mayor y proporcional al número de visitantes. El empleo directo fijado desde el museo es de tres trabajadores.

5.3. Innovación social y económica para fomentar el desarrollo local desde la gestión del museo

El Museo, en connivencia con la administración local y la Federación del Bando de los Caballos del Vino, promociona actividades y acciones que se organizan en torno a esta expresión cultural y garantizan su adecuada difusión, transmisión y promoción que trasciende más allá incluso del territorio local. Los programas específicos de promoción y difusión de este patrimonio cultural inmaterial se gestionan a través de la organización de eventos y charlas en diferentes localidades de la geografía española que favorecen la promoción de esta manifestación cultural

y velan por difundir este patrimonio desde el principal objetivo de su salvaguarda (véase tabla1).

Tabla 1. Promoción y divulgación externa reciente del festejo gestionado desde el museo

Localidad	Fecha	Características
Berga	Enero 2024	XVII Encuentro gestores Patrimonio Cultural Inmaterial
Valencia	noviembre 2022	VI aniversario de la declaración de las Fallas como Patrimonio Inmaterial de la Humanidad
Villanueva de la Jara	Octubre 2022	Exposición abierta y charla
Molina del Segura	Julio 2022	Exposición abierta y charla
Villena	Marzo 2022	Exposición abierta y charla
Ontinyent	Febrero 2022	Exposición abierta y charla
Webinar (Ministerio de Cultura y Deporte)	Diciembre 2021	XIV Encuentro gestores Patrimonio Cultural Inmaterial

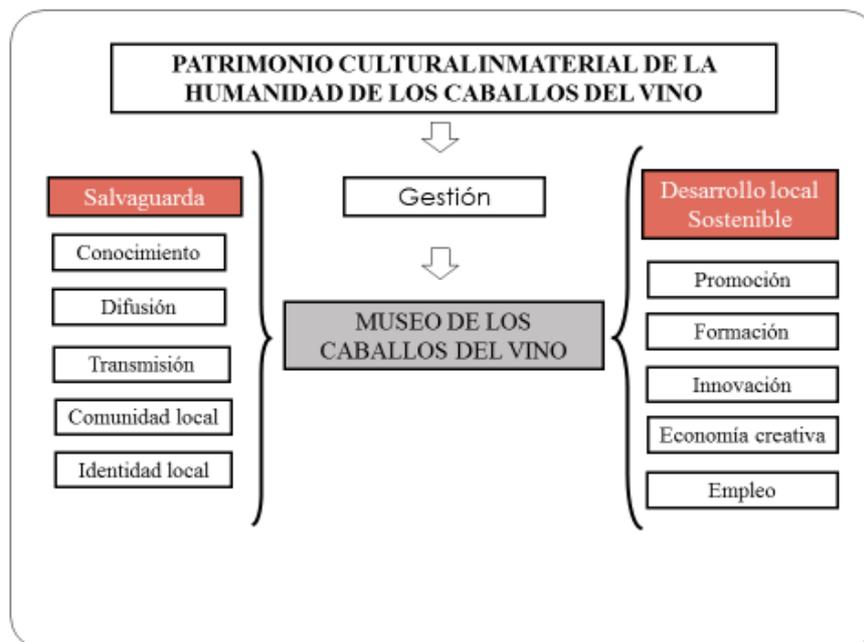
Fuente: Museo de los Caballos del Vino. Elaboración propia.

Por otro lado, desde las iniciativas de este museo se aglutina la necesidad de impulsar planes de formación específica para la salvaguarda y el desarrollo local sostenible. Esta formación se materializa unificando esfuerzos de creación de redes de cooperación y colaboración entre organizaciones y colectivos. En el museo se localiza la Escuela de Diseño y Bordado, que instruye sobre una técnica artesanal muy valorada para la declaración de Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad. La reciente adecuación de parte de las dependencias del museo han permitido ser un punto de partida para la generación de este ciclo formativo medio en formación profesional denominado especialidad formativa “Bordados en seda y oro” para el bordado de los mantos para el enjaezamiento de los caballos. El bordado de los mantos depende de un conocimiento y reconocimiento de tradiciones heredadas, técnicas y costumbres de la fiesta que requiere de un mantenimiento y transmisión entre generaciones y que se ve favorecido por este ciclo formativo.

Esta formación surge de la colaboración entre la administración autonómica, la administración local y entes locales como la Asociación Antonio López Ruiz ‘El Ñin’ y está homologada y subvencionada por el Servicio de Empleo y Formación de la Región de Murcia. La nueva especialidad formativa alcanza dos objetivos: la transmisión de conocimientos y técnicas que se transmiten de generación en generación como parte integrante de los factores de protección ante la fragilidad que acompañan al patrimonio cultural inmaterial y, al mismo tiempo, un espacio para el desarrollo local sostenible en torno al conocimiento endógeno de una técnica y

labor artesanal de la comunidad local que puedan tener cabida en el mercado laboral de la artesanía e industria de la fiesta. Esta formación vincula las técnicas artesanales heredadas del pasado con los usos y empleos contemporáneos. La transmisión de generación en generación de técnicas y oficios ligados al patrimonio cultural inmaterial requiere de la participación de la sociedad civil que se vale del museo como agente e instrumento que apoya estas acciones para el mantenimiento y transmisión de este patrimonio intangible. El desarrollo local, con su cariz de generación de bienestar y cohesión social y desarrollo económico desde el concepto más primigenio surge de lo endógeno y se hace valer de este espacio museístico para generar posibilidades de empleo y de crecimiento económico sostenible (ver figura 4).

Figura 4. Esquema de valores gestionados desde el Museo de los Caballos del Vino



Fuente: Elaboración propia.

Por otro lado, las diferentes estrategias de participación que impliquen a los agentes sociales y económicos locales del territorio pueden alcanzar objetivos en el desarrollo local sostenible. La integración de todos los museos de la localidad en una estrategia de cooperación y colaboración conjunta se circunscriben dentro de una iniciativa para el desarrollo del turismo local. Este modo de gobernanza se enriquece a su vez con la coordinación de las actividades de los museos y de otras instituciones para crear una oferta atractiva que se desarrolle para la mejora del destino turístico.

Las iniciativas para vincular las acciones del Museo con la actividad empresarial estimulan la innovación territorial a partir de la puesta en marcha de nuevos productos que vinculan las habilidades de los organizadores con las iniciativas empresariales. La artesanía del bordado, cada vez más presente en el territorio local, ha evolucionado hacia la consolidación de la empleabilidad de las bordadoras artesanales que a manera de iniciativas de emprendimiento individual o simplemente a través de la creación conjunta de pequeños talleres han diversificado hacia la innovación industrial artesanal. La relación de acciones conjuntas como las jornadas “Vinos y Música” o la recuperación de las antiguas bodegas de la casa donde se ubica el museo o las actividades de promoción de la fiesta en el entorno infantil requieren de la colaboración de todas las partes bajo el impulso de la administración local y de la gestión del museo. La promoción de la viticultura con las jornadas citadas está asociada a este patrimonio intangible y como exponente de su valor para la inclusión del listado de la UNESCO, por ser una actividad indisociable al festejo, pero también a la economía, la historia y la cultura de Caravaca de la Cruz. Este concepto se constituye como práctica económica que trasciende incluso de la localidad para integrarse en la oportunidad comarcal que ofrece la viticultura de la Denominación de Origen “Vino de Bullas”. Por otra parte, la cría caballar se torna como parte también de la realidad socioeconómica local muy ligada al festejo y a la devoción por este animal. El resultado de estas buenas prácticas es vital para extender este tipo de iniciativas a todo el tejido empresarial para generar una sinergia socioeconómica estable. En definitiva, las iniciativas gestionadas y promocionadas desde el museo ayudan a combinar las acciones por la cultura, el ocio, el turismo y la hostelería de manera integral para favorecer la satisfacción turística, el desarrollo económico y la mayor duración de la estancia de los visitantes. Precisamente las estancias son un aspecto que tratar por cuanto el excursionismo domina sobre el turismo a escala local.

Los retos de futuro deben sustentarse en la promoción y organización de foros y *focus groups* entre agentes socioeconómicos del territorio para movilizar ideas empresariales, patrocinios y espacios de encuentro. Al mismo tiempo, mantener la labor de coordinación del museo con las actividades de divulgación de los Caballos del Vino como Patrimonio Mundial Inmaterial de la Humanidad en otros territorios a partir de charlas y coloquios, además de la utilización de ciertos recursos de la colección para exposiciones itinerantes. Todo ello con la creación de un marco de acción donde se fomenta principalmente la labor de salvaguarda del elemento patrimonial dentro de la responsabilidad adquirida por parte del Museo.

En conclusión, la acción del museo más allá de la salvaguarda del patrimonio cultural inmaterial, fomenta la innovación territorial y el desarrollo local sostenible, por instituirse como punto de inflexión en la acción de los agentes socioeconómicos locales, que junto al personal propio del museo, conforman activos que crean sinergias socioeconómicas a partir de acuerdos de colaboración y cooperación. Estas acciones requieren de la participación de la sociedad civil que colabora como agente implicado en los planes y proyectos para mejorar la capacidad de gestión y valorización del patrimonio cultural inmaterial. La red de cooperación entre el capital social integrado por asociaciones y colectivos, con administración y empresa privada, a través de la participación activa del museo que ejerce de agente dinamizador, consigue alcanzar niveles de actuaciones deseables en el desarrollo local sostenible.

6. DISCUSIÓN

El festejo Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad de los Caballos del Vino de Caravaca de la Cruz es una expresión cultural muy arraigada en la sociedad local. La tradición viva heredada y transmitida desde generaciones, así como la participación actual de la comunidad local en torno a esta expresión cultural permite la consolidación de su salvaguarda. La consecuente musealización de esta cultura viva heredada ha requerido de roles de acción dinámicos y participativos. Por ello, y al contrario de lo que exponen autores como Prats (2005) y Arrieta (2010) para otros casos, sí ha habido referentes identitarios claros en la musealización de este patrimonio intangible y no se han sobreimpuesto valoraciones, que hayan terminado por consolidar proyectos museísticos en torno a otros intereses. Al mismo tiempo, esta musealización, también al contrario de otras experiencias aportadas por la literatura a través de autores como Roigé et al. (2019) y Espeso-Molinero (2019), no ha ido en paralelo al redescubrimiento, reinención y creación del patrimonio inmaterial para la creación de oferta turística. La aportación de los elementos físicos y tangibles que actualmente conforman la colección y exposición permanente del Museo de los Caballos del Vino forman parte de la selección que la comunidad local aprehendió entre los materiales existentes para integrarlos en la exposición. Estas características inciden en las garantías de la salvaguarda del patrimonio intangible, por cuanto, no surge de una única oportunidad de recreación cultural para consumo turístico. Simultáneamente, y tal y como aluden autores y organismos como Olivera (2011), UNESCO (2018) para otras experiencias, la relación entre turismo y patrimonio cultural inmaterial de este festejo se va abriendo a unas posibilidades reales en torno a la diversificación de los destinos con productos innovadores que favorece este desarrollo local y sostenible.

La Organización Mundial del Turismo (2018) advierte de la caída del “turismo cultural”, pero al mismo tiempo informa de que las cifras de asistencia a los museos en España aumentan en número año tras año. En el Museo de los Caballos del Vino las visitas aumentan cada año, teniendo en cuenta el punto de inflexión que supuso la pandemia, porque la motivación cultural se fusiona con otras motivaciones diferenciadas de productos específicos como la del turismo religioso. La diferencia entre la caída aparente del turismo cultural y el crecimiento del consumo cultural se explica por el hecho también de que los turistas realizan actividades culturales a pesar de que no sean turistas cuya principal motivación sea precisamente el turismo cultural. En este caso valdría lo que aporta Morère y Perelló (2013) sobre que los museos vinculados a los lugares de patrimonio de la humanidad tienen una media de visitas muy superior a la media de cualquier museo. En el caso del Museo de los Caballos del Vino esta tendencia de visitantes es así, a pesar de que en investigaciones recientes en Caravaca de la Cruz y con un método de análisis cualitativo basado en un sistema de encuestas, se mostraba que la intencionalidad de visitar los museos era únicamente de entre un 5% y un 10% de los encuestados turistas y excursionistas (Morales, 2021).

Por último, la gestión de la actividad económica del museo enlaza con una economía del conocimiento, por ser parte activa de un desarrollo económico local integral que va más allá de la actividad turística. Las actividades económicas creativas e innovadoras que se programan desde el propio museo son impulsoras del cambio hacia una economía e industria de la fiesta que favorezca el desarrollo económico y la generación de empleo. La formación en bordado y diseño del bordado a través del ciclo medio en formación profesional con sede de impartición en las salas del museo, supone vincular una técnica artesanal íntimamente ligada al patrimonio inmaterial con la economía. Este ciclo formativo homologado, que custodia la transferencia del conocimiento, permite de mejor forma que esta técnica artesanal para el enjaezamiento de los caballos en esta festividad se transmite mediante la cualificación laboral para una actividad económica ligada a la industria festera, pero también con una aplicabilidad de índole contemporánea, como factores industriales que demandan un mercado laboral cualificado. Por lo tanto, el Museo de los Caballos del Vino entra dentro de los preceptos a los que aluden organismos como ICOM y OCDE (2019), cuando expresan que los museos pueden ser actores proactivos que fomenten la industria creativa y la innovación territorial en el desarrollo de la economía local, al mismo tiempo que garantes de la salvaguarda.

Por consiguiente, la acción de difusión cultural y promoción socioeconómica sostenible gestionada desde este museo contribuye a mantener a las comunidades depositarias y practicantes de esta modalidad de patrimonio cultural inmaterial una opción para la mejora de

la economía local y el empleo, al mismo tiempo que una contribución a la renovación de vínculos de esta comunidad local para la salvaguarda, tal y como expresa la UNESCO (2018).

6. CONCLUSIONES

La musealización del festejo inscrito en la Lista Mundial del Patrimonio Inmaterial de la Humanidad de los Caballos del Vino de Caravaca de la Cruz ha posibilitado gestionar mejor su salvaguarda al mismo tiempo que impulsar acciones en desarrollo local sostenible. La acción musealizadora se ha vinculado al carácter vivo de esta expresión cultural y ha estimulado la concienciación local que favorece la promoción, difusión y transmisión de esta tradición.

La gestión del museo entronca con lo requerido por la UNESCO para el patrimonio cultural inmaterial. A través de la musealización la mirada local hacia esta identidad patrimonial intangible no aumenta, ni se transforma, ni incorpora nuevos elementos y valores ajenos supeditados al producto cultural y turístico. Este museo recuperó elementos tangibles y promovió el conocimiento y la identidad local, que respetan de manera integral esta expresión cultural, fijando el contenido propio y no seleccionando meros fragmentos que, por un interés turístico u oportunista, lo tergiversaran para interferir en su verdadero significado. La musealización ha sido una labor de las organizaciones y colectivos locales como la Federación del Bando de los Caballos del Vino y las propias agrupaciones festeras denominadas Peñas Caballistas que dotaron de las piezas históricas que componen la exposición permanente del museo. Este ejercicio colectivo y de gobernanza en desarrollo local ha afianzado la cohesión social, por su naturaleza participativa, recreativa y comunicativa. La musealización ha impulsado la capacidad para generar interacción entre individuos y grupos, para un sentimiento de responsabilidad que apoye la transmisión de generación en generación de esta expresión cultural.

El Museo de los Caballos del Vino también ha facilitado el aprovechamiento de este patrimonio intangible como recurso económico y como generador de empleo local, a través de una buena práctica en su gestión. El atractivo del festejo de los Caballos del Vino y su exitosa expansión a partir de su musealización ha desestacionalizado las visitas y el interés del visitante por este festejo más allá de las fechas de su celebración. El actual Museo de los Caballos del Vino se ha convertido en uno de los recursos turísticos más importantes, junto al Santuario y Castillo de la Vera Cruz de Caravaca, al ser el museo más visitado, a pesar de no ser su visita la motivación principal del visitante cuando llega a esta localidad.

Por otro lado, las iniciativas en desarrollo local han tenido en cuenta la necesidad de salvaguarda, atendiendo al papel de la comunidad local en la valorización de elementos

identitarios y culturales para la transmisión de los conocimientos, oficios y técnicas tradicionales que eviten cualquier riesgo de pérdida o alteración. Estas iniciativas han supuesto promocionar una formación específica para la generación de una industria creativa e innovadora y un empleo cualificado en torno al festejo.

La innovación que supone un ciclo formativo específico en bordado y diseño de bordado para mantos del enjaezamiento de los caballos ha generado una apuesta por la salvaguarda del carácter vivo del patrimonio cultural inmaterial de la humanidad, a través de la transmisión de técnicas heredadas para usos y profesiones de la fiesta y otros de índole contemporánea. El bordado de mantos para los caballos es una acción artesanal que se erige como fundamental en la salvaguarda del festejo. El ciclo formativo de bordadoras de mantos del caballo supone la consolidación formal de un yacimiento de empleo y la apuesta por un mercado laboral de la artesanía de las fiestas desde la vinculación y mantenimiento de una tradición heredada que evite su peligro de extinción.

La inclusión de las labores formativas de los talleres de bordado posibilita que el museo siga concibiendo una red emergente de colaboración entre instituciones, agentes socioeconómicos del territorio, y la sociedad en general, para crear lazos de cooperación. Los agentes del territorio organizan también desde el museo algunas funciones de gestión, administración y guarda del elemento patrimonial que incluyen otras acciones dinámicas para el desarrollo local. Las acciones en torno a la difusión de la actividad económica de la viticultura asociada a este patrimonio intangible y como exponente del valor para inclusión del listado representativo de Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad mediante jornadas y exposiciones se instituye como práctica económica que trascienden la localidad para integrarse en la oportunidad comarcal que ofrecen la viticultura de la más extensa Denominación de Origen “Vino de Bullas”. Por otra parte, la cría caballar se torna como parte también de la realidad socioeconómica local muy ligada al festejo y al fervor por este animal. El museo también es un espacio que dinamiza acciones para esta manifestación cultural en desarrollo local más allá de transmisión y difusión de los límites municipales, promocionando los eventos y jornadas que también dan a conocer esta expresión cultural en otros territorios.

En definitiva, las propuestas en desarrollo local sostenible sortean con éxito la mercantilización del producto que alterare la salvaguarda y, por ende, la identidad de la festividad patrimonio cultural inmaterial. Las directrices de gestión desde el Museo de los Caballos del Vino permiten garantizar la conservación del patrimonio inmaterial, la comercialización y promoción del producto turístico y las sinergias económicas relacionada con este bien, desde el custodio de los organismos oficiales y los diferentes agentes del territorio como la Federación del Bando

de los Caballos del Vino de Caravaca de la Cruz, representante de la voluntad de la sociedad local en el festejo y que se establece como complemento y fuente de acción promotora del propio Museo. Las perspectivas futuras de salvaguarda y desarrollo local sostenible desde la acción dinamizadora del Museo de los Caballos del Vino de Caravaca se presentan como un reto de crecimiento y consolidación en la gestión del equipamiento cultural. La creciente cohesión social entorno a la festividad late desde la memoria de la colectividad para extenderse a generaciones futuras, debiendo encontrar en el museo la reafirmación de este rasgo cultural destacado y abierto a la población portadora de la expresión cultural para las diferentes iniciativas populares. La apuesta por el producto turístico religioso y cultural, la mejora de las infraestructuras y la promoción de Caravaca de la Cruz debe permitir la difusión de este elemento patrimonial intangible desde el museo, continuando con la creación de alianzas y lazos de cooperación y colaboración con diferentes entes locales para el desarrollo local, el bienestar socioeconómico y la salvaguarda del festejo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alivizatou, M. (2008): Contextualising Intangible Cultural Heritage in Heritage Studies and Museology. *International Journal of Intangible Heritage*, Vol III, p. 44.
- Andrés, J. L., y Espejo, C. (2006). Interacción mito religiosos/productor turístico en la imagen de la ciudad: Caravaca de la Cruz (Murcia). *Cuadernos de Turismo*, (18), 7–62. Recuperado a partir de <https://revistas.um.es/turismo/article/view/17911>
- Arrieta, I. (2010): El campo patrimonial y museístico: el espacio cultural conflictivo. *Revista de Dialectología y Tradiciones Populares*, vol. LXV, nº2, 303-336, doi: 10.3989/rdtp.2010.10
- Ballester Lorca, P. (1998). *La Vera Cruz de Caravaca. Una historia, un símbolo, una fe*. Murcia. Real e Ilustre Cofradía de la Vera Cruz de Caravaca.
- Blake, J. (2009). UNESCO's 2003 Convention on Intangible Cultural Heritage: the implications of community involvement in 'safeguarding.' In N. Smith, L & Acagawa (Ed.), *Intangible Heritage* (pp. 45–73). Routledge Taylor
- Bortolotto, C. (2021): Commercialization without over commercialization: normative conundrums across heritage rationalities. *International Journal of Heritage Studies*, 27:9, (pp. 857-868). DOI: 10.1080/13527258.2020.1858441
- Boylan, P. (2006). The Intangible Heritage: A Challenge for Museums and Museum Professional Training. *International Journal of Intangible Heritage* 1, pp.54-65.

Delgado, A. (2022). El Patum de Berga: Participación y recreación de la comunidad en tiempos de patrimonialización. In Celeste Jiménez de Madariaga (coord.), *Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad*, Universidad de Huelva, Huelva.

Espeso-Moliner, P. (2019). Tendencias del turismo cultural. *PASOS Revista De Turismo y Patrimonio Cultural*, 17(6), (pp. 1101-1112). <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2019.17.076>

Guerrero Torres, M. (1986). La Santísima Cruz de Caravaca y los Caballos del Vino. Cajamurcia.

International Council of Museums (2002). *Museos y el patrimonio inmaterial – Carta de Shanghai*. Shanghai: 7ª Asamblea regional de la Alianza regional del ICOM Asia-Pacífico.

Jiménez, C. y Seño, F. (2018). Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad y Turismo. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 4-2, 30 (3), (pp. 349-366).

Kurin, R. (2004): Safeguarding Intangible Cultural Heritage in the 2003 UNESCO Convention: a critical appraisal. *Museum International*, vol. 56, no. 1-2, pp. 66-77

López, J. (2020). Los Caballos del Vino: rituales, celebración y patrimonio. In Pedro Collado, J. Sandoval y A. Iniesta (dir. congr.), *XXVI Jornadas de Patrimonio Cultural de la Región de Murcia*, (pp. 105-114). Comunidad Autónoma de la Región de Murcia. Recuperado de <http://www.patrimur.es/documents/1806272/1815005/jornadasXXVI.pdf/ead71e8a-97fd-4a30-96f1-ed280e06a48>

López-Jiménez, J., Martínez, A y Martínez L.P (2022). Valorización o puesta en valor del Patrimonio Cultural. In Hermsilla J., Fernández, M. y Aparicio J.V. (coord.), *Mercado laboral e innovación territorial en el patrimonio cultural valenciano*, (pp. 18-23). Universitat de València.

Lorente, J.N (2022). Los Caballos del Vino: leyenda e historia. *Alquipir* 17, 37-52.

Marín, D. (1988). Los caballos del vino de Caravaca de la Cruz. *Narría: Estudios de artes y costumbres populares*, n.o 49, 52-55

Martí, J., García, R., Moreno, D., y Ruíz, V. (2017). Los Caballos del Vino: Tradición, Patrimonio y Turismo en Caravaca de la Cruz (Murcia, SE de España). *Cuadernos de Geografía*, N°. 36, 77-86 https://doi.org/10.14195/0871-1623_36

Melgares, J.A (2005). La fiesta de los Caballos del Vino, un exponente antropológico de la actividad vitivinícola tradicional en el noroeste murciano. *Revista Murciana de Antropología*, (12), 289-292, Recuperado de <https://revistas.um.es/rmu/article/view/68681>

Melgares, J.A (2021). El festejo de “Los Caballos del Vino” en Caravaca. Patrimonio inmaterial de la Humanidad. In Ricardo Montes Bernárdez (coord.), *Costumbres y tradiciones*

en la región de Murcia. *El Patrimonio Inmaterial de la Región*, Asociación de Cronistas Oficiales de la Región de Murcia (pp. 15-28).

Ministerio de Cultura y Deporte (2010). La salvaguarda del Patrimonio Inmaterial. Conclusiones de las Jornadas sobre protección del Patrimonio Inmaterial (Teruel, 2009). Ministerio de Cultura y Deporte. Gobierno de España.

Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (2015). Plan Nacional de Salvaguarda del Patrimonio Cultural Inmaterial. Gobierno de España.

Moncusí, A (2008): La definició i l'activació del patrimoni inmaterial. Algunes propostes des de l'Etnologia. *Revista valenciana d'etnologia*, Nº 3, pp 73-86.

Morales, F. J., Martínez, A., y Martínez, S. (2018). Las fiestas de origen histórico como instrumento para fomentar el turismo en un espacio de frontera del Sureste peninsular. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 76, 247-275. <https://doi.org/10.21138/bage.2522>

Morales, F.J. (2021). Caravaca de la Cruz y el Camino de Levante (Murcia): impactos sociales y económicos del primer itinerario espiritual y cultural del sudeste (SE) español, en fase de consolidación. *Revista Galega de Economía*, 30 (3), 7534. <http://dx.doi.org/10.15304/rge.30.3.7534>

Morère, N., y Perelló, S. (2013). *Turismo cultural. Patrimonio, museos y empleabilidad*. Madrid: Fundación Escuela de Organización Industrial (EOI). Recuperado de <https://www.eoi.es/es/savia/publicaciones/78198/turismo-cultural-patrimonio-museos-y-empleabilidad>

OECD / ICOM (2019). *Cultura y Desarrollo Local: Maximizar el Impacto. Una guía para gobiernos locales, comunidades y museos*. Ed. Organización para la Cooperación y el desarrollo económico y El Consejo Internacional de Museos. Recuperado de https://www.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/culture-and-local-development-maximising-the-impact_9a855be5-en

Olivera, A. (2011). Patrimonio inmaterial, recurso turístico y espíritu de los territorios. *Cuadernos de Turismo*, (27), 663–677. Recuperado a partir de <https://revistas.um.es/turismo/article/view/140151>

Prats, LL. (2005): Concepto y gestión del patrimonio local, en Cuadernos de Antropología Social, ISSN-e 1850-275X, Nº. 21, 2005 (Ejemplar dedicado a: Cultura y patrimonio, perspectivas contemporáneas en la investigación y la gestión), págs. 17-35

Roigé, X., Del Marmol, C., y Guil, M. (2019). Los usos del patrimonio inmaterial en la promoción del turismo. El caso del Pirineo catalán. *PASOS Revista De Turismo y Patrimonio Cultural*, 17(6), (pp. 1113-1126). <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2019.17.077>

Sánchez, G. (2001). Ensayo histórico sobre el acontecimiento religioso de la Vera Cruz de Caravaca y su santuario. *Murgetana*. (104), 43-89.

Santamarina, B (2011). El Patrimonio Inmaterial en el País Valenciano: una explosión muy tangible. *Revista andaluza de antropología*, (12), pp. 117–143. Recuperado a partir de <http://dx.doi.org/10.12795/RAA.2017.12.06>

Smith, L. y Akagawa, N. (2009). *Intangible Heritage*. New York: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203884973>

Timón, M.P y Domingo, M. (2012). Resumen del Plan Nacional de Salvaguarda del Patrimonio Cultural Inmaterial. *Anales del Museo Nacional de Antropología*, págs. 29-44, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte

UNESCO (2003). *Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage*. París: UNESCO Publishing. Recuperado de https://ich.unesco.org/doc/src/2003_Convention_Basic_Texts-2022_version-ES.pdf

UNESCO (2007). *World Heritage: Challenges for the Millennium*. Editor World Heritage Centre, Francesco Bandarin.

UNESCO (2018). *Operational Directives for the Implementation of the Convention for the Safeguarding of the Intangible Heritage*. Paris: UNESCO. Recuperado de <https://ich.unesco.org/en/directives>

UNWTO. World Tourism Organization (2018). *Tourism and cultural synergies*. Madrid. <https://doi.org/10.18111/9789284418978>

Villanueva Fernández, J.M. (1994). *Historia de Caravaca de la Cruz*. U.N.E.D, Centro Asociado de Cartagena, Cartagena.

Yoshida, K. (2004): El museo y el patrimonio cultural inmaterial. In the 2003 UNESCO Convention: a critical appraisal, *Museum International*, vol. 56, no. 1-2, pp. 66-77