

## RECICLAJE DEL LITORAL MALAGUEÑO. ESTRATEGIAS DE TURISMO CULTURAL Y SU OPTIMIZACIÓN A TRAVÉS DEL RESPONSIVE WEB DESIGN.

Mar Loren

marloren@us.es

Universidad de Sevilla

Ana B. Quesada

anaquesada@arquired.es

Universidad de Sevilla

### Resumen

El reciclaje turístico del litoral, estancado en el modelo de Sol y Playa encuentra en el turismo cultural y en la imprescindible incorporación de las TICs una oferta complementaria y por ende más competitiva. Las administraciones ya son conscientes de esta necesidad, aunque encuentran limitaciones en el uso de las tecnologías y en la aproximación patrimonial, carente de un rigor que el turista especializado demanda. El concepto de patrimonio en el turismo, limitado a monumentos que caracterizan las guías y plataformas de internet, debe implicar una dimensión social, urbana y territorial. Esta investigación propone la incorporación de nuestros camposantos a la experiencia cultural del litoral malagueño, necesarios para entender el origen y desarrollo de nuestras ciudades. Con una visibilidad patrimonial consolidada en la cultura anglosajona, el interés creciente en Andalucía vislumbra su potencial turístico en el reciclaje litoral. Se propone una triple estrategia de turismo cultural: turismo efímero basado en acontecimientos –el día de Todos los Santos como conmemoración propia; itinerario urbano para integrarlos en la comprensión de la ciudad; itinerario temático, incorporando la complejidad territorial necesaria del turismo cultural. El conjunto de técnicas Responsive Web Design solventan las carencias de las páginas de accesibilidad de las webs institucionales. Visibles en los dispositivos móviles y en ordenadores de sobremesa, portátiles y tabletas, se adaptan a las distintas escalas, invirtiendo el proceso de diseño, asegurando al visitante una continuidad en la experiencia de la preparación del viaje, consulta y asistencia in situ, especialmente crítico en la preparación de una visita cultural.

**Palabras Clave:** Turismo cultural, Patrimonio, cementerios, litoral, Málaga, Responsive Web Design.

## 1. Introducción.

A pesar del interés patrimonial de nuestros cementerios y de la consolidación que éstos tienen en las rutas turísticas de otros destinos –como en el caso de Reino Unido, Estados Unidos o Latinoamérica- no se ha vislumbrado hasta fechas recientes su potencial en el turismo cultural andaluz. Los cementerios son reflejo de la estructura urbana y social de la población; auténtico catálogo de arquitecturas (Bohigas O. 1993), completan la historia de la ciudad. Desde el punto de vista etnológico, recoge los rituales donde nos reconocemos como comunidad.

En contraste con la vocación rural del cementerio anglosajón, los cementerios mediterráneos se adscriben a una tradición urbana, constituyéndose como auténticas ciudades. Estructuras urbanas vertebradas por calles y plazas, su implantación viene guiada por los objetivos higienistas que hacen necesario su traslado a las afueras de la ciudad, marcando el límite de su trama histórica. De hecho, podemos entender la conmemoración de la muerte como el origen mismo de nuestras ciudades, a la necesidad trascendente de buscar un lugar permanente a nuestros antecesores. Las rotundas construcciones de Stonehenge en Salisbury, Inglaterra, datado entre el 2.750 y 1.500 a. C. es un ejemplo claro de esta temprana vocación del hombre por encontrar un lugar permanente a los enterramientos (Kostof, S., 1999, fig. 2.20 y 2.22): “El temprano respeto que sintió el hombre por los muertos, expresión de fascinación por sí mismo, con sus poderosas imágenes de fantasía diurna y sueño nocturno, tal vez fue lo que le impulsó a buscar, al principio, un lugar de reunión fijo y, más adelante, un asentamiento permanente. [...] la vida urbana abarca el espacio histórico comprendido entre los primeros túmulos funerarios para los muertos primitivos y el cementerio final, la necrópolis, en el cual una civilización tras otra han ido encontrando su fin.” (Mumford, L., 1961) (Roth, L., 1999, 147)

Sin embargo, la identificación que la tradición anglosajona hace de los cementerios con los parques, permiten incorporarlos con más naturalidad a la vida cotidiana y por ende a los itinerarios culturales con voluntad patrimonial. La sociedad civil británica defiende su arquitectura de la memoria, y se asocia para defender sus cementerios (Clarke, R., 1993, 355-362). La visita obligada al Cementerio de Arlington en Washington es prueba de una diferencia con el contexto anglosajón; el cementerio es considerado un parque, un lugar de ocio, donde las familias pasean y los niños juegan.

La fascinación que provoca el cementerio Inglés de Málaga y la visita obligada de los viajeros románticos que incluyeron Málaga en su itinerario por Andalucía, inaugura esta mirada a nuestros camposantos. En contraste, la cultura mediterránea aparta el recuerdo de la muerte; al cementerio sólo se accede en los inevitables momentos del entierro y la conmemoración. Esta negación se ha visto intensificada con las connotaciones negativas contemporáneas de la muerte. Como afirmaba Baudrillard “...la muerte es hoy una forma de delincuencia, una desviación, una anomalía impensable.” (Fernández Galiano, L., 1993, 35). La sociedad actual obvia las arquitecturas de la muerte, ya que la muerte se ha convertido en un *tabú social* (Vovelle, M. (1985) (Pérez Anaya, M. A. 2009).

Centrándose en el litoral malagueño, las guías turísticas, tanto en publicación papel como en internet, confirman la ausencia reiterada de los mismos. Cuando se incluyen ([www.visitcostadelsol.com](http://www.visitcostadelsol.com)) se tiende a perpetuar una imagen pintoresca, en contraste con un discurso más actualizado del patrimonio. Sin embargo, su paulatina incorporación a las investigaciones de corte académico, con publicaciones y seminarios que aglutinan los investigadores expertos en la materia (VV.AA., 1993) (Rodríguez Barberán, J., 1993) vislumbran en la última década su potencial turístico y son incorporados a la oferta de empresas de turismo cultural. El éxito de las visitas a cementerios, confirmándose en actuaciones de turismo efímero como la noche en blanco malagueña. Se presenta una propuesta que utiliza las estrategias de reciclaje de turismo litoral con la incorporación del turismo efímero, itinerarios urbanos e itinerarios territoriales tematizados. La difusión de la misma se optimiza a partir de las técnicas de Responsive Web Design, que permiten la visualización en todas y cada una de los dispositivos, haciendo posible la continuidad entre la preparación del viaje –en el que se hace uso del ordenador o la tableta- y la experiencia del mismo –en el que los dispositivos móviles son fundamentales.

## 2 Presencia y valoración de los cementerios en el litoral malagueño. Su dimensión turística.

### 2.1. Primeras miradas.

Apenas construidos los cementerios de Málaga a principios del siglo XIX, la mirada de los viajeros románticos reflejó la fascinación por los camposantos, especialmente el Cementerio Inglés, de marcado carácter paisajista y más vinculado a la cultura europea, citado por viajeros como Ford, Denis o Debary. A finales del XIX, la pintora y poeta australiana Margaret Thomas describe el cementerio inglés como un lugar tan bello que casi hace amar la muerte (Marchant Rivera, 2004, 3-4). La hispanista Majorie Grice-Hutchinson recurre a las reseñas realizadas por los románticos, destacando a Hans Andersen, que describió en la publicación de 1864 *In Spain* tras su visita en 1862: “...deambulé por un pequeño paraíso, en un jardín adorable. (...). Todo el cementerio estaba rodeado por un seto de cactus salvajes, sobre los que uno podía admirar el ancho ondeante mar.” (Grice-Hutchinson, 1989, 25)

David Roberts visita el cementerio con William Mark, fundador del cementerio, y confirman una mirada diferente a los cementerios desde la cultura anglosajona aunque en tierras latinas: “En 1833 el pintor Davis [sic] Roberts pasó unas semanas en Málaga. Una tarde fue con Mark a visitar el cementerio. (...)” Aquí “el ojo del artista quedó prendado de la belleza del emplazamiento.” El “mar en su amplitud” se extendía ante ellos y a sus espaldas el castillo moro coronaba el monte.” (Grice-Hutchinson, 1989, 48)

Luis Cernuda tuvo un importante papel en la creación del imaginario turístico de la incipiente Costa del Sol y escribe varios poemas inspirados en los cementerios; (Cernuda, 1993). En “Elegía anticipada”, realiza una bella descripción del cementerio de Torremolinos, donde incide valor del paisaje y que, aunque con referentes a la visión romántica, la mirada del artista ya manifiesta, en contraposición a la misma, el interés de lo cotidiano y la fascinación del turista por lo local.

Bernard Rudofsky incluye ya en 1964 los cementerios de Casares, Sayalonga y Almuñécar en la exposición de MoMa *Architecture without architects*, que itinera por todo el mundo, poniendo en valor estas arquitecturas vernaculares, *sin arquitectos*.

## *2.2. La investigación académica patrimonial. Su potencial en el turismo cultural.*

El creciente interés en el ámbito académico-investigador y el apoyo institucional, han contribuido a asociar los cementerios con el Patrimonio Cultural y Artístico. En 1986 se iniciaron los trabajos de catalogación que culminaron con una exposición y la publicación *Cementerios de Andalucía: arquitectura y urbanismo* (1993). En esta línea de fomento de estas arquitecturas postergadas se celebró en 1991 el *I Encuentro Internacional sobre los Cementerios Contemporáneos*. Esta puesta en valor del patrimonio funerario también se produce en Europa, con la Asociación de Cementerios Significativos de Europa, ASCAE, que recientemente ha conseguido la Certificación Oficial del Consejo de Europa para la *Ruta Europea de los Cementerios*, con clara vocación cultural y turística. En Iberoamérica se desarrolla una importante labor en la difusión de los cementerios, con redes nacionales y la Red Iberoamericana de Cementerios Patrimoniales. En México, el Día de los Muertos está declarado por la Unesco *Obra Maestra del Patrimonio Oral e Intangible de la Humanidad*.

Estos encuentros de investigadores, vislumbran el interés turístico de los cementerios, entendido éste valor como instrumento de salvaguarda del patrimonio. Con la premisa de resaltar la potencialidad turística de los camposantos, se celebraron en Málaga (2011), las *I Jornadas Internacionales de Cementerios Patrimoniales (UMA)*, que presenta a “*Los camposantos europeos como recurso cultural y turístico, su valor en tiempo de incertidumbre o la recuperación de estos como espacios patrimoniales.*”.

Esta visualización impulsada desde ámbitos científicos contrasta con la escasa repercusión en guías turísticas, que siguen arrastrando, tanto en el clásico formato papel, como en medios digitales, esquemas obsoletos. Se ha constatado la ausencia de referencias a los cementerios, incluso en aquellas claramente culturales, como *la Guía de Rutas Culturales de Andalucía*, (2004). Las recomendaciones de visita a cementerios se producen de forma tangencial, como Benadalid, referenciado al estar incluido en un Castillo (Andalucía. El paraíso del duende, 2000). El patrimonio sigue presentándose como algo monumental o pintoresco, como una sucesión de objetos sin lógica territorial, y presentado sin una diferenciación clara de otros atractivos turísticos, lo cual lleva a una lectura simplificada de la oferta turística.

La mayoría de las guías incluyen un listado con las fiestas, y paradójicamente, una fiesta ritual como la conmemoración del día de los Santos, no aparece en ninguna de ellas, ni tampoco la referencia gastronómica específica de estas fechas. Si bien se referencia el Tostón en Marbella, Ojén y Casares, no se establece relación con el Día de los Santos, circunstancia que el Ayuntamiento de Casares está tratando de recuperar con una celebración respetuosa junto al Cementerio el día 1 de noviembre, ofreciendo castañas o boniatos asados, que como antaño, tiene la misión de hacer llevadera la madrugada.

Las iniciativas institucionales confirman la diversificación del turismo de sol y playa, siendo el turismo cultural y las TICs herramientas imprescindibles para lograrlo. En este sentido las apuestas de Andalucía Lab, con la aplicación para móviles, [www.entumano.es](http://www.entumano.es) o el portal [www.visitcostadelosol.com](http://www.visitcostadelosol.com), confirman esta tendencia, aunque se sigue sin dar el salto a incorporar de forma plena el nuevo concepto de patrimonio, abandonando la consideración del mismo como algo objetual y permitiendo que aflore el concepto de paisaje cultural. Solo se incluyen los cementerios declarados BIC, Casabemeja y Benadalid, y el de Sayalonga, que posee gran potencial paisajístico, y que su particular disposición circular hacen que sea uno de los lugares más visitados de la Axarquía.

Desde la empresa privada, también hay iniciativas que canalizan este segmento del mercado. En Sevilla Engranajes Culturales o en Málaga Cultopía, ofrecen visitas guiadas a los cementerios con notable éxito, como la primera visita nocturna al cementerio de S. Miguel en la Noche en Blanco.

### **3. Propuesta de turismo cultural. Turismo efímero, itinerarios urbanos y dimensión territorial.**

Este interés creciente por los camposantos indica su potencial en el reciclaje cultural del modelo de Sol y Playa. De las 5 estrategias propuestas por Calabuig para superar el estancamiento del modelo en el litoral catalán: residencialismo, espacios hiperreales, la apuesta por la calidad, el turismo efímero basado en acontecimientos y la integración del patrimonio en la mirada de los turistas, las dos últimas son de aplicación en esta incorporación de los cementerios como espacios bellos que nos ayudan a entender la ciudad, depositarios de un importante valor social y etnológico (Calabuig 2006)

(Donaire, 115-116). Concretamos la propuesta en tres acciones complementarias y proponemos una estrategia en tres escalas:

**-Turismo efímero.** El día de todos los Santos como acontecimiento de interés turístico y que contribuye a reducir la marcada estacionalidad del litoral malagueño. Se proponen una serie de visitas limitando el número de visitantes, con el fin de no perturbar el desarrollo de un evento que debe estar marcado por la intimidad y la interacción de la comunidad. Las visitas incorporarían una faceta investigadora documental, en la que tanto el participante como los organizadores tratan de captar la trascendencia patrimonial, generando una documentación gráfica que es muy escasa, debido al tabú social en la sociedad occidental. Se indaga en la necesaria dimensión comunitaria y etnológica del turismo cultural evitando “la idea de un patrimonio vacío, aislado, desconectado de la vida social” (Donaire, 177)

Imagen 1: Valores patrimoniales -arquitectónicos y etnológicos- y potencial turismo efímero del Día de Todos los Santos. Ritual y paisaje cultural en el cementerio de Estepona.



*Fuente: Colección Jacques Maes & Mar Loren. Noviembre 2011.*

Preparación, Ritual, Comunidad y Paisajes nocturnos serían las cuatro acciones propuestas: Preparación. Los procesos de la preparación de la tarde del 31 de Octubre - con una presencia casi en su totalidad femenina, representada en distintas generaciones- marcan el principio de esta conmemoración, en el que el atardecer acompaña la limpieza, el arreglo floral y las primeras velas. Ritual. Durante el 1 de Noviembre se

confunden los últimos arreglos con la visita ya formal, con la presencia de toda la familia. Las horas del medio día es un momento espacialmente álgido y se produce una interacción de la comunidad que ya no sólo recuerda a sus seres queridos sino que se une al recuerdo de los de los amigos y conocidos, realizando un itinerario en muestra de su cariño a estos.

Paisajes nocturnos. La noche del 1 al 2 de Noviembre el cementerio se quedaría abierto como en el pasado, organizando otra de las visitas en este momento tan especial de la noche.

Comunidad. La última acción estaría encaminada en dar a conocer las costumbres gastronómicas asociadas a la conmemoración, como son los huesos de santo y los buñuelos conociendo recetas y tradiciones comunitarias en torno a estos días.





**-Itinerario urbano patrimonial,** en el que se incluye el cementerio como un espacio arquitectónico, urbano y social de primer orden. La llegada al cementerio ha tenido hasta épocas muy recientes una condición de itinerario: la despedida del ser querido está enraizada en el ritual que comienza en la iglesia, dejando paso al traslado al cementerio, itinerario que une el centro histórico con el límite de la misma, marcado por la ubicación del cementerio. Superando la visita aislada y más objetual del cementerio se propone recuperar esta lógica del itinerario, en el que tendremos la ocasión de conocer la iglesia, y los espacios públicos –las calles, plazas y paseos- que la conectan con el cementerio.

**-Dimensión territorial. La red de cementerios del litoral malagueño.** Proponemos una red de los cementerios del litoral malagueño con más interés patrimonial, uniéndose a las propuestas de redes de cementerios que alcanzan a veces la dimensión nacional e incluso transnacional como es el caso de la Red Europea de Cementerios, en la que se aborda el turismo cultural desde una perspectiva temática y desde una dimensión territorial, que añade la complejidad necesaria que debe adquirir el turismo cultural, conectándonos además con otros lugares y aportándonos otro estrato de interés turístico, ahora totalmente invisible en la lectura turística del litoral malagueño. El primer paso sería la integración en la ASCE (Asociación de Cementerios Significativos de Europa) a la vez que se realiza una primera selección de los cementerios que podrían estar en la red de cementerios del litoral malagueño.



Imagen 2: Propuesta de itinerario territorial temático de cementerios del litoral malagueño. Estado de catalogación y protección. Presencia en guías turísticas.

MUNICIPIO	DENOMINACIÓN	CATALOGACIÓN/PROTECCIÓN/ GUÍAS	FOTO
<b>MANILVA</b>	Cementerio de Manilva	Catálogo IAPH/No/No	
<b>ESTEPONA</b>	Cementerio Antigo de Estepona	No/No/No	
<b>CASARES</b>	Cementerio de Casares	Catálogo IAPH/No/Si (Web)	
<b>MARBELLA</b>	Cementerio de San Bernabé	Catálogo Patrimonio Urbano y arqueológico Protegido. PGOU Marbella /Nivel 3. Protección ambiental/No	
<b>MARBELLA (S. PEDRO DE ALCANTARA)</b>	Cementerio de San Pedro de Alcántara	Catálogo Patrimonio Urbano y arqueológico Protegido. PGOU Marbella /Nivel 3. Protección ambiental/No	
<b>BENALMÁDENA</b>	Cementerio Internacional Benalmádena	No/No/No	
<b>EL BORGE</b>	Cementerio de EL Borge	Catálogo IAPH/No/No	

<b>CASABERME JA</b>	Cementerio de San Sebastián	Catálogo IAPH /BIC /Si (Web)	
<b>SAYALONGA</b>	Cementerio de Sayalonga	Catálogo IAPH/No/Si (Web)	
<b>VÉLEZ- MÁLAGA</b>	Cementerio Nuestra Señora de la Cabeza	Catálogo IAPH/No/No	
<b>ALGARROBO</b>	Cementerio de Algarrobo	Catálogo IAPH/No/No	

*Fuente: Diversas. Ana B. Quesada Junio 2012.*

#### 4. Dimensión tecnológica. Responsive Web Design.

El turismo cultural en destinos turísticos maduros de Sol y Playa, sólo es posible con una estrategia de visibilidad, desde un conocimiento del uso que los usuarios, optimizando así la difusión de la propuesta de turismo cultural. La presencia en Internet no es suficiente dado los cambios operados en el siglo XXI. Hasta 1995-1996 el acceso a Internet estaba bastante estandarizado: desde un ordenador de sobremesa o portátil, las webs partían de un tamaño, un ancho estándar y los usuarios podían visualizar correctamente la web. La proliferación de dispositivos móviles hace indispensable partir de un diseño y optimización de nuestra web; su visualización es sumamente heterogénea debiendo adaptarse a todos estos dispositivos si queremos que el usuario entre y consulte nuestra web de turismo cultural. 2007 marca un cambio real en las dinámicas del usuario, con la presentación de Apple del iPhone y su eslogan: “The Internet in your pocket.” Por vez primera teníamos acceso a páginas web completas, no truncadas o reformateadas.

A partir de aquí el mercado se inunda de dispositivos móviles y se convierten en instrumentos cotidianos. Se calcula que dentro de dos años habrá más usuarios de dispositivos móviles que tradicionales, hipótesis que en India es ya una realidad. Centrándonos en nuestros potenciales usuarios y comenzando con el habitante local y el

turista nacional, en España el porcentaje de smartphones ha pasado de 37,6% en Diciembre de 2010 a 51% en Diciembre de 2011 (comScore MobiLens). De los turistas no residentes en España más del 50% proceden de tres mercados emisores: Reino Unido, Alemania y Francia. De los 52,7 millones que visitaron España en el año 2010, 12,4 millones proceden del primero, aunque Alemania es la primera en cuanto a estancia media mayor, con 10,4 días por turista. ([www.ietturismoencifras.es](http://www.ietturismoencifras.es)). En el Reino Unido se estima en 51,3% en Diciembre de 2011 –incluso mayor que en España– en contraste con 34,2% en Diciembre de 2010 –con un crecimiento mayor anual que España. Alemania sostiene un crecimiento más contenido aunque continuo –de 25% al 37%. Francia llega sólo al 40% en Diciembre de 2011 aunque sólo alcanzaba el 25,8% un año antes con lo que de nuevo el crecimiento es importante.

Es por tanto indispensable la visualización de nuestra oferta a través de los dispositivos móviles. La tendencia actual ha estado marcada por la creación de las App que se adapta al manejo de los dispositivos móviles. Sin embargo, la gran plétora de dispositivos móviles, con la consiguiente diversificación de los sistemas operativos nos obliga a elegir, dejando fuera a un número importante de usuarios, ya que sería complejísimo y de un alto coste diseñar para todos ellos –Apple, Blackberry, Windows Phone, Android, Qt Nokia, etc. Hay un problema adicional: entendemos que para que una propuesta de turismo cultural sea eficaz debe ser también visible desde el ordenador de sobremesa, el portátil y las tabletas; la preparación del viaje se identifica habitual más con el ordenador y la tableta, siendo los tiempos de consulta son mayores y en entornos privados. Por tanto tampoco nos sirven las páginas que están únicamente diseñadas para su visualización por dispositivos móviles. La propuesta por ejemplo de guías para dispositivos móviles que se ha realizado desde Andalucía Lab ([entumano.es](http://entumano.es)) diseña una página web –evitando las limitaciones de las App– pero es sólo visible desde los dispositivos móviles, siendo una clara limitación para la selección de destinos y preparación de la visita.

Responsive Web Design. Optimización de la visualización en todos los dispositivos en el turismo cultural. [www.spainusafoundation.org](http://www.spainusafoundation.org). Ministerio de Asuntos Exteriores y otros.



*Fuente: Arqyestudio (Jacques Maes y Mar Loren). Junio 2012.*

Por tanto, la propuesta es una página web que sea visible en todas estas plataformas. Que sea visible no es suficiente, ya que actualmente se puede acceder a todas las páginas desde dispositivos móviles, pero todo se suele ver muy pequeño –tenemos que acercarnos constantemente- y además el tiempo de descarga es casi siempre muy largo en el dispositivo móvil. Proponemos por tanto que para la promoción de turismo cultural necesitamos un diseño que se adapte a cualquier pantalla, que tenga en cuenta a los usuarios móviles. En este sentido, hay que invertir el proceso de diseño que se ha llevado hasta ahora, comenzando con el diseño para el dispositivo pequeño y luego asegurándonos que se visualiza en cualquier pantalla. Para ello, nos adscribimos al conjunto de técnicas que definen la nueva filosofía del Responsive Web Design o diseño web adaptable, en el que el diseño es visible en todas las plataformas, no perdiendo la proporción del mismo, y la referencia de diseño web elegida, aunque apareciendo de manera sensiblemente diferente en cada una de ellas.

## 5. Conclusiones

Tras esta revisión histórico-crítica de la potencial integración de los cementerios en la oferta cultural complementaria en el litoral malagueño, podemos concluir que:

-Desde la información que hace uso de las TICs se presenta en la actualidad fragmentada y heterogénea, sin una lógica clara en cuanto a las diferentes ofertas turísticas. La oferta de turismo cultural hace uso de los mismos patrones que la oferta de

sol y playa, con actividades y eventos confundidos en una amalgama donde no termina de encontrar su especificidad, no consiguiendo la buscada diversificación de la oferta.

-Desde los contenidos, esto repercute en una superficialidad de la información, que no incorpora las nuevas tendencias del patrimonio, siendo las guías para dispositivos móviles y en general las páginas web una traslación de una visión limitada o simplemente pintoresca de la herencia mediterránea. La ausencia de los cementerios en esta oferta cultural es una prueba de ello. Es necesaria la incorporación del nuevo concepto patrimonial, que supera su identificación con el monumento reconocible, y que incorpora arquitecturas y espacios que, como los cementerios, atesoran valores históricos, urbanos, sociales y arquitectónicos, entendiendo el patrimonio de la costa malagueña como auténtico paisaje cultural. Incorporamos así la dimensión urbana y territorial en la aproximación turística contemporánea. Los itinerarios urbanos y territoriales (temáticos), se constituyen como herramientas imprescindibles, en la que los distintos elementos construidos se entienden soportados por una lógica histórica, geográfica y social.

-Desde los agentes, este tratamiento superficial de nuestro patrimonio precisa la incorporación de expertos de disciplinas específicas, entendiendo la elaboración de la documentación turística como un trabajo interdisciplinar: sólo de esta manera seremos capaces de captar al turista exigente que hoy demanda esa calidad y rigor en la experiencia del turismo cultural.

-Desde lo tecnológico, hemos detectado un esfuerzo claro por la administración por incorporar las nuevas TICs como herramienta imprescindible del turismo. Sin embargo, arrastran las limitaciones de las guías del papel, traducándose en una oferta estática. Al ser eminentemente visible en los dispositivos móviles han olvidado la importancia de la preparación del viaje –que se realiza en el ordenador de sobremesa, portátiles y tabletas– sobre todo en el caso de un viaje cultural. Debemos indagar como optimizar las tecnologías; en este caso entendemos que el Responsive Web Design es el conjunto de técnicas más adecuadas para el turismo cultural. Este consigue la integración de los procesos de preparación del viaje, la consulta y el apoyo in situ como una experiencia integrada y adaptada a cada dispositivo, a su tamaño y al tiempo de uso de los mismos.

## Bibliografía

- Cuervo G., (2010). *Andalucía en moto. Las mejores rutas*. Ed. Cúpula.
- Donaire, J.A., (2011), *Turismo cultural, entre la experiencia y el ritual*. Girona: Editions Vitel-la.
- Fernández Galiano, L., Clarke, R. (1993) Memento mori; ¿Espacios muertos o refugios vivientes?, *Una arquitectura para la muerte. I Encuentro Internacional sobre cementerios contemporáneos*. Sevilla: Consejería de Obras Públicas y Transportes, Dirección General de Arquitectura y Vivienda, Junta de Andalucía, 35-36, 355-362.
- Kostof S. (1999). *Historia de la arquitectura. I*. Madrid: Alianza Editorial. (1ª Edición original en inglés (1985))
- Mumford, L. (1961). *The city in history: its origins, its transformations, and its prospects*. New York: Harcourt, Brace & World.
- Pérez Naya, Antonia M., (2009). La muerte silenciada. Arquitectura funeraria contemporánea. *II Congreso Internacional de Arquitectura Religiosa Contemporánea. Entre el concepto y la identidad*, Fundación Santa María Nai y Delegación de Ourense del COAG.
- Rodríguez Barberán, J., (1993). *Cementerios de Andalucía. Arquitectura y Urbanismo*. Sevilla: Consejería de Obras Públicas y Transportes, Dirección General de Arquitectura y Vivienda, Junta de Andalucía.
- Roth, L. M. (1999). *Entender la arquitectura. Sus elementos, historia y significado*, Barcelona: Gustavo Gili. (1ª Edición original de en inglés (1993) *Understanding architecture : its elements, history, and meaning*. New York : Icon Editions.
- Vovelle, M. (1985). *Ideologías y mentalidades*, Barcelona: Ariel.
- Cernuda, L. (1993). *Poesía Completa. Obra Completa*. Madrid: Ediciones Siruela.
- Grice-Hutchinson, M. (1989). *El cementerio inglés de Málaga y otros escritos*. Málaga: Universidad de Málaga.
- Tujaka, D. (2010). *La e-cartografía turística, una TIC infrautilizada*. VIII Congreso Nacional de Turismo y Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, Málaga.
- García Millán, P. (1975). Los Cementerios de la provincia de Málaga. *Jábega*, 9, 46-51.
- Marchant Rivera, A. (2004). *Moradas de la escritura última: Fuentes documentales para la historia del Cementerio Inglés de Málaga*. *Revista de historiografía (RevHisto) I*, 161-165. Universidad Carlos III de Madrid .
- (1999), *Toda Andalucía Rural* Ed. Anaya.
- Vázquez, A., (2011), *La cultura de los cementerios. Un encuentro reunirá en la Universidad y el Cementerio Inglés a expertos de toda España*, *La Opinión de Málaga*, 26 Octubre.
- VV.AA., (2000). *Andalucía. El paraíso del duende*. Ed. Limite vertical.
- VV.AA., (2004). *Guía de Rutas Culturales de Andalucía*. Sevilla: Junta de Andalucía. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.
- VV.AA., (2006). *La Guía Verde*. Ed. Michelin Viajes.

VV.AA., (2001). *Andalucía de cerca. El circuito de Andalucía*. Ed. Edilux.

VV.AA. (1994). *Nueva Guía de Andalucía*. Ed. Anaya.

VV.AA., (2007-2008). *Andalucía. Guías de España*. Ed. Biblioteca Metrópolis.

VV.AA., (1995)., *Cien razones para conocer Málaga*. Ed. Diputación de Málaga. Sopde.

Rumbo a Málaga. Ed. Diario Sur.

[www.andalucialab.org](http://www.andalucialab.org); [www.visitcostadelsol.com](http://www.visitcostadelsol.com); [www.entumano.es](http://www.entumano.es). Andalucía Lab, Centro de Innovación Turística. Fundación impulsada por la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, Junta de Andalucía.

[www.spainusafoundation.org](http://www.spainusafoundation.org) Diseño web realizado por Arqyestudio con Responsive Web Design (Jacques Maes y Mar Loren)

[www.ietturismoencifras.es](http://www.ietturismoencifras.es).

<http://www.visitcostadelsol.com>/[www.webmalaga.com](http://www.webmalaga.com)

<http://www.engranajesculturales.com/web/>; <http://cultopia.es>. Empresas andaluzas dedicadas a turismo cultural que incluyen itinerarios de cementerios.

<http://www.significantcemeteries.org>

<http://www.malaga.es>

<http://www.iet.tourspain.es/es-ES/Paginas/default.aspx>

<http://suite101.net/destinostematicos>