

PICASSO COMO RECURSO TURÍSTICO Y CULTURAL: EL CASO DE A CORUÑA PICASSO AS A CULTURAL AND TOURIST RESOURCE: THE CASE OF A CORUÑA

ÉRICA FERREIRO ROSENDE¹
Universidad de Murcia.

RESUMEN

Pablo Picasso, uno de los artistas universales más influyentes del siglo XX creó, principalmente gracias a sus obras, una corriente cultural en varios destinos turísticos. Es decir, a día de hoy, es un recurso turístico de innumerable valor para aquellos lugares que pueden ofrecer algo del artista.

En este artículo se expondrán casos concretos de destinos españoles en los que la figura de Picasso forma parte de la imagen turística del lugar, o que gracias al artista el turismo cultural en la zona tiene un impacto importante a nivel cultural. Asimismo, se estudiará el caso de la ciudad de A Coruña, cuyo pasado está estrechamente vinculado con el artista y que sin embargo, no ha sabido explotar hasta los últimos años. Un potencial aún por descubrir.

Palabras clave: turismo cultural, recurso turístico, Picasso, patrimonio, arte.

Fecha de Recepción: 24 de abril de 2014 Fecha de Aceptación: 9 de junio de 2014

¹ Universidad de Murcia. Grupo de Investigación E074-07 EXPERIENCIAS EDUCATIVAS EN CIENCIAS SOCIALES-EDUCS (desde 13/06/2013 hasta 31/12/2014) erica.f.r@um.es Dirección particular: Avenida de Finisterre, 235 6B, 15010 A Coruña erica.ferreiro@gmail.com

La investigación para este artículo se inició con motivo de la realización del Trabajo Fin de Grado de Turismo de la autora titulado "*Picasso como recurso turístico: el caso de A Coruña*" (2011), defendido en el Centro Español de Nuevas Profesiones de A Coruña. Tutora M^a Elvira Lezcano González (mlezcano@udc.es)

ABSTRACT

Pablo Picasso, one of the most influential artists of the 20th century, created through his works, a cultural current in several tourist destinations. Nowadays, it is an invaluable tourist resource for those places that can offer something about the artist.

This article deals with some Spanish destinations in which the figure of Picasso belongs to their touristic image, or that thanks to the artist their cultural tourism has a significant impact on the cultural level. Moreover, the case of A Coruña will be studied. Its past is closely linked to the artist and the city has failed to exploit this until recent years. A potential undiscovered

Key words: cultural tourism, tourist resource, Picasso, heritage, art.

1. INTRODUCCIÓN

No se pretende con este artículo ahondar en lo referente a la técnica de Picasso, ni a su evolución como artista pese a que los lugares en los que vivió, las escuelas y las personas que pasaron por su vida pudieron influir sobremanera en su pintura y en el devenir de su carrera artística. Se busca con este estudio analizar, desde el punto de vista turístico, cómo la figura de un personaje tan reconocido e influyente puede favorecer e impulsar el desarrollo turístico de un lugar. Asimismo, se constata que una buena gestión turística y cultural resulta fundamental para la creación de un producto implicando a varios agentes como la población local, el sector privado y las administraciones públicas.

Pablo Ruiz Picasso, pintor y escultor español, es considerado uno de los artistas más influyentes del siglo XX a nivel mundial. Siempre destacó por su inconformismo con las tendencias y normas artísticas de la época y será recordado por ser uno de los precursores del movimiento cubista. Si bien es cierto que su gran desarrollo artístico y personal transcurrió en Francia, país que lo adoptó artísticamente y en el que descansan sus restos a día de hoy, nunca dejó de tener relación con España a través de amigos, veraneando y manteniendo una gran afición, los toros. Hubo otros motivos que, quizá, lo alejaron de España. Pese a considerarse apolítico, Kahnweiler, marchante de Picasso, comentó que nunca había pensado en la política, ni mucho ni poco, pero la sublevación franquista fue un acontecimiento que lo sacó violentamente de esa quietud y lo convirtió en un defensor de la libertad y la paz. (Widmaier, 2003:135)

Malagueño de nacimiento, Picasso residió en varios puntos de la península como A Coruña y Barcelona antes de marcharse definitivamente a Francia. Es cierto que su talento no se desarrolló del todo hasta varios años después, sin embargo, ya durante su niñez y adolescencia empezó a esbozar pequeñas obras maestras que no serían más que el preludio de

un futuro brillante. Precisamente esas obras, junto con otras realizadas en su máximo esplendor, han propiciado para sus lugares de residencia un recurso turístico que les ha permitido desarrollarse como destinos culturales.

2. MARCO TEÓRICO

La Organización Mundial del Turismo (OMT) define al turismo cultural como “el movimiento de personas fuera de su lugar de residencia habitual por motivos culturales como viajes de estudio, viajes a festivales u otros eventos artísticos, visitas a sitios o monumentos, viajes para estudiar la Naturaleza, el Arte, el Folklore, y las peregrinaciones”.

Los turistas cada día manifiestan más interés por la realización de visitas y actividades culturales (Troitiño, 2008). La oferta cultural que ofrece un destino puede influir en la toma de decisiones de los turistas a la hora de organizar su viaje. Si bien no tiene porque ser el motivo principal de la visita, sí resulta una alternativa crucial para disfrutar más del destino, alargar la estancia del turista y ofrecer un producto más completo y competitivo.

Es por esto que hoy en día, los destinos se esfuerzan en ofrecer equipamientos museísticos de calidad, novedosos, interactivos y que den a conocer su patrimonio natural y cultural. Asimismo, también se realizan más esfuerzos en cuanto a la gestión cultural de la zona como puede ser la organización de conciertos, exposiciones, teatro, espectáculos, cine, etc. que proporcionen a los turistas una alternativa de ocio orientada hacia el sector de la cultura.

Los museos han sido, desde su creación, un espacio contenedor para la exposición del patrimonio en todas sus vertientes. Es cierto que en las últimas décadas, ha habido una transformación del modelo museístico gracias a una mejor gestión de los mismos, ofreciendo experiencias más novedosas e interactivas en sus exposiciones, incorporando técnicas interpretativas para una mejor comprensión del contenido y que a su vez resulte más ameno y atractivo.

Por otra parte, gracias a los museos, se asegura la conservación y protección del patrimonio garantizando así su uso y disfrute en el futuro. Este hecho resulta fundamental para la salvaguarda del mismo.

2.1 ¿Cómo surge el turismo cultural? Patrimonio y Turismo

A la hora de relacionar estos dos términos, se ha querido destacar la comparación que hace de ellos Velasco (2009), quien ha englobado en los cuadros 1 y 2 las divergencias y

complicidades del patrimonio cultural y el turismo propiamente dicho.

Cuadro 1: Patrimonio y turismo: Divergencias

	Patrimonio Cultural	Turismo
Fines	Orientado sector público Búsqueda beneficios sociales.	Orientado sector privado Búsqueda beneficios económicos
Actores Principales	Sector Público.	Sector Privado.
Destinatarios	Consumidor cultural.	Turista-consumidor.
Bienes de Patrimonio	Valioso para la comunidad, representación del patrimonio tangible e intangible.	Valioso para los turistas como producto o actividad que completa el interés de un destino.
Gestión de dichos bienes	Valor de existencia. Se conserva por sus valores.	Valor de consumo. Se consume su apariencia.

Fuente: Velasco (2009)

Cuadro 2: Patrimonio y turismo: Complicidades

	Patrimonio Cultural	Turismo
Fines	Incorporar criterios económicos para garantizar supervivencia.	Necesidad de diversificar productos para garantizar la competitividad
Actores principales	Comienza a articularse un subsector privado.	Comienzan a valorarse las políticas públicas que buscan sostenibilidad.
Destinatarios	Se busca ampliar los públicos.	El perfil del turista se diversifica.
Bienes de patrimonio	Otros valores entran en disputa: eficacia de la acción pública.	Otros valores entran en disputa: conciencia de escasez
Gestión de dichos bienes	Comienzan a implantarse otros usos: educación, ocio Se precisan nuevas formas de gestión.	Crece el interés por la cultura. Se buscan nuevas fórmulas de cooperación.

Fuente: Velasco (2009)

De este enfoque se extrae, por ejemplo en el Cuadro 1, que el patrimonio está más ligado a la comunidad aunque sea de atractivo para los turistas. Es, en muchos casos, el recuerdo de los antepasados de la zona, por lo que la población local lo valora y se conciencia de su conservación, en contraposición del turismo, que suele buscar fines meramente económicos y bajo una perspectiva de consumismo.

En el Cuadro 2, las semejanzas que pueden tener los dos aspectos que se analizan son la necesidad de complementarse el uno con el otro para obtener un bien común. La necesidad de diversificar la oferta del turismo se complementa con la necesidad del patrimonio cultural de ampliar los públicos e incorporar criterios económicos para garantizar su supervivencia entre otras cosas.

Ambos pueden y necesitan convivir dentro del mismo destino complementándose para ayudarse mutuamente pero sin perder cada uno de ellos sus propios valores. Es en este momento cuando se puede hablar de “turismo cultural”.

Guillermina Fernández y Aldo Guzmán Ramos (2005) han expresado que “el Patrimonio cultural es un recurso turístico, lo cual se transforma en argumento para recuperarlo y protegerlo, pues es un factor de dinamización y potenciación del desarrollo socioeconómico local y regional”. Se puede apreciar que esta afirmación expresa de forma contundente que el patrimonio cultural es un recurso turístico, y como tal, puede llegar a ser motivo suficiente del movimiento de personas a un lugar en concreto.

Otra autora que reflexiona sobre la relación patrimonio/turismo es Cortés Puyá (2002), cuando comenta que el valor de uso turístico del patrimonio cultural urbano viene precedido por su valor formal. De hecho, un elemento cultural no es un recurso turístico si primero éste no es clasificado como patrimonio, y después transformado o gestionado por unos agentes (públicos o privados) que lo incorporen al mercado turístico.

Para contextualizar el Turismo Cultural en España, cabe destacar que en los años sesenta, setenta e incluso ochenta, el tipo de turismo predominante en la península fue el de “sol y playa”. Sin embargo, los tiempos han cambiado y se han desarrollado diversos factores que han multiplicado y cambiado los intereses de los viajeros. Entre estos factores Ballart y Juan-Tresseras (2001) destacan:

- El incremento generalizado de rentas.
- El aumento de la calidad y la esperanza de vida.
- El mayor nivel educativo.
- Las edades más tempranas de jubilación.
- La incorporación de la mujer al mundo del trabajo.

- El mayor tiempo de ocio disponible: reducción de la jornada laboral y distribución más personalizada de las vacaciones.

- La sensibilización por la naturaleza, la problemática medioambiental y el patrimonio cultural.

Alonso y Conde, y Donaire (apud Ballart y Juan-Tresseras, 2001: 201) citan textualmente “las tendencias en la actividad turística están cambiando, se ha producido el paso de un turismo fordista (ampliación masiva del consumo) hacia un turismo postfordista (escenario dinámico en el que los destinos compiten en un mercado global, con una demanda muy segmentada, exigente y cambiante, y una oferta especializada y fuertemente competitiva)”. El auge del turismo cultural surge debido a la saturación del modelo tradicional de desarrollo turístico. En este momento la industria tuvo que buscar alternativas para dar respuesta a la demanda cada vez más exigente y segmentada. Además, en este contexto, la oferta cultural, en sus múltiples expresiones y realidades, se convierte en un excelente destino para dar respuesta a esta necesidad de alternativas, nuevas experiencias y diversificación. Antón Clavé (apud Ballart y Juan-Tresseras, 2001) aclara que el turismo cultural facilita la aparición de nuevos productos, permite el establecimiento de formas de aprovechamiento turístico no necesariamente sometidas a ciclos estacionales, ofrece posibilidades de desarrollo de nuevos destinos y consumos complementarios a los destinos tradicionales, responde a la creciente segmentación de la demanda, satisface necesidades vacacionales de corta duración, proporciona mayor satisfacción a segmentos de demanda activos y con mayor sensibilidad, y añade valor a la experiencia turística.

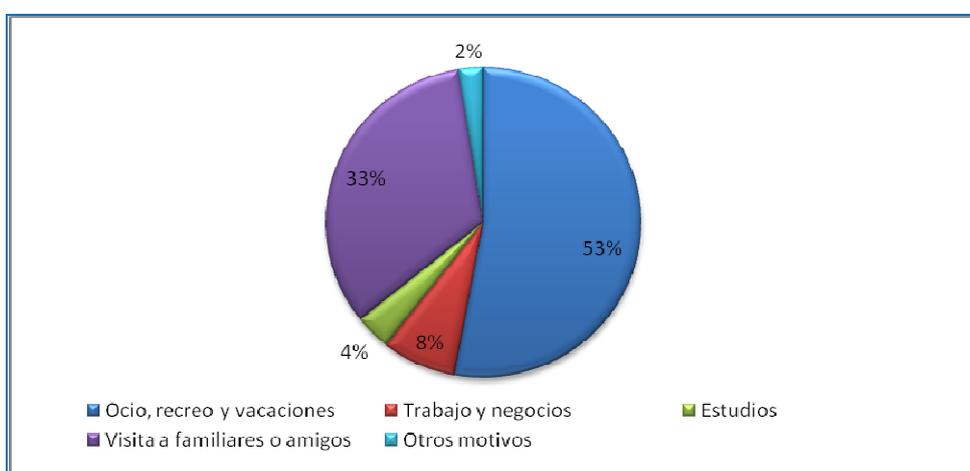
Adentrándose más en el terreno económico, Bonet i Agustí (2003: 9) también apunta que “el gran desarrollo del turismo cultural en determinadas ciudades, centros patrimoniales o en festivales y grandes acontecimientos culturales ha tenido un efecto positivo directo sobre la situación financiera no sólo de las actividades culturales propiamente dichas, sino sobre el conjunto de la economía local”. Efectivamente, queda demostrado el desarrollo económico y social que puede favorecer el auge del turismo cultural en una zona, siempre y cuando su gestión favorezca tanto a los turistas como a la población local.

Al hilo del turismo cultural surgen términos como “consumo cultural”, al que López Galán (apud Lizana, 2007: 60) define como “práctica social que se centra en la manera mediante la cual la gente se identifica y se siente reconocida en toda una gama y diversidad de productos culturales”. El consumo cultural está fuertemente segmentado por los gustos, las preferencias y los diferentes hábitos de los consumidores, que tienden a fabricar su propio estilo. El perfil del turista

cultural es bastante variado, Bonet i Agustí (2003) menciona una encuesta realizada por ATLAS en 1997 donde el perfil mayoritario del turista cultural era personas jóvenes, con un alto nivel de estudios, conexión profesional con actividades culturales, y una elevada capacidad por interpretar y contextualizar la manifestación visitada.

Esta diversificación de la oferta y la actual crisis económica ha propiciado un tipo de turismo más independiente en el que uno de los principales motivos de viaje es a familiares y amigos. En este caso, las actividades culturales se han visto afectadas por este ciclo económico en el que nos encontramos.

Gráfico 1: Viajes internos según motivo del viaje. Año 2012



Fuente: *Familitur (2012). Elaboración propia*

Gráfico 2: Tipos de viaje de ocio, recreo y vacaciones. Año 2012



Fuente: *Familitur (2012) Elaboración propia*

En el último estudio de Familitur (2012), referente a los movimientos turísticos de los españoles en cuanto a turismo interno, el ocio fue el motivo de mayor desplazamientos del año con un 53% del total (Gráfico 1). Mientras que el análisis detallado de los viajes de ocio revela que tan sólo el 10,4% se realizaron por viajes culturales y de su evolución interanual se destaca un descenso del -6%. En cuanto a las actividades realizadas en los viajes, el estudio destaca que las visitas culturales han cosechado un fuerte descenso (-8,5%), lo que ha permitido a las visitas de familiares o amigos arrebatarle la tercera posición en el ranking de actividades (Gráfico 2).

En este artículo se verá reflejado el turismo cultural a través del arte proyectado por una figura artística. Se estudiarán varios casos en los que gracias a un personaje reconocido se pueden generar movimientos culturales y turísticos de mayor o menor repercusión para el destino en el que se encuentran.

3. PICASSO COMO RECURSO TURÍSTICO. EL TRIÁNGULO PICASSIANO.

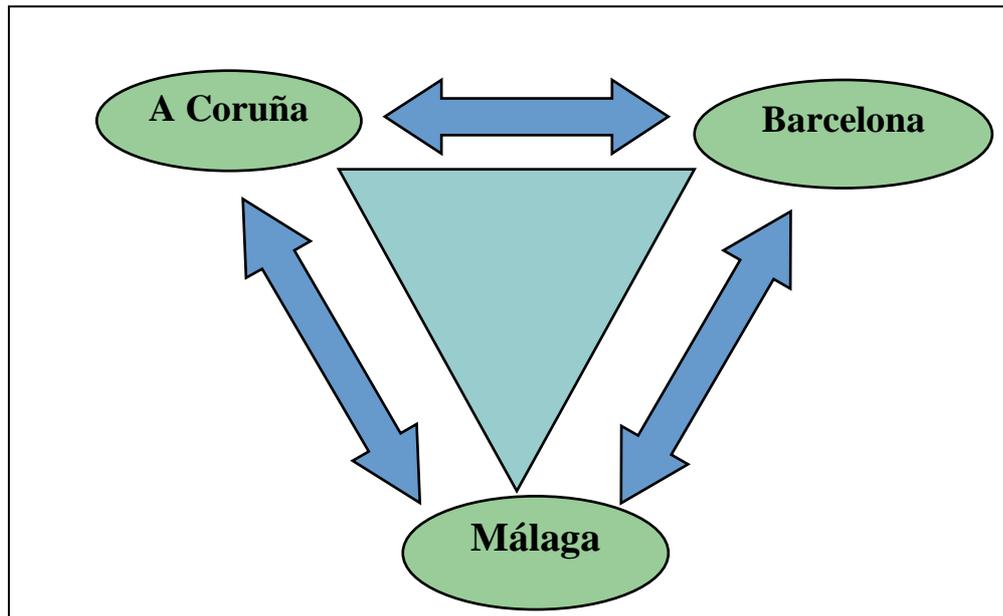
El La figura de Picasso se considera un recurso turístico hoy en día ya que ha generado en torno a su imagen un movimiento cultural fundamentado en sus obras o en aspectos relacionados con su vida. Lo que en su día fueron sus escuelas, viviendas, lugares de exposición o incluso zonas de veraneo, hoy en día son recursos turísticos que gracias a su explotación se promocionan, dentro de un espacio, como destino cultural. Existen casos muy concretos como el conocido triángulo español de Picasso.

3.1 ¿Qué es el triángulo picassiano español?

El triángulo español de Picasso se puede definir como aquella figura geométrica que dibuja sobre el mapa de la península ibérica las tres principales residencias de la familia Ruiz Picasso en España. Por orden cronológico son Málaga, ciudad en la que nació y en la que vivió hasta los nueve años de edad, A Coruña, ciudad en la que residió durante casi cinco años y en la que comenzó sus estudios de arte y finalmente Barcelona, ciudad en la que culminó sus estudios artísticos y evolucionó como artista.

Existen otros lugares que también cuentan con un pasado ligado, de una u otra manera, al autor y que han explotado este recurso como son Buitrago del Lozoya y Horta de San Joan. Quizá por las características de la zona y su accesibilidad no se puedan equiparar a destinos culturales como Barcelona o Málaga, pero no por ello son menos importantes que el resto.

Figura 1: Representación Triángulo Picasso Español



Fuente: *Elaboración propia*

3.2 Málaga

Como se ha comentado, en la ciudad de Málaga nació, un 25 de Octubre de 1881, Pablo Ruiz Picasso. En esta ciudad permaneció hasta la edad de nueve años cuando la familia decidió, por motivos laborales, desplazarse al norte de la península.

La ciudad de Málaga es un claro ejemplo de buena gestión turística y cultural del recurso Picasso. Existen a día de hoy dos instituciones museísticas referentes al artista de repercusión internacional y en la que se alberga gran parte de su obra.

Por una parte la Fundación Picasso Málaga, situada en la Plaza de la Merced y de titularidad municipal, decidió reconstruir la casa natal del pintor y convertirla en una fundación que cuenta con diversas salas de exposiciones y un importante Centro de Documentación. La Fundación Pablo Ruiz Picasso fue creada por acuerdo del pleno del Ayuntamiento de Málaga en 1988 con el objetivo de promover, enriquecer y difundir la figura y obra del artista. La Fundación Picasso desarrolla su labor en varias facetas: su valor turístico-cultural como Museo-Casa Natal, el incremento anual de sus colecciones de arte, la organización de exposiciones y de actividades diversas (conferencias, acciones didácticas, etc.), la publicación de catálogos y monografías y el mantenimiento de un Centro de Documentación especializado sobre el artista y el arte moderno que fue el origen de la Fundación. Este Centro

de Documentación se encuentra en la tercera planta del edificio creado con el objetivo de dar a conocer a Pablo Ruiz Picasso. Paralelamente Christine Ruiz-Picasso donó una serie de libros ilustrados, por lo que la Fundación se vio con la opción de poder coleccionar también obra del artista y poder exhibirla al público. A partir de ese momento comienzan a hacerse exposiciones y sobre todo a coleccionar destinando incluso una parte del presupuesto anual a la adquisición de nuevas obras.

La Fundación tuvo durante los años 2011 y 2012 una media de 125,000 visitantes y es el sexto monumento más visitado de Málaga (Ciedes, 2014). Organizan anualmente multitud de actividades orientadas a todo tipo de público y acercan la figura de Picasso a la población local de una manera muy accesible y cercana.

Tabla 1: Visitantes anuales a la Fundación Picasso Málaga y al Museo Picasso Málaga. Período 2009-2012

	2009	2010	2011	2012
FPM	117 131	130 095	118 522	130 431
MPM	324 861	345 742	391 319	381 055

Fuente: Fundación Ciedes (2014). Elaboración propia

Según Picasso constituye uno de los principales recursos turísticos de Málaga, y la Fundación ha sido uno de los primeros propulsores de este recurso cuando aún en la ciudad no había casi nada al respecto. La llegada años más tarde del Museo Picasso Málaga (MPM), su importante presupuesto y la repercusión mediática que se creó, ayudó a que el Picasso de Málaga sonara en mayúsculas a nivel nacional e internacional.

El Museo Picasso Málaga, de reciente creación, se puede equiparar en cuanto a obra permanente e instalaciones al Museu Picasso Barcelona e incluso al Musée Paris Picasso. La creación de la “Fundación Museo Picasso Málaga. Legado Paul, Christine y Bernard Ruiz-Picasso” ha propiciado que Málaga cuente con uno de los museos más visitados de la Comunidad y que esta lugar se afiance como destino picassiano. Por su parte este museo es el monumento más visitado de la ciudad y cuenta con una media de 385,000 visitantes.

“Su creación se debe a la voluntad compartida de Christine y Bernard Ruiz-Picasso, nuera y nieto del artista, cuyas donaciones constituyen el núcleo de los fondos del Museo, así como de la Junta de Andalucía, que articuló un gran proyecto museístico del consagrado artista cuyos estilos y técnicas cambiaron el curso del arte moderno” (Museo Picasso Málaga)

Cabe destacar que, pese a la corta edad en la que Picasso abandonó la ciudad, las administraciones públicas nunca dejaron de creer en este recurso como potencial turístico y

gracias a eso, a día de hoy cuentan con este patrimonio de innumerable valor que posiciona a la ciudad a un nivel internacional como destino cultural.

3.3 Barcelona

En Barcelona se encuentra el Museu Picasso Barcelona, uno de los principales museos del mundo sobre el artista. Abierto al público en 1963, acoge un fondo de más de 3.800 obras que componen la colección permanente y ofrece una extensa programación de exposiciones temporales. Es destacable la voluntad por parte de la población local y del ayuntamiento desde hace más de cinco décadas en sacar este recurso adelante. Este museo se creó por expreso deseo de Picasso a través de su gran amigo Jaume Sabartés. Picasso y el propio Sabartés realizaron dos importantes donaciones que dotaron de un contenido de innumerable valor al museo. Aún así, sino fuera por el apoyo municipal y por la implicación de la población local con la búsqueda y donación de obras originales, es probable que hoy en día el Museu Picasso no tuviera la repercusión que tiene.

Si bien es cierto que Barcelona es un destino cultural consolidado por su innumerable patrimonio cultural, este museo ha catapultado a esta ciudad como referente picassiano.

Cabe destacar que Barcelona alberga prácticamente toda la obra que se conserva de época coruñesa. Destacan 36 pinturas, 55 dibujos independientes, dos álbumes de dibujo y 4 libros de texto profusamente ilustrados. No toda esta colección está expuesta en el Museu Picasso de Barcelona, sino que existe una gran parte guardada y conservada.

4. EL CASO DE A CORUÑA. EL VÉRTICE OLVIDADO

Esta ciudad gallega situada al noroeste de España se puede considerar el vértice olvidado de este triángulo picassiano. Si bien es cierto que la familia Ruiz Picasso solamente pasó en la ciudad escasos cinco años, resultan cinco años fundamentales en la vida del artista por varios motivos. Son más de 70 obras las que se guardan de este período, obras que marcan el inicio de un genio.

En primer lugar, el principal motivo del desplazamiento de la familia a A Coruña, fue la concesión de una plaza de profesor al padre de Picasso en la Escuela de Arte de la ciudad. Este hecho marcaría a Picasso y a la ciudad de por vida, ya que Picasso fue inscrito en esta escuela y cursaría sus primeros estudios de arte en la ciudad gallega. Sus primeros dibujos y obras los pudo realizar en esta ciudad, como demuestran muchas escenas costumbristas y de la costa gallega. *Es esta*

una fase en la que comienza a perfilarse con más viveza el interés del joven por la pintura (Inglada, 2007:17)

Imagen 1: Óleo sobre lienzo “Torre de Hércules” Picasso A Coruña, 1895



Fuente: La Voz de Galicia, Mayo 2009

Existe constancia, además, de dos exposiciones del pequeño pintor en la Calle Real, documentadas gracias a dos críticas publicadas en el periódico La Voz de Galicia en la que se destaca el talento de este futuro artista. El crítico Alejandro Barreiro Noya destacó el 21 de febrero de 1895 lo siguiente:

«De un niño de 13 años, hijo del profesor de la Escuela de Bellas Artes, Sr. Ruiz Blasco, son los dos estudios de cabezas pintados al óleo, que se hallan expuestos al público en el almacén de muebles que en la calle Real tienen los herederos de D. Joaquín Latorre. No están mal dibujadas, el colorido es acertado y la entonación es bastante buena y todo ello resulta superior si se tiene en cuenta la edad del artista: pero lo que es sorprendente es la valentía y soltura con que están ejecutadas, y no dudamos en afirmar que ese modo de empezar a pintar acusa muy buenas disposiciones para el arte pictórico en el infantil artista. Continúe de esa manera y no dude que alcanzará días de gloria y un porvenir brillante». (La Voz de Galicia).

Finalmente, otro hecho que ligará a la familia Picasso con A Coruña fue el fallecimiento de Conchita, hermana pequeña de Picasso, a causa de difteria en enero de 1895. Una

Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas nº 9 Enero-Junio 2014 pp. 69-84

ISSN: 2172-8690

parte de la familia Picasso permanecerá para siempre en el Cementerio de San Amaro.

Sin embargo, pese a los motivos anteriormente citados, no ha habido una apuesta firme por este recurso en la última mitad de siglo. He aquí la principal diferencia entre Málaga, Barcelona y A Coruña. Quizá, la falta de visión por parte de las administraciones públicas han provocado que se perdiese una oportunidad irreplicable de que A Coruña se convirtiera en un destino picassiano de renombre, con obra original y posicionado a nivel internacional. Aún a día de hoy, son muchos los escépticos acerca de este tema, pero sólo hay que ver los casos de Málaga y Barcelona para observar que, pese a haber empezado con muy pocos recursos, han conseguido una imagen e identidad cultural inalcanzable a día de hoy.

En los últimos años, gracias a la Asociación de Amigos de Picasso y a una apuesta tardía del Ayuntamiento, se ha intentado resurgir este recurso. La Asociación de Amigos de Picasso se encargó de gestionar el alquiler del piso en el que vivió la familia Ruiz Picasso y gracias a esta actuación hoy en día existe la Casa Museo Picasso. Además, han luchado año tras año por reivindicar su figura en la ciudad gracias a diversas actuaciones como su periódico "*El Tiempo Coruñés*". Especial mención merece Ángel Padín, periodista y presidente de la Asociación. Sirvan estas líneas para recordar su labor que resultará esencial para el desarrollo de esta reivindicación picassiana gallega.

Se ha ampliado la Casa Museo, creado visitas guiadas por la ciudad con temática picassiana, y se ha organizado incluso el primer Encuentro "*Picasso en A Coruña 1891-1895*" a través de la Universidad Internacional Menéndez Pelayo. Este encuentro, dirigido por el doctor en Historia del Arte Antón Castro, contó con la colaboración de Malén Gual, conservadora del Museu Picasso Barcelona; Ángel Padín, Presidente de la Asociación Pablo Ruiz Picasso de A Coruña; Enrique García-Herraiz, escritor y crítico de arte y Rafael Inglada, biógrafo de Picasso. Sin duda un gran paso de colaboración y aportación de información de los tres destinos españoles.

Se prevé que el 2015 esté repleto de actividades relacionadas con el pintor para conmemorar los 120 años de su primera exposición. Para ello, desde el Ayuntamiento se está organizando una gran exposición con obras cedidas a tal fin. En este sentido ha resultado fundamental la figura de Rubén Ventureira, periodista y consejero técnico del Ayuntamiento de A Coruña por el exhaustivo trabajo de investigación que se está realizando sobre el pasado de Picasso en la ciudad y dotar así de contenido fehaciente este recurso cultural.

Asimismo, se ha creado una imagen para relacionar al artista con la ciudad. Se trata de la firma que utilizaba en esa

época para firmar sus cuadros “P. Ruiz” y que lo diferencia de su archiconocida firma que utilizaría en su época parisina y hasta sus últimas obras.

4.1 Análisis DAFO

A continuación se expone un análisis DAFO de este destino en relación al recurso turístico de Picasso. Gracias a este análisis se pueden apreciar las debilidades y amenazas que sufre este recurso

Debilidades

- No hay obra original del pintor en la ciudad.
- Desconocimiento y falta de implicación de la población local.
- Falta de visión por parte de las Administraciones públicas y poca coordinación entre las concejalías de turismo y cultura.
- Falta de visión por parte del sector privado.
- Ausencia de instalaciones adecuadas para albergar una exposición.

Amenazas

- A día de hoy resulta muy difícil adquirir obra original del artista debido a su coste en el mercado.
- Málaga y Barcelona están bastante lejos del lugar que ocupa A Coruña hoy en día, por lo que esta inclusión en el triángulo picassiano puede resultar complicada.
- Hermetismo por parte de la familia Picasso para el proceso de autenticación de obras.
- En la actualidad se percibe una imagen de la ciudad muy pobre en cuanto a Picasso, mal organizada y con escaso contenido.

Fortalezas

- La Casa Museo Picasso mantiene su estructura original. Además, está en marcha un proyecto de ampliación y musealización del inmueble.
- Las críticas de La Voz de Galicia y el expediente académico de Picasso dan credibilidad a su paso por la ciudad.
- Existen varios puntos en la ciudad que guardan relación con el artista lo que ha propiciado la creación de una ruta turística.
- El producto picassiano que puede ofrecer la ciudad resulta un complemento perfecto para fomentar el turismo cultural gracias al Patrimonio de la Humanidad que posee A Coruña.

Oportunidades

- Una gran cantidad de obra de época coruñesa se conserva en el Museu Picasso Barcelona, lo que abre la posibilidad de una cesión para que pueda ser expuesta en la ciudad.

- Gracias al primer encuentro de expertos de Picasso en la ciudad, se comenzaron a entablar relaciones con Barcelona y Málaga y así plantear futuras colaboraciones.
- La marca Picasso causa impacto por sí sola, es fácilmente reconocible independientemente de la motivación cultural de cada uno. Por este motivo, ligar esta marca a la ciudad es una oportunidad única para el posicionamiento cultural de A Coruña.

Con este análisis DAFO se puede apreciar que ciertas fortalezas como la existencia de una ruta turística también puede verse como una debilidad debido a su mala gestión a lo largo del tiempo. Como se ha expresado con anterioridad, la escasa visión turística hacia este recurso, que posee fortalezas y oportunidades suficientes para su desarrollo, ha frenado su evolución. Con la situación actual analizada, se espera una futura mejoría gracias a la firme apuesta por parte del Ayuntamiento de que Picasso forme parte de la identidad de los coruñeses.

5. CONCLUSIONES

A Coruña está despertando en cuanto al producto picassiano que puede ofrecer, quizá esta voluntad debía haber surgido muchas décadas atrás cuando era factible llevar a cabo muchas más actuaciones que hoy en día. Sin embargo, nunca es tarde y con una buena gestión turística y cultural se pueden alcanzar objetivos importantes.

Málaga y Barcelona deben ser modelos a seguir para llegar a ser algún día un triángulo picassiano equilibrado y que en su conjunto posicione a España como un referente picassiano a nivel mundial.

Existe un pasado, existen infraestructuras y existe voluntad. Este potencial recurso comienza su despegue y sólo dentro de unos años se podrá comprobar qué objetivos se han alcanzado y el impacto que ha generado en la ciudad a nivel económico y social.

6. BIBLIOGRAFÍA

- BALLART, J. y JUAN-TRESSERAS, J. (2001). *Gestión del Patrimonio Cultural*. Ed. Ariel. Pág. 201-204
- BONET i AGUSTÍ, L. (2003). “Turismo Cultural: Una reflexión desde la ciencia económica”. Portal Iberoamericano de Gestión Cultural. Disponible en http://www.gestioncultural.org/ficheros/1_1316770469_L_Bonet_Reflexion.pdf

- CORTÉS PUYÁ, T. (2002). *La Recuperación del Patrimonio Urbano como Recurso Turístico*. Tesis doctoral. Dirigida por el Dr. Miguel Ángel Troitiño Vinuesa. Facultad de Geografía e Historia de la Universidad Complutense de Madrid.
- FERNÁNDEZ, G. y GUZMÁN RAMOS, A. (2005). “Desarrollo regional, turismo y rutas culturales”. *Revista del Foro CEIDIR*. N° 6
- GRANDES BIOGRAFÍAS. (2008). *Picasso*. Edimat Libros, SA. Madrid
- HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, F. (2002). *El patrimonio cultural: la memoria recuperada*. Ed. Trea. Gijón.
- INGLADA, R. (2007). *Biografía Pablo Picasso*. Ed. ARGUVAL. Málaga. Pág. 17
- MOLANO, O.L. (2008). “Identidad Cultural un concepto que evoluciona”. *Revista Ópera*, N° 7. Págs.69-84
- MORALES, J. (1998). *Guía práctica para la interpretación del patrimonio*. Ed. Difusión. Sevilla.
- PADIN, A. (1991). *Los cinco años coruñeses de Pablo Ruiz Picasso*. Ed. Diputación Provincial. A Coruña
- RAMOS LIZANA, M. (2007). *El turismo cultural, los museos y su planificación*. Ed.Trea. Gijón.
- TROITIÑO VINUESA y TROITIÑO TORRALBA. (2008). “Patrimonio, Turismo Cultural y Museos en España”. *Revista Amigos de los Museos*, N° 26. Pág. 15
- TUGORES, F. y PLANAS, R. (2006). *Introducción al Patrimonio Cultural*. Gijón. Ed. Trea.
- VELASCO, M. (2009). “Gestión turística del Patrimonio Cultural: Enfoques para un desarrollo sostenible del turismo cultural”. *Cuadernos de Turismo*. Universidad de Murcia. N°. 23. Págs. 237-253.
- WIDMAIER PICASSO, O. (2003). *Picasso. Retratos de Familia*. Algaba Ediciones. Madrid. Pág. 135

OTRAS REFERENCIAS ELECTRÓNICAS:

- FAMILITUR (2012). Instituto de Estudios Turísticos. Disponible en <http://www.iet.tourspain.es/esES/estadisticas/familitur/Anuales/Informe%20anual%20de%20Familiar.%20A%20C3%B1o%202012.pdf>
- FUNDACIÓN CIEDES (2014). Observatorio Málaga en cifras. Disponible en http://www.ciedes.es/index.php?option=com_content&view=article&id=3775&Itemid=75