

Las Caras de Bélmez (España): construcción social y alcance territorial de un atractivo turístico



Recibido: 26/06/17 · Aceptado: 15/11/17

José-Luis Anta-Félez*

Universidad de Jaén

José-Manuel Crespo-Guerrero

Universidad Nacional Autónoma de México

Resumen

En el interior de Andalucía han surgido iniciativas vinculadas con el turismo oscuro desde hace más de dos décadas; no obstante, escasean las investigaciones que tratan su dimensión antropológica y geográfica. El fenómeno de las Caras, es decir, la aparición de unos rostros de origen desconocido en el piso de una casa ubicada en Bélmez de la Moraleda (provincia de Jaén), aún lo macabro y lo misterioso. Tras argumentar que la atracción de visitantes que originan las Caras desde 1971 es turismo oscuro, el artículo pretende explicar su construcción social como atractivo y revelar el alcance territorial de los flujos turísticos generados desde la apertura del centro de interpretación dedicado a las Caras de Bélmez. Además, presenta el concepto de turismo oscuro, localiza la zona de estudio e introduce el fenómeno de las Caras. Se realizó la correspondiente revisión bibliográfica y hemerográfica. La principal fuente de información fue el libro de visitas, y se complementó con 38 cuestionarios semiestructurados. Del análisis se justificará que el alcance territorial de los desplazamientos a mencionada instalación se extienda a distintas escalas geográficas y esté ligado a la difusión del fenómeno desde hace 45 años.

PALABRAS CLAVE: Destino turístico, sociología, geografía, interpretación, Andalucía.

*Correos electrónicos: jlanta@ujaen.es · jcrespo@igg.unam.mx





Different Faces of Belmez (Spain): social construct and territorial range of a tourist attraction

Received: 26/06/17 · Accepted: 15/11/17

José-Luis Anta-Félez*

Universidad de Jaén

José-Manuel Crespo-Guerrero

Universidad Nacional Autónoma de México

Abstract

In Andalusia's interior, initiatives related to dark tourism have flourished for the past two decades, however there are still very few investigations dealing with its anthropologic and geographic dimensions. The phenomenon of the Caras (faces), or pigment silhouettes of unknown origin on the floor of a house in Bélmez de la Moraleda (province of Jaen), blends the macabre with the mysterious. After arguing that visitor attraction by the Caras since 1971 is dark tourism, the article seeks to explain its social construction and reveal the territorial scope of tourism flows since the opening of the Interpretation Center dedicated to the Bélmez Faces. In addition the concept of dark tourism is analyzed, the study area is localized and the phenomenon of the Caras introduced. A literature review was carried out and the principal source of information was the Center's guest book. The information was complemented with 38 semi-structured questionnaires. The analysis of these resources showed that the territorial scope of travel to the installation extends over different geographical scales and has been linked to the phenomenon's dissemination over 45 years.

KEY WORDS: Tourist destination, Sociology, Geography, Interpretation, Andalucía

Introducción

España es el tercer destino turístico del mundo, solo por detrás de Francia y Estados Unidos (Organización Mundial del Turismo, 2016). Por ello, esa actividad es uno de los motores de la economía española: representa 11.2 % del producto interno bruto (PIB) nacional. En 2016, el PIB turístico se incrementó hasta 4.9 %, lo que supuso un aumento de 6 414 millones de euros. Esto se tradujo en casi 81 000 empleos, es decir, 15.1 % de los nuevos puestos de trabajo generados en el país. Estas sobresalientes cifras se han fundamentado sobre todo en el turismo extranjero. Igualmente en 2016, 75.4 millones de turistas visitaron España –el dato más elevado de los últimos 15 años– y dejaron ingresos de 54.4 millones de euros (Exceltur, 2017). Más allá de los motivos de tan excepcionales resultados, estos ponen en evidencia el importante papel que el turismo está jugando para salir de la grave crisis económica que ha asolado al país ibérico desde 2008.

Los poco más de diez millones de turistas extranjeros que visitaron Andalucía en 2016, la convirtieron en el cuarto destino turístico español –la antecedieron Cataluña, con 17 millones de turistas; Baleares, con 12.9 millones; y Canarias, con unos 12 millones– (Ministerio de Energía, Turismo y Agenda Digital, 2017). Precisamente, la actividad turística andaluza mantiene una media de 372 100 empleados y constituye alrededor de 13 % del PIB de Andalucía. Las playas de la Costa del Sol –que suman un tercio de las plazas hoteleras andaluzas– y las ciudades monumentales (Sevilla, Córdoba y Granada) son los principales destinos turísticos. Esto no impide que, desde hace más de dos décadas, las administraciones públicas y los agentes privados, apoyados en el patrimonio natural y cultural de la comunidad, realicen un importante esfuerzo para impulsar turísticamente el interior andaluz más allá de las consolidadas ciudades patrimonio.

La diversificación de la oferta turística interior pasa inexorablemente por nuevas tipologías turísticas que complementen las existentes (valgan los ejemplos del turismo gastronómico, congresos y reuniones, compras, idiomas...). En este sentido, como quedó de manifiesto en el III Congreso Internacional Científico-Profesional de Turismo Cultural celebrado en febrero de 2017 en la ciudad andaluza de Córdoba, las más recientes propuestas se dirigen al desarrollo del denominado *turismo oscuro*. En los trípticos turísticos comienzan



a proliferar nuevos productos que conmemoran batallas, muestran cementerios, reviven bombardeos u ofrecen experiencias en lugares macabros.

En España, aún son incipientes los estudios que se han interesado por el turismo oscuro (Brandis, 2016; Morales Gajete, Hernández Rojas y Dancausa Millán, 2017), a pesar de disponer de uno de los ejemplos más conocidos: el de las Caras, en la localidad andaluza de Bélmez de la Moraleda, que se remonta a 1971. La presente investigación se sustenta en comprender por qué y cómo este nuevo tipo de turismo ha abanderado la iniciativa local de desarrollo turístico del municipio belmoralesense. Además, se preocupa en demostrar si el turismo oscuro ha conseguido diversificar la economía local. Para ello, desentraña la construcción social del atractivo turístico que representa el fenómeno de las Caras, y revela el alcance territorial de los flujos turísticos –en distintas escalas– desde febrero de 2013, año de inauguración del Centro de Interpretación de las Caras de Bélmez (CICB), hasta diciembre de 2016. También aclara otros particulares, como la comprensión del turismo oscuro, la descripción de la zona de estudio y la exposición de aquel fenómeno. El acercamiento al tema ha huido de la apología de un hecho inexplicado hasta el día de hoy, por tanto, no se valora su veracidad.

Conceptos, fuentes de información y método

Hace más de 20 años, el turismo oscuro fue definido por Foley y Lennon (1996, p. 198) como “el fenómeno que abarca la presentación y consumo (por los visitantes) de lugares de muerte y desastre tanto reales como recreados”. Desde entonces, sus abordajes conceptuales se han multiplicado (Seaton, 1996; Dann, 1998; Sharpley, 2005 y 2009; Stone y Sharpley, 2008; Stone, 2009; Walter, 2009). Una década después, Philip Stone (2006, p. 146) ofreció una definición más precisa al afirmar que el turismo oscuro es “el acto de viajar a lugares asociados con la muerte, el sufrimiento y lo aparentemente macabro”. Stone no solo explica sucintamente lo que es el turismo oscuro, sino que también integra una serie ilimitada de sitios, destinos, atracciones y experiencias (Wright, 2014). Todo ello le aporta una indudable proyección antropológica, geográfica e histórica.

Lennon y Foley (2000) reconocieron un conjunto de factores que determinarían la intensidad del turismo oscuro, creando así una gama de grados (Raine, 2013).



De forma que dentro de esta escala se emplazarían atractivos vinculados con las guerras, los cementerios, los desastres naturales, los fantasmas, las cárceles. Por tanto, relacionados con la temática de la muerte, el horror, la opresión y el misterio. Precisamente, más adelante se presentará cómo el fenómeno de las Caras propició al principio un flujo de visitantes motivado por el fervor religioso y cómo este transitó hacia sus valores más oscuros debido al papel activo de los medios de comunicación, que descubrieron en aquéllos posibles beneficios.

La municipalidad de Bélmez de la Moraleda, consciente de la promoción turística que los medios han proporcionado a la localidad desde el primer momento, promovió acciones político-administrativas para financiar la construcción del CICB. Para efectos metodológicos, el alcance territorial (Propin Frejomil, 2003), esto es, la distancia espacialmente alcanzada estructurada en distintas escalas –denominadas coronas en el presente texto– por un lugar –en este caso el CICB– mediante flujos –el generado por los visitantes– es una excelente metodología para medir los desplazamientos turísticos motivados por las características macabras y paranormales que envuelven a las Caras.

A fin de revelarlo, se analizó la información procedente del libro de visitantes del CICB. De los 1 126 registros se obtuvo una rica información que permitió al CICB representar cartográficamente el alcance territorial de los desplazamientos. También se aplicaron 38 cuestionarios semiestructurados, entre el 14 de enero y el 26 de marzo de 2017, que ofrecieron información relativa al perfil del visitante, el conocimiento del fenómeno, las motivaciones de la visita y las sensaciones que produce el fenómeno. La estrategia de comparación constante y la codificación axial (Strauss y Corbin, 2002) sirvieron para examinar los datos cualitativos del libro de visitas. Así, se confeccionaron categorías que fueron relacionadas entre sí para lograr una mayor profundidad de comprensión. La obligada revisión bibliográfica fue fundamental para contextualizar la investigación. Las monografías, publicaciones periódicas y folletos turísticos institucionales conforman otro conjunto de fuentes que contribuyeron a alcanzar los objetivos. En las distintas visitas a la localidad, se consiguió un valioso trabajo etnográfico, fruto de las entrevistas realizadas a vecinos y responsables políticos. Así, se construyó parte del relato de este artículo, tras observar no solo lo que supone el turismo oscuro en un ejemplo concreto, sino también lo que el fenómeno ha representado en las vidas y sentimientos de sus propios



moradores. Para ello, se partió de la premisa de que todo hecho social es una construcción social y que los discursos son un enorme y complejo texto que puede desentrañarse con las herramientas adecuadas (Wodak y Meyer, 2001). Para llevar a cabo este trabajo se contó además con un modelo de investigación dentro del paradigma cualitativista (Cook y Reichardt, 1986; Cohen y Manion, 1990; Ibáñez, 1979; Noguero, 2002; Pérez Serrano, 1994), centrado en aspectos descriptivos, especialmente a través del análisis de contenido, la observación de los discursos y la documentación relevante generada por las instituciones implicadas.

Ubicación del estudio y exposición del fenómeno histórico

El fenómeno de las Caras tiene lugar en la pequeña localidad olivarera de Bélmez de la Moraleda, en el sureste español, más concretamente en la comunidad autónoma de Andalucía (figura 1). La mitad de la superficie del municipio belmoralense –de 4940 ha– está integrada en el Parque Natural de Sierra Mágina (declarado por el gobierno andaluz en 1989). Bélmez se eleva hasta los 856 msnm en un paisaje típico de montaña media mediterránea. La localidad cuenta con 1 646 vecinos (Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía [IECA], 2017). Desde 2001 ha perdido 13 % de su población (IECA, 2017). Según la Agencia Estatal de Administración Tributaria (2017), su renta bruta media disponible por declarante en 2014 ascendió a 12 012 euros, una de las más bajas de España. En localidades superiores a 1 000 habitantes, Bélmez de la Moraleda ocupa el lugar 2931 de 2950 en el posicionamiento de renta bruta media en el nivel nacional y el 559 de 570 en el nivel andaluz. La renta bruta media por declarante más alta de España la posee Pozuelo de Alarcón (Madrid) con 61 643 euros, y la más baja Zafarraya (Granada) con 11 261 euros. La economía agraria se fundamenta en los olivares –que se extienden por 1 395.92 ha– y se complementa con la pequeña producción de los árboles frutales, distribuidos en manchas que abarcan en su totalidad unas 25 ha, además de la residual ganadería ovina (864 cabezas) y caprina (182 cabezas) emplazada en las deforestadas laderas de la sierra, al occidente del municipio (IECA, 2017). Por tanto, la superficie cultivada es menos de la mitad del término y la tercera parte son pastizal y matorral. Asimismo, los establecimientos con actividad económica se





Fuente: Elaborado por Víctor Ríos Ramírez, Instituto de Geografía, Universidad Nacional Autónoma de México.

FIGURA 1. Localización de Bélmez de la Moraleda

elevan a 72 (IECA, 2017). El autoempleo tiene un importante peso, pues la mitad de las unidades económicas registradas no dispone de asalariados: 33 están integradas por no más de cinco trabajadores; solo tres establecimientos disponen de entre seis y 19 asalariados (IECA, 2017). Dos de ellos están vinculados con la confección de prendas de vestir y uno, con la explotación de fincas rústicas.

Poco ha cambiado el panorama económico de la localidad desde 1971, año en el que comenzó el fenómeno de las Caras. En aquella época, Bélmez de la Moraleda agrupaba una población de 2 259 habitantes y estaba inmersa en un proceso emigratorio que la había llevado a perder 12 % de su población entre 1950 y 1970. Los más jóvenes buscaban un mejor futuro en los destinos nacionales de Cataluña, Madrid, Valencia y País Vasco, y en los internacionales de Francia y Alemania. El turismo no estaba considerado en la localidad

como una posible fuente de ingresos. Las aspiraciones laborales, en general, basculaban entre la agricultura y la emigración (Arroyo López y Sánchez Arroyo, 1997).

El 23 de agosto de 1971, María Gómez Cámara, vecina de Bélmez de la Moraleda, encontró en el piso de su cocina unas manchas en forma de rostro. La señora alertó a sus vecinos y pronto la noticia se extendió (*Ideal*, 1971). Los habitantes de la localidad se acercaron al lugar, motivados por la curiosidad. Cinco días habían transcurrido cuando uno de los hijos de la señora, cansado por la afluencia de público, mandó raspar la imagen y cubrirla (Gámez, 2008). Todo hubiera quedado en una anécdota en las crónicas de la comarca si, después de reponer el pavimento, no hubiese aparecido de nuevo, el 9 de septiembre (*Jaén*, 1971). La imagen tenía un cierto parecido con el patrón de la localidad, el Señor de la Vida, o con la venerada imagen del Santo Rostro que se guarda en la catedral de Jaén (Andalucía), lo que favoreció que los vecinos creyeran que era una “manifestación” de Cristo (*Ideal*, 1971).

El misterio comenzó a difundirse por los medios de comunicación. El primero fue el diario *Ideal*, en su tirada provincial de Jaén: el 16 de septiembre de 1971 publicó la noticia “Un ‘rostro’ que aparece y desaparece en un fogón” (figura 2). En ella, además de describir los acontecimientos, se revela cómo comienza a desarrollarse una dinámica turística acompañada de nuevas infraestructuras:

nadie sabe dar una explicación sobre el fenómeno [...] unos dicen que un milagro [...] Otros que un disparatado truco para engañar a personas [...] se ha creado una pequeña pero creciente peregrinación [...] la gente acude continuamente desde hace veinte días que se produce el fenómeno al número 5 de la calle Rodríguez Acosta [...] se han montado ya dos negocios de fotografías, se organizan excursiones desde los pueblos vecinos hasta Bélmez, la gente no opina sobre el asunto [*Ideal*, 1971, p. 12].

En una entrevista a María Gómez, recogida en la noticia, la protagonista sigue desvelando cómo se forja la dinámica turística:

Yo no sé si es un santo, si un demonio, o lo que es... un rostro [...] Los domingos como viene gente de fuera, me suele dar un duro cada uno. De Úbeda y de Jódar se han organizado excursiones para ver el rostro. Continualmente llega gente al pueblo atraída por el extraño fenómeno [*Ideal*, 1971, p. 12].

En Bélmez de la Moraleda existe una gran expectación. Unas 5 000 personas se encontraban hoy en el pueblo procedentes de la provincia y de otras ciudades españolas llegadas por la curiosidad de las misteriosas caras. Los técnicos mencionados anteriormente estarán durante la mañana de hoy, domingo, en Bélmez de la Moraleda y por la tarde regresarán a Madrid [Ya, 21 de febrero de 1972, s/p].

Así pues, inicialmente las visitas son locales, pero al poco tiempo el rango de cobertura de visitantes se amplía hacia excursionistas de las proximidades y luego de los nacionales, siguiendo un patrón que suele darse en fenómenos de turismo oscuro.

La difusión de aquel misterio alcanzó mayor relevancia con la publicación de la noticia en la portada del diario nacional *Pueblo* el 31 de enero de 1972 y la emisión de la información en el único canal televisivo de la época: Televisión Española. A partir de entonces, la noticia se reprodujo continuamente en los medios de difusión y lo inexplicable se ensanchó con la aparición de nuevos rostros en el suelo de la cocina y el pasillo de la casa de María Gómez –así hasta casi 3 000 figuras al día de hoy–. Las repercusiones trascendieron al plano político y religioso en la España “tardofranquista”, como se conoce al último periodo del franquismo, fundamentado en la apertura económica (liberalización económica, fomento de la emigración para obtener remesas, *boom* turístico, acuerdos con Estados Unidos), lo cual condujo a un fuerte crecimiento económico. Este periodo se acompañó de una cierta libertad de costumbres, en parte por el desarrollo turístico (Montero Díaz, 2002; Tuñón de Lara, 1980).

A principios de 1972, llegaron a Bélmez de la Moraleda representantes de la Iglesia católica, políticos, personalidades de la época, periodistas, parapsicólogos y cada vez más curiosos, esta vez, allende las fronteras provinciales. Según lo publicado en el diario *Ya* (21 de febrero de 1972), quizás envuelto por el entusiasmo del momento, 5 000 visitantes habían llegado al pueblo el día anterior; días más tarde, otra noticia cifra los visitantes en 10 000 (Laforet, 1972). Las fondas y pensiones de la localidad no podían albergar a tal cantidad de personas: la hospitalidad de los vecinos fue esencial para ofrecer comida y hospedaje. En aquellos momentos, palabras como *teleplastia* –en el argot parapsicológico, manifestación material sobre una superficie de una fuerza desconocida en forma de imagen–, *psicofonía*, *más allá...* comenzaron a popularizarse en torno a

las Caras. Uno de los parapsicólogos más conocidos de la época, Germán de Argumosa, realizó unas sesiones de psicofonía cuyos resultados publicó el diario *Pueblo* (16 de enero y 14 de febrero de 1972, s/p): “el infierno empieza aquí”, “sigo enterrada”, “pica patio, levanta cemento”... Precisamente, el maestro de obras de la localidad, Sebastián Fuentes León, inició los trabajos para abrir el piso: aparecieron restos óseos humanos (*Jaén*, 1971).

La magnitud de las Caras había llegado a tal punto que las autoridades políticas y eclesiásticas entendieron que se había creado alarma social. El ministro de Gobernación, Tomás Garicano Goñi, deseoso de terminar con el misterio, emprendió un conjunto de acciones dirigidas a desprestigiarlo y ponerle fin; para ello presionó al alcalde de la localidad. El aparato eclesiástico, encabezado por el obispo de Jaén, Francisco Peinado, al atender que el fenómeno había perdido toda apariencia cristiana, participó igualmente en aquella operación; su papel fue esencial en este caso. Los medios de comunicación, férreamente controlados, se convirtieron en pieza clave para tal objetivo. El diario *Pueblo* publicó una serie de noticias que desmentían lo paranormal del caso con títulos como “La otra cara de las Caras” (21 de febrero de 1972) y “Se acabó el misterio” (25 de febrero de 1972), y así fue seguido por el resto de los medios de comunicación de la época (*Pueblo*, 24 y 28 de febrero de 1972; *Ya*, 26 de febrero de 1972; *Alcázar*, 21, 22, 23, 24, 25 y 26 de febrero de 1972; *Lecturas*, 1972). De pronto, las Caras se habían convertido en imágenes pintadas por María Gómez Cámara o por el fotógrafo o el pintor de la localidad, mediante nitrato de plata que con la luz del sol se oscurecían (*Pueblo*, 25 de febrero de 1972). Oficialmente, por lo menos en marzo de 1972, se había desenmascarado el misterio.

Construcción social de las Caras de Bélmez de la Moraleda

Otro de los grandes atractivos de las Caras que debe considerarse es que estas pertenecen a la memoria de un buen número de andaluces, en especial giennenses. No constituye simplemente un “fenómeno”: representa un hecho social que tuvo un eco mediático de primer orden en una España compleja e inmersa en una dictadura militar y económica, acaso en una transición hacia una democracia que aún sonaba lejana. De este recuerdo, el componente oscuro es doble: si bien da con la memoria de lo misterioso, también establece un



canal de consumo de fenómenos inexplicados. De hecho, este tipo de turismo es incomprensible si no se atiende a la importante capacidad de consumo que tiene lo esotérico.

Pero las Caras no solo tienen un atractivo en la idea de que son algo “especial”, sino que lo son dentro de un orden lógico trastocado. Ciertos programas de televisión y radio, documentales e incluso canales especializados, emiten sin parar la idea de un mundo donde la realidad y la fantasía no están bien definidas, y lo esotérico tiene cabida sin mayor crítica, lógica ni discusión. En este espacio, las Caras siguen generando una gran fascinación.

Lo interesante de ellas no es que aparezcan en el piso de una humilde casa, sin explicación aparente, sino más bien su posible y múltiple interpretación; son un “algo” que debe ser interpretado. Y esta es la idea que hay detrás: las Caras de Bélmez funcionan como un potente atractivo, incluso como parte del turismo oscuro, porque viven en la frontera entre la interpretación y la pulsión visual. Claro que el mundo esotérico y mediático trata de desvincular las Caras de toda interpretación, incluso de la propia pulsión, en la medida en que propone una fuerza propia al fenómeno, independientemente de lo que crea verse, aunque esto mismo sea una interpretación más. En cualquier caso, se entiende que las manchas deben ser vistas para ser interpretadas, lo que permite a todo el hecho, sociológico o esotérico, comprenderse ante todo como un elemento de valor turístico.

Las Caras aparecieron en un contexto muy preciso: un franquismo agonizante pero armado de todo su poder, seguramente más que en cualquier otro momento, y un medio rural que representaba en términos reales una España profunda, pobre y con un acentuado desequilibrio social, económico y cultural. No se puede desligar a las Caras del entorno social, son un *poltergeist* de y para pobres, de campesinos, en una losa de cemento en la que a finales del siglo xx aún se cocinaba en el suelo, en un medio de pobreza real. Lo mismo le pasa al visitante que desde entonces las busca; es un curioso que parte de la idea de que lo que verá es inexplicable en sí mismo. Podría decirse que todo lo que rodea al fenómeno es “pobre”, desde el espacio que lo contiene hasta las explicaciones que se esperan y ofrecen. Y, en cierta medida, no se busca mayor aclaración, constituye un fenómeno popular y es asumido como tal, no hay más discusión; el motivo de todo es únicamente ver e interpretar las manchas sobre el cemento.



Parafraseando a Manuel Marín Serrano (1972), las Caras de Bélmez han desempeñado el papel de objetos privilegiados, frente a los cuales una comunidad local, y otra nacional, se han interrogado; han manifestado sus aspiraciones, necesidades, frustraciones e intereses; han preguntado por su destino, revisado sus relaciones y sus conceptos de la realidad y la irrealidad. En este sentido, las Caras han cumplido con una irreplicable función de oráculos: la comunidad ya no se explica por lo material de ellas, sino por la materialidad que representan las relaciones sociales: entre los vecinos del pueblo y los venidos de fuera. Las Caras se convierten en el *leitmotiv* del encuentro entre locales y foráneos. Al verlas como un poderoso símbolo que permite observar esas relaciones sociales, todo esto es, primero, un evocador de todo aquello que una sociedad cree que la define, y segundo, una fuente de interpretaciones para propios y extraños.

Ni al día de hoy, donde todo lo relatado está mediado por una curiosidad venida a menos, es factible decir que el fenómeno de las Caras pueda desligarse de su contexto. Lo que se ve, formas de rostros, caras y, en el mejor de los casos, torsos, se hace dentro de una casa que ni de cerca es representativa de la arquitectura vernácula del pueblo de Bélmez, ni del sur de España. En efecto, todo el contexto de las Caras es una suerte de antimodernidad. En ese momento, las actividades laborales, las formas sociales y familiares, los aspectos políticos y económicos se transformaban radicalmente hacia la modernidad; los modos de vida ahora eran urbanos y globales, con la juventud dueña de los modos de ocio y diversión; el gas butano, la electricidad y la televisión eran una realidad generalizada; el pueblo vivía el momento emigratorio más álgido, con la expansión del olivar y el abandono de los modelos agrícolas y forestales tradicionales. Justo entonces, en una casa perteneciente a una familia que “niega” todo esto, que aún vive en un modelo más propio del siglo XIX que del XX, aparece un fenómeno que centra el futuro de la localidad. En este entorno de paradoja, donde la modernidad y la tradición, lo nuevo y lo viejo, luchan entre sí, las Caras son una quimera: avisan de todo aquello que se pierde y anuncian todo lo que viene.

En el pueblo, la idea es que las Caras son algo real e inexplicable. Y cuando en él se viven crisis económicas, como en la actualidad, los pocos autobuses que llegan en agosto y los cuatro visitantes despistados que pululan en los días festivos y fines de semana parecen suficientes para que nadie ponga nada en discusión. Luego del fervor inicial, el fenómeno exhibe un halo de triste memoria del pasado.



El problema de las Caras de Bélmez es que no hay nada que discutir: representa un fenómeno de una España que no existe desde hace tiempo. Hoy los problemas de qué creen las sociedades y en función de qué, cuáles son las mediaciones, los mundos ocultos y hasta dónde lleva lo que cree verse, en definitiva, las interpretaciones, sirven para alimentar también la idea de que las Caras constituyen un recurso turístico de primer orden. De igual forma que la gente ve rostros en el cemento –lo cual da pie para creer en el fenómeno paranormal–, se construye la idea de que los pocos turistas que llegan son suficientes para aparentar la existencia de un recurso turístico importante. No obstante, el pueblo carece de un hotel, de un restaurante preparado para los visitantes o de una pequeña tienda que venda recuerdos de las Caras, porque, al final, estas son únicamente una mirada e interpretación ajena al contexto socioeconómico y circunstancial de Bélmez de la Moraleda, el cual, por su lado, es incapaz de entender los mensajes quiméricos que transmiten, aferrado a un historicismo y a una política muy interesada. Por supuesto es difícil mirar a otro lado que no sea el oscuro cemento de la casa de María, aun cuando las necesidades del pueblo son claramente otras.

Puede afirmarse que se está ante un *constructo social*: las Caras han impuesto unas prácticas y una intersubjetividad donde todos los actores terminan por dar una verdad por encima de cualquier realidad (Berger y Luckmann, 2001). Sujetos a esa “verdad” que son las Caras, todo lo que ocurre en torno a ellas no puede ser discutido si no es en función de su enunciado. El relato-verdad de las Caras, como hecho indiscutible, es también el de la propia idea que se relaciona con la transición política de una dictadura, con una única verdad, a una democracia, donde la verdad se hace múltiple y su gestión más compleja. Las Caras, en cuanto constructo social, dan por establecida una política de la verdad: una idea de que en ellas están los semas que permitirán desentrañar la realidad, y eso no solo atañe a la noción de que son un mensaje del más allá, como parecen creer muchos, sino además de que son la clave del futuro económico, social y político del pueblo.

Claro que, como en toda construcción social, los hechos y verdades terminan por ser una nueva e interesante reactualización de los viejos mitos: las Caras no pueden constituir otra cosa que la metáfora e idealización de un paisaje campesino idílico, una ideología muy concreta de las burguesías agrarias que está en la base contextual de gran parte de lo que ocurre en estas tierras.



Pero también parte del imaginario que se quiere poner en valor como elemento de ese turismo oscuro. Ofrecer un *constructo cultural* que tiene su verdad en la universalidad de la pregunta sobre el mensaje del más allá y que únicamente visitándolo *in situ* puede comprenderse. Elevar a categoría universal las respuestas locales, dando por hecho que los modos de construir la modernidad, la globalización y las relaciones sociales interculturales pueden, de alguna manera, no solo gestionarse, sino sobre todo reconstruirse en forma de administración. El cicb no deja de ser eso: una forma de construir un punto de mira global a un fenómeno local, o si se quiere atender desde otra perspectiva, dar a los visitantes la construcción de una verdad sin que eso suponga tener que “soportar” el contexto. En definitiva, como centro de interpretación, lo que menos importa es el pueblo, y lo más relevante es el discurso que se genera, tanto hacia dentro como hacia fuera. La disputa de casi 50 años sobre toda interpretación quedaba zanjada políticamente, la verdad era otra: las Caras podían musealizarse y el resto era y es solo un sentimiento bien construido y mejor gestionado.

Alcance territorial de los desplazamientos al cicb

Desde que las Caras de Bélmez de la Moraleda saltaron por primera vez a los medios de comunicación, se originaron, como se explicó, dos tipos de desplazamientos a la localidad: por un lado, las peregrinaciones vinculadas con motivaciones religiosas; por otro, las excursiones relacionadas con la contemplación de unos rostros de origen desconocido. La literata Carmen Laforet no solo dedicó un artículo de opinión al respecto, sino que se lanzó desde Madrid para descubrir el misterio de las Caras:

Quando me preguntan qué se me ha perdido en un lugar donde no ocurre nada, digo que algo se me ha perdido por los Cerros de Úbeda, desde siempre, y si con engaño o sin engaño las caras de Bélmez me han llamado a esos cerros ¿por qué no ir? El Infierno, pienso, quizás esté empedrado de esas llamadas de Interés por la vida que se desatienden por insensatas. Quizás sin esa Insensatez de las caras no hubiera decidido tan tajantemente mi viaje a mitad de semana [...] Una de mis hijas me ha dejado su “dos caballos” [...] Así que al llegar a Bailén, al borde de nuestra meta, mi



hijo y yo nos damos las buenas noches con cierta emoción Imprecisa y decidimos que nos pondremos de camino al alba para salir hacia nuestra aventura, como Don Quijote salió a las suyas, con la primera luz [Laforet, 1972, p. 49].

El desarrollo de los acontecimientos con la llegada de investigadores de distintas orientaciones y la puesta en práctica de experimentos científicos o pseudocientíficos fue despojando al fenómeno de toda connotación religiosa a la vez que adquiría características que lo relacionaban con lo sobrenatural, aunque siempre sin perder su lado oscuro.

Si bien las Caras dejaron de tener un trato preferencial en los periódicos, de vez en cuando se colaban en sus páginas. En ocasiones, saltaban a la portada de alguna revista especializada en temas parapsicológicos y misteriosos, como *Más Allá* (núm. 81, 1995; núm. 170, 2003), *Enigmas del Hombre y el Universo* (núm. 6, 1997), *Enigmas* (núm. 100, 2004) o *El Ojo Crítico* (núm. 68, 2011). También se publicaron monografías que, desde distintas perspectivas, se interesaban por aquellos desconocidos rostros. Títulos como *Sociología del milagro: las caras de Bélmez* (Marín Serrano, 1972), *Las caras de Bélmez* (Martínez Romero, 1978), *Las caras de Bélmez: una solución para el enigma* (Martínez Romero, 1987), *Las Caras de Bélmez: Historia de una conjura* (Fernández Bueno, 1999), *María ¿quiénes son las caras de Bélmez?* (Soriano Rodríguez, 2001), *Tumbas sin nombre: una tragedia, un misterio, una investigación* (Jiménez y Fernández, 2003), *Las Caras de la discordia. El fenómeno paranormal más importante de la historia* (Fernández Bueno y Sentinella, 2004) y *Los Caras de Bélmez* (Cavainilles y Máñez, 2007) han continuado publicitando a la localidad giennense. Cualquier programa de misterio de televisión o radio dedicaba alguna de sus emisiones a aquel fenómeno, de forma que se ha difundido con cierta regularidad desde 1972. El fallecimiento de María Gómez en 2004 y el tratamiento del tema por algunos programas televisivos de elevada audiencia, como *Cuarto Milenio* (2015), representan los años recientes de mayor divulgación. Todos los visitantes que accedieron a realizar la entrevista argumentaron que conocieron la existencia de las Caras por los medios de comunicación, sobre todo la televisión y la prensa escrita.

Tras la desaparición de María Gómez, la entonces alcaldesa de Bélmez de la Moraleda, María Rodríguez Arias, en un pleno extraordinario, la nombró “Hija Predilecta del municipio”, pues “gracias a ella y a su casa, Bélmez de la

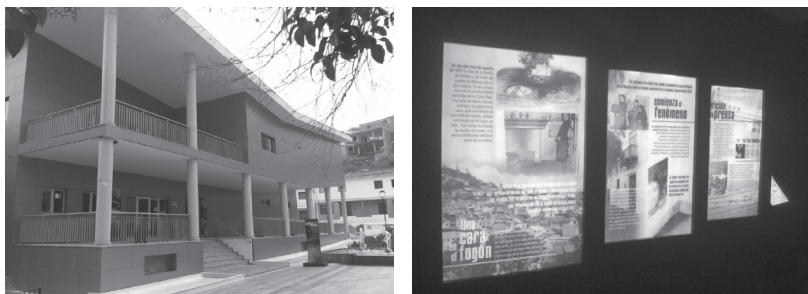


Moraleda ha sonado en todo el mundo y eso es de reconocer” (*El Mundo*, 3 de febrero de 2004, s/p). También anunció la intención del ayuntamiento de convertir la casa de las Caras en un centro de interpretación. Se entendía que este misterio pertenecía a un tipo de patrimonio especial vinculado con lo desconocido. Pero el precio del inmueble superaba las posibilidades del ayuntamiento. La opción más viable era instalar el centro de interpretación en un edificio de nueva planta.

Según fuentes municipales (*Jaén*, 2004a), la población de Bélmez se duplicaba los fines de semana debido a las visitas, e incluso en determinados momentos estas rondaban las 3 000, concentradas en puntuales fines de semana de los meses de primavera y el día festivo de Todos los Santos (1º de noviembre). Ello derivó en problemas de gestión, como se desprende del titular de la noticia: “Critican ‘discriminación’ en las visitas para ver las nuevas caras” (*Jaén*, 2 de noviembre de 2004). Cierto, las voces de los grupos políticos de la oposición siempre dudaron de las cifras municipales: “Antonio Gámez concluye que las personas que los fines de semana acuden a Bélmez: no son tantas como dice el Ayuntamiento” (*Jaén*, 2 de noviembre de 2004, p. 15). El reconocimiento de las Caras como patrimonio de la localidad, la continua afluencia de visitantes, los problemas vinculados con su manejo –como ya se ha dicho, las Caras se encuentran en un domicilio particular– y el elevado precio puesto por los herederos de la casa: 600 000 euros (*El Mundo*, 28 de noviembre de 2004), motivaron a la alcaldía a buscar fuentes de financiación para construir un edificio multiusos que albergara el CICB, un salón auditorio, un espacio de investigación y una zona subterránea para estacionamiento (*El Mundo*, 2010). En 2011 se consiguió el apoyo económico necesario para la edificación, equipamiento y musealización del inmueble que acogería al CICB. Los 858 000 euros de inversión final fueron sufragados en 75 % por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional, 20 % por la diputación provincial de Jaén y 5 % por el ayuntamiento de Bélmez de la Moraleda. A principios de febrero de 2013, las autoridades provinciales y locales inauguraron las instalaciones.

El CICB cuenta con aproximadamente 350 m², donde está instalada la exposición permanente sobre lo acontecido en torno al fenómeno de las Caras. Los paneles y el material audiovisual tratan la información desde diversas perspectivas (figura 3). El municipio de la localidad es el encargado de gestionar el CICB, que abre sus puertas sábados, domingos y días festivos de 10:00 a 14:00





Fuente: Miguel Caballero y José-Manuel Crespo-Guerrero (fotografías de archivo, enero de 2017).

FIGURA 3. Exterior (imagen superior) y paneles informativos del interior (imagen inferior) del Centro de Interpretación de las Caras de Bélmez de la Moraleda

y de 16:00 a 20:00; la entrada tiene un costo de tres euros por persona. El ayuntamiento de Bélmez afirmó que durante el primer año de apertura el CICB recibió cada fin de semana entre 40 y 50 personas. En el trabajo de campo se atendió que algunos visitantes únicamente se interesan por la casa de María Gómez, donde aún el misterio sigue vivo. Aquella vivienda está gestionada por los descendientes de la señora Gómez; para entrar se abona la voluntad.

A pesar del impulso que desde las administraciones públicas se ha realizado con la inauguración del CICB, no se ha conseguido que el visitante pernocte en la localidad. La noche de Halloween y el Día de Todos los Santos, las tres empresas que ofrecen alojamientos rurales –con una capacidad total para 24 personas– tienen 100 % de ocupación. Y es que iniciativas como “Cinco pueblos terroríficos de España para pasar la noche de Halloween” (*EcoDiario.es*, 2016) o “Halloween. Bélmez, la ciudad más terrorífica de Andalucía” (Loriguillo, 2016) alimentan el lado oscuro del turista. Es más, el buscador de viajes de economía colaborativa, Kolaboo, sorteó en octubre de 2016 dos habitaciones para que cuatro personas pasaran la noche de Halloween en una casa donde, según las sobrinas de María Gómez, también había fenómenos de teleplastia. La apuesta empresarial se dirige a potenciar el lado pavoroso del fenómeno, y parece que es lo que los visitantes quieren, habida cuenta de los resultados obtenidos del análisis de las sensaciones que producen las Caras entre el público del CICB en nuestro trabajo de campo: la sensación más repetida ante el fenómeno es el

“miedo” (11 veces), y en menos ocasiones está la “curiosidad” o el “respeto”, con cuatro y tres respuestas, respectivamente.

Aquellas iniciativas turísticas son recientes y han coincidido en el tiempo con la apertura del CICB. Claro está, las incipientes experiencias solo atañen a una fecha particular del calendario, por lo que es comprensible que, más allá de las casas rurales, Bélmez carezca de plaza de hoteles, hostales y pensiones. Sin embargo, antes de la apertura del CICB, “los visitantes veían las Caras, tomaban un café y se iban”; ahora, tras su inauguración, “se acercan al centro de visitantes y después se quedan a comer” (entrevista a la encargada del CICB, Rosa Bayona Marín, enero de 2016). Bélmez dispone de tres restaurantes, un mesón, cuatro bares, un café y una heladería-café.

A propuesta de la primera responsable del CICB se puso a disposición de los visitantes un libro en blanco, donde cada uno se expresara libremente. Su primer registro es del 8 de febrero de 2013 y el último, del 31 de diciembre de 2016; prácticamente, recoge información de los cuatro primeros años del centro. En total, se han referenciado 1 126 entradas o registros –tanto individuales como grupales– que se organizaron en función de la fecha, el lugar de procedencia, el número de personas integrantes del grupo, el sexo de los visitantes, la motivación del desplazamiento y las sensaciones producidas en el CICB. Estos datos se triangularon con la información dada por las 38 entrevistas semiestructuradas realizadas en el primer trimestre de 2017.

De alguna manera, el moderno CICB es la prueba de que las Caras ya no son un mero atractivo turístico, sino un elemento que está en la memoria, en la historia reciente, pero definitivamente en la historia. Esto es lo que hace tan interesante el caso, lo que lo centra en el terreno de un turismo oscuro: no existe ya nada que ver, no porque nunca lo hubo, sino porque lo que ahora se ve ya no es más que el resultado de un debate ajeno a todo lo que el pueblo proponía. Las Caras fueron un fenómeno mediático, creció y se expandió; así tomó su fuerza y fama. Hoy son un asunto de la política de la memoria. De hecho, la propuesta museística que puede apreciarse en el centro de interpretación, amén de dar valor al suceso, enfoca las posibilidades que tiene su historia en el pueblo. El debate que se originó en torno a si hacer un centro de interpretación que atendiera a lo paranormal, como al final ocurrió, frente a lo histórico y sociológico (véase la propuesta museística y las discusiones al respecto en



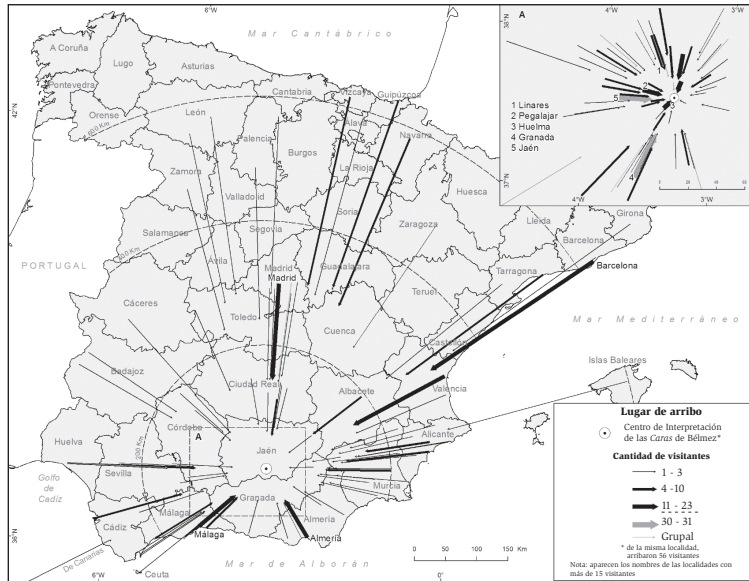
Fernández Rodríguez, 2005), no es otro momento, sino el mismo: el de las posibilidades que se dan de relacionar al fenómeno con lo externo, con el visitante; y así, las Caras parecen existir no tanto para contar las dinámicas sociales y culturales de un pueblo ejemplar del sur de Europa, sino para que sean contactadas, vivenciadas y explicadas por un visitante, un turista, un experto o un curioso. Triste paradoja que al final ha resuelto que el pueblo se vea más por un hecho tan banal, como en realidad tan poco efectivo en términos económicos y sociales, frente a sus gentes, sencillas y trabajadoras, necesitadas de recursos y seguramente también de reconocimiento, incluso de una identidad más allá de los tópicos que les suman a una mirada muy ajena y colonial.

El análisis de los flujos se basó en la información que el visitante expresó. Se contabilizaron 407 registros que ofrecieron datos sobre los lugares de origen; de ellos, 391 fueron nacionales y únicamente 16 internacionales. La cartografía se elaboró considerando también a las personas que acompañaban al visitante que realizó la reseña en el libro. Las figuras 4 y 6 muestran los flujos nacionales e internacionales, respectivamente.

La comunidad autónoma con más entradas fue Andalucía (con 259), seguida de la Comunidad Valenciana (29), Cataluña (21), Comunidad de Madrid (19), Castilla-La Mancha (16) y la Región de Murcia (15). Casi 60 % del conjunto de los registros procede de las provincias orientales de Andalucía (Jaén, Granada, Málaga, Almería) y sur de la provincia de Córdoba. Este radio no suele superar los 200 km de distancia o las tres horas de viaje. Claramente se observa que las entradas más abundantes son aquellas que provienen de las zonas más cercanas a Bélmez de la Moraleda.

La provincia de Jaén aporta 66 % de las entradas de Andalucía oriental y sur de la provincia cordobesa; tras ella, Granada (16 %), Málaga (8 %) y Almería (8 %). De los 158 registros concernientes a la provincia giennense, los más numerosos se contabilizan en los municipios de Bélmez de la Moraleda (31), Jaén (22) y Linares (15), que en conjunto acaparan 43 % del cómputo provincial. Ningún otro municipio giennense supera los diez registros. La mitad de las entradas de la provincia de Granada se localiza en su capital (18), dato que convierte al municipio granadino en el tercero con más entradas, tras el de Bélmez de la Moraleda y Jaén. Los flujos más importantes de visitantes se realizan en unas distancias que facilitan los viajes de ida y vuelta. De tal suerte, 24 de



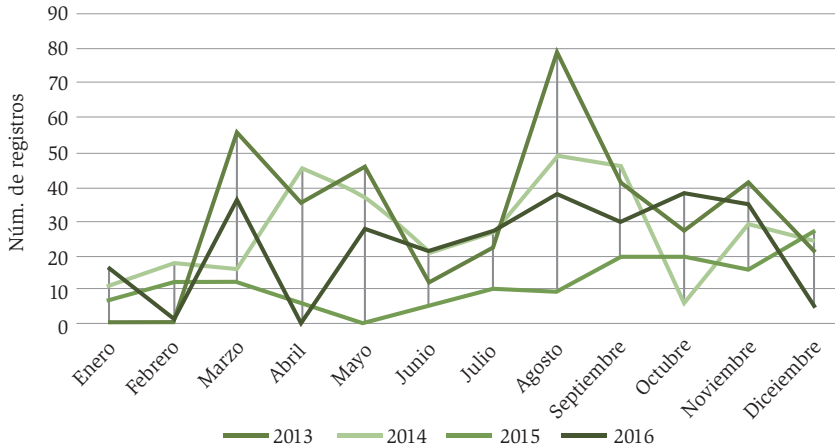


Fuente: Elaborado por Víctor Ríos Ramírez, Instituto de Geografía, Universidad Nacional Autónoma de México, con base en el libro de visitas (del 8 de febrero de 2013 al 31 de diciembre de 2016).

FIGURA 4. Flujos de visitantes nacionales al Centro de Interpretación de las Caras de Bémez de la Moraleda (Andalucía-España), 2013-2016

los 38 visitantes entrevistados pertenecían a esta corona: la mitad argumenta que se acercó a Bémez porque la localidad se situaba cerca de su destino final (provenía de las provincias de Granada, Almería y Málaga); seis efectuaron el trayecto de ida y vuelta con el fin de visitar el CICB (provincias de Jaén y Almería), tres son de la misma localidad y otros tres no ofrecen esta información. Ninguno de estos casos requirió instalaciones para pernoctar.

La siguiente corona de flujos está compuesta por las provincias occidentales de Andalucía (Sevilla, Huelva, Cádiz y parte de Córdoba), la Región de Murcia y Castilla-La Mancha. El tramo de esta corona se establece entre los 200 y 400 km, es decir, entre tres y cinco horas de viaje. De esta zona se obtuvieron 53 registros, lo que representa 13 % del total. Estos visitantes se acercaron al CICB durante un viaje turístico a otros lugares cercanos (las ciudades patrimonio de la humanidad de Úbeda y Baeza, y los parques naturales de Sierra Mágina

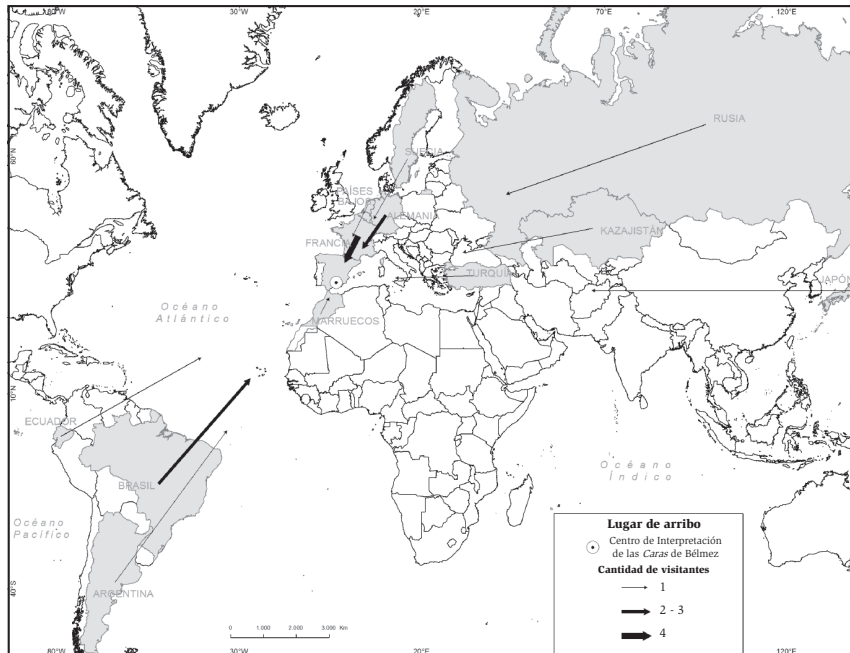


Fuente: Elaborado por Víctor Ríos Ramírez, Instituto de Geografía, Universidad Nacional Autónoma de México, con base en el libro de visitas (del 8 de febrero de 2013 al 31 de diciembre de 2016).

FIGURA 5. Estacionalidad de los visitantes al Centro de Interpretación de las Caras de Bélmez de la Moraleda (Andalucía-España)

y Sierras de Cazorla, Segura y Las Villas), como se desprende del análisis de los 38 encuestados; cinco visitantes pertenecían a esta corona y cuatro de ellos afirmaron que decidieron ir a Bélmez motivados por la proximidad de aquella localidad al destino final de su viaje.

Si bien la Comunidad de Madrid puede incluirse en la corona anterior, debe considerarse que esta ha sido y es lugar de emigración belmoralense, igual que Cataluña y la Comunidad Valenciana. Sus registros representan 17 % del global. Independientemente de que sean las zonas más pobladas de España, es probable que estas visitas mantengan lazos familiares o amistosos con Bélmez. Por tal motivo se han insertado en la misma escala. La afirmación se refuerza si se atiende a la temporalidad (figura 5); 45 % de las visitas de esas comunidades se concentra en los meses estivales. Agosto es el mes con mayor número de visitantes, precisamente cuando Bélmez de la Moraleda celebra sus fiestas patronales y acuden los emigrantes belmoralenses con sus familias y amistades. Cuando estas visitas se concretan fuera de aquellas fechas están motivadas, de nuevo, por la cercanía de Bélmez al destino final de su viaje (ocho de las entrevistas). En todo



Fuente: Elaborado por Víctor Ríos Ramírez, Instituto de Geografía, Universidad Nacional Autónoma de México, con base en el libro de visitas (del 8 de febrero de 2013 al 31 de diciembre de 2016).

FIGURA 6. Flujos de visitantes internacionales al Centro de Interpretación de las *Caras* de Bélmez de la Moraleda (Andalucía-España), 2013-2016

caso, el estímulo que atrae a los visitantes es la curiosidad y el interés por ver las Caras.

Para finalizar, solo queda apuntar las entradas de los visitantes internacionales. Estas son bastante escasas, únicamente 16, que apenas representan 4 %. Aunque estos datos no son significativos, cabe resaltar que se refieren a más de una docena de países de todos los continentes (salvo Oceanía). Las visitas provenientes de Francia son las que más se han reportado (tres).

Otro hecho a considerar es que en todas las entrevistas realizadas se responde afirmativamente a la pregunta siguiente: ¿recomendaría a otras personas visitar el lugar (la casa o el CICB)? Solo se constató que tres entrevistados repetían una o más veces su visita al centro, y estos eran de la localidad o mantenían lazos

personales con los vecinos de Bélmez. A la cuestión ¿volvería a visitar el CICB?, ocho de cada diez respuestas fueron positivas; la justificación más reiterada fue “por interés y curiosidad”. Quienes opinaron lo contrario, argumentaron que solamente deseaban conocer de primera mano el misterio de las Caras.

El alcance territorial de los desplazamientos al CICB se extiende a distintas escalas geográficas (local, regional, nacional e internacional). La local es la de mayor peso, lo que demuestra el interés de los vecinos por conocer parte de su patrimonio genuino.

Conclusiones

Al conocer la procedencia e intensidad de los flujos de visitantes al CICB podrían emprenderse campañas de promoción turística efectivas a diferentes escalas en función de los intereses de las administraciones con competencias en materia de turismo y la iniciativa privada. Los movimientos de visitantes son más continuos y numerosos cuando estos efectúan desplazamientos de ida y vuelta que no superen los 200 km por trayecto. Suelen realizarse por situarse Bélmez próximo o de paso al destino final del viajero. A pesar de que las comunidades de Madrid, Cataluña y Valencia rebasan aquella distancia, suponen en conjunto casi dos de cada diez entradas al centro. Es posible que esto se deba a los vínculos familiares y amistosos construidos por los emigrantes de la localidad desde hace más de cinco décadas. Además, aquellas suelen concentrarse en los meses estivales. En todo caso, ni los desplazamientos de corta distancia ni los relacionados con los lazos creados por los emigrantes belmoralenses demandan alojamientos turísticos. La mayoría de los visitantes que habitualmente se acercan a Bélmez, sin importar la distancia, aprovecha la cercanía de las Caras al destino final de su viaje. El CICB ha reconocido de facto el lado oscuro que envuelve al misterio de Bélmez de la Moraleda; esta posición ha sido seguida por iniciativas empresariales. La aparición del fenómeno de las Caras no solo puso en el mapa peninsular a una pequeña y agrícola localidad andaluza, sino que se convirtió en uno de los lugares receptores de turismo oscuro más difundidos por televisión, prensa y radio en España. Si bien los primeros visitantes acudieron por motivaciones religiosas, lo misterioso y lo oscuro



se han impuesto, contribuyendo a consolidar a Bélmez como destino. Las administraciones públicas, conscientes de ello, han invertido en un centro de interpretación con el fin de prolongar la estancia de quienes se acercan a conocer uno de los pueblos “más terroríficos” de la península ibérica. De todos modos, el simple atractivo de “lo oscuro” no ha logrado transformar la economía tradicional de la localidad ni aminorar sus problemas de emigración, por tanto, no puede ser considerado como promotor de la actividad turística *per se*.

Entre septiembre y octubre de 2017 se celebró en el CICB la Primera Bienal de Parapsicología y Misterio; se trataba de reactualizar, en forma de “congreso”, el fenómeno de las Caras. A pesar de las expectativas iniciales, únicamente se congregaron parapsicólogos aficionados y no se consiguió eco nacional ni internacional; además, el salón del CICB presentaba un aspecto desolador y solo unos pocos vecinos asistieron. La repercusión en los medios fue mínima. ¿Por qué aquello que es el centro de un discurso cargado de valor turístico no termina por cuajar? El problema es entender que las Caras son un fenómeno social. No se trata de hacer un centro de interpretación a la espera de que venga cierto turismo, sino de que los turistas acuden en la medida en que encuentran en lo oscuro el objeto de deseo, pero eso significa que tanto los poderes públicos como el aparato parapsicológico deben dejar actuar a los agentes turísticos.

En cierta medida, todo lo que rodea a las Caras tiene un principio organizador para la comunidad, sitúa el pueblo en el centro de un mapa ajeno, por eso el visitante, cuando llega a él, observa que el fenómeno no ha transformado la localidad. Sus habitantes no han lucrado, no se han movido en ninguna dirección. Incluso las viejas disputas entre la verdad o no del hecho, los intentos del ayuntamiento de comprar la casa de María, o la falta de un espacio para pernoctar o una tienda de recuerdos, no son sino la clara idea de que la lógica del espacio, del encuentro, de la relación entre unos y otros, entre visitantes y anfitriones, es otra. La clave está en comprender que el futuro pasa por repensar un pasado que quizás tiene algo de oscuro más que de nostálgico.



Agradecimientos

Los autores agradecen al ayuntamiento de Bélmez de la Moraleda, así como a su alcalde, Pedro Justicia Herrera; a la responsable del Centro de Interpretación de las Caras de Bélmez, Rosa Bayona Marín, y al dinamizador del Centro Guda-linfo, Marcelino Martínez Vargas, por las facilidades que les ofrecieron para la consulta y obtención de material a fin de elaborar el presente artículo. También muestran su gratitud a Rocío Jiménez Cruz y Víctor Ríos Ramírez por su apoyo en el tratamiento de los datos y la cartografía, al igual que al trabajo anónimo de los evaluadores.

Fuentes consultadas

- Agencia Estatal de Administración Tributaria. (2017). *Estadística de los declarantes del IRPF por municipios: 2014*. Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas, Gobierno de España. Recuperado de http://www.agenciatributaria.es/AEAT.internet/datosabiertos/catalogo/hacienda/Estadistica_de_los_declarantes_del_IRPF.shtml [2017, 5 de octubre].
- Alcázar. (21 de febrero de 1972). El camelo de las caras de Bélmez de la Moraleda. No está demostrado que los rostros aparecidos no sean obra humana. *Alcázar*.
- Alcázar. (22 de febrero de 1972). Curiosidad por el resultado de las investigaciones. El pueblo vive bajo los efectos de una psicosis colectiva. *Alcázar*.
- Alcázar. (23 de febrero de 1972). Las posibilidades de fraude son cada vez mayores. Tal vez el misterio consista en una sensibilización fotográfica del suelo. Una firma al pie de la cara fotografiada delata al autor del truco. *Alcázar*.
- Alcázar. (24 de febrero de 1972). Suspense por el resultado de las investigaciones. Que nos digan de una vez lo que es. Cada vez son más los que comparten nuestra teoría de que es un fraude. *Alcázar*.
- Alcázar. (25 de febrero de 1972). Se han distribuido ya unas 10 000 fotografías de las caras. No es cierto que cobren la entrada a la casa, pero el comercio local está haciendo su agosto. *Alcázar*.



- Alcázar*. (26 de febrero de 1972). Se espera con impaciencia el informe oficial. Confirmará sin duda nuestra teoría del fraude. Hoy y mañana se prevé una afluencia masiva de visitantes. Las autoridades aún no han adoptado ninguna medida. *Alcázar*.
- Arroyo López, E. y Sánchez Arroyo, R. (1997). Bélmez de la Moraleda. Geografía Economía. En VV.AA. (1997). Jaén: pueblos y ciudades. Diario Jaén.
- Berger, P. y Luckmann, T. (2001). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Brandis, D. (2016). Turismo y paisaje durante la guerra civil española, 1936-1939. *Scripta Nova*, 20. Recuperado de <http://revistes.ub.edu/index.php/ScriptaNova/article/view/530/18895> [2017, 25 de septiembre].
- Cavanilles, J. y Mániz, F. (2007). *Los Caras de Bélmez*. Paiporta: Ediciones RIE.
- Cohen, L. y Manion, L. (1990). *Métodos de investigación educativa*. Madrid: La Muralla.
- Cook, T. D. y Reichardt, CH. S. (1986). *Métodos cualitativos y cuantitativos en investigación educativa*. Madrid: Morata.
- Cuarto Milenio*. (2015). Operación Bélmez. La respuesta definitiva. *Cuarto Milenio*. Recuperado de <http://www.ikerjimenez.com/cuartomilenio/10-temporada/10x01/videos/operacion-belmez/> [2017, 5 de mayo].
- Dann, G. M. S. (1998). *The Dark Side of Tourism*. Etudes et Rapports. Aix-en-Provence: Centre International de Recherches et d'Etudes Touristiques, Série L. 14.
- EcoDiario.es*. (28 de octubre de 2016). Cinco pueblos terroríficos de España para pasar la noche de Halloween. *EcoDiario.es*. Recuperado de <http://ecodiario.economista.es/cultura/noticias/7921925/10/16/Cinco-pueblos-terrorificos-de-Espana-para-pasar-la-noche-de-Halloween.html> [2017, 10 de mayo].
- Exceltur. (enero, 2017). *Valoración turística empresarial de 2016 y perspectivas para 2017*. Perspectivas Turísticas, 59. Recuperado de <http://www.exceltur.org/wp-content/uploads/2017/01/Informe-Perspectivas-N59-Balance-del-a%C3%B1o-2016-y-previsiones-para-2017-web.pdf> [2017, 8 de mayo].



- Fernández Bueno, L. (1999). *Las Caras de Bélmez: Historia de una conjura*. Madrid: Enigmas.
- Fernández Bueno, L. y Sentinella, D. (2004). *Las Caras de la discordia. El fenómeno paranormal más importante de la historia*. Madrid: Ediciones Nowtilus, Investigación Abierta.
- Fernández Rodríguez, C. J. (2005). La musealización de un patrimonio especial. *Sumuntán*, 22, 41-54.
- Foley, M. y Lennon, J. J. (1996). FK and dark tourism: A fascination with assassination. *International Journal of Heritage Studies*, 2(4), 198-211.
- Gámez, L. A. (22 de agosto de 2008). Caras de cemento. *Ideal*. Recuperado de <http://www.ideal.es/granada/20080822/sociedad/caras-cemento-20080822.html> [2017, 20 de mayo].
- Ibáñez, J. (1979). *Más allá de la sociología. El grupo de discusión: teoría y crítica*. Madrid: Siglo XXI.
- Ideal*. (16 de septiembre de 1971). Un “rostro” que aparece y desaparece en un fogón. *Ideal*. Recuperado de <http://www.planetaincognito.es/wp-content/uploads/2016/08/idealdegranada10-9-1971-6.jpg> [2017, 5 de mayo].
- IECA. (2017). *SIMA. Bélmez de la Moraleda (Jaén)*. Consejería de Economía y Conocimiento, Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía, Junta de Andalucía. Recuperado de <http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia/sima/ficha.htm?mun=23015> [2017, 10 de mayo].
- Jaén*. (18 de septiembre de 1971). El rostro misterioso aparecido en Bélmez de la Moraleda, continúa en su lugar. *Jaén*. Recuperado de <http://www.bibliotecasdeandalucia.es/cultura/opencms/export/download/bibjaen/jaen710918.jpg> [2017, 5 de mayo].
- Jaén*. (2 de noviembre de 2004). Critican “discriminación” en las visitas para ver las nuevas caras. *Jaén*. Recuperado de <http://www.bibliotecasdeandalucia.es/cultura/opencms/export/download/bibjaen/jaen041102.jpg> [2017, 1º de octubre].
- Jiménez, I. y Fernández, L. M. (2003). *Tumbas sin nombre: una tragedia, un misterio, una investigación*. Madrid: Ediciones ADAF.
- Laforet, C. (8 de marzo de 1972). Diario de Carmen Laforet. *ABC*, p. 49. Recuperado de <http://hemeroteca.abc.es/nav/Navigate.exe/hemeroteca/madrid/abc/1972/03/08/049.html> [2017, 21 de febrero].

- Lecturas*. (10 de marzo de 1972). Toda la verdad sobre el fraude de Bélmez (los primeros acontecimientos en torno a las caras de Bélmez). *Lecturas*.
- Lennon, J. J. y Foley, M. (2000). *Dark Tourism: The Attraction of Death and Disaster*. Londres: Continuum.
- Loriguillo, S. (30 de octubre de 2016). Halloween. Bélmez, la ciudad más terrorífica de Andalucía. *Expreso del Sur*. Recuperado de <https://www.expresodelsur.es/halloween-belmez-la-ciudad-mas-terrorifica-de-andalucia/> [2017, 10 de mayo].
- Marín Serrano, M. (1972). *Sociología del milagro: las caras de Bélmez*. Barcelona: Barral Editores.
- Martínez Romero, J. (1978). *Las caras de Bélmez*. Barcelona: Ediciones Martínez Roca, La Otra Ciencia.
- Martínez Romero, J. (1987). *Las caras de Bélmez: una solución para el enigma*. Jaén: Ediciones José Martínez Romero.
- Ministerio de Energía, Turismo y Agenda Digital. (2017). *Datos Turismo 2016*. Recuperado de <http://www.minetad.gob.es/es-es/gabineteprensa/notasprensa/2017/documents/turespa%20C3%B1a%20avance%20cierre%202016.pdf> [2017, 8 de mayo].
- Montero Díaz, J. (2002). El franquismo: planteamiento general. En *Historia contemporánea de España (siglo xx)* (pp. 639-662). Barcelona: Ariel Historia.
- Morales Gajete, J. M., Hernández Rojas, R. D. y Dancausa Millán, M. G. (2017). Turismo oscuro: estudio de la oferta y potencial en Córdoba y provincia. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 3(1), 177-190. Recuperado de <http://www.ijosmt.com/index.php/ijosmt/article/view/190http://revistes.ub.edu/index.php/ScriptaNova/article/view/530/18895> [2017, 10 de mayo].
- El Mundo*. (3 de febrero de 2004). María Gómez Cámara, la dueña de la casa donde aparecieron las “caras de Bélmez”. *El Mundo*. Recuperado de <http://www.elmundo.es/elmundo/2004/02/03/obituarios/1075821170.html> [2017, 10 de mayo].
- El Mundo*. (28 de noviembre de 2004). Las nuevas caras de Bélmez fueron falsificadas por unos “cazafantasmas” en complicidad con el ayuntamiento. *El Mundo*. Recuperado de <http://www.elmundo.es/elmundo/2004/11/28/sociedad/1101615058.html> [2017, 1º de octubre].



- El Mundo*. (13 de junio de 2010). Desde el más allá (más o menos). La trola del millón de euros. *El Mundo*. Recuperado de http://www.elmundo.es/blogs/elmundo/desde_el_mas_alla/2010/06/13/belmez-la-trola-del-millon-de-euros.html [2017, 1º de octubre].
- Noguero, F. L. (2002). El análisis de contenido como método de investigación. *En-clave Pedagógica*, 4, 167-179.
- Organización Mundial del Turismo. (2016). *Panorama otm del turismo 2016*. Recuperado de <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418152> [2017, 8 de mayo].
- Pérez Serrano, G. (1994). *Investigación cualitativa. Retos e interrogantes*. Madrid: La Muralla.
- Propin Frejomil, E. (2003). *Teorías y métodos en geografía económica*. Ciudad de México: Ediciones del Instituto de Geografía, Universidad Nacional Autónoma de México, Temas Selectos de Geografía de México. Recuperado de http://www.igeograf.unam.mx/sigg/utilidades/docs/pdfs/publicaciones/temas_sele/teorias_y_met.pdf [2017, 8 de mayo].
- Pueblo*. (16 de enero de 1972). Las caras hablan. Una noche en la casa de Bélmez. Es un fenómeno de infestación. Las voces narran una historia de espeluznante envilecimiento. Hay alguna persona en la casa que pueda hacer de médium. *Pueblo*.
- Pueblo*. (31 de enero de 1972). En este pueblo de Jaén algo está pasando. Las apariciones de las caras encantadas no son una patraña. Las autoridades piden una investigación oficial. *Pueblo*.
- Pueblo*. (14 de febrero de 1972). Las caras hablan. Algunos vecinos no se atreven a pasar cerca de la casa misteriosa. El magnetofón del parapsicólogo de Argumosa ha recogido extrañas y dramáticas voces. Un arqueólogo, un parapsicólogo y un químico estudian las extrañas apariciones. *Pueblo*.
- Pueblo*. (21 de febrero de 1972). El misterio de Bélmez. La otra cara de las Caras. Por qué no se precintó la habitación para controlar el fenómeno. Según la médium dormida por el profesor Carbajo todo es mentira. *Pueblo*.
- Pueblo*. (24 de febrero de 1972). Sólo quedan dos explicaciones: fraude o parapsicología. *Pueblo*.
- Pueblo*. (25 de febrero de 1972). Se acabó el misterio. El cerco del equipo Pueblo Investiga ha dado resultado. Son pinturas realizadas a base de cloruro y nitrato de plata sometidas a la luz ultravioleta. *Pueblo*.

- Pueblo*. (28 de febrero de 1972). Bélmez todos a una. Tienen miedo a la verdad. Cuando los interesados vieron nuestra cara de laboratorio respondieron con un portazo. *Pueblo*.
- Raine, R. (2013). A dark tourist spectrum. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 7(3), 242-256.
- Seaton, A. V. (1996). Guided by the dark: From thanatopsis to thanatourism. *International Journal of Heritage Studies*, 2(4), 234-244.
- Sharpley, R. (2005). Travels to the edge of darkness: Towards a typology of dark tourism. En C. Ryan, S. Page y M. Aicken (eds.), *Taking Tourism to the Limit* (pp. 215-226). Londres: Elsevier.
- Sharpley, R. (2009). Shedding light on dark tourism: An introduction. En R. Sharpley y P. R. Stone (eds.), *The Darker Side of Travel: The Theory and Practice of Dark Tourism, Aspect of Tourism Series* (pp. 3-22). Bristol: Channel View.
- Soriano Rodríguez, M. D. (2001). *María ¿quiénes son las caras de Bélmez?* Bailén: Ediciones María Dolores Soriano Rodríguez.
- Stone, P. R. (2006). A dark tourism spectrum: Towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions and exhibitions. *Turizam: međunarodni znanstveno-stručni časopis*, 54(2), 145-160.
- Stone, P. R. (2009). Making absent death present: Consuming dark tourism in contemporary society. En R. Sharpley y P. R. Stone (eds.), *The Darker Side of Travel: The Theory and Practice of Dark Tourism* (pp. 23-38). Bristol: Channel View.
- Stone, P. y Sharpley, R. (2008). Consuming dark tourism: A thanatological perspective. *Annals of Tourism Research*, 35(2), 574-595.
- Strauss, A. y Corbin, J. (2002). *Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*. Antioquia: Facultad de Enfermería, Universidad de Antioquia.
- Tuñón de Lara, M. (1980). *Historia de España* (t. X). *España bajo la dictadura franquista: (1939-1975)*. Barcelona: Labor.
- Walter, T. (2009). Dark tourism: Mediating between the dead and the living. En R. Sharpley y P. R. Stone (eds.), *The Darker Side of Travel: The Theory and Practice of Dark Tourism* (pp. 39-55). Bristol: Channel View.
- Wodak, R. y Meyer, M. (eds.). (2001). *Métodos de análisis crítico del discurso*. Barcelona: Gedisa.



- Wright, D. W. M. (2014). *Residents Perceptions of Dark Tourism Development: The Case of L'Aquila, Italy* (Tesis doctoral). University of Central Lancashire. Recuperado de <http://clou.uclan.ac.uk/11326/2/Wright%20Final%20e-Thesis%20%28Master%20Copy%29.pdf> [2017, 15 de mayo].
- Ya. (21 de febrero de 1972). Un grupo de científicos en Bélmez de la Moraleda. 5 000 forasteros en un solo día para ver las caras. *Ya*.
- Ya. (26 de febrero de 1972). El truco publicitario de Bélmez de la Moraleda. Según el descubridor del tema de “las caras”, hace falta que se acabe este serial de novela barata. El negocio de las fotos fue montado por dos fotógrafos. *Ya*.

