

EL CONJUNTO PALEONTOLÓGICO DE TERUEL

Anadie se le escapa el proceso imparable en el que está entrando Europa en, lo que se está viniendo en llamar, la "cuaternarización" de la economía, y no tiene nada que ver con era cuaternaria en la que vivimos sino en el desarrollo de un nuevo sector económico, diferenciado del de los servicios -también llamado "terciario"-, y que abarca todas las actividades que tienen por finalidad el ocio.

En ese proceso de sustitución de riqueza y puestos de trabajo de otros sectores: agricultura, minería, industria, finanzas, etc..., por gentes dedicadas al ocio: Televisión, parques infantiles, software recreativo para ordenadores, Internet, etc... el patrimonio cultural se revela como una materia prima de primera magnitud.

En la mente de mucha gente está, con claridad, la idea de que el patrimonio cultural, la arquitectura, la paleontología, pueden ser fuente de puestos de trabajo y de riqueza si se gestionan correctamente para su consumo como ocio. El paso siguiente es el de que el mundo empresarial asuma, de forma profesionalizada, esta gestión.

Teruel es, hoy por hoy, posiblemente la provincia española, y del sur de Europa también, con una riqueza paleontológica más amplia e interesante. En sus tierras vienen aflorando restos fósiles de todas las eras y de una amplísima variedad de seres vivos y que poblaron este planeta.

La pregunta es inmediata ¿Es posible liderar desde Teruel la tarea de mostrar a una amplia proporción de la población Europea la paleontología? No olvidemos que muy cerca de Teruel, en la costa mediterránea, veranean de forma masiva multitud de europeos. Las claves, aparentemente, son sencillas:

Rigor, la paleontología debe mostrarse de una forma rigurosa, la oportunidad de comprender la historia de la tierra y de los seres que la han habitado como efectivamente ha sido -en la medida en que la ciencia nos está permitiendo conocer- no debe ser privada al público.

Entretenimiento, no se debe correr el peligro de que la torpeza de los elementos expositivos eviten que el público les dedique el tiempo correcto para entrar en profundidad en los temas. La ciencia del entretenimiento nos dota de suficientes herramientas para hacerlo correctamente.

Eficiencia, la economía termina, tarde o temprano, por mostrarnos su exigencia de diseñar sistemas eficientes en donde los recursos se utilicen adecuadamente al nivel de cumplimiento de unos objetivos sociales.

¿Qué es el Conjunto Paleontológico de Teruel? El objetivo es muy sencillo: Poner en valor los yacimientos paleontológicos de la provincia de Teruel y adyacentes para, mediante una oferta mixta cultural y de ocio, conseguir un alto número de visitantes que reactiven la economía de la zona con el gasto que produzcan.

El proyecto pretenderá tratar los diferentes yacimientos y otras actividades de forma que generen una oferta atractiva y distribuida a lo largo de la provincia siendo necesario mantener este equilibrio para llenar un paquete de ocio de larga duración: 1 día, un fin de semana o una semana.

El tratamiento de todos los contenidos del Conjunto debe ser integrador y coherente en todas sus partes siendo preciso una rigurosa disciplina en el desarrollo de todos los contenidos.

¿Con que yacimientos empezamos? Todos tienen particularidades que los hacen únicos e interesantes pero es necesario priorizar porque es imposible abordarlos todos en una primera fase. Esta tarea requiere criterios: importancia del yacimiento, proximidad a núcleos de población con una estructura amplia de servicios complementarios (hoteles, restaurantes, gasolineras, entidades financieras), poderse desarrollar en torno a unas rutas carreteras sencillas y diversidad.

La primera fase ha seleccionado los siguientes puntos: Teruel-Concud, Rubielos de Mora, Albarracín, Galve, Más de las

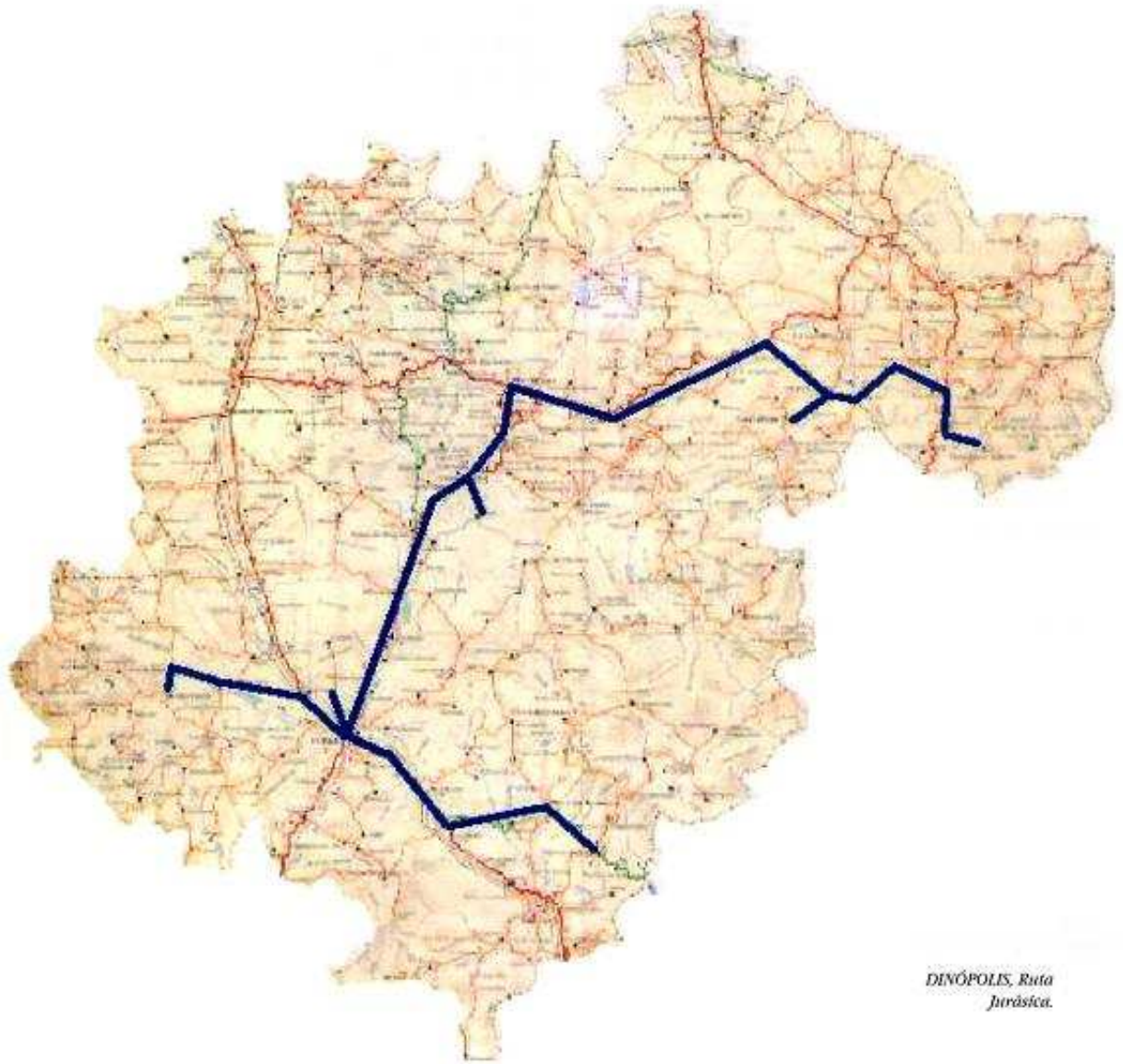
Matas-Castellote y Peñarroya de Tastavins. Las rutas de un día se articulan en torno a la capital de la provincia hasta una radio de unos 50 km. Las rutas de mas días llegan hasta el norte de la provincia

¿Qué actuaciones es preciso desarrollar? ¿Cómo articular una oferta que integre cultura-ocio-naturaleza-gastronomía? La lista es muy larga pero se puede articular en torno a tres grandes grupos:

La primera se refiere al desarrollo de contenidos suficientemente atractivos, priorizando aquellos que el público prefiere: ver grandes vertebrados completos, vivir los ambientes mediante recreaciones (autómatas, proyecciones en formatos panorámicos o en tres dimensiones), actividades interactivas en las que el público aprenda y sienta la paleontología directamente.

La segunda consiste en articular un conjunto de servicios complementarios que, en multitud de ocasiones, se descuidan y son tanto o más importantes para el visitante que las atracciones. Servicios como la hostelería -adaptada al tipo de público que visitara las instalaciones- tiendas de recuerdos, de fotografía, cajeros automáticos, gasolineras y aparcamientos y un largo etcétera que configuran una oferta confortable para el visitante de acuerdo con los niveles de exigencia actuales.

Por último, la importancia de una correcta comercialización, a través de los canales correctos, llevando el producto hasta la casa de los posibles visitantes, colaborando con las agencias de viaje y otros colectivos sociales, fijando precios adecuados a cada perfil de visitante y con el desarrollo de políticas de comunicación y promoción que tengan el impacto que deben tener: presencia en medios de prestigio, amplia cobertura de señalización en carreteras y otros medios de transporte y una multitud de herramientas que deben ponerse a trabajar de una forma coherente. El primer paso era ponerle un nombre a todo esto que gustara:



*DINÓPOLIS. Ruta
Jurásica.*