

# El turismo cultural en Cerdeña

LUCIANO GALLINARI

*Istituto di Storia dell'Europa mediterranea del CNR*

## Resumen

El artículo examina los datos relacionados con el turismo cultural en Cerdeña en los últimos años, ofreciendo algunas reflexiones sobre sus características y algunos de sus problemas estructurales a pesar de las numerosas intervenciones de las instituciones regionales que tienen competencia en este sector de la economía ya que Cerdeña goza de autonomía política.

Al mismo tiempo, nos hemos centrado en algunas de las últimas iniciativas turístico-culturales que llevaron a la proposición de imágenes de Cerdeña y su antigua cultura que terminan entrelazadas con el debate sobre la identidad insular y su uso en clave política.

*Palabras claves:* Cerdeña, Turismo cultural, identidad, antropología cultural.

## Abstract

The paper examines recent the data relating to cultural tourism in Sardinia in recent years, offering some reflections about its features and some of its structural problems despite numerous interventions by regional institutions that have jurisdiction in this sector of the economy, since Sardinia has political autonomy.

At the same time, we focused on some of the latest turistic–culturals initiatives that led to the proposition of images of Sardinia and its ancient culture who end up intertwined with the debate on the island's identity and its use in a political perspective.

*Keywords:* Sardinia, Cultural Tourism, Identity, Cultural Anthropology.

## 1. Unos datos generales sobre el turismo en Cerdeña

En 2014, después de varios años de disminución en el flujo de turistas en Cerdeña, debido a la crisis económica mundial empezada en 2008, el Turismo en la isla creció un 10% con respecto al año anterior, aunque se confirma la tendencia hacia los *short-breaks*.<sup>362</sup> El dato

---

<sup>362</sup> Todos los datos son actualizados al 30 de diciembre de 2014. R. Martelloni, *Nuovi territori. Riflessioni per lo sviluppo e azioni per lo sviluppo e la comunicazione del turismo culturale*, Milano: F. Angeli, 2007, pág. 48 cita la OMT, según la cual en 2020 los turistas harán un promedio de cuatro viajes al año buscando cuatro experiencias de vida diferentes.

interesante es que hay aumentos significativos en las llegadas con respecto al 2013 y que las presencias también aumentan considerablemente en los mismos intervalos cronológicos.

Período	Presencias	Llegadas
Enero – octubre 2014	11.815.829	2.301.783
Enero – octubre 2013	10.710.604	2.146.457

El dato más relevante es que, con respecto al año anterior, las llegadas han aumentado de manera significativa en invierno y primavera, o sea en los meses de enero (+33%), febrero (+17%), abril (+23%) e, incluso en el mes de agosto, se registró un +12% muy interesante y prometedor. Otro dato significativo es que las presencias también aumentaron de manera relevante en estos mismos meses: enero (+27%), febrero (+16%), abril (+17%) y agosto (+12%) como se puede observar en la tabla siguiente:<sup>363</sup>

2014	Llegadas	Presencias
Enero	+33%	+27%
Febrero	+17%	+16%
Abril	+23 %	+17%
Agosto	+12%	+12%

Nacionalidad de los turistas en Cerdeña y diferencia porcentual entre 2014 y 2013	
Nacionalidad	Presencias
Italia	1.641.230 (+11,7%)
Alemania	1.405.660 (+14,7 %)
Cerdeña <sup>1</sup>	1.035.070 (+26,38%)
Francia	929.844 (+3,97%)
Suiza	639.696 (+15%)
Reino Unido	360.340 (+5,75%)
España	270.841 (+46,05%)

<sup>363</sup> <<http://www.regione.sardegna.it/j/v/25?s=270746&v=2&c=3692&t=1>> (última consulta: 16 de marzo de 2015).

## 2. El turismo cultural a Cerdeña: unos datos

Hace muchos años que en Cerdeña las instituciones y los operadores privados tratan de alargar la temporada turística todavía limitada sobre todo a los meses de verano. Y esto a pesar de que, según el ISTAT (el Instituto Nacional de Estadística italiano) aún en 2006 Cerdeña no tuviese alguna ciudad que se pudiera definir «di interesse storico artistico».<sup>364</sup>

Para ello, varias propuestas fueron elaboradas para atraer a la isla a los visitantes para que pudieran conocer las tradiciones culturales, religiosas y artísticas más auténticas y todavía no contaminadas por el turismo de sol y playa, que afecta casi exclusivamente a la franja costera donde se encuentra el 90% de los hoteles de toda la isla.<sup>365</sup> Esas propuestas se basan sobre la gran cantidad de monumentos de Cerdeña relativos a la civilización nurágica (los Nuragues, los pozos sacros y las Tumbas de los Gigantes), a la Antigüedad (civilizaciones fenicio-púnica y romana) y al Medioevo (iglesias, castillos, edificios urbanos...). Un rico patrimonio cultural que sobrepasa los 15.000 sitios arqueológicos, que son un auténtico *totemic landscape* que conforma visiblemente la identidad de la isla.<sup>366</sup> Sin embargo, aunque las cifras que vamos a presentar muestran un ligero aumento del turismo cultural respecto al año anterior, en ella prevalece el turismo de sol y playa. Hasta ahora no se pudo extender de manera constante y estructurada la temporada turística de verano, con algunas excepciones representadas por las celebraciones del Carnaval en febrero (que serán examinadas en detalle en el párrafo 4), y en el mes de mayo en el que tienen lugar unas de las principales procesiones religiosas de la isla.

Estos datos muestran que el turismo cultural es todavía muy dependiente del “de sol y playa” y que el pico máximo de las visitas de los sitios culturales sardos es en los meses de julio y agosto; visitas que son esencialmente una extensión de las permanencias de los turistas en las regiones costeras.

Incluso un dado aparentemente positivo como el creciente interés para los pequeños sitios y museos locales corresponde, en efecto, a una disminución considerable en el número de visitantes en los museos y yacimientos arqueológicos principales, como si todas esas estructuras se dividieran una tarta en trozos cada vez más pequeños.<sup>367</sup>

Se facilitan unas cifras para que quede un poco más claro el volumen del turismo cultural en la isla, observado desde diferentes perspectivas.

---

<sup>364</sup> S. Aru – M. Piscedda, «Reti per il turismo culturale: l'esperienza della città di Cagliari», *Vagamondo. Turismi e turisti in Sardegna*, G. Sistu ed., Cagliari: CUEC, 2007, pàg. 174.

<sup>365</sup> M. Iorio, «Il Turismo Culturale in Sardegna tra musei e siti archeologici: aspetti e opportunità», *Vagamondo*, cit., pàg. 149.

<sup>366</sup> Sobre el concepto de *totemic landscapes* véase M. Madau, «Le radici e gli eroi. Frammenti di un'indipendenza perduta», *Sardegna, Seminario sull'identità*, G. Angioni, f. Bachis, B. Caltagirone, T. Cossu, Cagliari: CUEC/ISRE, 2007, pàg. 131 quien señala que miles de estos sitios antiguos contribuyen a la construcción de la memoria, al actuar como un faro. T. Cossu, «Dell'identità al passato: il caso della preistoria sarda», *Sardegna, Seminario sull'identità*, cit., pàg. 120, pone de relieve cómo el arqueólogo, se ha convertido en el intérprete y el constructor del pasado de los Sardos, hasta el punto de que su lectura es desde hace décadas la base para reforzar el sentido de identidad colectiva.

<sup>367</sup> En la primera década del siglo XXI en Cerdeña creció mucho el número de museos y sitios arqueológicos accesibles al público, no sólo en las capitales de provincia, sino también en pueblos muy pequeños. La mayoría de los 143 museos y 58 sitios arqueológicos pertenecen a los Ayuntamientos, principalmente en zonas del interior de la isla. Y son sobre todo museos etnográficos «(...) della civiltà contadina o pastorale che riproducono un analogo percorso senza grandi variazioni ed una notevole diffusione di strutture con un bacino di utenti insufficiente a sostenerne la vitalità». Véase M. Iorio, «Il Turismo Culturale in Sardegna tra musei e siti archeologici: aspetti e opportunità», *Vagamondo*, cit., pàg. 147, 151 y 159.

De acuerdo a las estadísticas de 2010, los institutos arqueológicos italianos [Museos, *Antiquaria* y Parques Arqueológicos] son en total 1.657, el 83% de los cuales (1.379 institutos) no son estatales. En cuanto a la distribución geográfica, la región con más institutos arqueológicos es Lombardía, que cuenta con 178 de ellos (127 áreas y 51 museos), la segunda es Cerdeña con 163 (125 áreas y 38 museos), cifra que equivale al 23,9% de los 682 institutos presentes en el Sur de Italia.<sup>368</sup>

Los visitantes de los museos estatales sardos (alrededor de 310.512 en 2010, según el Ministerio de Cultura), aumentan en aquellos meses en los que hay eventos de gran atractivo como el Carnaval, los Ritos de la Semana Santa, unos conciertos etc., y sobre todo en verano, lo que esboza un perfil de turistas culturalmente preparados y curiosos, quienes, además de disfrutar de las playas isleñas, quieren conocer el patrimonio cultural local, los eventos y las atracciones del interior de la isla.<sup>369</sup> Como señalábamos anteriormente hablando del limitado crecimiento del turismo cultural, en comparación con el 2010 en el primer semestre de 2011 la frecuentación de las áreas de interés histórico-artístico en Cerdeña creció un 20,3%: de 124.921 a 150.225 visitantes. Sólo en Lazio el crecimiento fue mayor con un porcentaje de +22,1%. En el ranking, después de la isla, aparecen Calabria (+18,5%) y Piemonte (+15,3%).<sup>370</sup>

A pesar de estos datos en parte positivos relativos al turismo cultural en Cerdeña, y no obstante la crisis económica que ha afectado a todo el mundo occidental, hay que destacar a la vez que si se hace un análisis más detallado de la industria turística insular se nota muy bien que es un sector económico con un enorme potencial, explotado pero sólo de manera muy limitada.

Como ejemplo de lo que acabamos de decir se vean las tablas siguientes. La primera de ellas muestra la incidencia de las empresas sardas del sistema de producción cultural en la economía en su conjunto. Con la excepción de la Provincia de Cagliari, las demás siete provincias sardas están por debajo de la media nacional.

<sup>368</sup> S. Cortesi, *Analisi economica del turismo culturale in Italia*, tesi di Laurea in Economia e Gestione dei Servizi Turistici, Università degli Studi di Milano Bicocca, a.a. 2012-2013, pàg. 39-41, <[http://www.borsaturismoarcheologico.it/wp-content/uploads/2014/03/elaborato\\_737681\\_Serena\\_Cortesi.pdf](http://www.borsaturismoarcheologico.it/wp-content/uploads/2014/03/elaborato_737681_Serena_Cortesi.pdf)> (última consulta: 16 de marzo de 2015).

<sup>369</sup> En Cerdeña también las danzas, el teatro, los conciertos, así como los desfiles de carnaval son importantes manifestaciones del *heritage* inmaterial que tienen un papel relevante como atractivos turísticos. Véase J. Dallen – S.W. Boyd, *Heritage e turismo. Edizione italiana a cura di Rossana Bonadei*, Milano: Hoepli, 2007, pàg. 26-27. R. Martelloni, *Nuovi territori*, cit., pàg. 48 afirma que los eventos tendrán una gran importancia en las vacaciones “del hacer y de las emociones” que la OMT prevé para el 2020.

<sup>370</sup> «In Sardegna cresce il turismo culturale», *Alguer.it*, 3 de marzo de 2012, <<http://notizie.alguer.it/n?id=47234>> (última consulta: 16 de marzo de 2015). Los últimos datos provisionales del Ministerio de Cultura, elaborados por la Región Autónoma de Cerdeña confirman la tendencia hacia las ciudades de arte: en el primer semestre de 2011, los visitantes de los sitios culturales italianos del estado aumentaron un 9,6% respecto al 2010, alcanzándose la emisión de más de 20 millones de entradas (+1.751.987).

Incidencia de las empresas del sistema de producción cultural en la economía total				
Provincia	Ranking	Número de Provincias italianas	Porcentaje incidencia	Promedio incidencia italiana
Cagliari	16°	110	8,1%	7,3%
Ogliastra	70°		5,9%	
Sassari	72°		5,8%	
Nuoro	90°		5,3%	
Carbonia-Iglesias	91°		5,2%	
Olbia-Tempio	97°		5,0%	
Oristano	98°		5,0%	
Medio Campidano	110°		4,4%	

Una segunda tabla muestra, la incidencia del empleo del sistema de producción cultural sardo en la economía total. En este caso todas las provincias sardas están por debajo del promedio italiano y, en algunos casos, con cifras mucho más bajas.<sup>371</sup>

Incidencia del empleo del sistema de producción cultural en la economía total				
Provincias sardas	Ranking	Número de Provincias italianas	Porcentaje	Promedio italiano
Oristano	39°	110	5,4%	5,8%
Ogliastra	47°		5,1%	
Nuoro	60°		4,9%	
Medio Campidano	67°		4,7%	
Cagliari	70°		4,6%	
Carbonia-Iglesias	88°		4,1%	
Olbia-Tempio	109°		3,9%	
Sassari	110°		3,6%	

De las 443.458 empresas que en Italia forman parte del llamado sistema de producción cultural (que representa el 7,3% del total de las empresas registradas en Italia), sólo 10.349 son sardas y representan un porcentaje mínimo – el 2,3% – de todas las empresas de la isla.

<sup>371</sup> No parece casual que la incidencia del empleo sea tan baja en las provincias de Olbia-Tempio y Sassari, que son los territorios que tienen el turismo de sol y playa más relevante de toda Cerdeña.

	Empresas del sistema cultural italiano	Empresas del sistema cultural sardo
	443.458	10.349
Porcentaje / total de las Empresas (italianas y sardas)	7,3%	2,3%

Si la cultura produce en Italia 74,9mil millones de Euros – el 5,4% de la riqueza nacional y ofrece trabajo a un millón y 300 mil personas (5,8% del total de los ocupados italianos) –, en Cerdeña estos porcentajes son mucho más bajos: en 2013 el valor añadido total del sistema cultural de la isla ascendió a 1.061 millones de Euros, que corresponde al 1,4% de la riqueza total producida por el sector en Italia y al 3,7% del total del valor añadido producido en Cerdeña por empresas privadas. En cuanto al empleo, en la isla trabajan actualmente en el sector cultural 26.500 personas, que representan el 1,9% del total nacional y el 4,4% de los trabajadores sardos.<sup>372</sup>

	Rentabilidad de la Cultura en Italia	Rentabilidad de la Cultura en Cerdeña
	74.900.000.000€	1.061.000€
Porcentaje del total de las Economías	5,4%	3,7% (1,4% del total nacional)
Trabajadores empleados	1.300.000	26.500
Porcentaje del total de los trabajadores	5,8%	4,4% (1,9% del total nacional)

## 2.1. Plus valor de las exportaciones culturales (2013)

La relación entre las exportaciones culturales y el valor añadido de toda la economía en Italia registró una tasa del 3 por ciento. Lombardía y Véneto son las regiones que, en absoluto, exportan más cultura. En 2013, Véneto vendió bienes del sistema productivo cultural por 9.500 millones de euros y Lombardía por 9.200 millones de euros.

Incluso en este caso, Cerdeña se caracteriza por una muy limitada capacidad de exportar su cultura. La isla se sitúa entre las últimas regiones italianas, con un porcentaje del 0,2%. Peor aún, en 2013, hizo sólo Calabria (0,1%). Cerdeña se está quedando atrás también en la “espe-

<sup>372</sup> «Sardegna agli ultimi posti nell'industria della cultura», *Sardegna Dies*, 25 de junio de 2014, <<http://www.sardegnaDies.it/sardegna-agli-ultimi-posti-nellindustria-cultura/>> (última consulta: 16 de marzo de 2015).

cialización cultural de las exportaciones”, con una incidencia mínima, un 1,1% de las exportaciones culturales en el total de las exportaciones regionales (el promedio italiano es del 10,7%).

### 3. El éxito turístico de los Gigantes de Mont’e Prama

En una situación no muy reconfortante, como la representada por las tablas y porcentajes antes mencionados, hay algunos datos positivos que podrían indicar un remedio para incrementar el turismo cultural en Cerdeña: la realización de exposiciones culturales con un contenido de alto perfil y una dosis suficiente de *appeal* para el turista. En 2014 en Cerdeña se inauguraron dos exposiciones sobre los “Gigantes de Mont’e Prama”, estatuas de diferentes tipos de personajes de la civilización nurágica, descubiertas en un yacimiento arqueológico cerca del pueblo de Cabras (Provincia de Oristano) en 1974. Finalmente, después de varias décadas de restauración, una selección de estos importantes artefactos fue expuesta al público en el Museo Arqueológico Nacional de Cagliari y en el Museo Cívico “Giovanni Marongiu” de Cabras. Y los resultados positivos desde el punto de vista turístico no se hicieron esperar, a pesar de algunas deficiencias significativas en términos de información y de organización.<sup>373</sup> En el segundo semestre de 2014, en 18 instituciones culturales estatales sardas, entre museos y áreas arqueológicas, hubo 445.144 visitantes (+ 28,5%), con ingresos de hasta el +31,14% respecto al 2013. Y todo esto gracias sobre todo a las dos exposiciones de los “Gigantes de Mont’e Prama”. Los datos son bastante notables: el Museo Arqueológico Nacional de Cagliari vio un aumento del 120% de las entradas, y en el yacimiento arqueológico de Tharros a unos kilómetros de la **área** arqueológica de los “Gigantes” se enregistró un crecimiento del 77%.<sup>374</sup>

---

<sup>373</sup> El Museo Arqueológico de Cagliari tiene una pagina web muy pobre en cuanto a la información ofrecida a los lectores y una estructura que se ve vieja y poco atractiva <<http://www.archeocaor.beniculturali.it/index.php?it/211/musei/13/museo-archeologico-nazionale-di-cagliari>>, (última consulta: 16 de marzo de 2015). Además, no hay un espacio específico para las noticias sobre la exposición de los “Gigantes” que, por otra parte, habían creado muchas expectativas. Al revés, el Museo de Cabras está equipado con su propia pagina web <<http://www.museocabras.it/>> (última consulta: 16 de marzo de 2015), con una sección dedicada a los “Gigantes”, la historia de las excavaciones arqueológicas y de su restauración. Asimismo, proporciona información sobre la futura ampliación del Museo para dar cabida a casi todas las estatuas que todavía no estan expuestas. Para difundir aún más toda la información sobre la exposición se creó una cuenta Facebook: <<https://www.facebook.com/MuseoCivicoCabras>>, (última consulta: 16 de marzo de 2015).

<sup>374</sup> <[http://www.beniculturali.it/mibac/export/MiBAC/sito-MiBAC/Contenuti/MibacUnif/Comunicati/visualizza\\_as\\_set.html\\_1627601135.html](http://www.beniculturali.it/mibac/export/MiBAC/sito-MiBAC/Contenuti/MibacUnif/Comunicati/visualizza_as_set.html_1627601135.html)>, (última consulta: 16 de marzo de 2015). Siempre en Cerdeña, en Sassari, el Museo Arqueológico Etnográfico “Giovanni Antonio Sanna” creció un +23%. En comparación, en Italia en el mismo semestre el número de visitantes de los sitios estatales aumentó alrededor de 1,3 millones de unidades (+ 6,4%), incluyendo 350.000 entradas gratuitas (+ 3,6%), pero sobre todo con un crecimiento de los ingresos de alrededor de 6.300.000€ (+ 9%). Estas cifras muy positivas en toda Italia fueron impulsadas también por la revolución tarifaria comenzada el 1º de julio, que vio la introducción de la entrada gratuita el primer domingo de cada mes en todos los museos estatales.

<<http://www.beniculturali.it/mibac/multimedia/MiBAC/images/tabella4.jpg>>, (última consulta: 3 de marzo de 2015). Unos datos relevantes merecen comentarios especiales: en 2014 casi la mitad de los visitantes de los museos estatales en Cerdeña (445.144 personas) gozaron de entrada gratuita (241.316 personas) – lo que de hecho reduce en gran medida la capacidad de generar ingresos a un cierto nivel – y, además, esta categoría de turistas es numéricamente superior a la de los visitantes que pagan (203.828 personas). En 2014, según las estadísticas oficiales del Ministerio de Cultura, en un ranking de las 17 regiones italianas con museos estatales, Cerdeña ocupa la 11ª posición en función del número total de visitantes (pagantes y gratuitos), pero la 2ª posición en función del porcentaje de entradas gratuitas (41,5% del total), precedida tan sólo por Calabria con 63,8% del total.

Estas cifras muy positivas alimentaron una enorme atención sobre las estatuas nurágicas y su uso turístico-cultural. Pero, como ocurre en Cerdeña, la discusión sobre el patrimonio cultural de la isla y su historia asumen siempre tonos identitarios que resultan muy atractivos para tratar de dibujar un poco mejor el perfil psicológico y etnológico de los Sardos y, en el caso específico de los “Gigantes”, los límites hasta ahora manifestados en su explotación turística.

Es suficiente pensar que recientemente el debate sobre la importancia cultural e identitaria de esas estatuas llegó al punto que diversas personas propusieron cambiar la centenaria bandera de la Región Autónoma de Cerdeña – los *Quattro Mori* de tradición catalana – con la imagen de los “Gigantes” porque los reputaban más representativos y porque los Moros representan a víctimas de masacres que alimentan unos paralelismos tristes con las decapitaciones contemporáneas de los rehenes hechas por el IS.<sup>375</sup> El 22 de enero de 2015 la viceministro de Cultura del Gobierno italiano hizo una propuesta «semi-seria» en Facebook:

«Ho partecipato a una conferenza sui Giganti di Mont’e Prama e (...), tra le altre cose, ho detto che sono ormai il simbolo del Popolo Sardo. Per questo, ho aggiunto (in modo semi-serio), che potrebbero addirittura sostituire i 4 Mori nella nostra bandiera».

Pocos días después, el 6 de febrero, el escultor sardo Pinuccio Sciola, conocido mundialmente por sus “Piedras sonoras”, escribió una carta al Presidente de la República Italiana para presentarle una necesidad sentida por muchos Sardos: cambiar la bandera de Cerdeña, mediante la eliminación de los Cuatro Moros. Sin embargo, dicho esto sobre los *Quattro Mori*, el escultor afirmó no estar de acuerdo con la propuesta de reemplazarlo con los “Gigantes” que «non rappresentano l’arte sarda ma provengono da altri lidi».<sup>376</sup> A él le respondía el presidente del Consejo Regional sardo que: «(...) I Quattro mori sono il simbolo della nostra terra, la nostra storia. Non si toccano». Poco después en Twitter la viceministro corrigió al presidente: «(...) è la nostra bandiera ma i Quattro mori non rappresentano affatto la nostra storia. Lo dice la Storia».<sup>377</sup>

Como si la situación no fuera ya bastante enredada, pocos días después, en el debate sobre el valor de la identidad de los “Gigantes” intervino también el concejal de Turismo de la Región de Cerdeña, quien reiteró que la estatuas «interpretano l’orgoglio della Sardegna (...) che trova nelle mega sculture nuragiche di guerrieri, arcieri e pugilatori la propria identità».<sup>378</sup> Términos

<sup>375</sup> «Barracciu: “I giganti nella bandiera sarda al posto dei quattro mori”», *Sardegna Oggi*, 22 de enero de 2015, <[http://www.sardegnaoggi.it/Politica/2015-01-22/27709/Barracciu\\_I\\_giganti\\_nella\\_bandiera\\_sarda\\_al\\_posto\\_dei\\_quattro\\_mori.html](http://www.sardegnaoggi.it/Politica/2015-01-22/27709/Barracciu_I_giganti_nella_bandiera_sarda_al_posto_dei_quattro_mori.html)>, (última consulta: 16 de marzo de 2015).

<sup>376</sup> Como se puede ver en esta ocasión también, se insiste en un tipo de identidad basada en conceptos de pureza y unicidad que son muy frecuentes en los debates sobre la identidad en Cerdeña. Y esta concepción de la identidad y el recordatorio frecuente de una época y una civilización – la nurágica de los “Gigantes” – como los únicos momentos de una verdadera civilización sarda – única y original – puede tener reflejos negativos sobre la planificación del turismo cultural en Cerdeña.

<sup>377</sup> «Sciola vuol sostituire i Quattro mori Botta e risposta Ganau-Barracciu», *L’Unione Sarda*, 6 de febrero de 2015, <[http://www.unionesarda.it/articolo/cronaca\\_sardegna/2015/02/04/articolo-6-406587.html](http://www.unionesarda.it/articolo/cronaca_sardegna/2015/02/04/articolo-6-406587.html)>, (última consulta: 16 de marzo de 2015).

<sup>378</sup> «Turismo e cultura. I Giganti di Mont’e Prama ambasciatori dell’isola», *Sardegna Reporter.it*, 18 de febrero de 2015, <<http://www.sardegna-reporter.it/turismo-e-cultura-giganti-di-monte-prama-ambasciatori-dellisola/>>, (última consulta: 16 de marzo de 2015). Teniendo en cuenta la naturaleza relativa e interpretativa del *Heritage*, es importante reconocer su componente emocional, simbólica e imaginaria. El patrimonio es signo o huella, relación o vínculo: a la comunidad, o a los componentes que se identifican como hegemónicos en ella, le corresponde traer estas huellas en el cuento de su origen o de los momentos de fundación más destacados, a través de procesos de exclusión, selección y exageración. Véase J. Dallen – S.W. Boyd, *Heritage e turismo*, pàg. XX.

aún más fuertes fueron utilizados por un diputado sardo que definió el yacimiento arqueológico de los “Gigantes” como el «sito del ritrovamento più importante e rilevante della storia del Mediterraneo».<sup>379</sup>

Estas declaraciones muestran muy bien cómo se construye la identidad con una elección entre los diferentes elementos presentes en un patrimonio cultural particular en función de deseos específicos, los cuales, sin embargo, contienen en sí mismos aspectos inconscientes aún más interesantes para los científicos.<sup>380</sup>

La referencia a la cultura nurágica y, por la Edad Media, a los *Giudicati* como únicos ejemplos de los períodos históricos en los que los Sardos fueron independientes y no sujetos a autoridades externas, coloca en una especie de segundo nivel de valor a las demás civilizaciones presentes en Cerdeña a lo largo de la historia, que se perciben como ajenas a la isla a pesar de milenios de su desarrollo en ella: pensamos en los Fenicios, Cartagineses, Romanos, Bizantinos, Genoveses, Pisanos y Catalano-Aragoneses.<sup>381</sup> No podemos no estar de acuerdo con Nietzsche al declarar que cuando una parecida «considerazione monumentale del passato domina sulle altre forme di considerazione [la antiquaria y la crítica, según el filósofo] lo stesso passato ne soffre danno: intere, grandi parti di esso vengono dimenticate, spregiate, scorrono via come un grigio e ininterrotto flusso, mentre emergono come isole solo singoli fatti abbelliti».<sup>382</sup>

Estos son sólo algunos ejemplos del debate identitario que surgió en torno a los “Gigantes” y la identidad sarda. Al mismo tiempo, en Cerdeña se alimentó otro debate sobre la posibilidad de enviar algunos de ellos en el Palacio del Quirinal, residencia del Presidente de la República Italiana, y a la Expo de Milán, que comienza en mayo de 2015. Por un lado estaban los partidarios de estas exposiciones temporales, que se veían como enormes oportunidades de publicidad para Cerdeña desde un punto de vista turístico-cultural. Sin embargo, algunas instituciones mostraron una fuerte oposición a la posibilidad de que las estatuas fueran enviadas a Milán: entre estas los dos Ayuntamientos que actualmente albergan las exposiciones de las estatuas nurágicas.

En noviembre de 2014 el Ayuntamiento de Cagliari se pronunció en contra del envío de una estatua a la Expo al motivar esta decisión con los riesgos inherentes al transporte y daños eventuales.<sup>383</sup> Aún más clara fue la opinión del Ayuntamiento de Cabras, expresada por su alcalde: «nessuna statua sarà portata a Milano come noi abbiamo sempre ribadito con forza, convinti del fatto che chi vuole ammirarle dal vivo dovrà venire a Cabras».<sup>384</sup> La Región Autónoma de Cerdeña,

---

<sup>379</sup> «Giganti Mont'e Prama, degrado negli scavi. Pili: “Dimissioni ministro”», *Sardegna Oggi*, 9 de febrero de 2015, <[http://www.sardegnaoggi.it/Politica/2015-02-09/27917/Giganti\\_Monte\\_Prama\\_degrado\\_negli\\_scavi\\_Pili\\_Dimissioni\\_ministro.html](http://www.sardegnaoggi.it/Politica/2015-02-09/27917/Giganti_Monte_Prama_degrado_negli_scavi_Pili_Dimissioni_ministro.html)>, (última consulta: 16 de marzo de 2015).

<sup>380</sup> Declaraciones como estas y muchas más, hacen que sea más útil que nunca la enseñanza de pensadores como Michel Foucault y Jacques Lacan, que nos obligan a ir más allá de las declaraciones, las intenciones conscientes del sujeto hablante; entonces no sólo lo que quería decir, sino también la parte inconsciente, que se ha expresado a pesar de sí mismo en lo que dijo y cómo lo dijo. M. Foucault *L'archéologie du savoir*, Paris: Gallimard, 1969, pàg. 39. A. Di Ciaccia – M. Recalcati, *Jacques Lacan. Un insegnamento sul sapere dell'inconscio*, Milano: Bruno Mondadori, 2000. Para estos dos eruditos franceses es más importante lo que fue omitido y escondido detrás del lenguaje explícito que lo que se dijo, como un reflejo directo de lo inconsciente de quien habla.

<sup>381</sup> Los *Giudicati* son cuatro “estados” sardos que se originaron en la primera mitad del siglo XI después de la desaparición del *Gudicato* de Cerdeña creado por el emperador Justiniano en el siglo VI.

<sup>382</sup> F. Nietzsche, «Sull'utilità e il danno della storia. Considerazioni inattuali. II», F. Nietzsche, *Considerazioni inattuali*, Torino: Einaudi, 1981, pàg. 95-96.

<sup>383</sup> «Cagliari: il Consiglio dice no ai Giganti di Monte Prama all'Expò», *Cagliari Oggi*, 27 de noviembre 2014, <<http://notizie.cagliarioggi.it/n?id=81427>>, (última consulta: 16 de marzo de 2015).

<sup>384</sup> «L'arcivescovo vuole un Gigante di Mont'e Prama nel Museo diocesano», *Linkoristano*, 14 de febrero de 2015,

que en 2014 se había mostrado a favor del envío de las estatuas a fuera de la isla para darles una mayor visibilidad, teniendo en cuenta estas voluntades políticas decidió asistir a la Expo con algunos *totems* informativos que mostrarán la reconstrucción digital de los “Gigantes” que actualmente se puede ver en el Museo de Cabras.<sup>385</sup> Aunque no excluía un eventual «prestito» [se considere cuidadosamente el uso del término que implica el retorno de los objetos prestados, como si esto no ocurriera siempre al final de las exposiciones] de los “Gigantes de Mont’e Prama” a la Expo o a museos nacionales, el Presidente de la Región de Cerdeña declaró que su esperanza «non è che i giganti vadano all’Expo, ma che entrino nei libri di testo delle scuole».<sup>386</sup>

Además de la reconstrucción digital, serán colocadas tres reproducciones de los “Gigantes” en los aeropuertos de Alghero, Cagliari y Olbia que representan las principales puertas de entrada en la isla para los turistas.<sup>387</sup>

En cuanto a la propuesta para exponer un Gigante en el Palacio del Quirinal, recientemente esta hipótesis ha sido definida una «demenziale idea».<sup>388</sup>

#### 4. El Carnaval: la obsesión de la identidad



Fig. 1. Página web L'Isola che danza (www.regione.sardegna.it/speciali/isolachedanza).

<[http://www.linkoristano.it/prima-categoria/2015/02/14/larcivescovo-vuole-gigante-monte-prama-nel-museo-diocesano/#.VO2bB3yG\\_QQ](http://www.linkoristano.it/prima-categoria/2015/02/14/larcivescovo-vuole-gigante-monte-prama-nel-museo-diocesano/#.VO2bB3yG_QQ)> (última consulta: 16 de marzo de 2015). Las declaraciones del alcalde de Cabras confirman que «el *Heritage tourism* no es sólo una serie de transacciones comerciales, sino el marco ideológico de la historia y la identidad». Véase también N.C. Johnson, «Framing the past: time, space and the politics of heritage tourism in Ireland», *Political Geography*, 83, Belfast, 1999, pàg. 187 citado por J. Dallen – S.W. Boyd, *Heritage e turismo*, pàg. 203.

<sup>385</sup> «Cagliari: il Consiglio dice no ai Giganti di Monte Prama all’Expò», cit.

<sup>386</sup> «Mont’e Prama, 2 mln per scavi e museo “Giganti all’Expo solo se in sicurezza”», *L’Unione Sarda*, 7 de noviembre de 2014, <[http://www.unionesarda.it/articolo/cronaca\\_sardegna/2014/11/06/mont\\_e\\_prama\\_in\\_arrivo\\_due\\_mln\\_di\\_euro\\_per\\_il\\_museo\\_dei\\_giganti\\_e-6-394401.html](http://www.unionesarda.it/articolo/cronaca_sardegna/2014/11/06/mont_e_prama_in_arrivo_due_mln_di_euro_per_il_museo_dei_giganti_e-6-394401.html)>, (última consulta: 16 de marzo de 2015).

<sup>387</sup> «Turismo e cultura. I Giganti di Mont’e Prama ambasciatori dell’isola», cit.

<sup>388</sup> «Giganti Mont’e Prama, degrado negli scavi. Pili: “Dimissioni ministro”», cit.

«Ritos antiguos, monumento a una antigua sacralidad y símbolo de la identidad: Fuegos de San Antonio, Carnavales y ritos de la Semana Santa. *La isla que Danza*, campaña institucional de promoción turística de Cerdeña, activada por la Región Autónoma de Cerdeña para resaltar los acontecimientos de los primeros meses del año, que tienen sus raíces en la historia de la isla.

Más de ciento sesenta pueblos sardos, involucrados por las raíces comunes, cada uno con sus propios colores, sus gustos y sus propios rituales, hacen “red” en nombre de la cultura y la identidad con la intención de mejorar el territorio y su historia y estructurar la oferta turística»<sup>389</sup>.

Incluso este proyecto de turismo cultural creado por la Región Autónoma de Cerdeña para aumentar la llegada de turistas durante los meses de invierno, tradicionalmente los con menos viajeros, demuestra que la base de la valorización turística de los bienes culturales –intangibles, en este caso– es un proceso de selección que nos impulsa a elegir, conscientemente e inconscientemente, lo que debe ser valorado entre nuestro patrimonio cultural e identitario. Todas las opciones tienen un carácter político evidente.<sup>390</sup> Exactamente como ocurre con los individuos que construyen sus identidades a través de elecciones continuas.

En este proyecto se juntan tres tipos de iniciativas culturales: Fuegos de San Antonio, Carnavales y ritos de la Semana Santa que comparten entre ellos un elemento: el período cronológico en el que se llevan a cabo, o sea los primeros cuatro meses del año. Además de esto, ellas pertenecen a estratos culturales muy diferentes entre sí y también al interior de cada una de las tres iniciativas. Podrían estar unidas en una capa cultural común catalana e ibérica las procesiones de la Semana Santa y la Sartiglia<sup>391</sup> (torneo ecuestre de principios de la edad Moderna), mientras que la segunda de ellas – junto con otras fiestas de carnaval, a su vez, con diferentes orígenes culturales – ha sido incluida en la manifestación “La Isla que Danza”.

Así como se propone, esta manifestación parece un itinerario temático típico del turismo cultural que pone de relieve en el territorio elegido –en el presente caso Cerdeña en su conjunto– un tipo particular de bien cultural intangible –el Carnaval– para mejorarlo. En este sentido, el proyecto parece alinearse con el art. 1 del Código del patrimonio cultural que hace hincapié en la necesidad de «preservar la memoria de la comunidad nacional y su territorio», de acuerdo con un concepto de patrimonio cultural como un signo de identidad de la comunidad examinada.<sup>392</sup>

En realidad, como acabamos de decir, dentro de las manifestaciones del carnaval también hay eventos con orígenes tan diferentes entre sí que parecen reducir el aspecto cultural de la propuesta que pierde un poco de atractivo para el turista, como podría deducirse de la reducción del número de visitantes en los últimos años y de su permanencia en los diferentes territorios examinados. Disminución que no parece ser provocada por la crisis económica, ya que

---

<sup>389</sup> «L'Isola che danza: cultura, identità e rete», <<http://www.sardegnaturismo.it/it/articolo/1%E2%80%99isola-che-danza-cultura-identit%C3%A0-e-rete>>, (última consulta: 16 de marzo de 2015).

<sup>390</sup> M. Iorio, «Il Turismo Culturale in Sardegna», cit., pàg. 148, nota 2.

<sup>391</sup> En un documento del archivo histórico del Ayuntamiento de Oristano, del 1 de diciembre de 1546 se habla de una *Sortilla* organizada en honor del emperador Carlos V, quien en junio de 1535 y en octubre de 1541 visitó las ciudades de Cagliari y Alghero donde se organizaron dos grandes expediciones militares contra Túnez y Argel. Era una costumbre ibérica la organización de *Sortillas* para celebrar nacimientos, ascensiones al trono o la llegada de un rey en un territorio determinado.

<sup>392</sup> V. Baldacci, *Gli itinerari culturali. Progettazione e comunicazione*, Rimini: Guaraldi, 2006, pàg. 28-31. Esta dimensión identitaria nos permite también comprender en la lógica de la construcción cultural unos aspectos que de otra manera quedarían excluidos de una definición demasiado restrictiva del patrimonio cultural, como los festivales folclóricos y los ritos religiosos.

como hemos destacado al comienzo de este trabajo, el 2014 fue un buen año para el turismo cultural de Cerdeña. Ahora analizamos algunas cifras.

Más de 350.000 presencias fueron calculadas por la Región Autónoma de Cerdeña a través de la monitorización realizado en estricta conformidad con los 41 municipios involucrados en la manifestación en el año 2011; con unas cifras verdaderamente notables: Oristano con la Sartiglia: cerca de 120mil visitantes; “Lu Carraschiali” de Tempio (cerca de 100mil presencias), Bosa (60mil) y Mamoiada con sus Mamuthones (cerca de 25mil). Sin embargo, si nos fijamos en estos datos, un tercio de los visitantes había presenciado al torneo ecuestre de la Sartiglia y casi la misma cantidad de personas había participado al carnaval de Tempio –que es un evento comparable a los desfiles de Venecia o Viareggio, aunque en una escala mucho más pequeña– y, por lo tanto, eventos muy diferentes de un carnaval “etnográfico” como el de Mamoiada al que asistieron tan sólo 25mil personas. Estas características podrían explicar la gran disminución en el número de visitantes en los años siguientes: al Carnaval de 2013 asistieron 150.000 personas, es decir, menos de la mitad de los participantes de dos años antes.

Descenso que parece continuar en 2015, según informa el principal periódico de Cerdeña el 15 de febrero, que, a propósito de las reservas hoteleras para la Sartiglia, mostró cómo las estructuras de Oristano estaban llenas sólo por un máximo de dos noches y con pocas presencias de turistas: «Né più né meno delle scorse edizioni: tutto il business, o quasi, si gioca di domenica. Il solito mordi e fuggi che per il carnevale oristanese è un classico».<sup>393</sup> Estos datos son muy interesantes, si tenemos en cuenta la gran cantidad de visitantes atraídos por la exposición de los “Gigantes de Mont’e Prama” que se realiza en el Museo Cívico de Cabras, a unos pocos kilómetros de Oristano, que ya comentamos en el Párrafo 3. La disminución de las presencias a la *Sartiglia* podría indicar que no se logró crear un itinerario turístico-cultural que estimulara al visitante a permanecer en ese territorio, que por otra parte es muy rico en yacimientos culturales de diferentes tipos.

## 5. Críticas

Es posible identificar algunos aspectos críticos en el actual desarrollo del turismo cultural en Cerdeña:

1. Fragmentación de la oferta. Presencia de museos de carácter etnográfico, histórico o arqueológico en pueblos cercanos entre sí, que son dirigidas más al territorio que al mundo exterior;
2. Medios de transporte hacia y desde la isla (aviones y barcos), que se concentran principalmente en el período de mayo a octubre;
3. Dificultades de colaboración entre las comunidades tradicionalmente autónomas, que a menudo no logran construir una red;
4. Formación profesional limitada de los operadores que gestionan el patrimonio cul-

<sup>393</sup> «Sartiglia: sabato tutto esaurito», *L'Unione Sarda*, 13 de febrero de 2015, pàg. 31.

tural sardo, que tienen muchas dificultades en transformar los yacimientos arqueológicos y los museos en centros de atracción turística y cultural para el público en general;<sup>394</sup>

5. Fuerte dependencia del turismo cultural del “de sol y playa”, con el pico de las visitas en los meses de julio y agosto;
6. Falta de *Edutainment*.

## 6. Conclusiones

A la luz de las consideraciones y ejemplos de turismo cultural hechos en este trabajo parece surgir, tal vez incluso a un nivel subconsciente, una concepción del *Heritage tourism* en Cerdeña como una necesidad para mantener su pasado, a veces identificado en una manera un poco genérica que se ve afectada por los estereotipos procedentes de afuera de la isla que se quisiera combatir y negar.

Todo esto quizás «(..) come risposta a un progresso che precipita gli individui in un presente senza storia, e in un futuro che è al contempo promessa e minaccia».<sup>395</sup>

En cambio, un turismo cultural que se centre en la conciencia del sentido de pertenencia y el deseo de interactuar con los restos del pasado, finalidades logradas mediante la educación y el entretenimiento de calidad, podría:<sup>396</sup>

1. Aumentar la conciencia de la riqueza de capas culturales presente en Cerdeña y de su mezcla, que no se deben ver con preocupación o como si fuera una especie de diminutivo.
2. contribuir significativamente a formar una conciencia de la identidad de los sardos que evite igualmente sentimientos de inferioridad y periféricidad histórica y cultural de un lado y de orgullo y unicidad del otro, todos igualmente refutados por la Historia.
3. ayudar a superar la tendencia a leer la historia y el patrimonio cultural de la isla como una “gran novela familiar” (en el sentido psiquiátrico de los términos), repleto de características míticas y desiderativas.
4. aumentar el valor de las áreas culturales a los ojos del turista y, en consecuencia, aumentar la necesidad de preservar aquellos yacimientos y / o bienes.

---

<sup>394</sup> Según los más recientes métodos de gestión del turismo cultural, tienen un papel fundamental los sistemas de museos, destinados a convertirse en centros diferenciados y proveedores de servicios especializados para los turistas en cuanto a la gestión, promoción y valorización a nivel económico no sólo del patrimonio cultural, sino de toda una zona geográfica. En esta delicada fase de transición del “museo conservador” al “museo empresa” Cerdeña todavía presenta límites considerables.

<sup>395</sup> T.J. Dallen – S.W. Boyd, *Heritage e turismo*, cit., pàg. XIII y nota 12.

<sup>396</sup> T. J. Dallen – S.W. Boyd, *Heritage e turismo*, pàg. XVIII.

## Bibliografía

- Aime M. – Papotti D., *L'altro e l'altrove. Antropologia, geografia e turismo*, Torino: Einaudi, ©2012.
- Aru S. – Piscedda M., «Reti per il turismo culturale: l'esperienza della città di Cagliari», *Vagabondo. Turismi e turisti in Sardegna*, G. Sistu ed., Cagliari: CUEC, 2007, pàg. 169–198.
- Baldacci V., *Gli itinerari culturali. Progettazione e comunicazione*, Rimini: Guaraldi, 2006.
- «Barracciu: “I giganti nella bandiera sarda al posto dei quattro mori”», *Sardegna Oggi*, 22 de enero de 2015, <[http://www.sardegnaoggi.it/Politica/2015-01-22/27709/Barracciu\\_I\\_giganti\\_nella\\_bandiera\\_sarda\\_al\\_posto\\_dei\\_quattro\\_mori.html](http://www.sardegnaoggi.it/Politica/2015-01-22/27709/Barracciu_I_giganti_nella_bandiera_sarda_al_posto_dei_quattro_mori.html)>, (última consulta: 16 de marzo de 2015).
- «Cagliari: il Consiglio dice no ai Giganti di Monte Prama all'Expò», *Cagliari Oggi*, 27 de noviembre 2014, <<http://notizie.cagliarioggi.it/n?id=81427>>, (última consulta: 16 de marzo de 2015).
- Cortesi S., *Analisi economica del turismo culturale in Italia*, tesi di Laurea in Economia e Gestione dei Servizi Turistici, Università degli Studi di Milano Bicocca, a.a. 2012-2013, pàg. 39-41, <[http://www.borsaturismoarcheologico.it/wp-content/uploads/2014/03/elaborato\\_737681\\_Serena\\_Cortesi.pdf](http://www.borsaturismoarcheologico.it/wp-content/uploads/2014/03/elaborato_737681_Serena_Cortesi.pdf)> (última consulta: 16 de marzo de 2015)
- Cossu T., «Dell'identità al passato: il caso della preistoria sarda», *Sardegna, Seminario sull'identità*, G. Angioni, F. Bachis, B. Caltagirone, T. Cossu ed., Cagliari: CUEC/ISRE, 2007, pàg. 119–126.
- Croci E., *Turismo culturale. Il marketing delle emozioni*, Milano, Angeli, 2009.
- Dallen J. –Boyd S.W., *Heritage e turismo. Edizione italiana a cura di Rossana Bonadei*, Milano: Hoepli, 2007.
- Di Ciaccia A. – Recalcati M., *Jacques Lacan. Un insegnamento sul sapere dell'inconscio*, Milano: Bruno Mondadori, 2000.
- Foucault M., *L'archéologie du savoir*, Paris: Gallimard, 1969.
- Il turismo culturale europeo. Prospettive verso il 2020*, R. Garibaldi, Milano: FrancoAngeli, 2012.
- «Giganti Mont'e Prama, degrado negli scavi. Pili: “Dimissioni ministro”», *Sardegna Oggi*, 9 de febrero de 2015, <[http://www.sardegnaoggi.it/Politica/2015-02-09/27917/Giganti\\_Monte\\_Prama\\_degrado\\_negli\\_scavi\\_Pili\\_Dimissioni\\_ministro.html](http://www.sardegnaoggi.it/Politica/2015-02-09/27917/Giganti_Monte_Prama_degrado_negli_scavi_Pili_Dimissioni_ministro.html)>, (última consulta: 16 de marzo de 2015).
- «In Sardegna cresce il turismo culturale», *Alguer.it*, 3 de marzo de 2012, <<http://notizie.alguer.it/n?id=47234>> (última consulta: 16 de marzo de 2015).

- Iorio M., «Il Turismo Culturale in Sardegna tra musei e siti archeologici: aspetti e opportunità», *Vagamondo. Turismi e turisti in Sardegna*, G. Sistu ed., Cagliari: CUEC, 2007, pàg. 147–167.
- Johnson N.C., «Framing the past: time, space and the politics of heritage tourism in Ireland», *Political Geography*, 83, Belfast, pàg. 187–207.
- «L'arcivescovo vuole un Gigante di Mont'e Prama nel Museo diocesano», *Linkoristano*, 14 de febrero de 2015, <[http://www.linkoristano.it/prima-categoria/2015/02/14/larcivescovo-vuole-gigante-monte-prama-nel-museo-diocesano/#.VO2bB3yG\\_QQ](http://www.linkoristano.it/prima-categoria/2015/02/14/larcivescovo-vuole-gigante-monte-prama-nel-museo-diocesano/#.VO2bB3yG_QQ)> (última consulta: 16 de marzo de 2015).
- «L'Isola che danza: cultura, identità e rete», <<http://www.sardegnaturismo.it/it/articolo/1%E2%80%99isola-che-danza-cultura-identit%C3%A0-e-rete>>, (última consulta: 16 de marzo de 2015).
- Madau M., «Le radici e gli eroi. Frammenti di un'indipendenza perduta», *Sardegna, Seminario sull'identità*, G. Angioni, F. Bachis, B. Caltagirone, T. Cossu ed., Cagliari: CUEC/ISRE, 2007, pàg 127–135.
- Martelloni R., *Nuovi territori. Riflessioni per lo sviluppo e azioni per lo sviluppo e la comunicazione del turismo culturale*, Milano: F. Angeli, 2007.
- Nietzsche F., «Sull'utilità e il danno della storia. Considerazioni inattuali. II», F. Nietzsche, *Considerazioni inattuali*, Torino: Einaudi, 1981.
- Paesaggi e sviluppo turistico. Sardegna e altre realtà geografiche a confronto*. Atti del Convegno di studi (Olbia 15-17 ottobre 2008), G. Scanu ed., Roma: Carocci, 2009.
- «Sardegna agli ultimi posti nell'industria della cultura», *Sardegna Dies*, 25 de junio de 2014, <<http://www.sardegndies.it/sardegna-agli-ultimi-posti-nellindustria-cultura/>> (última consulta: 16 de marzo de 2015).
- «Sartiglia: sabato tutto esaurito», *L'Unione Sarda*, 13 de febrero de 2015, pàg. 31.
- «Sciola vuol sostituire i Quattro mori Botta e risposta Ganau-Barracciu», *L'Unione Sarda*, 6 de febrero de 2015, <[http://www.unionesarda.it/articolo /cronaca\\_sardegna/2015/02/04/articolo-6-406587.html](http://www.unionesarda.it/articolo /cronaca_sardegna/2015/02/04/articolo-6-406587.html)>, (última consulta: 16 de marzo de 2015).
- «Turismo e cultura. I Giganti di Mont'e Prama ambasciatori dell'isola», *Sardegna Reporter.it*, 18 de febrero de 2015, <<http://www.sardegreporter.it/turismo-e-cultura-giganti-di-monte-prama-ambasciatori-dellisola/>>, (última consulta: 16 de marzo de 2015).

