

VISITAS A LA MARETA (2.0). HISTORIA, PATRIMONIO Y MARKETING

**Jaime García García
Jaime Alberto García González**

1. INTRODUCCIÓN

La Mareta, como construcción, no es una vivienda al uso, una residencia familiar de corte tradicional, ni siquiera un habitáculo temporal para uso y disfrute de un colectivo social pudiente. Es un espacio considerado como producto arquitectónico creativo, y, como tal, derivado de un proceso de asimilación con el medio, abierto a adaptaciones temporales.

La edificación se circunscribe en un proceso de metamorfosis de amplio recorrido. *De facto*, La Mareta se concibe como un espacio habitable, que acoge a personajes afines con la concepción integradora de arquitectura y naturaleza. Comienza siendo una propiedad de Hussein de Jordania, monarca de la dinastía hachemita, quien en los años setenta del pasado siglo encarga a César Manrique la remodelación de la vivienda conforme a unos patrones básicos: el mimetismo con el entorno; la espontaneidad y carencia de opulencia desde un punto de vista externo; la comodidad y el aprovechamiento del espacio interno y la inserción del enclave en el imaginario colectivo de la isla de Lanzarote y Canarias, en un mundo globalizado.

César Manrique fue un puente entre la realidad arquitectónica existente y los deseos de un nuevo propietario regio, que pretendió sumarla a una idea de conservación del medio y fusión e integración en la sociedad majorera, no en balde, la isla descubre a César Manrique como a un ser en libertad con los compromisos exigidos por su tierra, en base a lo realizado, como expresó Fernando García Delgado (SANTANA, 1991: 88).

La cesión de esta propiedad a la monarquía española y su inclusión en el Patrimonio Nacional, la convierte en residencia de la familia real española y de altos dignatarios nacionales y extranjeros. La Mareta adquiere así un papel decisivo en las relaciones políticas, económicas y estratégicas del escenario nacional e internacional, conforme a los principios de globalización y glocalización.

De esta manera, cuando aludimos al término *globalización*, nos referimos al proceso de apertura social, económica, política y cultural que se ha venido gestando en muchos países en las últimas décadas, producto del desarrollo evolutivo, y que ha permitido traspasar fronteras en fracciones de segundo y llevar las ideas más allá de

nuestro enclave local. Este concepto, originado por las sociedades de occidente, pretende hacer del mundo, como de hecho ya lo es, un espacio único, donde se prima el desarrollo de gestión, logística internacional y articulación del proceso creativo de forma más flexible. La Marea, a través de Internet, las plataformas digitales correspondientes y algunas redes sociales, se ha ido transformando en objeto de conocimiento expansivo que englobaría unos mecanismos capaces de ser utilizados por el *marketing* político, tal y como trataremos de demostrar.

El concepto de *globalización* está formado por un proceso de complejas interconexiones entre sociedades, culturas, instituciones e individuos a escala mundial y se mueve entre las relaciones de poder y comunicación a lo largo del globo terrestre, en un tiempo y un espacio y con una recomposición acelerada de las relaciones sociales. El debate sobre la globalización se inició en la década de los noventa y se expande a partir de la introducción y auge de las nuevas tecnologías.

Ahora bien, esta apertura conlleva la adaptación de las estructuras próximas o locales a los aspectos políticos y culturales de un mercado más global; de ahí el surgimiento del concepto de *glocalización*, que no es más que el ajuste a las peculiaridades y características de un entorno más dilatado y concreto. Esto no supone una estandarización; es meramente adaptación. Pensar glocalmente significa tener una estructura flexible, que permita adaptar lo próximo y cercano a las demandas globales, evitando así, tal como lo expresa Antonio Bolívar, catedrático de Didáctica y Organización Escolar de la Universidad de Granada, el aumento de las barreras culturales generadas por las personas que defienden sus tradiciones de la globalización cultural (VITE, 2013).

En síntesis, *globalización más proximidad*. Un análisis que nos conduce a que la glocalización es hoy una realidad escasamente institucionalizada, pues su regulación solo es posible si actúan los gobiernos nacionales (FERNÁNDEZ PARRAT, 2002:1-7).

En tanto en cuanto estos dos conceptos se desarrollan, el término *web 2.0*, acuñado por Dale Douygherty en 2004, surgía para aludir a nuevos sitios en la red que se diferenciaban de los englobados en la web 1.0, donde predomina la participación colaborativa de los usuarios. Como alternativa, la *Wikipedia*, donde los usuarios pueden participar en la construcción de la información, la cual se globaliza en un escaso espacio de tiempo. En el año 2005, Tim O'Reilly redefinió y ejemplificó el concepto. No olvidemos que abarca una amplia gama de redes sociales, blogs y servicios multimedia interconectados, con el propósito del intercambio y la colaboración ágiles de información de contenidos entre los usuarios, desde lo local a lo global.

Una inevitable transición a la *web 3.0* resultaría una extensión de la anterior con la posibilidad de un lenguaje entendible, utilizable e interpretable por agentes *software*, para hallar ese modo de compartir e integrar la información con mayor fa-

ilidad. Otros de los términos utilizados para definir la web 3.0 harían referencia a la transformación de la web en una base de datos, un movimiento hacia la fabricación de contenido accesible para múltiples buscadores, la influencia de la inteligencia artificial, la web semántica o la web geoespacial.

En este trabajo trataremos de actualizar la información clásica con la que la red nos ha aportado sobre La Mareta, su estructura arquitectónica, historia y pertenencia al Patrimonio Nacional, que le han conferido una importancia trascendental, en tanto en cuanto en ella se han instalado temporalmente personajes de alto relieve, nacional e internacional, visitas que han generado no solo el conocimiento del lugar sino el desarrollo de un eje económico y político, que ha derivado en la mejora del marco de relaciones y en la expansión del nombre de La Mareta a niveles globales, a lo que aportamos una estructura de visualización moderna de ese *marketing* político aludido (KOTLER y KELLER, 2009: 20).

2. LA MARETA 2.0. DE VIVIENDA “REAL” A PATRIMONIO NACIONAL

2.1. Breve historia del inmueble en la red

La residencia real de La Mareta, ubicada en Costa Teguisse, en el municipio de Teguisse, al noreste de Lanzarote, es una de las residencias de la familia real española, gestionada por el organismo público Patrimonio Nacional.

La Mareta debe su denominación a la existencia anterior de un aljibe excavado en el lugar, construcción típica de la isla relacionada con el agua como recurso de incalculable valor para el entorno, tanto para recoger el agua de lluvia como bebedero de animales.

Esta edificación se ubica en un terreno que ocupa una superficie de más de 3 ha, junto al litoral y con orientación sur (fig. 1). En este espacio se construye un conjunto arquitectónico de varias plantas de altura con una superficie total de casi dos mil metros cuadrados, adaptado a la orografía y con la intención de reinterpretar la arquitectura tradicional canaria, a base de paredes blancas, carpinterías exteriores de color verde, techos planos, con remates de chimenea adornados en forma de cúpula, a lo que se une un guiño al diseño colonial apreciado a través de sus balcones o miradores de madera, todo lo cual se completa con espacios ajardinados y piscinas, que totalizan una superficie de amplio aprovechamiento.

En el recinto se encuentra un *bungalow* principal al borde del mar, con varios dormitorios, salón comedor, piscina independiente y terrazas, con acceso directo al mismo. El resto se completa con algunos espacios, cada uno de los cuales cuenta con varios dormitorios y *office*. Además, dispone de un gran jardín y una piscina central que dan paso a la zona deportiva en la que se incluyen una pista de tenis, una cancha de baloncesto, un gimnasio y una segunda piscina mucho más pequeña.

La Mareta, integrada y gestionada por Patrimonio Nacional, se puede definir como una moderna casa-palacio, que fue mandada construir por el rey Hussein I de Jordania a finales de los años 70, encargando su diseño al artista lanzaroteño César Manrique. Este personaje, Husein bin Talal (حسين بن طلال; Ammán, 14 de noviembre de 1935 – 7 de febrero de 1999), fue rey de Jordania desde el 11 de agosto de 1952 hasta su muerte, sucediendo a su abuelo por la renuncia de su padre, Talal ibn Abd Allah, razón por la que en tanto alcanzaba su mayoría de edad contó con el apoyo de un consejo de regencia, hasta su coronación el 2 de mayo de 1953 (fig. 2).

La importancia política efectiva en las relaciones internacionales de este personaje le hizo objeto de recepción de distintas condecoraciones y distinciones, de las cuales las siguientes tuvieron relación con España a lo largo de diferentes épocas:

- Caballero Gran Cruz de la Orden del Mérito Militar con Distintivo Blanco (B.O.E. 156, del 3 de junio de 1955, página 3412).
- Caballero del Collar de la Real Orden de Isabel la Católica (B.O.E., nº 83, del 18 de marzo de 1977, página 7774).
- Caballero de la Insigne Orden del Toisón de Oro (B.O.E. nº 72, del 22 de marzo de 1985, página 7788).
- Premio Príncipe de Asturias de la Concordia (15 de septiembre de 1995).

La familia real española, que recibió la propiedad del rey jordano a finales de los ochenta, ha frecuentado La Mareta como lugar de vacaciones, desde la primera vez (abril de 1993), tras la muerte del Conde de Barcelona. En esta residencia falleció, el 2 de enero de 2000, la madre del Rey, doña María de las Mercedes, cuando la familia real pasaba allí una etapa de descanso por Año Nuevo. En este intervalo de tiempo han sido muchos los líderes de diferente ideología y procedencia, nacionales e internacionales, que ocuparon estas instalaciones, donde se llevaron a cabo encuentros políticos de alto nivel. Este cúmulo de circunstancias ha proporcionado al lugar un marco interpretativo, que admite alcanzar una clara interdependencia por parte de sociólogos y humanistas, desde la óptica del pasado, para proveer una síntesis tentativa enfocada hacia nuevas visiones (ZOLBERG, 2002: 247).

2.2. La integración en el Patrimonio Nacional

Esta es la denominación con la que se conoce en España a una parte importante de su patrimonio histórico-artístico, vinculado históricamente a la monarquía española. El Consejo de Administración del Patrimonio Nacional, dependiente del Ministerio de la Presidencia, es el organismo público que tiene por misión el cuidado y mantenimiento de los bienes de titularidad del Estado español a disposición del rey y del resto de la familia real para su uso como residencia o para actos de Estado y ceremonias oficiales.

A propósito del tema que nos ocupa, todo regalo que recibe el rey pasa a formar parte del Patrimonio Nacional. Hussein de Jordania, que mandó construir esta casa a orillas del mar, no llegó a hospedarse en ella pero sí lo hizo uno de sus hijos para pasar allí un periodo de vacaciones tras su boda. El rey, por su parte, con dos de sus hijos y un séquito de 40 personas, procedente de Marruecos donde acudió a una cumbre de países árabes, se hospedó en el hotel Meliá Salinas (diciembre de 1994), en Costa Tegui.

Fue cedida al rey Juan Carlos el 22 de junio de 1989, incorporándose al Patrimonio Nacional el 18 de julio de ese mismo año en aplicación del artículo 4, apartado 8 de la Ley 23/1982, de 16 de junio (donaciones al Estado a través de S.M. el rey).

Los bienes administrados por Patrimonio Nacional abarcan una cantidad diversa de propiedades: palacios, parques, jardines, yates, conventos o monasterios. Entre ellos están las conocidas como localizaciones donde se ubican las residencias de la familia real española, próximas o no a Madrid, utilizadas tradicionalmente como lugar de reposo, recreo o como residencia estacional por los monarcas españoles.

En el reinado de Alfonso XIII se conoció como Real Casa y Patrimonio de la Corona de España. La Segunda República lo convirtió en Patrimonio de la República (Ley de 22 de marzo de 1932). Con el régimen de Franco pasó a denominarse Patrimonio Nacional (Ley de 7 de marzo de 1940). El 16 de junio 1982 se promulgó un nuevo ordenamiento jurídico (Ley del Patrimonio Nacional, 23/1982), que le confirió su actual estructura (GONZÁLEZ-VARAS, 2005: 522).

El Consejo de Administración de Patrimonio Nacional, de acuerdo al citado texto legal (Ley 23/1982, de 16 de junio), está compuesto por su presidente, nombrado por el rey, con el refrendo del presidente del Gobierno, el gerente y diez miembros, profesionales de reconocido prestigio, de los cuales dos son Concejales de ayuntamientos, donde las propiedades del Patrimonio Nacional estén ubicadas.

2.3. Derivadas de la pertenencia al Patrimonio Nacional

Dentro de estas edificaciones para el uso de la monarquía española se halla la *residencia real de La Mareta* (<http://www.patrimonionacional.es/>). Hay que aclarar que el Patrimonio Nacional es una parte de todo el conjunto del Patrimonio cultural e histórico que existe en España. Los bienes del aludido Patrimonio Nacional son bienes del Estado sometidos a un régimen singular jurídico específico, encuadrado en varias leyes redactadas y publicadas entre 1982 y 2011 (GARCÍA-ATANCE y GARCÍA DE MORA, 1991: 151-171):

- La Ley del Patrimonio Nacional 23/1982, de 16 de junio.
- El Reglamento de esta Ley, aprobado por el Real Decreto 485/1987, de 18 de marzo.

- Con carácter supletorio la Ley de Patrimonio del Estado y en su caso la del Patrimonio Histórico-Artístico Nacional; excluyéndose el régimen de propiedad de los particulares que establece el Código Civil en su artículo 342. A estas leyes hay que añadir tres Reales Decretos más, realizados entre 1989 y 2011, que han modificado algunos aspectos de la Ley 23/1982 reguladora del Patrimonio Nacional y de su Reglamento, aprobado por R. D. de 1987, de 18 de marzo, y que son los Reales Decretos: 694/1989, de 16 de junio; 2208/1995, de 28 de diciembre, y 600/2011, de 29 de abril.

Vamos a extraer aquellos aspectos que conciernen a La Mareta a lo largo de su articulado en la Ley 23/ 1982 de 16 de junio. Concretamente, el *artículo dos* de la citada ley hace referencia a la calificación jurídica de bienes del Patrimonio Nacional, los de titularidad del Estado relativos al uso y servicio del rey y de los miembros de la real familia para el ejercicio de la alta representación que la Constitución y las leyes les atribuyen sobre las fundaciones y reales patronatos a que se refiere la presente ley.

Profundizando en el texto legal de referencia, avanzamos fijándonos en el contenido del *artículo octavo, punto dos*, que confirma las funciones que corresponden al Consejo de Administración:

- Conservación, defensa y mejora de los bienes y derechos del Patrimonio Nacional y actos de administración ordinaria necesarios para la adecuada utilización de los bienes.

- Jefatura del personal, funcionarios y contratados en régimen laboral y normas necesarias para la organización y funcionamiento de las distintas dependencias, así como su dirección e inspección.

- Contratación de obras y suministros de interés para el Patrimonio Nacional.

- Constitución con fines culturales exclusivos por un período máximo de dos años de depósitos de bienes de valor o carácter histórico o artístico, adoptando las medidas necesarias para la adecuada seguridad y conservación de los mismos.

- Promoción y cumplimiento de los fines de carácter científico, cultural y docente referidos en el artículo tercero.

- Administración de los reales patronatos citados en el artículo quinto.

- Formación del inventario de bienes y derechos del Patrimonio Nacional, con intervención de los órganos de la Administración del Estado, que reglamentariamente se determine, su elevación al Gobierno y la correspondiente propuesta al mismo para su rectificación anual.

- Propuesta al Gobierno de afectación de bienes muebles e inmuebles del Patrimonio Nacional, cuando estos hubiesen dejado de cumplir sus finalidades primordiales.

- Aceptación de donaciones herencias o legados y, en general, acordar las adquisiciones a título lucrativo de cualquier clase de bienes. La aceptación de herencias se entenderá hecha en beneficio de inventario; elaboración y aprobación anual del anteproyecto de presupuesto del Patrimonio Nacional y remitirlo al Gobierno para su posterior inclusión en los presupuestos generales del Estado.

En cuanto al *artículo noveno* cita la relación con los presupuestos generales del Estado, donde se incluirá, en la sección correspondiente, la dotación en la que figurarán los créditos necesarios para atender al cumplimiento de las obligaciones del Patrimonio Nacional.

El *artículo diez*, por su parte, alude al personal al servicio del Consejo de Administración, que estará integrado por diferentes funcionarios de las diversas Administraciones Públicas y por trabajadores contratados, con arreglo a la legislación laboral vigente. Estos funcionarios del Consejo quedarán en la situación administrativa que les corresponda, de acuerdo con las normas aplicables a su cuerpo de procedencia (https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-1982-15230).

El actual rey, Felipe VI, pretende poner la residencia real de La Mareta al servicio de los intereses turísticos de España, a través del preceptivo convenio suscrito por las máximas autoridades del Ministerio de Industria, Energía y Turismo y el Patrimonio Nacional, en diciembre de 2015. La firma de este acuerdo conllevará que Patrimonio Nacional facilite la utilización de la residencia real canaria para la promoción y la defensa de los intereses turísticos de nuestro país, e incluso usarla para el establecimiento o refuerzo de lazos bilaterales o multilaterales con otros países u organizaciones en materia turística.

En esta línea de actuación, la Secretaría de Estado de Turismo compensará al Patrimonio Nacional por los días de utilización de la residencia y en concepto de costes estimados de suministros, servicios y medios propios, en tanto que procederá a la contratación directa de los servicios específicos necesarios para la realización de los distintos actos. Así, Patrimonio Nacional, que gestiona la residencia, tomará las medidas oportunas para que La Mareta sea apta para la preparación y desarrollo de los actos propuestos, y supervisará y autorizará tanto las instalaciones finales que se requieran como los aforos que se establezcan. El convenio contempla la posibilidad de que se adhieran otras instituciones territoriales, como el Gobierno de Canarias, que ya ha manifestado su voluntad al efecto.

Por un lado, se invitará a mandatarios, representantes de instituciones internacionales o figuras del mundo de la cultura a hospedarse en La Mareta, con el fin de que contribuyan a promocionar la marca España. Por otro, se podrán celebrar actos relacionados con el turismo y la cultura en sus instalaciones, aunque La Mareta continuará siendo residencia real. El convenio establece que la Secretaría de Estado de Turismo compensará a Patrimonio Nacional con 2.500 euros por cada día de activi-

dad, aparte de los gastos que genere el mantenimiento de las zonas que se utilicen y la reposición de los posibles desperfectos.

3. LOS VISITANTES DE LA MARETA

3.1. Prensa y red. Universo digital

La familia real comenzó a frecuentar La Mareta a partir de abril de 1993, tras el fallecimiento de don Juan de Borbón, conde de Barcelona. A partir de aquí han sido múltiples los mandatarios nacionales y extranjeros que se han hospedado en la misma.

Conforme a los datos de la página web de La Mareta y a los diferentes portales y entradas de los medios digitales, los primeros invitados de relieve fueron el entonces canciller alemán Helmut Kohl, y el presidente del Gobierno español Felipe González, con motivo de la VII Cumbre hispano-germana celebrada en la isla el 1 y el 2 de mayo de 1991.

La prensa y las redes acogieron la información del acontecimiento con gran despliegue. En primera instancia, cabe reseñar los datos biográficos de *Helmut Joseph Michael Kohl* (Ludwigshafen, Renania Palatinado, 3 de abril de 1930), personaje que en calidad de historiador, político y estadista alemán desempeñó el cargo de canciller de Alemania entre el 1 de octubre de 1982 y el 27 de octubre de 1998. Hasta el 3 de octubre de 1990 fue canciller de la República Federal de Alemania, y a partir de ese momento de la Alemania unida. También dirigió el partido Unión Demócrata Cristiana (CDU) entre 1973 y 1998. En 1996 se le concedería el Premio Príncipe de Asturias de Cooperación Internacional, falleciendo recientemente, en junio de 2017.

No hay que olvidar los relativos a Felipe González Márquez (Sevilla, 5 de marzo de 1942), a lo que hay que añadir su condición de abogado, secretario general del PSOE, desde 1974 hasta 1997, y tercer presidente del Gobierno desde la reinstauración de la democracia, entre 1982 y 1996.

La Mareta acogió la citada cumbre hispano-alemana, a la que asistieron dos delegaciones (fig. 3), las cuales se estructuraron de la siguiente manera:

La delegación española estuvo encabezada por Felipe González, presidente del Gobierno, y completada por Francisco Fernández Ordóñez, ministro de Asuntos Exteriores, y Rosa Conde, ministra portavoz.

Al frente de la delegación alemana estaba: Helmut Kohl, canciller Federal, acompañado de Hans Dietrich Genscher, ministro de Asuntos Exteriores, y Dieter Vogel, portavoz.

Las reuniones, primeras tras la reunificación alemana, se centraron en la unidad europea, en su doble vertiente política y económica, y en la actualidad internacional.

Posteriormente, en agosto de 1992, el entonces expresidente de la URSS, Mijail Gorbachov y su esposa Raisa estuvieron hospedados en La Mareta durante unas tres semanas.

Como es natural se difundieron datos del personaje. Hay que constatar que Mijail Gorbachov (Stávropol, Unión Soviética, 2 de marzo de 1931) fue abogado y político, ocupó el cargo de secretario general del Comité Central del Partido Comunista de la Unión Soviética desde 1985 hasta 1989 y jefe de Estado de la Unión Soviética entre 1988 y 1991. Por su trayectoria política recibió el Premio Nobel de la Paz en 1990. No hay que obviar que asumiría el liderazgo de la Unión de Socialdemócratas, un partido formado después de la disolución oficial del Partido Socialdemócrata de Rusia en 2007.

Gorbachov (fig. 4) realizó una estancia previa en España de quince días, visitando en primer lugar Palma de Mallorca para almorzar con el rey Juan Carlos I en el Palacio de Marivent y realizar un recorrido turístico, para trasladarse luego a Sevilla y visitar la exposición universal, donde celebró un encuentro con el presidente del Gobierno, Felipe González. Con posterioridad, se dirigió a Lanzarote con su esposa.

El siguiente invitado en La Mareta fue Václav Havel (Praga, 5 de octubre de 1936–Vlčice, República Checa, 18 de diciembre de 2011), político, escritor y dramaturgo checo, último presidente de Checoslovaquia y primer presidente de la República Checa, elegido para este cargo en 1993, y que apoyó insistentemente su inclusión en la Organización del Tratado del Atlántico Norte (OTAN) y la integración de la República Checa en la Unión Europea.

El 11 de abril de 1997 se haría acreedor del Premio Príncipe de Asturias de Comunicación y Humanidades, para lo cual, el jurado valoró la incorporación a la política de los principios morales y su apelación al compromiso civil por encima del compromiso ideológico.

Este personaje fue invitado por la casa real a pasar una temporada de descanso en La Mareta (fig. 5). Inicialmente, se anunció su llegada, aunque tuvo que suspenderse por problemas de agenda, la cual se consumaría días después (9 de enero de 2002) al igual que sucedería más tarde, en 2008, primando su carácter privado, motivado por sus problemas de salud, al igual que en anteriores ocasiones (1997 y 1999), sin olvidar aspectos importantes de interés bilateral.

En orden cronológico, los siguientes visitantes fueron Aznar y Schroeder con motivo de la XVII Cumbre hispano-alemana, que tuvo lugar entre el 11 y el 12 de febrero de 2003. Además del presidente español, José María Aznar, y el canciller alemán, Gerhard Schröder (fig. 6), participaron también en la cumbre los ministros de Asuntos Exteriores, Interior, Justicia y Economía, además de los secretarios de Estado de Fomento y de Tecnología.

Los datos biográficos de los políticos salieron a relucir en los diferentes medios de comunicación. A tal fin, en referencia a *Gerhard Fritz Kurt Schröder* (Mossenberg-Wöhren, 7 de abril de 1944) constatar su pertenencia al Partido Socialdemócrata alemán, especialmente conocido por haber sido canciller de Alemania entre 1998 y 2005. También ocupó otros cargos importantes, como ministro-presidente de la Baja Sajonia entre 1990 y 1998 y presidente del *Bundesrat* entre 1997 y 1998 (órgano constitucional federativo y legislativo de Alemania, que ejerce las funciones de una cámara alta, donde se aprueban, rechazan o sancionan las leyes federales).

La semblanza de José María Aznar López (Madrid, 25 de febrero de 1953) también fue destacada en líneas generales por los medios nacionales e internacionales realzándose su papel como político español, miembro del Partido Popular, pues no hay que olvidar que ocupó su dirección entre 1990 y 2004 y fue presidente del Gobierno de España entre 1996 y 2004. Le acompañaba Rodrigo Rato, en su condición de ministro de Economía.

El siguiente invitado fue José Luis Rodríguez Zapatero (Valladolid, 4 de agosto de 1960), secretario general del partido Socialista Obrero Español y quinto presidente del Gobierno desde la transición democrática, tras su victoria en las elecciones generales de 2004 y en los comicios de 2008, hasta finales de 2011 (fig. 7).

Realizó diversas visitas a Lanzarote, llegando a hospedarse en La Mareta en tres ocasiones. La primera de las tres visitas llevadas a cabo se produjo en septiembre de 2005, en la cual Patrimonio Nacional hizo pública la cantidad de recursos gastados en el acondicionamiento de la residencia real de La Mareta. La segunda visita se originó en julio de 2006, dando pie de nuevo a nuevas críticas por los gastos generados en la vigilancia del recinto. La tercera visita tuvo lugar durante el mes de agosto de 2009, que aprovechó para reuniones de partido y otras actividades.

Posteriormente (febrero de 2013), sería inquilino de la residencia insular Nursultán *Abishulý* Nazarbáyev (Chemolgan, Kazajistán, 6 de julio de 1940), político destacado y presidente de su país desde 1991 (fig. 8).

Al representar a uno de los principales productores energéticos, la llegada de este personaje conllevó un importante aumento en las relaciones económicas entre ambos países, así como el aumento del interés por la inversión de ciertas empresas hispanas en energía, infraestructuras, así como en los sectores vitivinícola y agroalimentario canarios. Paralelamente, se intensificaron los asuntos bilaterales en materia de cooperación antiterrorista.

En cuanto a la familia real española, los príncipes de Asturias (fig. 9) visitaron esta residencia con su hija, en diciembre de 2005. El personaje central frente a los medios escritos, digitales y en la red fue su primogénita, la infanta Leonor, con dos meses, la cual viviría su primera Navidad en Lanzarote.

Los inquilinos reales respondieron a las preguntas de los periodistas y durante su comparecencia ante los medios los príncipes anunciaron también que abandonarían la isla en unos días para pasar Fin de Año y Año Nuevo con la familia. El príncipe Felipe añadió que estaba encantado de permanecer unos días en este lugar, a pesar de los recuerdos de familia (fig. 10), entre los que citó la muerte de su abuela, doña María de las Mercedes.

3.2. Consecuencias inherentes a las visitas

De la VII Cumbre hispano-germana (1 y 2 de mayo de 1991) surgieron una serie de resultados importantes. En relación a la Unión Económica Europea, para Felipe González su viabilidad no era la Europa de dos velocidades en la que solo los países con economías lo suficientemente saneadas, entre los que no figuraba España, podían acceder a la segunda fase de la unión monetaria. El esfuerzo que Europa debía hacer en inversiones en la antigua República Democrática Alemana y los países del Este no debía afectar negativamente a estados periféricos como España.

La futura Unión Europea para Felipe González se debía lograr en un cuadro de convergencia económica, mercado libre y cohesión política y social, igual para los componentes de la Unión Europea. En cuanto a la unión política, González y Kohl trataron sobre la necesidad de una política exterior y de seguridad común con especial atención a la defensa, ya que el pilar europeo de la misma se consideraba imprescindible para que Europa pudiera hacer frente a sus responsabilidades en este campo. La seguridad de Europa iba a depender de la estabilidad de Yugoslavia y los países del Este, por lo que consideraban que era necesario apoyar a Gorbachov en sus esfuerzos de democratización.

Los dos jefes de Gobierno hablaron de la lucha contra el narcotráfico, recordando que cuando se implantara el mercado único y la libre circulación de personas, capitales y bienes, la única forma de luchar contra la droga sería mediante una coordinación que superase las fronteras nacionales. Ambos dirigentes debatieron también sobre el modo de reforzar el papel de las Naciones Unidas en la nueva etapa tras la guerra del Golfo, mostrándose a favor de la celebración de una conferencia de paz en Oriente Medio. Otros temas se centraron en la problemática de los refugiados kurdos, el plan Baker de paz, y las relaciones de Europa con América Latina e Israel y el futuro del Mediterráneo, con especial atención a los países del Magreb.

Al hilo de esta cumbre, el portavoz germano, Dieter Voegel invitó a los empresarios españoles a invertir en el territorio oriental alemán, a la vez que alabó la transformación política y económica de España, aunque el déficit comercial español seguía siendo enorme. Correlativamente, Fernández Ordóñez abogó por la construcción europea y una mayor solidaridad a la hora de la unión monetaria en la UE.

Gorbachov en su visita (agosto de 1992) obtuvo por parte del Gobierno central español la garantía de ordenar al delegado gubernativo en la isla la supresión de

posibles visitas oficiales, con la intención de preservar el carácter privado de las vacaciones del matrimonio, aun teniendo en cuenta que Jerónimo Saavedra, presidente del Gobierno autónomo, expresase su deseo de llevar a cabo un encuentro informal con este personaje en La Mareta. El matrimonio aprovechó su estancia para pasear, practicar deportes y descansar, según la información de los medios, sin dejar de lado el contacto con todo aquel que se dirigiese a ellos, ni poner reparos a los fotógrafos profesionales que cubrían la visita, además de curiosos y espontáneos. Fueron, en suma, las primeras vacaciones del matrimonio tras el golpe de estado de agosto de 1991.

Václav Havel fue invitado por la casa real a pasar una temporada de descanso en La Mareta (enero de 2002), donde se hizo patente el carácter privado de su estancia, motivado por sus problemas de salud (enfermedad pulmonar), aunque hubo de suspenderse. Había estado antes en las Navidades de 1997 y entre el 22 de diciembre y el 11 de enero de 1999, aduciendo que la benignidad del clima era beneficiosa para su estado físico. En mayo de 2008, el Patronato de Turismo Insular, con motivo de un encuentro con empresas turísticas checas para promocionar el intercambio Canarias-Praga, anunció la posible visita de Václav Havel, que igualmente hubo de suspenderse por su entonces delicado estado de salud.

Esta serie de visitas aumentarían las relaciones económicas entre ambos países, sobre todo la afluencia turística a Canarias, junto a la suscripción de un convenio de seguridad social, firmado el 13 de mayo de 2002, que entraría en vigor el 1 de mayo de 2004 (B.O.E. de 3 de mayo de 2004).

Posteriormente, Canaria Travel, turoperador checo, operaría en exclusividad con el archipiélago, en colaboración con las compañías Travel Service y SmartWings, muy importantes en el tráfico aéreo de la región en conexión con Praga, como puente aéreo hacia otros países de la zona. A ello ayudaría, sin duda, Canary Booking, el nuevo portal de reservas creado por la citada Canaria Travel, que permitiría la venta de billetes y paquetes turísticos al archipiélago desde mercados del centro y este de Europa, siempre a través del aeropuerto de la capital checa, y gracias a la integración de SmartWings y Travel Service con las líneas aéreas checas CSA.

En la *XVII Cumbre hispano-alemana* (11 y el 12 de febrero de 2003) encabezada por José María Aznar y Gerhard Schröder, se trataron una serie de cuestiones de relieve. Así, los principales asuntos abordados en las reuniones sectoriales se refirieron a la financiación del terrorismo y la cooperación internacional, las fronteras externas, la seguridad marítima y las relaciones de la UE con países vecinos. Además, ambos mandatarios expresaron sus opiniones sobre cuestiones tan relevantes como la crisis de Iraq, constatando las diferencias existentes en el seno de la propia Unión. Schröder citó la importante encrucijada en la que se hallaba el continente europeo, en referencia a la unión política y a la construcción de unos Estados Unidos de Europa, así como la inclusión de Turquía y las buenas relaciones con Rusia.

José Luis Rodríguez Zapatero se hospedó en La Mareta en tres ocasiones. Sus visitas mezclaron las facetas lúdica y de descanso con las cuestiones de relaciones políticas e institucionales, además de reuniones con líderes regionales y territoriales de su partido.

La primera de las tres visitas llevadas a cabo se produjo en septiembre de 2005, en la cual Patrimonio Nacional gastó casi trescientos mil euros en acondicionar la residencia real de La Mareta, para recibir al presidente del Gobierno y a su familia durante los veinticinco días que disfrutaron de sus vacaciones. Esta cantidad fue superior a lo invertido en ejercicios anteriores, dedicada a la instalación y renovación del cableado relacionado con el entramado de comunicaciones y datos, entre otros aspectos.

Esta información se dio a conocer a través de las respuestas del Gobierno a las preguntas presentadas por escrito al Congreso por el Partido Popular, según las cuales las actuaciones de inversión realizadas con cargo al proyecto de restauración, mejora y rehabilitación del patrimonio arquitectónico consistieron en pavimentación de paseos y zonas comunes, asfaltados, trabajos en piscina, zona deportiva, fuente y estanque central, arreglo de terrazas exteriores, reposición de baliza en el helipuerto, instalaciones de iluminación y refrigeración, canalización perimetral eléctrica y faroles exteriores. Unas obras que se han articulado mediante la tramitación de una veintena de expedientes, conforme a lo dispuesto en el artículo 56 del texto refundido de la Ley de Contratos de las Administraciones Públicas, que prescinde de concurso público para este tipo de adjudicaciones.

No obstante, la decisión de Zapatero sobre las reformas avivaron las críticas de los afectados por la ley de costas que en esos momentos estaban especialmente sensibilizados. No se trataba de afirmar que La Mareta tuviese la consideración de ilegal, pues fue construida mucho antes de que entrara en vigor la referida legislación, pero saltaba a la vista que la edificación invadía el litoral. Incluso alguna de las manifestaciones proponía ya en foros de Internet una manifestación contra la ley de costas frente a La Mareta.

La segunda visita tuvo lugar en julio de 2006, dando pie nuevamente a nuevas críticas por los gastos generados, que superaron ampliamente los cien mil euros anuales en la vigilancia de la casa, avivadas por la divulgación de la conocida estructura del complejo residencial.

En 2009, retornó a la isla por tercera vez para pasar casi todo el mes de agosto, llegando al aeropuerto –La Mareta está a unos diez kilómetros– a bordo de un avión Falcon, de la Fuerza Aérea Española, apoyado por varias unidades de la Policía Nacional y la Guardia Civil. Aprovechará la estancia para participar en un acto organizado por los socialistas canarios, con la asistencia del secretario general del PSC-PSOE y eurodiputado, Juan Fernando López Aguilar, y dirigentes del partido en el archipiélago .

La estancia de Nursultán *Abishuly* Nazarbáyev (febrero de 2013) trascendió al representar a uno de los principales productores energéticos. La llegada de este personaje conllevó un importante aumento en las relaciones económicas entre ambos países, así como el aumento del interés por la inversión de ciertas empresas hispanas en energía, infraestructuras, así como en los sectores vitivinícola y agroalimentario canarios. Paralelamente, se intensificaron los asuntos entre ambos países en materia de cooperación antiterrorista.

Este personaje cobraba relevancia, ya que lo hacía en representación de uno de los cinco mayores productores de gas del mundo y del 3% de las reservas mundiales de petróleo. Por ello, las empresas españolas mostraron un interés creciente por el mismo, en los sectores de las energías renovables, las grandes infraestructuras, la alimentación, la petroquímica, las telecomunicaciones y la moda. Compañías como Talgo, Indra, Airbus Military, Maxam, Gas Natural, Imabe Ibérica o Inditex eran algunas de las empresas españolas con una presencia más destacada en el país. La balanza comercial con Kazajistán era claramente deficitaria para España.

Los datos disponibles reflejaron que las importaciones se elevaron a unos 788 millones de euros frente a las exportaciones que apenas alcanzaron los 100 millones. Al margen del contenido económico, la visita de Nazarbáyev permitirá repasar otros asuntos de la relación conjunta (tratado de extradición, cooperación en materia de lucha contra la delincuencia y traslado de personas condenadas). Previamente, el presidente del Gobierno de España, Mariano Rajoy, recibiría al presidente kazajo en el Palacio de la Moncloa. Posteriormente, asistiría a una cena de gala ofrecida por el rey don Juan Carlos en el Palacio Real.

Cabe destacar el auge de las relaciones comerciales con Canarias, reflejado en la compra de productos de diversa índole, que recogió la prensa digital de Gran Canaria, referida a la compra por parte de Kazajistán (febrero de 2014) de unas 2.000 botellas de la bodega grancanaria La Higuera Mayor, un 30% de la producción de la bodega. Igualmente, se acordó iniciar líneas de trabajo con este país para colaboración turística y la adquisición de productos agroalimentarios de calidad diferenciada de Canarias.

A propósito de la visita de los entonces príncipes de Asturias, se había publicado en El Mundo digital (agosto de 2015) el artículo "*La Mareta de Lanzarote, la otra casa de las vacaciones reales, en el olvido*", una especie de resumen del pasado y el futuro de esta residencia tras la firma del decreto de readaptación de su utilización, haciendo hincapié en la instantánea del Fin de Año de 2005 y en el fallecimiento de un miembro de la familia real, ya explicado. También, quedaron patentes los comentarios de varias empleadas del recinto y del servicio de vigilancia, al tratarse de un complejo con una amplia y variada infraestructura, así como las manifestaciones de Francisco Martínez, vicepresidente de la Asociación Insular de Hoteles y Apartamentos de Lanzarote (Asolan), quien durante más de diez años ha estado al frente de todo este personal.

4. EL MARKETING POLÍTICO

Se considera una parte del marketing no empresarial que incluye las actividades desarrolladas para conseguir el apoyo a favor de alguna proposición, en función de factores tales como ideologías o filosofías, partidos políticos y personalidades y líderes políticos (SANTESMASES, 2012: 31).

De esta forma, nos interesa establecer la relación entre esta construcción arquitectónica, La Mareta, y la importancia que han tenido las visitas de las diferentes personalidades a la hora de darla a conocer y su impacto en los medios, estableciendo así una correlación con el punto en el que se cruzan las teorías conocidas dentro del campo económico en relación con el marketing y el posicionamiento en la red de toda esta información expuesta en los apartados anteriores.

4.1. Teoría de las 5P's en el ámbito de La Mareta

La estrategia clásica de marketing es una combinación de herramientas que nos permitirán llegar al mercado que buscamos, que en este caso no es otro que el conocimiento que de La Mareta se pueda tener a través las diferentes webs, de los distintos buscadores (Google, Yahoo, Bing...) y de otras plataformas (periódicos y revistas digitales, blogs, redes sociales, ...). Para diseñarla se debe disponer de una serie de instrumentos básicos, que combinados adecuadamente incidan en la consecución de los objetivos propuestos, de acuerdo a lo establecido por la teoría de análisis estratégico de las "5 P's", que en 1984 fue lanzada por el AMA (Asociación Americana de Marketing), dentro del mundo de la mercadotecnia.

Consideramos, no obstante, que es de vital importancia dejar claro que no estamos tratando de un producto al uso, objeto de oferta y demanda, a la vez que de publicidad que haga perentoria su presencia en un hipotético mercado. Sin embargo, son la información y los acontecimientos los encargados de potenciar la historia, la geopolítica y el patrimonio constituyen un fiel reflejo de la trascendencia de las relaciones institucionales.

Por tanto, el posicionamiento de La Mareta adquiere una nueva dimensión, ya que viene a tomar carta de naturaleza por su proyección pluridimensional, como una parcela específica del marketing político, ya definido, que ofrece al mundo globalizado la ampliación de su espacio, merced a las visitas que albergó y a la información y a las consecuencias generadas.

A tal fin, seremos testigos de la existencia de decenas de entradas en Internet que forjan información y la distribuyen, en torno a acontecimientos tan variados como:

a.- La estructura arquitectónica de la edificación y la historia de su aparición en los medios, derivada de la adquisición por parte de un personaje real de importancia global y la inclusión de la figura de César Manrique.

b.- La inserción de este bien inmueble en el conjunto del Patrimonio Nacional y sus derivadas y el proceso de reformas llevado a cabo en diferentes etapas.

c.- La información relacionada con las visitas y estancias de los líderes citados.

d.- El fallecimiento de la madre del rey emérito, Juan Carlos I, durante una de las visitas de la familia real española.

e.- La transformación legal inherente a la finalidad del edificio, a partir de una decisión del actual monarca Felipe VI.

Como resumen de todo lo dicho y como ejemplo que recorrió un amplio espectro de la red, un acontecimiento (la visita de Gorbachov y su esposa Raisa, agosto de 1992) y la respuesta a una pregunta realizada a este personaje, aparecida en los medios digitales y reeditada tiempo después, en la que afirmaba que era consciente de que había sido el artífice de un cambio importante en la historia (MARTÍN, C.: 2016).

La estrategia de *marketing* de las “5 P’s” se basa en los siguientes conceptos: *producto*, *precio*, *lugar* (*place*, en inglés), *promoción* –estos cuatro considerados tradicionales– y *posicionamiento en la red* –añadido en virtud del auge de estas–.

En cuanto al primer pilar de la teoría, el *producto*, es cierto que, en cualquier teoría de marketing moderna, este concepto debe variar de forma periódica su presentación al potencial consumidor –en nuestro caso, el público objetivo sería el interesado en el mismo a partir de la inmersión en la red–, con la vista puesta en la variabilidad de la información que pueda generar. La Mareta, como producto de *marketing* político, se encuentra sujeto a otras reglas que harían referencia a aspectos de diversa consideración, tales como:

- La accesibilidad a todo el contenido informativo que ha encerrado y pueda aportar, habilitando nuevas entradas a los portales de Internet y llevando a efecto una selección de las mismas, habida cuenta de su trascendencia.

- La posibilidad de vías, modos y maneras rápidas, cómodas y seguras de acceso, tanto para sus potenciales visitantes tradicionales como para el público en general. Estos accesos hacen referencia al acercamiento real y al virtual.

- La integración de La Mareta con el entorno, en tanto que se trata de un producto diferenciado frente a otros de similar naturaleza, que es preciso adaptar a su ciclo de vida, en virtud del paso del tiempo y los gustos del consumidor de información.

Al referirnos al segundo punto, el *precio*, este engloba la preponderancia de La Mareta como inmueble y espacio arquitectónico en las múltiples variables tratadas, lo que le adjudica un valor intrínseco y extrínseco, basado en:

- El montante económico, relativo a su característica de bien inmobiliario y patrimonial, además de los gastos inherentes a su mantenimiento (personal de servicio, seguridad, reparaciones, ...) y mejora.

- Las ventajas que se derivan de su presencia en la red, que revalorizan su cotización, en tanto en cuanto hablamos de su ámbito geopolítico.

Una tercera consideración hace referencia al *lugar* (*place*, en inglés), donde tienen efecto la distribución y la logística. Desde una óptica práctica, la ubicación resulta un elemento a resaltar, pues el impulsor inicial, Hussein de Jordania, tuvo en cuenta este aspecto dado su interés de modernización y acercamiento de su país a occidente. Además, en la red se informa de su geolocalización, donde inciden el conocimiento de variables tan notables como las siguientes:

Residencia Real de La Mareta	
Información general	
Uso(s)	Casa-palacio
Localización	Teguise, Lanzarote, islas Canarias  España
Arrendatario(s) actual(es)	Familia Real Española
Inicio	Años 70
Propietario	Comunidad Autónoma de Canarias
Diseño y construcción	
Arquitecto(s)	César Manrique

Fig. 11 Fuente: https://es.wikipedia.org/wiki/Residencia_Real_de_La_Mareta

El cuarto referente hace mención a la *promoción* y pretende englobar el conjunto de actividades que reporten la comunicación de los beneficios que vienen dados por la difusión del conocimiento del lugar de referencia, por medio de los canales de distribución e información aptos para llegar a los interesados. La Mareta, considerada como producto de consumo informativo y cultural, precisa de campañas que incidan en su existencia e importancia competencial, a la vez que puede apuntar hacia una tendencia al olvido, a medida que las entradas en los buscadores de Internet se alejan de las posiciones iniciales. Para ello, periódicamente, la red puede encargarse de reactivarla mediante actualizaciones puntuales que agilicen el recordatorio, aunque ello depende de las iniciativas políticas que puedan tomarse.

Municipio	 Teguise
• Com. autónoma	 Canarias
• Provincia	 Las Palmas
• Isla	Lanzarote
Ubicación	<u>29°03'40"N 13°33'35"O</u>
• Altitud	360 m/snm
Superficie	263,98 km²
Población	21724 hab. (2016)
• Densidad	79,93 hab./km²
Código postal	35530

Fig. 12 Fuente: <https://es.wikipedia.org/wiki/Teguise>

Finalmente, la quinta consideración de esta teoría se relaciona con el *posicionamiento en la red*, en la medida en que se corrobora la cantidad de entradas en las webs sobre los aspectos tratados en anteriores puntos, las cuales puntualizan las diferentes ópticas y opiniones vertidas por autorías diversas. Esta reubicación conceptual y redistribución espacio-temporal puede ampliarse o reducirse habida cuenta de los acontecimientos que le son inherentes. Un ejemplo claro nos lo proporciona el fallecimiento de la madre del rey emérito, Juan Carlos I, o las consecuencias de variada índole e inherentes a cada visita (por ejemplo, el caso de Václav Havel y la apertura de relaciones turísticas con Canarias).

Las *ventajas del posicionamiento en la red* son de sobra conocidas, aunque en este caso las circunscribimos a aspectos tan variados como los siguientes:

a.- La *accesibilidad a la información*, lo que le confiere una ventaja competitiva en relación a la generada por los medios tradicionales.

b.- La *rapidez* en la *difusión* de los acontecimientos, que aumenta y revaloriza la inmediatez de lo acaecido.

c.- El *posicionamiento real*, que implica el acercamiento instantáneo al consumidor que lo precise, desde cualquier ubicación, acortando las distancias socioeconómicas vigentes hasta hace relativamente escaso tiempo.

d.- La *multiplicidad de los enlaces* en función de los dispositivos empleados, lo cual enriquece la hiperconectividad, mediante los dominios, buscadores, motores de búsqueda, metabuscadores, buscadores específicos o portales.

4.2. Aplicación de otras posibles teorías o posicionamientos del marketing político

Desde la óptica del consumidor de información de esta naturaleza –para ofrecer más posibilidades de acción–, las “5 P’s” se pueden convertir en “5 C’s”, es decir: *compañía, colaboración, clientela, competencia y contexto*.

En esta línea de análisis podemos hacer referencia a cada término en función de los siguientes condicionantes:

- *Compañía*, en tanto se relativizan las líneas informativas, los canales de acceso, las opiniones y posibilidades de búsqueda de esta residencia real en la red.

- *Colaboración*, en la medida en que se suman diferentes medios en el suministro de información (medios en formato digital, redes sociales, portales y/o motores de búsqueda específicos), que analizan el estado de la cuestión en alusión a La Mareta

- *Clientela*, que hace referencia al consumidor de los datos derivados de esta temática, cuyo número varía en relación a la visibilidad de la indagación y que están insertos en las direcciones webs reseñadas en la bibliografía en formato electrónico.

- *Competencia*, concepto que relativiza o establece el posicionamiento de este balance informativo, habida cuenta de los resultados de un análisis DAFO (debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades), inherentes a las posibilidades del recinto y su entorno.

- *Contexto*, que guarda relación con todo lo que se desprende de la naturaleza del lugar y las implicaciones políticas y de otra naturaleza, ya expresados en los apartados correspondientes.

Por otra parte, a estos instrumentos clásicos, algunos estrategias del *marketing* han reivindicado la teoría de las “7P’s”, añadiendo los *procesos y las evidencias físicas* (*Physical Evidences*, en inglés). En este caso, son las propias personas que se manejan en el ámbito digital las que reclaman más información, pues perciben la trascendencia de los acontecimientos en virtud de ese aumento de los datos derivados de los procesos de cambio político y social y de las evidencias observadas al respecto. Haríamos, por tanto, referencia a la creación y activación de una aplicación con datos de variada índole relativos a La Mareta, con información o material formativo, a la vez que receptora de nuevas bases de datos, que se renovarían con periodicidad.

4.3. Análisis DAFO

El *análisis DAFO* (*debilidades, amenazas, fortalezas, oportunidades*) o sus siglas en inglés SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities y Threats*), nos dará un diagnóstico sobre el estado de nuestra entidad tanto a nivel interno como externo y las estrategias

genéricas en función de sus características propias y del entorno real y virtual del mercado en el que se mueve para desarrollar su potencialidad.

El análisis establece su potencial sobre dos ejes diferentes pero complementarios: *Nivel interno* (debilidades y fortalezas) y *Dimensión externa* (oportunidades y amenazas). De su consideración y análisis se desprenderán las consideraciones que aparecen en el cuadro.

DIMENSIÓN INTERNA		DIMENSIÓN EXTERNA	
FORTALEZAS	DEBILIDADES	AMENAZAS	OPORTUNIDADES
Patrimonio Nacional	Dificultades de mantenimiento	Olvido informativo	Imagen externa
Información (TICs)	Retroceso en los índices de visitas	Crisis políticas, sociales o económicas	Usuarios potenciales
Presencia en las redes	Menor difusión	Retraimiento en los medios digitales y redes	Iniciativas para relanzar sus fines utilitarios

Fig. 13 Fuente: Elaboración propia

La residencia real de La Mareta, desde su doble dimensión, nos presenta un conjunto de aspectos de positividad dinámica concretados en sus fortalezas y sus oportunidades, que se contrarrestan con el contexto peligroso de las debilidades y amenazas, en tanto en cuanto producto de consumo por el mundo digital y las redes.

La pertenencia al Patrimonio Nacional la sitúa en un punto de salida favorable, por cuanto se halla en el marco de actuación del potencial consumidor de información, dado que posee un soporte legal como elemento protector. En otro orden de cosas, esta misma situación obliga a potenciar su presencia en el espacio web, que la hace asequible y objeto del conocimiento de su existencia con una mayor velocidad y fiabilidad. Es, por tanto, un núcleo de oportunidad que rivaliza en la potenciación de la imagen de su realidad e historia, a la vez que los usuarios potenciales pueden manejar su disponibilidad, en la medida en que se prevé la puesta en marcha de nuevas medidas que la reactiven.

No obstante, desde el contexto establecido como punto de partida, es perentorio especificar sus debilidades como aspecto de referencia, en la medida en que se hace precisa una mayor difusión de su existencia y de su utilidad, habida cuenta de la escasa rentabilidad y el alto índice de gasto producido, tanto en la apertura en cortos espacios de tiempo, como al estar cerrada por períodos largos, con la consiguiente sangría económica derivada de su mantenimiento. Todo ello ha derivado periódicamente en críticas de diversa naturaleza, incompatibles con un olvido en la red que no se desea.

La nueva situación descrita en páginas anteriores englobaría la intervención de varias administraciones en su actuación, así como el soporte legal propiciado por los convenios interministeriales y la búsqueda de orientaciones inmediatas en un horizonte más amplio e integrador, que parte de la concreción de unas metas claras e integradoras, a la vez que la dinamización e innovación de la información que produzca.

5. CONCLUSIONES

No es casual que todos estos paradigmas acerquen el arte, la política y el marketing, para tratar de convertirlos en un conglomerado de conocimientos aunados mediante las bases de datos de los sitios webs. Tampoco lo es el hecho de que esta amalgama produzca reflexión, discusión e interés del avance en el propio conocimiento y en la difusión del mismo. Podemos, así, interpretar, analizar, desarrollar y formular hipótesis, que fomenten una mejor comprensión de los acontecimientos, procesos y fenómenos sociopolíticos que han girado en torno a La Mareta. Es hora de reactualizar su ajuste en el marco de nuevos espacios y proporcionarle otras salidas.

La Mareta, como elemento arquitectónico, abre muchas posibilidades que deben ser estudiadas, analizadas y estructuradas en un plan ambicioso, englobando presencia física (visitas), mejoras en un claro marco de positivismo renovador y una programación adecuada de objetivos que empujen tanto su conocimiento como la difusión del mismo por medio de las *nuevas tecnologías*, el amplio universo de *Internet* y la correcta utilización de las redes, junto a una actualización permanente a nivel pedagógico en niveles conceptuales y de información general (*global y local*).

En su trayectoria ha mostrado una doble vertiente (multidireccional e interdisciplinar), que es preciso considerar, dado que desde la ubicación insular ha lanzado al mundo un mensaje cargado de historia, que los medios han impulsado. Esta historia partió de la iniciativa personal de un monarca, el rey jordano *Hussein*, que mostró confianza en sus posibilidades, tal vez por su deseo de una mayor conectividad con occidente. Problemas de variada índole le aconsejaron desembarazarse de esa propiedad que pasó a integrarse en una pieza del rompecabezas del Patrimonio Nacional y su entramado legal y geoestratégico.

Las visitas de *mandatarios nacionales e internacionales*, y de la propia *familia real española*, generaron expectativas, que la prensa escrita, los medios digitales y las redes pretendieron consolidar, con pocas repercusiones socioeconómicas y geopolíticas concretas, a la vez que una catarata de información a veces sesgada y poco contrastada, en ocasiones.

Ahora bien, la aplicación de la teoría de las *5P's*, principalmente, y posibilidad de las restantes abre nuevos horizontes que es posible explorar, mediante la aplicación de correspondiente *análisis DAFO*, si se tienen deseos para ello. Estamos, por

tanto, ante la potencial reorganización de un espacio, que nació bajo el sello global y creativo de *César Manrique*, y la aspiración local de integración en un mundo objeto de constantes variables que debe mirar, paulatinamente, hacia atrás y hacia adelante, para ser sujeto de un futuro que precisa de ajustes con visualizaciones digitales igualmente laterales y transversales.

6. BIBLIOGRAFÍA

Monografías, volúmenes colectivos y capítulos o partes de libros

BUENO, G. *El mito de la cultura*. Barcelona, editorial Prensa Ibérica S.A., 1996, pp. 208-214.

CASTELLS, M. *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. Madrid, Alianza Editorial, 1999.

CHÍAS, J. *Marketing político. Por un Gobierno y una Administración al servicio del público*, Madrid, Mc Graw-Hill, 1995.

GONZÁLEZ-VARAS, I. *Conservación de bienes culturales. Teoría, historia, principios y normas*. Madrid, Ediciones Cátedra (Grupo Anaya S.A.), 2005, pp. 511-535.

KOTLER, P. y KELLER, K. L. *Dirección de Marketing*. Madrid, Pearson, Prentice Hall, 2009, pp. 20-24, 55, 710 y 757.

MANRIQUE, C. *Lanzarote, arquitectura inédita*. Lanzarote, Cabildo Insular, 1988.

MATTELART, A. *La mundialización de la comunicación*. Barcelona, Ed. Paidós Comunicación, 1998.

PERDOMO, M. A. "Lanzarote". En RODRÍGUEZ PLACERES, C. Y SOSA DÍAZ, R. (coords.), *La Enciclopedia Temática e Ilustrada de Canarias*. Santa Cruz de Tenerife, Centro de Cultura Popular Canaria, 1998, pág. 587.

REBOLLO MATÍAS, A. *Historia del Arte y patrimonio cultural en España*. Madrid, Editorial Síntesis, 2001, pp. 46-48 y 303-306.

SANTANA, L. *Manrique*. Las Palmas de Gran Canaria. Edirca S.L., 1991, pág. 88.

SANTESMASES MESTRE, M. *Marketing. Conceptos y estrategias*. Madrid, Ediciones Pirámide, 2012, pp. 95-101, 890 y 930-935.

VARIS, T. "The media of the knowledge age". En LEDO ANDIÓN, M. (editora). Santiago de Compostela, Comunicación na Periferia Atlántica, E. Universidad de Santiago de Compostela, 1996.

VIEITES RODRÍGUEZ, R. *Cómo elaborar el análisis DAFO*. Santiago de Compostela, CEEI GALICIA, S.A., 2012, pp. 15-17.

VIGOUROUX, R. *La fábrica de lo bello*. Barcelona, Editorial Prensa Ibérica S.A., 1996, pp. 35-38.

ZOLBERG, V. L. *Sociología de las artes*. Madrid, Fundación Autor, 2002, pp. 240-247.

Artículos en publicaciones seriadas (revistas, prensa, ...)

ARROCHA, R. “Doña María de Las Mercedes fallece en Lanzarote rodeada de toda la Familia Real”, en *ABC*, Madrid, de enero de 2000.

FERNÁNDEZ PARRAT, S. *La globalización de la comunicación*. Universidad de Sevilla, *Ámbitos*, núm. 8, 2002, p.1-10.

GARCÍA-ATANCE y GARCÍA DE MORA, M. V. *El Patrimonio Nacional*. Madrid, UNED. *Revista de Derecho Político*, núm. 33, 1991, pp. 151-171.

MARTÍN, C. “La visita de Gorbachov a Lanzarote”, en *Diario de Avisos*, Santa Cruz de Tenerife, 26 de diciembre de 2016.

MINGUEZ GARCÍA, M. C. y GARCÍA HERNÁNDEZ, M. *Funcionalidad turística de los Reales Sitios Españoles: problemas y perspectivas*. *Eria*, Revista de Geografía, nº 66, Universidad de Oviedo, 2005, pp. 71-84.

RUIZ B. “La Mareta de Lanzarote, la otra casa de las vacaciones reales, en el olvido”, en *El Mundo*, Madrid, 8 de agosto de 2015. (edición digital).

VÁZQUEZ GUILLÉN, A. *El nuevo Patrimonio Nacional*, en *El País*, Madrid, 17 de mayo de 1982.

ZAYA, A. “César Manrique, el arte total como atributo”, en *El Día*, Santa Cruz de Tenerife, 22 de enero de 1977.

Formato electrónico

BLAIR, T., DELORS, J. y SCHRÖDER, G. (2011, 8 de septiembre). *Europa es la solución, no el problema*. Recuperado el 10 de abril de 2017 de http://elpais.com/diario/2011/09/08/opinion/1315432804_850215.html

CEMBRERO, I. y MARTÍ FONT, J. M. (1991, 2 de mayo). *Felipe González y Helmut Kohl intentan olvidarse de sus problemas en Lanzarote*. Recuperado el 8 de abril de 2017 de http://elpais.com/diario/1991/05/02/espana/673135205_850215.html/

CID DELANCER, S. E. (2012, 7 de marzo). *De la globalización a la glocalización. Enfoque práctico*. Recuperado el 1 de abril de 2017 de www.eoi.es/.../de-la-globalizacion-a-la-glocalizacion-enfoque-practico/.

FERNÁNDEZ PARRAT, S. (2002, febrero). *La glocalización de la comunicación*. Universidad Carlos III. Madrid. Recuperado el 6 de abril de 2017 de <http://www.comunicación y medios.com>.

HERNÁNDEZ, S. (2005, 30 de julio). *Zapatero ha elegido 'La Mareta', en Lanzarote, para pasar sus vacaciones*. Recuperado en <http://www.Canarias7.es/articulo.cfm?id=6888> el 12 de abril de 2017.

M.P. y D.R. (2014, 6 de marzo). *La Mareta, paraíso real en Lanzarote*. Recuperado el 1 de abril de 2017 de <http://www.laopinion.es/Canarias/2014/06/03/mareta-paraiso-real-lanzarote/545720.html>. *La Opinión* (diario digital), Santa Cruz de Tenerife.

MARTÍN, C. (1992, 28 de agosto). *El matrimonio Gorbachov demostró su excelente forma en una larga caminata por la isla*. Recuperado el 10 de abril de 2017 de http://elpais.com/diario/1992/08/28/ultima/714952801_850215.html

MARTÍN DEL POZO, C. (1992, 31 de agosto). *El Gobierno suspende las visitas oficiales a Gorbachov en Lanzarote*, Recuperado el día 10 de abril de 2017 de http://elpais.com/diario/1992/08/31/espana/715212002_850215.html

MARTÍNEZ-FORNÉS, A. (2009). *Zapatero regresa a La Mareta*. Recuperado en <http://www.abc.es/20090713/nacional-politica/zapatero-regresa-mareta-20090713.html> el 12 de abril de 2017.

MARTÍNEZ-FORNÉS, A. (2015, 4 de diciembre). *El Rey comparte La Mareta*. Recuperado en http://www.abc.es/espana/casa-real/abci-comparte-mareta-201512040308_noticia.html el 12 de abril de 2017

O'REILLY, T. (2005). *Definición y ejemplificación de la 2.0*. Recuperado el 4 de abril de 2017 de <http://www.ganyet.com/> // BY-SA 3.0

OLIVO, S. (2006, 18 de julio). *Las vacaciones de Zapatero en Lanzarote a "cuerpo de Rey"*. Recuperado el 13 de abril de 2017 de <http://www.20minutos.es/noticia/142207/0/Zapatero/vacaciones/Lanzarote/>

RIVERO, D. (2014, 6 de marzo). *La Mareta, la casa conejera de la Familia Real*. Recuperado de <http://www.laprovincia.es/lanzarote/2014/06/03/mareta-casa-conejera-familia-real/612429.html> el 1 de abril de 2017

RIVERO, C. (2016, 26 de diciembre). *Gorbachov, entrevista en La Mareta*. Recuperado de <http://diariodeavisos.elespanol.com/2016/12/gorbachov-entrevista-la-mareta/> eñ 5 de abril de 2017.

RÓDENAS, V. (2005). *La reforma de La Mareta para acoger a la familia Zapatero costó 271.000 euros*. Recuperado el 12 de abril de 2017.

www.abc.es/.../la-reforma-de-la-mareta-para-acoger-a-la-familia-zapatero-costo-271000-euros_611149943692.html

RUIZ, B. (2015, 8 de agosto). *La Mareta de Lanzarote, la otra casa de las vacaciones reales, en el olvido*. Recuperado el 14 de abril de 2017 de <http://www.elmundo.es/loc/2015/08/08/55c2468422601ddb5d8b4581.html>

TORRES, D. (1994, 16 de diciembre). *Hussein descansa en Lanzarote*. Recuperado de http://elpais.com/diario/1994/12/16/agenda/787532405_850215.html el 10 de abril de 2017.

TORRES, D. (2014, 24 de febrero). *Vino de la tierra rumbo a Kazajistán*. Recuperado el 20 de abril de 2017 de <http://www.laprovincia.es/turismo/2014/01/29/vino-tierra-rumbo-kazajistan/586655.html>

VITE, J. (2013, 25 de septiembre). *Globalización de la comunicación*. Recuperado de <https://javiervite.wordpress.com/category/academia/globalizacion-de-la-comunicacion/> el 31 de marzo de 2017.

Sin autoría

- Residencia Real La Mareta en:
http://wikivisually.com/lang-es/wiki/Residencia_Real_de_La_Mareta
http://www.es.wikipedia.org/wiki/Residencia_Real_de_La_Mareta.

- Die Spanier kommen (1991, 10 de mayo) en www.zeit.de/1991/20

- VII Cumbre hispano-alemana (1991, 1-2 de mayo, Lanzarote) en <https://culturaberlin.files.wordpress.com/2012/03/alemania.pdf>. p.47

- Hussein I, Premio Príncipe de Asturias de la Concordia (1995, 15 de septiembre), en http://www.elpais.com/diario/1995/09/16/internacional/811202406_850215.html/

- Helmut Kohl Premio Príncipe de Asturias de Cooperación Internacional (1996) <http://web.archive.org/web/20091009093157/http://www.fundacionprincipedeasturias.org/premios/1996/helmut-kohl>

- Helmut Kohl en <http://www.historiasiglo20.org/BIO/kohl.htm>

- Václav Havel, Premio Príncipe de Asturias de Comunicación y Humanidades

- (1997, 11 de abril), en <http://web.archive.org/web/20091009203520/http://www.fundacionprincipedeasturias.org/premios/1997/vaclav-havel/jury/>

- El presidente checo, Vaclav Havel, aplaza su visita a Lanzarote hasta el miércoles en <http://web.eldia.es/2002-01-07/lista.htm>

- El presidente checo inicia una visita privada a Lanzarote en <http://www.eldia.es/servicios/busquedas/?SearchString=V%Elclav+Havel%2C+>

- Václav Havel se recupera en Lanzarote invitado por don Juan Carlos, en *ABC*, (<http://hemeroteca.abc.es/nav/Navigate.exe/hemeroteca/madrid/abc/2002/01/09/030.html>), Internacional pág. 30 (2002, 9 de enero)

- Václav Havel fue un asiduo visitante de Canarias por razones de salud en <http://dosmundos.cz/?p=2267&lang=es> *Dos Mundos. La Web de las relaciones hispano-checas*
- Václav Havel fue un asiduo visitante de Canarias por razones de salud en <http://agencias.abc.es/agencias/noticia.asp?noticia=1041030>
- XVII Cumbre hispano-alemana (2003, 11-12 febrero, Lanzarote) en <https://culturaberlin.files.wordpress.com/2012/03/alemania.pdf> p. 52
- Bundeskanzler Schröder spricht sich in Spanien für friedliche Lösung des Irak-Konfliktes (2003, 12 de febrero) en www.newscontent.de/archiv/00000293.html
- José M^a Aznar con Gerhard Schröder en Lanzarote (2003, 13 de febrero) en http://elpais.com/diario/2003/02/13/espana/1045090802_740215.html/
- Los Príncipes de Asturias posan con su hija, la infanta Leonor, en La Mareta [http://www.hola.com/realeza/casa_espanola/2005122715904/casasreales/espanola/principes/lanzarote_\(2005, 27 de diciembre\)](http://www.hola.com/realeza/casa_espanola/2005122715904/casasreales/espanola/principes/lanzarote_(2005, 27 de diciembre))
- Felipe y Letizia muestran a su hija Leonor (2005, 28 de diciembre) en http://www.elperiodicodearagon.com/noticias/sociedad/felipe-letizia-muestran-hija-leonor-tejanos_222804.html
- Biografía de José Luis Rodríguez Zapatero. La enciclopedia biográfica en línea, en http://www.biografiasyvidas.com/biografia/r/rodriguez_zapatero.htm
- Zapatero vuelve a La Mareta (2009, 2 de agosto) en <http://www.libertaddigital.com/nacional/zapatero-vuelve-a-la-mareta-1276366732/>
- Hola islas Canarias. Perfil turístico (Información referente al 2011) en: http://www.turismodeCanarias.com/promoturturismoCanarias/wp-content/uploads/2013/01/Promotur_Islas-Canarias_2011.pdf.
- En <http://www.abc.es/espana/.../abci-presidente-kazajistan-visita-espana-201302050840.html>
- Nazarbáyev visitó Lanzarote en <http://carmelorivero.es/page/69/>
- El vino canario se exportará a Kazajistán (2014, 28 de enero) en <http://www.elperiodicodelanzarote.com/Canarias/gran-canaria/10858-el-vino-canario-se-exportara-a-kazajistan.html>
- Ficha Oficina Información Diplomática de la República Checa (junio de 2016) en http://www.exteriores.gob.es/Documents/FichasPais/REPUBLICACHECA_FICHA%20PAIS.pdf
- El Rey cede su residencia en Lanzarote para la promoción de España en http://politica.elpais.com/politica/2015/12/04/actualidad/1449243166_260568.html

- Lanzarote apuesta por la diversificación de mercados turísticos con una acción en Praga en <https://ociolanzarote.com/noticias/lanzarote-apuesta-por-la-diversificacion-de-mercados-turisticos-con-una-accion-en-praga/amp/>

- Casa Real pone 'La Mareta' al servicio de los intereses turísticos de España (2015, 2 de diciembre) en <http://www.rtv.es/noticias/casa-real-pone-la-mareta-al-servicio-de-los-intereses-turisticos-de-espana-144574.aspx>

- La Mareta de Lanzarote, la otra casa de las vacaciones reales, en el olvido en <http://www.elmundo.es/loc/2015/08/08/55c2468422601ddb5d8b4581.html>

- Patrimonio Nacional pone "La Mareta" al servicio del turismo en <http://www.economista.es/turismo-viajes/noticias/7206659/12/15/Patrimonio-Nacional-pone-La-Mareta-al-servicio-del-turismo.html>

- Multimedia y Web 2.0. en [www.ite.educacion.es/formacion/.../concepto de_web_20.html](http://www.ite.educacion.es/formacion/.../concepto_de_web_20.html) el 5 de abril de 2017.

- Web. 2.0 en https://www.es.wikipedia.org/wiki/Web_2.0

- Web 3.0 en https://es.wikipedia.org/wiki/Web_3.0 y en <http://www.web30web-semantica.comuf.com/web30.htm>

Aspectos legales

- Patrimonio Nacional en <http://www.patrimonionacional.es/>

- Ley 23/1982, de 16 de junio, que regula el Patrimonio Nacional en: <http://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-1982-15230>
<http://www.boe.es/boe/dias/1982/06/22/pdfs/A16948-16950.pdf>

- El reglamento de la Ley de 1982. Aprobado por Real Decreto 494/1987

- Ley 16/1985, de 25 de junio, del Patrimonio Histórico Español (BOE de 29 de junio de 1985)

-Real Decreto 600/2011, de 29 de abril.

7. ANEXO (ILUSTRACIONES Y PIE DE FOTOS)



Fig.1



Fig.2



Fig.3



Fig.4



Fig.5



Fig.6



Fig.7



Fig.8



Fig.9



Fig.10

Fig. 1	www.Canarias7.es/articulo.cfm?id=136501&p=1 FOTO: JOSÉ LUIS CARRASCO
Fig. 2	https://es.wikipedia.org/wiki/Husein_I_de_Jordania
Fig. 3	http://www.efedata.com/foto/lanzarote-151991-presidente-gobierno-espanol-fernando-gonzalez-acompanado-canciller/FOTOTECA/8/3808/401400
Fig. 4	http://diariodeavisos.lespanol.com/2016/12/gorbachov-entrevista-la-mareta/
Fig.5	http://dosmundos.cz/?p=2267&lang=es
Fig. 6	http://www.abc.es/hemeroteca/historico-12-02-2003/abc/Guerra/aznar-y-schroeder-confirman-sus-discrepancias-sobre-el-conflicto-de-irak_161673.html
Fig. 7	http://www.abc.es/20090713/nacional-politica/zapatero-regresa-mareta-20090713.html
Fig. 8	http://www.carmelrivero.es/page/69/
Fig. 9	http://www.hola.com/realeza/casa_espanola/2005122715904/casasreales/espanola/principes/lanzarote
Fig. 10	http://www.laprovincia.es/lanzarote/2014/06/03/mareta-casa-conejera-familia-real/612429.html

