

# **LA RUTA BÉTICA ROMANA: ANÁLISIS DE GESTIÓN Y PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN EN EL ESCENARIO DEL COVID-19**

## **Roman Baetica Route: Management analysis and implementation proposal**

**María Teresa de Luque Morales<sup>40</sup>, Patricia Téllez Francisco<sup>41</sup>**

### **RESUMEN**

Ante el cambio de paradigma en el turismo a causa de la pandemia Covid-19, se presentan nuevos escenarios en el sector: productos mucho más específicos para un público más exigente que huye de los itinerarios masificados y busca experiencias únicas, de manera que se plantean nuevas oportunidades para las rutas temáticas de turismo cultural en destinos emergentes y/o rurales como la Ruta de la Bética Romana.

La gestión llevada a cabo por la Junta de Andalucía radica en una gran oferta turística-cultural, siendo prueba de ello las numerosas rutas temáticas y culturales distribuidas por toda la Comunidad Autónoma. Estas pueden ser revitalizadas y reactivadas como oferta alternativa que diversifique y polarice el panorama actual. Confiando en la calidad de los productos turístico-culturales con los que la provincia de Córdoba cuenta, el presente trabajo de investigación busca analizar la Ruta Bética Romana, uno de los itinerarios con más interés patrimonial y turístico que aún no sólo una temática, sino también un conjunto de municipios que comparten un legado común.

Así, en el presente capítulo se pretende realizar un análisis de la ruta mediante una metodología mixta, tanto cuantitativa como cualitativa, que permita conocer en profundidad la gestión actual de la ruta y proponer una implementación de la misma. Este ejercicio de buenas

---

<sup>40</sup> Contratada FPU, Programa de Doctorado Interuniversitario en Patrimonio. Universidad de Córdoba, Area de Historia Antigua (grupo de investigación HUM-342): [mtdeluque@uco.es](mailto:mtdeluque@uco.es)

<sup>41</sup> Doctoranda, Programa de Doctorado Interuniversitario en Turismo (Gestión del Patrimonio Cultural, Museos y Desarrollo local), Universidad de Sevilla (grupo de investigación SEJ-149): [pattelfra@alum.us.es](mailto:pattelfra@alum.us.es)

prácticas, fundamental para el binomio turismo-patrimonio, establecería una nueva era en la gestión de la ruta acorde con la demanda turística post-covid19.

**Palabras Clave:** Turismo cultural, Ruta Turística, Patrimonio, Roma, Bética.

## **ABSTRACT**

Given the change of paradigm in tourism as a result of the Covid-19 pandemic, new scenarios are being presented in the sector: much more specific products for a more demanding public that is fleeing from mass itineraries and seeking unique experiences. Characteristics which form the core of cultural tourism.

The management carried out by the Andalusian Regional Government is based on a wide range of cultural tourism products, as evidenced by the numerous thematic and cultural routes distributed throughout the Autonomous Community. These can be revitalised and reactivated as an alternative offer that diversifies and polarises the current panorama. Trusting in the quality of the cultural tourism products available in the province of Cordoba, this research project aims to analyse the Roman Betica Route, one of the routes with the greatest heritage and tourist interest, which brings together not only one theme, but also a group of municipalities which share a common legacy.

Thus, this chapter aims to carry out an analysis of the route using a mixed methodology, both quantitative and qualitative, which will provide in-depth knowledge of the current management of the route and propose its implementation. This exercise in good practice, which is fundamental for the tourism-heritage binomial, would establish a new era in the management of the route in accordance with post-Covid19 tourism demand.

**Keywords:** Cultural tourism, Tourist Route, Heritage, Rome, Baetica.

## **1. INTRODUCCIÓN**

La presente investigación surge, por una parte, ante las necesidades que la pandemia producida por el Covid-19 ha planteado para el sector turístico, el cual representa un ámbito fundamental para la economía. Por otra parte, por las distintas alternativas turístico-culturales que ofrece Andalucía en general y el municipio de Córdoba en particular.

En este sentido, analizando las rutas e itinerarios prediseñados y promocionados por la Junta de Andalucía, recalco nuestra atención como especialistas e investigadoras del patrimonio cultural andaluz respectivamente, el caso de la ruta de la Bética Romana. Este es un claro ejemplo de promoción de destinos que tiene como principales objetivos el desarrollo local de los municipios integrantes

y la reorganización de la carga turística hacia otras destinos situadas en el interior de la región. Sigue una temática en común y está complementada por una infraestructura turística que motiva el crecimiento económico de la zona.

Por lo tanto, se analiza el estado actual de la gestión de la ruta desde una óptica crítica para destacar las fortalezas y debilidades de la misma, así como plantear buenas prácticas para su promoción y difusión en la situación actual. Se ha seguido una metodología mixta (cuantitativa y cualitativa), reforzada por una revisión bibliográfica más detallada a lo largo del capítulo; un análisis de los resultados obtenidos y unas conclusiones que resumen los planteamientos a tener en cuenta para una futura promoción de la ruta.

Así pues, dos son los objetivos principales:

1. Analizar la gestión actual de la ruta.
2. Proponer alternativas para el establecimiento de unas buenas prácticas en materia de difusión y salvaguarda del patrimonio histórico-arqueológico acorde con la oferta turística.

## **2. ESTADO DE LA CUESTIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN**

Turismo y Patrimonio son dos conceptos que, a menudo y, sobre todo desde finales del siglo XX, quedan ligados mediante la creación de itinerarios culturales de carácter patrimonial. En los últimos años, coincidiendo con el auge del turismo cultural, las rutas turísticas también han proliferado en este sector, destacando aquellas que poseen algún encanto para el patrimonio histórico, artístico o arqueológico. Caminos, en definitiva, que se extienden por toda la geografía mundial. Sin embargo, para comprender en profundidad el sujeto de la presente investigación, cabría realizar una conceptualización para clarificar qué es exactamente un itinerario cultural y en qué se diferencia de una ruta turística. Dos conceptos dicotómicos cuyo significado en su promoción turística suele confundirse.

La definición de “itinerario cultural” tiene su origen en el año 2000, coincidiendo con la inscripción del Camino de Santiago de Compostela (en concreto, el camino francés) en España como Patrimonio Mundial. Administraciones públicas y agentes turísticos establecieron las bases de una planificación futura, localizables en las actas de diversas reuniones del Comité de Itinerarios Culturales del ICOMOS (2001). No obstante, no fue sino una década después cuando se publicó la *Carta de Itinerarios Culturales* (2008) firmada por el ICOMOS

Internacional, donde quedaban recogidos la definición, metodologías, características y criterios para establecer dichos itinerarios culturales.

Así, atendiendo al documento, un Itinerario Cultural sería, citando textualmente, “*toda vía de comunicación terrestre, acuática o de otro tipo, físicamente determinada y caracterizada por poseer su propia y específica dinámica y funcionalidad histórica al servicio de un fin concreto y determinado*” (CIC, 2008). Todos ellos deben responder a un conjunto de condiciones: deben su origen a un movimiento interactivo de personas que conforman intercambios culturales multidimensionales entre distintas zonas geográficas en un determinado espacio temporal; deben de haber interferido en ciertas manifestaciones del patrimonio inmaterial y material; y, por tanto, debe existir un sistema de relaciones recogidas en su historia y bienes culturales. Siguiendo dichas indicaciones, la Carta de Itinerarios Culturales (CIC, 2008) también proponen una serie de elementos definitorios. Estos son: un contexto, tanto natural como cultural; un contenido, es decir, un hilo conductor que agrupe las manifestaciones culturales de los pueblos y regiones por los que dicho itinerario transita; por último, ha de tener un carácter dinámico y un entorno que debe ser respetado y conservado.

Además, el ICOMOS establece una clasificación de los itinerarios atendiendo a distintos criterios: por dimensión territorial (locales, nacionales, regionales, continentales o intercontinentales); por su dimensión cultural; por función social, económica, política o cultural; por su duración en el tiempo (tanto aquellos que no se utilizan como los que siguen siendo transitados); por su estructura (lineal, circular, etc.) y por su marco natural (terrestres, acuáticos, mixtos u otra naturaleza).

También queda recogido en el documento que dos de sus características esenciales deben radicar en su autenticidad y tener una integridad que muestre la importancia de su historia. Estas dos piezas son claves para la puesta en valor de los itinerarios culturales. La metodología propuesta para la definición y distinción de itinerario cultural radica en la investigación, valoración, protección, conservación, uso y gestión. La clave del éxito consiste en una actividad coordinada entre las distintas zonas geográficas que configuran el itinerario cultural; la elaboración de un inventario que englobe todos los bienes patrimoniales; un plan de salvaguarda a medio y largo plazo, así como otro de conservación. En este último requisito, deben constar medidas dirigidas a promover el conocimiento y la conciencia social sobre el Itinerario Cultural y *despertar el interés de las entidades públicas y particulares*.

Su diseño debe plantearse desde una perspectiva holística, multidisciplinar y participativa. Dicha participación quedará reflejada en los planes de financiación, de manera bilateral o unilateral por parte de instituciones u organismos encargados. Además, deberá contar con una infraestructura complementaria basada en una oferta turística, vías de acceso, planes ambientales, análisis de impacto, medidas de control y seguimiento para evaluar posibles efectos negativos. Toda la información detallada por parte del ICOMOS también la refundan la UNESCO y el propio Consejo Europeo con su red de itinerarios culturales.

En la dicotomía conceptual, encontramos por otra parte, las rutas turísticas. Su característica esencial es la invención de un producto para su comercialización en el ámbito turístico. Buscan cohesionar elementos culturales que tengan relación con la temática establecida para ese producto turístico; no existe una base sólida con valor patrimonial, sino la selección de hitos que encuadren en la dinámica. Su creación está motivada tanto por organismos e instituciones públicas y privadas. Existe una total libertad para elegir temática y recorrido, en la mayoría de los casos complementadas con una infraestructura turística para uso y disfrute de los visitantes (Pulido-Fernández, 2006).

Aunque la reflexión sobre las definiciones y su consideración como sujeto de estudio en las investigaciones más recientes sobre patrimonio no tuvieron lugar hasta principios del nuevo milenio, el número de rutas e itinerarios ha crecido exponencialmente desde el siglo XX. Entre los principales estudios realizados sobre la materia en cuestión, destacan el documento anteriormente referido, así como las actas de las reuniones del Comité Internacional de Itinerarios Culturales del ICOMOS (CIIC, 2001; 2008); los estudios realizados por Hernández (2011), Martorell (2003; 2004; 2009; 2012 y 2014); Suarez-Inclán (2003; 2004; y 2005); López-Fernández (2006); Míguez (2004); López-Fernández (2006); Pulido-Fernández (2006); Fernández-Salinas (2013). Todos ellos consultados para la elaboración de la presente investigación, confeccionan una serie de puntos en común: la caracterización, distinción, análisis y crítica que, casi dos décadas después muestra la gestión del patrimonio cultural a través de dichos itinerarios.

De todos ellos, se obtienen una serie de características esenciales:

- ❑ Tanto los itinerarios culturales como las rutas turísticas sitúan no sólo geográficamente los bienes patrimoniales, sino que transforman ese patrimonio en un producto turístico introducido en la lógica del mercado, sujeto a sus propios flujos y dinámicas. El objetivo final no es sólo el de preservar y difundir, sino también el de la atracción de los

visitantes. Bajo estas premisas, los discursos patrimoniales serán narrativas organizadas originando nuevas visiones e imágenes que se alejan de la verdadera esencia del patrimonio (Hernández, 2011).

- ❑ Pueden ofrecer un cambio cualitativo para la valoración del patrimonio, que pasa a ser nexo de unión entre los bienes patrimoniales, su contexto natural, así como en la configuración de una identidad cultural. El turismo, beneficia la difusión del patrimonio al hacer accesible el acercamiento a esas zonas locales, propiciando su desarrollo (Lopez- Fernandez, 2006).
- ❑ El diseño debe ser elaborado y comisionado por un grupo de expertos, integrado por organismos especializados que cuenten con la financiación de administraciones locales, regionales, nacionales o internacionales (Hernández, 2011; López-Fernández, 2006).

Sin embargo, como bien señala Pulido-Fernández (2006), existen unos errores claves para que un itinerario cultural no cuente con esas ventajas del sector turístico y, por lo tanto, falle en sus labores de difusión y desarrollo local. Estos pueden resumirse en los siguientes:

- ❑ El itinerario es un diseño ideal, carece de planificación como producto turístico.
- ❑ El patrimonio no es accesible, por lo que queda fuera de las operaciones turísticas.
- ❑ Falta de señalética, ausencia de información contrastada y actualizada de la ruta. Ausencia de intérpretes del patrimonio que conviertan la experiencia en algo único.
- ❑ Desigual oferta en las distintas zonas por las que transita la ruta (tanto a nivel de promoción, como de infraestructura).
- ❑ La infraestructura y la oferta del itinerario depende de la estacionalidad de la zona geográfica.
- ❑ Su rentabilidad se basa en productos en tienda y no en la calidad de su presentación.

Por lo tanto, es esencial que se establezcan los marcos competenciales de las distintas administraciones locales y de la Comunidad Autónoma por la que circula el itinerario en cuestión. Dichos órganos son los encargados de la promoción

turística de los itinerarios culturales. Basándonos en criterios constitucionales (y tal y como menciona Calderón Puerta *et alii*, 2018); las comunidades autónomas se han de encargar de la “*promoción y ordenación del turismo dentro de su ámbito territorial*” (art. 148.1.18<sup>a</sup>). Entre los distintos instrumentos utilizados para tales labores, encontramos las páginas web, publicaciones, señalética, ferias, etc.

Toda esta teorización, abarca nuevos escenarios debido a la situación actual causada por el Covid-19. El inminente surgimiento de una nueva era en el orden mundial, y en el sector turístico en particular, motiva la proliferación de escenarios *ex novo* que pueden servir para, no sólo una óptima mercantilización de los bienes turísticos, sino también para la puesta en marcha de buenas prácticas en la gestión patrimonial de los bienes e itinerarios Culturales.

En este sentido, se plantea un breve análisis de la ruta Bética Romana como ruta turística que beneficie la promoción turística de las zonas geográficas en las que transcurre, especialmente la provincia de Córdoba, y aúna los criterios y metodologías básicas propuestas por la CIIC (2008), para cumplir con las necesidades de valoración, promoción y conservación del patrimonio cultural.

## **2.1. La provincia romana de la Bética**

*Baetica* era la denominación que recibía esta provincia perteneciente a *Hispania*; se trata de una región que coincide prácticamente con la actual Andalucía. El nombre que recibe deriva de *Baetis*, ya que así era como designaban al río Guadalquivir, cuyo curso delimitaba esta región y le daba una cierta unidad geográfica.

Dentro de esta provincia se encontraban una serie de pueblos que ya poseían su propia tradición y cultura: los turdetanos, quienes se localizaban en las cercanías del valle del Guadalquivir (Calvo Laula, 2000). Se trataba de una zona fértil, rica en materias primas y que contaba con una alta densidad poblacional. La economía de este territorio tendría como actividades principales la agricultura, ganadería y la explotación minera, así como una importante industria de salazones de pescado.

En el año 218 a.C. se intensifica la llegada de la civilización romana a la península ibérica, donde se enfrentarían a los cartagineses, comenzando así la II Guerra Púnica, hasta su expulsión con la conquista de Cádiz en el 206 a.C. La

función de los romanos parecía en un principio la de liberadores de la ocupación cartaginesa, nada más lejos de la realidad, ya que la población prerromana reaccionó contra la nueva ocupación, sin llegar a un verdadero periodo de paz hasta época imperial (Rodríguez Neila, 2008).

En el 197 a.C. y tras el sometimiento del Sur y Levante de la Península Ibérica, los romanos establecieron dos provincias en estos territorios: la provincia romana *Citerior*, que ocupaba la zona levantina, y la provincia *Ulterior*, en el Sur; la frontera entre ambas sería *Cartago Nova*.

Durante este periodo correspondiente a la República, la ciudad más relevante dentro de la provincia *Ulterior* fue *Corduba*, fundada por el cónsul romano Claudio Marcelo en alguna de sus dos visitas a Hispania, en el 169-168 y 152-151 a.C., junto al poblado turdetano. Su situación geográfica resultaba esencial como nudo de comunicaciones, ya que facilitaba las operaciones militares y las actividades administrativas (Rodà de Llanza, 2009).

A lo largo del siglo I a.C. tuvieron lugar una serie de enfrentamientos esporádicos; sin embargo, hasta la guerra civil que enfrentó a César y Pompeyo, no jugó un papel relevante, ya que en ella se produjo el último conflicto, en el 45 a.C.: la batalla de *Munda*. Este enfrentamiento culminó con la victoria de César, comenzando así el apogeo de la romanización en la zona.

Con el surgimiento del Imperio, Augusto divide la *Ulterior* en dos provincias: la *Baetica*, la cual dependerá directamente del Senado de Roma y su capital se establecerá en *Corduba*; y la *Lusitania*, provincia imperial. El límite de ambas provincias estaba fijado en el río Guadiana. La Bética, al ser la provincia más romanizada de Hispania, pronto se adaptó a la organización administrativa romana (Rodà de Llanza 2009).

La provincia romana de la Bética constituyó la conexión entre las regiones europeas y africanas del Imperio Romano gracias a la *via Augusta* (Calvo Laula, 2000). Aunque la *via Augusta* siguió con ligeras variantes un trazado precedente, la *via Heraklea*, será Augusto quien confiera a este camino una capacidad “transnacional” con una importante mejora del sistema de comunicaciones, pues viniendo por esta vía desde Roma e Italia por el Sur de la Galia y el Levante hispano, se terminaba en *Gades* (Rodríguez Neila, 2008).

Además de esta vía, esta provincia contaba con el río *Baetis* como el otro gran eje de comunicaciones, sobre todo para el comercio, ya que era navegable hasta *Hispalis* con barcos de gran calado, y hasta *Corduba* con barcos de ribera

(Rodà de Llanza 2009). Como hemos señalado, gran parte del tráfico fluvial correspondía a la comercialización, ya por vía marítima, a diversas ciudades del imperio. Según Plinio, se empleaban siete días en un viaje de *Gades* a Ostia, el puerto de Roma (Rodríguez Neila, 2008).

## 2.2. Ruta Bética romana

La Ruta Bética Romana recorre doce ciudades que se encuentran repartidas por las provincias de Sevilla, Cádiz y Córdoba, siguiendo el camino marcado por la antigua *Via Augusta*. Además de la importancia del periodo romano en estas zonas, encontramos espacios paisajísticos de gran interés geográfico y natural como son el Parque Natural de la Subbética cordobesa, la Campiña, el Parque Natural de la Bahía de Cádiz o el Valle del Guadalquivir.

Desde los siglos III a.C. hasta el siglo V, la *Baetica* fue uno de los territorios anexionados al Imperio Romano y que mayor romanización presentó, tomando como ejemplo la subida al poder imperial a fines del siglo I y durante el II de dos emperadores vinculados a ella: Trajano y Adriano.

Dentro de la ruta, nos centraremos en los municipios que se encuentran en nuestra provincia: Almodóvar del Río, Montoro, Almedinilla, Puente Genil, Baena y Córdoba.



Fuente: *Ruta Bética Romana*. Véase: <https://beticaromana.org/>

## Objetivos de la ruta

El diseño de la ruta comprende varios objetivos:

- El propósito de desarrollar la promoción de los municipios seleccionados al amparo de una oferta turístico-cultural.
- Un trabajo en red que englobe a las administraciones y agentes socioeconómicos para promover acciones en común que beneficien el desarrollo local de los municipios.
- Ofrecer una alternativa turística que amplíe el horizonte de la actual oferta.
- Crear nuevas zonas de flujo turístico para restablecer a cargo de algunos municipios.
- Aumentar la demanda de turismo del interior.
- Difundir y conservar el Patrimonio Histórico, Natural y Cultural de Andalucía y el Mediterráneo.

## Qué ofrece la ruta...

Un recorrido con un elemento común: el pasado romano. Si bien el legado de Roma queda complementado por toda la oferta patrimonial que comprende los municipios seleccionados para la ruta. En su página web, el contenido queda organizado según municipios, temas singulares y temas complementarios, cada cual dependiendo de la oferta patrimonial que albergue. Así, en el caso de Almodóvar del río, el tema complementario sin lugar a dudas es el Castillo; o en Almedinilla, su medio natural. Sin embargo, haciendo un análisis exhaustivo de los bienes patrimoniales romanos, esto quedaría resumido en la siguiente tabla:

Tabla 1. Atractivos principales de los municipios de la ruta de la Bética Romana. Fuente: Elaboración propia

MUNICIPIO	TEMA SINGULAR	TEMA COMPLEMENTARIO
ALMEDINILLA	La villa romana de "El Ruedo"	El medio natural: la sierra Subbética
ALMODÓVAR DEL RÍO	El río - <i>Portus</i> romano	El castillo

<b>CÓRDOBA</b>	La administración -Puente romano - Templo C/Claudio Marcelo	La arquitectura de Al-Ándalus
<b>MONTORO</b>	La escultura: Museo Arqueológico Municipal	Parque Natural Cardeña-Montoro
<b>PUENTE GENIL</b>	Los mosaicos de la villa romana de Fuente Álamo	El retrato: Museo Arqueológico
<b>BAENA</b>	Parque Arqueológico de Torreparedones	Museo del Olivar y Aceite

A su vez, para la difusión del patrimonio, la ruta cuenta con una serie de concursos que se llevan a cabo a través de las redes sociales; ciclos de conferencias de distinta índole siguiendo siempre la temática romana que integra las localidades integrantes. Además, en la misma página web se encuentran disponibles las memorias de actuaciones desde 1997 hasta 2012. Ponen a disposición toda una serie de artículos y conferencias para conocer algunos de los ítems que ampara la ruta. Entre ellos se destacan las publicaciones como “Conservación Arqueológica y turismo. La ruta Bética Romana” (Rodríguez, I.; 2007); “La vía augusta en la bética romana” (Lieros, R.; Rodríguez, I.; 2006); “Las oficinas municipales de Turismo en Red. El caso de la Ruta Bética Romana” (Rodríguez, I.; 2006); “El Patrimonio en su Valor Social” (Rodríguez, I. 2007), “Convivium. De las costumbres culinarias romanas” (Ed. Ruta Bética Romana, 2007).

En todas ellas, los autores realizan una reflexión sobre el diseño, la puesta en valor y difusión del patrimonio histórico, natural y cultural que integra la ruta. Señalan la ruta como un caso excepcional, dada su metodología de base, pues la misma se proyecta desde las propias Oficinas Municipales de Turismo, museos y servicios municipales de Arqueología, así como sus informadores primarios, los que han llevado a cabo la creación del inventario de recursos turísticos y patrimoniales, fundamental para el plan de actuación de la ruta Bética.

Por lo tanto, la metodología y organigrama de la ruta quedaría recogida en el siguiente esquema:

- La oficina de la Ruta Bética Romana es la encargada de realizar las normas de cumplimentación y el diseño de la ficha modelo. Ambas se transferirán a los ayuntamientos quienes derivarán toda la información a sus

museos municipales, a los servicios municipales de arqueología y a las oficinas municipales de turismo; quienes deberán seguir las indicaciones de la gerencia de la ruta.

Todo el material promocional de la ruta fue posible gracias al convenio firmado por la Consejería de Turismo y Deporte durante el año 2001. La principal bibliografía fue redactada por los propios técnicos municipales que, según señala Rodríguez, I. (2007), cuentan con una vinculación con las materias patrimoniales y turísticas.

### **3. METODOLOGÍA Y HERRAMIENTAS DE TRABAJO**

Debido a la situación actual, la investigación no ha podido ser completada con un trabajo de campo. La metodología que se planteó al inicio era un conjunto de métodos cualitativos y cuantitativos; la parte cuantitativa se ha podido llevar a cabo a través de los cuestionarios realizados a las diversas instituciones que componen la ruta, mientras que la cualitativa se ha visto afectada por las restricciones actuales por el Covid-19.

Para la recogida de datos de la forma más completa posible, realizamos un riguroso análisis bibliográfico donde seleccionamos las obras y artículos de mayor relevancia para la contextualización de nuestro estudio.

En primer lugar, se realizó una base de datos donde quedaron recogidas las<sup>4</sup> instituciones que se encontraban dentro de la gestión de la ruta.

En segundo lugar, nos pusimos en contacto con todas ellas. Hemos podido contar con la mayoría, las cuales respondieron al cuestionario, estructurado y cerrado, organizado en 16 preguntas atendiendo a tres criterios principales: participación, financiación y promoción.

En tercer lugar, se analizaron las respuestas y se llevó a cabo una interpretación de los resultados, los cuales se detallarán en los apartados siguientes.

En cuanto al aspecto cualitativo y, teniendo en cuenta las limitaciones causadas por las restricciones sanitarias, se realizó mediante la selección, lectura y análisis de las investigaciones más recientes en materia de gestión de rutas turísticas e itinerarios culturales (especificados y detallados en la bibliografía); un análisis exhaustivo del contenido de la página web, así como de los productos referidos a la promoción turística de la ruta.

Con toda esta información que hemos ido recogiendo de las diversas fuentes consultadas, se efectuó la lectura crítica y elaboración de un plan de buenas prácticas para el tan deseado equilibrio entre el rico patrimonio histórico-arqueológico de los municipios cordobeses y su promoción turística.

#### **4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

Resumiré los hallazgos, relacionando las propias observaciones con otros estudios de interés, señalando aportaciones y limitaciones, sin reiterar datos ya comentados en otros apartados. Se debe mencionar las inferencias de los hallazgos y sus limitaciones, incluyendo las deducciones para una investigación futura.

La encuesta fue enviada a las instituciones que se encontraban dentro de nuestro marco provincial, Córdoba, teniendo en cuenta el municipio de Carmona, donde se localiza la gerencia de esta ruta. Por tanto, tras ser enviada a los Ayuntamientos de Carmona, Córdoba, Puente Genil, Almedinilla, Baena, Montoro; al Instituto Municipal de Turismo de Córdoba, recibimos la respuesta de 5 de ellas, las cuales nos han aportado la información suficiente para tener una visión en conjunto y llevar a cabo una aproximación del impacto de este itinerario/ruta cultural.

En la primera cuestión, que versa sobre la motivación principal para la creación de la ruta, todas las instituciones coinciden que el surgimiento de la planificación de la ruta y gestión fue promovida por el Ayuntamiento de Carmona, desde el cual se contactó con los municipios por los que circulaba la *via Augusta*.

En cuanto al organigrama, la gestión de la ruta se organiza en dos partes: una Asociación de Municipios pertenecientes a la Bética Romana y una Sociedad Limitada. Dentro de esta última, la estructura se basa en una presidencia, un consejo de administración y un técnico en cada municipio participante (un concejal de turismo o cultura).

Para su visita, la ruta plantea dos escenarios: por un lado, uno de libre interpretación en el que el visitante puede consultar el material adicional publicado por el órgano de gestión de la ruta; y por otro lado, encontramos empresas que se encargan de las visitas guiadas aprovechando el itinerario ya definido.

Respecto a la financiación de la ruta, cuenta con las aportaciones anuales de los socios (que serían los municipios adheridos a ésta). Asimismo, fue beneficiaria de los planes de dinamización de la Junta de Andalucía 2008-2014: la

partida presupuestaria de la subvención turística para la rehabilitación y puesta en valor de elementos patrimoniales.

Sobre el control de visitantes, la respuesta unánime nos indica que no existen datos, es decir, no se están contabilizando los usuarios. Por lo que incumplen las normas propuestas por el CIIC y la UNESCO en la protección y difusión de bienes patrimoniales.

En cuanto a la afluencia de la ruta, todas las instituciones coinciden que el período con mayor popularidad, aunque no existe un lapso de tiempo definido, las visitas se distribuyen en los meses de temporada alta de la provincia, a saber, de octubre a mayo, siendo el período estival el de menor afluencia.

Sobre la caracterización de los visitantes a continuación detallamos en un gráfico las respuestas obtenidas:

Tabla 2. Elaboración propia

Perfil del visitante: Edades

5 respuestas

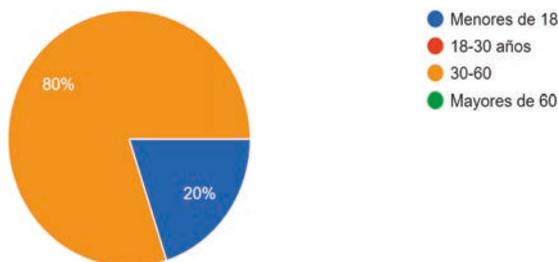
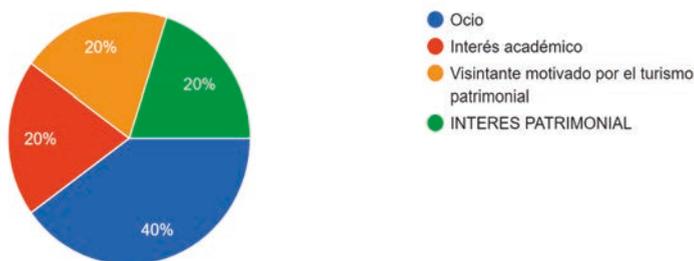


Tabla 3. Elaboración propia

Perfil del visitante: Motivación

5 respuestas



En lo referente a la actualización y promoción de las narrativas patrimoniales, los discursos se actualizan en función de los estudios que se van realizando. La promoción se lleva a cabo mediante una campaña de marketing publicitario en redes sociales y en la página web actual.

Como novedad, desde el IMTUR, se nos hizo saber que este año, Córdoba contará con un programa de divulgación del Patrimonio, bautizado con el nombre “Tras el Rastro de la Bética”. Este se organiza en talleres y actividades para todos los públicos. Entre algunas de las propuestas se encuentran: Talleres de mosaicos, visitas teatralizadas en yacimientos arqueológicos, recreaciones históricas, etc.

Como ya hemos indicado, la ruta es libre y gratuita para los visitantes. Los municipios miembros pagan una cuota anual. En el caso del ayuntamiento de Córdoba, la cifra asciende a 6.437,06€ en el último año.

En cuanto a la coordinación, el trabajo se organiza en red, desde la Secretaría General de Carmona. Todos los ayuntamientos miembros disponen de un correo corporativo y un grupo de Whatsapp. Los archivos se comparten a través de Drive y Wetransfer, mientras que las reuniones se organizan mediante la plataforma Zoom cuando la secretaria así lo solicita. Todas las actividades, medidas y decisiones se toman en conjunto.

En la parte final del cuestionario, se incluía un apartado para referirnos a la situación actual, cómo se ha visto afectada la gestión de la ruta en plena crisis sanitaria. Se siguen las normativas impuestas por las autoridades sanitarias; han obtenido el distintivo “Andalucía Segura” otorgado por la Consejería de Turismo y además, en la web, se ha habilitado un enlace donde se encuentran actividades online incluso concursos de fotografía. Asimismo, se ha llevado a cabo un programa de difusión en Redes Sociales y un ciclo de Conferencias Online.

## **5. CONCLUSIONES**

Tras los cuestionarios y el análisis que se ha llevado a cabo, podemos decir que la Ruta Bética Romana cuenta con los siguientes aspectos a destacar:

### ***Fortalezas...***

En términos generales, observamos un trabajo coordinado entre todos los municipios, el cual es gestionado desde la sede principal, localizada en Carmona.

De este modo, todos los municipios presentan un buen organigrama, abarcando diversos elementos que pueden ser de gran interés para el visitante.

Otro aspecto reseñable es la exención de costes para el visitante. Todo aquel que quiera realizar esta ruta o parte de ella puede hacerlo cuando desee, puesto que es totalmente gratuita siempre y cuando se prescindiera de un guía privado.

Además de la importancia del legado romano a lo largo del itinerario, se presenta una oferta turística complementaria, añadiendo tanto otros monumentos que puedan ser de interés, como fiestas del municipio y su gastronomía más conocida.

No se pierde la importancia de la *Via Augusta* a lo largo del recorrido, remarcando así su importancia en la historia como ruta comercial-administrativa tanto en época romana como en épocas posteriores, manteniéndose hasta la actualidad.

### ***Debilidades...***

La ruta Bética Romana no cuenta con un plan estratégico a medio-largo plazo. Este aspecto es fundamental para llevar a cabo un deliberado plan de actuaciones. Entre los aspectos negativos que se han encontrado es la falta de contabilización de visitantes, esencial para conocer la carga de la ruta, así como las posibilidades de la misma.

Se observa la ausencia de señalética clara para poder seguir la ruta, además de comprender y conocer el legado patrimonial escogido para su temática.

La infraestructura turística en algunos municipios no está del todo equipada. Por tanto, se advierte un destacable desnivel de promoción y organización en las distintas localidades por las que transcurre la ruta.

En cuanto al contenido y las narrativas patrimoniales, se ha detectado una mezcla de etapas históricas con ciertas lecturas inventadas. Este aspecto afecta en la interpretación del patrimonio que, unido a la falta de señalética, no beneficia en nada a la transmisión del mensaje que queremos hacer llegar al consumidor.

Siguiendo la bibliografía del itinerario de la ruta, en algunos de los destinos seleccionados, no se identifican los bienes culturales con claridad. De hecho, en su misma guía se incluyen los siguientes municipios: Santiponce, Carmona, La Luisiana, Écija, Almodóvar del Río, Almedinilla, Osuna, Marchena, Jérez, Cádiz

y Tarifa; por tanto, vemos que faltan la mayoría de los municipios de nuestra provincia, incluida la capital de la Bética romana: *Corduba*, la cual debería ser fundamental tanto por su legado histórico como por el papel que jugó en esta época.

Por último, atendiendo a la guía turística de la ruta publicada por la gerencia de la misma, la temática principal es el legado arqueológico romano; sin embargo, en algunos casos la temática queda introducida forzosamente, e incluso se destacan más algunos aspectos del municipio, pertenecientes a otra época histórica, dejando la idea principal (Roma) en segundo plano, o prácticamente inexistente.

### ***Propuesta de buenas prácticas...***

Siguiendo los planteamientos iniciales de la investigación y, habiendo identificado las diferentes fortalezas y debilidades actuales de la Ruta Bética Romana, a continuación, se detallan las siguientes propuestas para la futura elaboración de un plan estratégico que fomente el desarrollo de los municipios en equilibrio con la difusión y salvaguardia del patrimonio:

- ❑ Actualización y reedición (con los estudios más recientes) de los contenidos de la guía turística correspondiente a la ruta.
- ❑ Seguimiento de la actividad de promoción y difusión en Redes Sociales por parte de la gerencia en coordinación con los municipios integrantes de la ruta.
- ❑ Contabilización de visitantes y demandantes de los productos de la misma para poder realizar estudios de viabilidad de la ruta.
- ❑ Establecer una metodología de trabajo que coordine los municipios integrantes mediante la elaboración de plantillas o inventarios actualizados.
- ❑ Crear una red subalterna de servicios turísticos y hoteleros complementarios bajo la misma temática. Siguiendo el caso, por ejemplo, de la Red de Juderías de España con “RASGO”.
- ❑ Revisar las narrativas patrimoniales del legado arqueológico y establecer un plan de señalética en cada uno de los municipios integrantes añadiendo nuevas tecnologías( códigos QR, enlaces, etc.)
- ❑ Participación de la población local: mediante talleres de formación para posibles guías, talleres de artesanía, catas gastronómicas, etc.

- ❑ Actualizar la memoria de actuaciones desde 2012.
- ❑ Establecer un protocolo de actuación en caso de restricciones sanitarias.
- ❑ Contar con un personal altamente cualificado para la interpretación, difusión y salvaguarda del patrimonio arqueológico.
- ❑ Difundir y promocionar el patrimonio en distintos ámbitos: escuelas, institutos, centros de formación superiores, etc, para conseguir nuevos nichos de mercado.

Para terminar, es importante destacar la capacidad de resiliencia del sector turístico ante la situación actual. El Covid-19 puede brindar nuevas oportunidades para revalorizar las actuaciones llevadas a cabo en la Comunidad Autónoma. Todo ello con la debida implementación de fondos y proyectos de financiación no sólo autonómicos sino también estatales o europeos.

## **6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- Calderón Puerta, D. (2018). “Las Rutas e Itinerarios Turístico-Culturales en los Portales Oficiales de Turismo de las Comunidades Autónomas Españolas” en *Revista de Estudios Andaluces (RAE)*, nº. 35 (2018). Disponible en : <http://dx.doi.org/> | Fecha de acceso: 10/12/2020.
- Calvo Laula, A. (2000) (ed.), *Ruta Bética romana: itinerario cultural*, Junta de Andalucía, Consejería de Turismo y Deporte: Sevilla.
- Fernández Salinas, V. (2013) “De dónde y hacia dónde. Perspectiva y premisas para el entendimiento de los itinerarios culturales” en *Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales*, vol. XVIII, nº1028. | Disponible en: <https://idus.us.es/> | Fecha de acceso: 10/12/2020.
- Hernández Ramírez, J. (2011) “Los caminos del patrimonio. Rutas turísticas e itinerarios culturales” en *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, vol. 9 Nº2 | Disponible en: <https://riull.ull.es> | Fecha de acceso: 10/12/2020.
- ICOMOS (2008): Carta de Itinerarios Culturales, 16ª AG, Québec (Canadá), 4 de octubre. | Disponible en <https://www.icomos.org/> | Fecha de acceso: 09/12/2020.
- López-Fernández, M.I. (2006). “Diseño y programación de itinerarios culturales” en PH Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico, nº60. | Disponible en: <http://www.iaph.es/revistaph/> | Fecha de acceso: 10/12/2020.
- Martorell, A. (2003) “Cultural routes: tangible and intangible dimensions of the cultural heritage. En ICOMOS. Proceedings of the International Scientific Symposium “Place, memory, meaning: preserving intangible values in monuments and sites”. | Disponible en : <http://www.international.icomos.org/> | Fecha de acceso: 10/12/2020.

- (2004). *Paisajes e itinerarios culturales: conceptos independientes que enriquecen la teoría y la práctica de la conservación cultural*. | Disponible en <http://www.icomos-ciic.org/> | Fecha de acceso: 10/12/2020.
- (2009), “Paisajes e itinerarios culturales: conceptos independientes que enriquecen la teoría y práctica de la conservación cultural” en *The CIIC scientific magazine* | Disponible en <http://www.esicomos.org/> | Fecha de acceso: 09/12/2020.
- (2012). Itinerarios culturales: una herramienta para el desarrollo turístico sostenible. *Turismo y Patrimonio*, nº7.
- (2014). “Criterios de comparación entre itinerarios culturales (patrimoniales) y rutas diseñadas” en *Turismo y Patrimonio*, nº8.
- Míguez Hernán, G. (2004). “Itinerarios culturales. Un posible modelo de gestión para bienes patrimoniales de escala territorial” en *CICDIGITAL* | Disponible en <https://digital.cic.gba.gob.ar/> | Fecha de acceso: 10/12/2020.
- Pulido- Fernández, J.I. (2006); “¿Por qué no funcionan turísticamente algunos itinerarios o rutas culturales?” en *PH Boletín Oficial del Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico*, nº60 | Disponible en <https://www.iaph.es/> Fecha de acceso: 10/12/2020.
- Rodà de Llanza, I. (2009), “Hispania en las provincias occidentales del Imperio durante la República y el Alto Imperio: una perspectiva arqueológica”, en Andreu Pintado, J. *et al.* (eds.), *Hispaniae: Las provincias hispanas en el mundo romano*, Institut Català d’Arqueologia Clàssica (ICAC): Tarragona, pp. 193-221.
- Rodríguez Neila, J.F. (2008), *La Bética romana*, CAJA-Granada: Granada.
- Romero Linares, R. (3 - 5 Septiembre 2006) “La Vía Augusta en la Bética Romana” en *III Encuentro de Vías Romanas del Mediterráneo* (Perugia, Italia) | Disponible en: <https://beticaromana.org/> | Fecha de acceso: 12/12/2020.
- Vv.Aa. (2001), *Actas del Congreso Internacional de Itinerarios Culturales*. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte: Madrid. | Disponible en: <http://www.culturaydeporte.gob.es/> | Fecha de acceso: 09/12/2020
- Suárez Inclán, M. R. (2003) “Los itinerarios culturales”. En: *La representatividad en la Lista del Patrimonio Mundial. El Patrimonio Cultural y Natural de Iberoamérica, Canadá y Estados Unidos. Memorias*. Santiago de Querétaro: CONACULTA-INAH-ICOMOS.
- (2004): *Definición científica de los itinerarios culturales*. | Disponible en: [www.icomos-ciic.org](http://www.icomos-ciic.org/) | Fecha de acceso: 10/12/2020
- (2005) “A new category of heritage for understanding, cooperation and sustainable development: their significance whitening the macrostructure of cultural heritage; the role of the CIIC of ICOMOS: principles and methodology” en *Monuments and sites in their setting- Conserving cultural heritage in changing townscapes and landscapes*. ICOMOS.

Rodríguez, I. (2007) “El patrimonio es un valor social” en *@local.glob*, nº4 | Disponible en: <https://beticaromana.org/> | Fecha de acceso: 12/12/2020.

(7-12 de julio de 2007) “Conservación arqueológica y turismo. La Ruta Bética Romana” en *V conferencia Internacional sobre Ciencia y Tecnología en Arqueología y Conservación*, Sede Antonio Machado de la UNIA (Baeza, España) | Disponible en: <https://beticaromana.org/> | Fecha de acceso: 12/12/2020.

(s.f.) “Las oficinas municipales de turismo en Red. El caso de la Ruta Bética Romana” en *Oficina de la Ruta Bética Romana* | Disponible en: <https://beticaromana.org/> | Fecha de acceso: 12/12/2020.