

# RUTAS TURÍSTICO-CULTURALES RESPONSABLES Y DESARROLLO LOCAL: LA EXPERIENCIA PILOTO DE LA “RUTA DE LA CÓRDOBA DE LAS AMÉRICAS” (ESPAÑA)

MANUEL RIVERA MATEOS  
Cátedra Intercultural. Universidad de Córdoba (España)  
[manuel.rivera@uco.es](mailto:manuel.rivera@uco.es)

## RESUMEN

El presente trabajo describe y analiza la experiencia reciente de diseño, estructuración e implementación de la denominada “Ruta de la Córdoba de las Américas” en el Conjunto Histórico, declarado “Patrimonio de la Humanidad”, de la ciudad de Córdoba (España).

Dicha ruta pretende ser una experiencia piloto y demostrativa de ruta turístico-cultural diseñada siguiendo los principios y la filosofía del turismo responsable, particularmente en lo que respecta a los aspectos socioculturales ligados al rico legado histórico y las relaciones interculturales entre la ciudad de Córdoba (España) y América Latina.

La ruta pretende convertirse en un instrumento de desarrollo local partiendo de la puesta en valor de un patrimonio, tangible e intangible, hasta ahora un tanto olvidado, -al menos respecto al legado patrimonial vinculado a las culturas judía, musulmana y cristiana- pero de enormes potencialidades para diversificar y ampliar la oferta turístico-cultural de la ciudad de Córdoba, así como su demanda de turistas internacionales de destinos americanos, además de mejorar su estancia media y visibilizar más integralmente el referente intercultural y de crisol de culturas que esta ciudad ha representado a lo largo de la historia.

**Palabras-clave:** Rutas turístico-culturales, turismo responsable, turismo cultural, desarrollo local, legado histórico-patrimonial iberoamericano, Córdoba (España)

## ABSTRACT:

This paper describes and analyzes the recent experience of design, structuring and implementation of the "Route of Córdoba of the Americas" in a historic center, declared "World Heritage", of the city of Cordoba (Spain). This route is intended as a pilot and demonstration experience cultural tourism route designed following the principles and philosophy of responsible tourism, particularly with regard to the social and cultural aspects linked to the rich historical heritage and cultural relations between the city of Cordoba (Spain) and Latin America.

The route aims to become a tool for local development based on the valorization of heritage, tangible and intangible, until now somewhat forgotten, at least with respect to heritage legacy linked to Jewish, Muslim and Christian-cultures but with enormous potential to diversify and expand the cultural tourism offer of the city of Cordoba and its demand for international tourists from American destinations while improving their

average stay and visualize more fully intercultural relation and melting pot of cultures that this city he has represented throughout history.

**Key words:** cultural tourism routes, responsible tourism, cultural tourism, local development, Ibero-American historical and cultural heritage, Cordoba (Spain).

## 1. INTRODUCCION

Las rutas turístico-culturales se han convertido en uno de los recursos y productos turísticos de mayor crecimiento en las últimas décadas a nivel nacional e internacional, Numerosas instituciones públicas y entidades privadas, incluyendo los operadores turísticos, están valorando positivamente estas rutas desde diversas perspectivas, tales como la valorización y difusión del patrimonio, la generación de una conciencia y afirmación identitaria entre la población local (Beudet, G., 2003; López-Guzmán, T.J. *et al.*, 2006), las oportunidades que representan para el desarrollo local endógeno de carácter sostenible y la movilización de actores locales (Briedenhann, J. y Wikens, E., 2003; Hernández, J., 2011) y su instrumentalización para el desarrollo de nuevas ofertas turísticas en los destinos (ICOMOS, 2008).

No obstante, pese al interés mostrado por estas rutas, no existe hoy por hoy ninguna definición ni ninguna metodología comúnmente aceptadas y consensuadas para afrontar el diseño, la creación y la comercialización y evaluación de las mismas, bien como productos estrictamente culturales o turístico-culturales (De la Riva, J. *et al.*, 2015). No quiere decir esto que no existan ejemplos e iniciativas de interés, sobre todo en el ámbito cultural-patrimonial (Ono, W., 2005; López-Guzmán, T.J. *et al.*, 2006; Pulido, J.I., 2006; Torres, E., 2006), pero en cuanto a su vertiente como producto turístico se echan en falta rutas que hayan sido diseñadas con suficiente profundidad, rigor técnico y funcionalidad y que tengan un carácter integral y una evaluación contrastada (Consejo de Europa, 2015). Por añadidura, se echa en falta la existencia de propuestas metodológicas que integren la perspectiva cultural con la turística e institucional, ya que, de hecho, en el planteamiento de las rutas predomina generalmente una u otra, casi de manera excluyente, cuando en realidad –al menos así lo entendemos nosotros- son enfoques perfectamente complementarios que podrían enriquecer estas iniciativas, dotarlas de un carácter más multifuncional y hacerlas, en fin, más viables desde el punto de vista económico.

El presente trabajo, partiendo de estas consideraciones previas, describe y analiza la experiencia reciente –aunque aún en ciernes- de diseño, estructuración e implementación de la denominada “Ruta de la Córdoba de las Américas” en el Conjunto Histórico, declarado “Patrimonio de la Humanidad”, de la ciudad de Córdoba (España). Esta ruta temática urbana tiene como eje cardinal el rico legado histórico-cultural y las relaciones y vínculos de todo tipo existentes entre esta ciudad andaluza y la América Latina, utilizando principalmente como argumento narrativo la estancia y el legado en dicha ciudad de dos personajes ilustres de gran significación americanista: Cristóbal Colón, cuya estancia en Córdoba y sus contactos con los Reyes Católicos tuvieron una significación especial en la aventura del Descubrimiento europeo de las

Américas, y el Inca Garcilaso de la Vega, personaje histórico-literario de relevancia por lo que significó y aún significa en Iberoamérica de ejemplo y reivindicación del mestizaje y las relaciones interculturales España-América Latina.

La iniciativa se enmarca, de hecho, dentro del Convenio de Colaboración, firmado en 2016, entre diversas instituciones públicas como la Diputación Provincial de Córdoba (Áreas de Cooperación Internacional, Turismo y Cultura), diversos ayuntamientos de la provincia homónima y la Cátedra Intercultural de la Universidad de Córdoba para el desarrollo de acciones conmemorativas del IV Centenario de la muerte del Inca Garcilaso de la Vega, nacido en Cuzco (Perú) en 1539 y fallecido en Córdoba (España) en 1616. Este ilustre y reconocido literato e historiador de ascendencia mestiza, española e inca, objeto de atención por intelectuales como Vargas Llosa, Samaniego o Luis Alberto Sánchez, ha sido considerado como el “primer mestizo biológico y espiritual de América” o, en otras palabras, el primer mestizo racial y cultural americano que supo asumir y conciliar sus dos herencias culturales (la indígena americana y la europea, alcanzando al mismo tiempo gran renombre intelectual). Dicho Convenio ha dado pie a diversos acuerdos y proyectos de colaboración con la Embajada de Perú en España y con varias Universidades latinoamericanas y entidades privadas de ambos continentes.

El Convenio, como desarrollo de otras iniciativas de años anteriores, persigue unos objetivos amplios de cooperación en el ámbito de la valorización y reconocimiento de las aportaciones recíprocas, multidimensionales y multilaterales, entre Córdoba-Andalucía y América Latina a lo largo de un importante devenir histórico que ha generado un rico legado patrimonial y cultural, aún cuando éste haya estado un tanto olvidado por las instituciones públicas y aún siga siendo poco conocido por la propia población local. Dicho legado, por ello, apenas ha sido puesto en valor turístico-cultural y muchas veces ha quedado ensombrecido por el rico patrimonio histórico-cultural existente en la ciudad derivado de las huellas romana, musulmana, judía y cristiana, al haberse generado una visión reduccionista de la misma como crisol de culturas que apenas ha valorizado su faceta, vocación y aportación latinoamericana. Por ello la ruta pretendida pretende construir una nueva narrativa en la ciudad de Córdoba para reelaborar o mejor aún generar nuevas imágenes y significados de su historia y su rico legado cultural, reforzando, en fin, su vertiente intercultural americanista.

Asimismo, la ruta pretende convertirse en un instrumento de desarrollo local partiendo de la puesta en valor de un patrimonio, tangible e intangible, que como hemos dicho, ha caído en el olvido, pero de enormes potencialidades para diversificar y ampliar la oferta turístico-cultural de la ciudad de Córdoba, haciéndola más competitiva y maximizando el posicionamiento de este destino urbano en el contexto internacional. En este sentido, se ofrecen con la ruta nuevos atractivos y perspectivas que, en principio, pueden resultar atractivos para una demanda de turistas iberoamericanos, sensibilizados con la cultura, y de crecimiento sensible en las dos últimas décadas en Córdoba. Y, claro está, intentando mejorar, asimismo, la estancia media de los visitantes y visibilizar y proyectar de manera más integral a nivel internacional el referente intercultural y la imagen de “crisol de culturas” que esta

ciudad ha representado como “paradigma mundial” en algunos momentos de su devenir histórico.

El proyecto que aquí presentamos pretende configurar, por otro lado, una ruta capaz de integrar la perspectiva cultural-patrimonial con la turística, así como la perspectiva geográfica donde el territorio –en este caso una ciudad histórica e intercultural con alta concentración de bienes patrimoniales materiales e inmateriales - se considere a la vez un recurso y un soporte de primera magnitud. Y al mismo tiempo, se plantea también como un proyecto demostrativo de ruta turístico-cultural diseñada siguiendo los principios y la filosofía del turismo responsable, al tiempo que planteando una metodología y unos criterios técnico-funcionales para su diseño, implementación, gestión y evaluación que faciliten su viabilidad y consolidación tanto como producto y recurso cultural como turístico.

## **1. LAS RUTAS TURÍSTICO-CULTURALES: CARACTERIZACION E IMPLEMENTACION**

Pese al fuerte desarrollo experimentado en las últimas décadas por este tipo de itinerarios, lo cierto es que aún no existe una definición y caracterización comúnmente aceptada por parte de la comunidad científica, los profesionales del mundo de la cultura y el turismo o las propias instituciones públicas y privadas relacionadas con estos dos sectores de actividad. En este sentido, las definiciones suelen variar en función del enfoque de análisis y diseño, la temática central abordada y la propia utilidad u objetivo que se persigue. En particular, el concepto de ruta temática turístico-cultural presenta una gran diversidad empírica de manifestaciones en función del número casi ilimitado de temas posibles, además de por las mismas particularidades diferentes de la puesta en marcha de las rutas (Beaudet, G., 2003) y los modos de gobernanza utilizados (Hayes, D. y Macleod, N., 2008).

En la literatura científica y por parte de algunos organismos internacionales –y aunque a veces se utilizan de manera indiferente por algunos autores- viene haciéndose tradicionalmente una diferenciación entre los conceptos de “itinerarios culturales” y “rutas turístico-culturales”. En cualquier caso, sus límites son muchas veces un tanto imprecisos o simplemente se plantean algunas rutas con un enfoque integral que intenta combinar en ellas la perspectiva del producto cultural identitario y/o multicultural con su utilización como producto turístico-comercial basado en la existencia de esos valores culturales y patrimoniales asociados a un espacio o territorio concreto. Se puede afirmar efectivamente que nos encontramos con conceptos diferentes, pero al mismo tiempo complementarios y perfectamente compatibles e integrales en un mismo proyecto de diseño y gestión de una ruta turístico-cultural, como de hecho ha sido el motivo y planteamiento de este trabajo.

En el caso de los itinerarios culturales, una de las definiciones más extendidas –aunque no por ello exenta de algunas críticas, es la de ICOMOS en su Carta de los Itinerarios Culturales, que se centra un sistema dinámico de procesos históricos, relaciones humanas e intercambios multidimensionales, continuos, recíprocos y fecundos que han generado una serie de bienes culturales, ideas, conocimientos y

valores asociados a su existencia (ICOMOS, 2008), si bien dedicando mucho menos interés al enfoque turístico o económico-comercial. Por su parte, las rutas turístico-culturales pueden aprovechar esos elementos culturales y patrimoniales, tangibles e intangibles, para generar un producto turístico, aunque ciertamente a veces banalizándolos y distorsionándolos a través de un ejercicio de marketing territorial oportunista, como producto comercial prefabricado y virtual, sin apenas base científico-técnica (Campesino, A.J., 2006), y con la perspectiva primordial de un mayor atractivo comercial y de captación de la demanda potencial. Pero lo cierto es que alternativamente también se pueden diseñar proyectos de rutas que persigan una valorización turística real y respetuosa con la tradición y la autenticidad cultural, histórica y patrimonial de los territorios, sin perjuicio de la inclusión de técnicas instrumentales para hacerlas funcionales y atractivas para el consumo turístico (Morère, N., 2012), cuidando, eso sí, que se consiga un equilibrio entre su interés como producto turístico y el respeto por la fidelidad y autenticidad de los aspectos históricos que, al fin y al cabo, deberían fundamentar en primer término la propia ruta.

En cualquier caso, si lo que se pretende con estas rutas e itinerarios, ya sea con función cultural o turística, es el desarrollo sostenible de los territorios o entornos que le sirven de soporte y fundamento, lo que resulta realmente importante y prioritario no es otra cosa que el aseguramiento de su calidad y viabilidad integral, su capacidad y atractivo para ofrecer experiencias satisfactorias a los usuarios y la adopción de medidas e indicadores para que no generen impactos o desajustes negativos en el territorio, ya sea de carácter económico, medioambiental, cultural o social (Denstadli, J.M. y Jacobsen, J.S., 2010). Y por ello hay que evitar que las rutas turístico-culturales se conciban por parte de agentes turísticos privados o públicos como una mera invención turística oportunista y de conveniencia (Hernández, J., 2011), ajena a criterios y planteamientos de autenticidad, responsabilidad y sostenibilidad.

Las rutas turístico-culturales están contribuyendo, de hecho, desde la consideración de estos planteamientos, a un cambio cualitativo importante en la valoración de los bienes patrimoniales, de manera que éstos dejan de ser elementos de interés por sí mismos, aislados de su contexto territorial, para convertirse en parte de un todo y, por tanto, con necesidad de precisar de un contexto cultural, paisajístico y espacial para su correcta interpretación (López, I., 2006). Desde esta perspectiva, la integración de varios elementos patrimoniales en forma de ruta se está convirtiendo en una estrategia de gran interés para la gestión del patrimonio, al contribuir por agregación a mejorar la comprensión del territorio y a reforzar los vínculos entre bienes patrimoniales afianzando la identidad cultural (Navalón, R., 2014).

Asimismo, y con independencia de la escala territorial elegida para la ruta y sus contenidos y argumentos, las rutas han de ajustarse a las demandas globales de autenticidad, diferenciación y singularidad de cara a la captación de segmentos de mercado turístico concretos, de acuerdo con las tendencias del turismo cultural a nivel internacional. Por añadidura, la generación del producto turístico final puede generar otra serie de beneficios complementarios además de los estrictamente económicos, como el establecimiento de formas de cooperación entre administraciones y entidades de diversos territorios (Briedenhann, J. y Wikens, E., 2003), además de implantar

nuevas imágenes territoriales, culturales e históricas o reforzar y ampliar las existentes, como ocurre con la ruta que planteamos en este trabajo.

Las rutas turístico-culturales temáticas pueden definirse, en definitiva, como una organización territorial de recursos patrimoniales, tangibles o intangibles, que se articulan entre sí a través de un sentido, un argumento o mensaje o un sentido particular que permite integrarlos para que alcancen el interés y entidad suficientes como para garantizar su promoción y comercialización. Sus elementos definitorios, por su parte, (Gunn, C., 1994; Rengifo, I., 2006; Pulido, J.I., 2006; Torres, E., 2006; Navalón, R, 2014) serían, en concreto, los siguientes:

- 1.) La definición de un objetivo o fin concretos, ya sea de carácter social, cultural, económico-turístico, educativo, ambiental, etc. Para ello es exigible la aplicación de una estrategia y sistema de planificación y gestión adecuados para su puesta en marcha, así como la inserción de la propuesta dentro de una perspectiva territorial de planificación general del espacio asociado a la ruta.
- 2.) La concreción de un hilo argumental o mensaje central que dé coherencia a los distintos hitos y elementos patrimoniales, dotándolos de un valor añadido, pero que esté fundamentado en la autenticidad histórica, cultural, social o ambiental y no en un mero ejercicio de oportunismo (López, I., 2006), de manera que contribuya a su correcto conocimiento y difusión mediante una adecuada presentación y metodología interpretativa y comunicativa del patrimonio y los recursos de la ruta para mejorar la toma de conciencia de su conservación y aprecio.
- 3.) El desarrollo de un trazado bien definido, accesible, bien señalizado y orientado con la inclusión de la información necesaria en todo el recorrido para los usuarios.
- 4.) La existencia de recursos y servicios turísticos capaces de generar en su conjunto los atractivos y las conexiones necesarios que den coherencia al hilo argumental, hagan a éste comprensible e interpretable y tengan relación con el contexto y los objetivos fijados en el proyecto de ruta.
- 5.) La disponibilidad de una red de servicios, infraestructuras y equipamientos de apoyo en las visitas, que posibiliten la accesibilidad y conexión física e intelectual entre todos los elementos y recursos, además de favorecer la satisfacción de la experiencia turístico-recreativa de los visitantes y la gestión adecuada de los flujos de usuarios.
- 6.) La articulación de una fórmula de coordinación y gestión público-privada entre las instituciones públicas competentes y las empresas y asociaciones empresariales que provean los servicios turísticos básicos (guías de turismo, alojamientos, restauración, animación, agencias de receptivo, etc.), de manera que los beneficios principales reviertan en la comunidad local y se aseguren criterios de sostenibilidad.
- 7.) La incorporación de una dimensión comercial, de información y promoción, previo desarrollo y gestión de productos concretos mediante una

planificación a pequeña escala, que tenga en cuenta las motivaciones e intereses de segmentos de demanda turística potenciales.

- 8.) La adopción de medidas necesarias para evitar impactos negativos de las visitas al patrimonio y su entorno territorial, así como acciones que faciliten que los beneficios obtenidos se reinviertan en parte a la conservación del patrimonio y a su difusión (Marlotti, A., 2015).

## **2. LA RUTA DE LA “CORDOBA DE LAS AMERICAS”: UNA PROPUESTA DE TURISMO RESPONSABLE E INTERCULTURAL**

Tras la revisión de la literatura académica y profesional relacionada con esta temática y la general sobre turismo responsable y sostenible<sup>1</sup>, hemos tenido en cuenta los pilares básicos que han de sostener la implementación y gestión de la ruta en términos económicos, medioambientales y socioculturales, intentando sustantivarlos de manera profesional en la práctica del proyecto.

La gestión turística responsable del patrimonio cultural debe garantizar el bienestar social y el desarrollo económico de las comunidades locales anfitrionas, el respeto a la autenticidad sociocultural, la diversidad del patrimonio y las tradiciones culturales, así como la protección integral de los recursos. Pero además ha de poner el acento en la colaboración y concertación de los agentes locales implicados e interesados en los proyectos de rutas turístico-culturales, con los cuales es necesario abordar un sistema de gobernanza democrático (dimensión institucional). Teniendo en cuenta el impacto posible de cualquier actividad turística en la comunidad local, ésta debe de participar y codirigir el proceso de planificación y de desarrollo del proyecto desde el principio hasta el final y, asimismo, como mayor garantía de que los beneficios obtenidos redunden adecuadamente en ella. Estos principios de gestión responsable y sostenible, aplicados en su correspondiente contexto socioeconómico, geográfico, político y ambiental, son, de hecho, tenidos en cuenta cada vez más en los itinerarios culturales del Consejo de Europa (2015).

Considerando lo antedicho y ante la necesidad de impulsar un proyecto de turismo sostenible, la ruta que planteamos tiene una perspectiva de desarrollo a largo plazo, en el que se plantea incluso una dimensión transnacional aprovechando los acuerdos y acciones de cooperación ya emprendidos con instituciones de Perú y el interés de entidades privadas y agentes turísticos de ambos lados del Atlántico por consolidar un itinerario de gran alcance de carácter turístico-intercultural e iberoamericano<sup>2</sup>. La ruta,

---

<sup>1</sup> El concepto de turismo responsable implica tanto a la responsabilidad específica de los turistas como de los operadores turísticos, la población anfitriona y las instituciones y entidades públicas y privadas con incidencia en el desarrollo turístico local. Además de los aspectos relativos a la sostenibilidad económica, social y medioambiental, considera otros importantes como la interacción intercultural entre turistas y población local, el trabajo decente, la perspectiva comunitaria y endógena en la gestión del desarrollo turístico y la ética.

<sup>2</sup> El operador turístico peruano “Tierras de los Andes” se ha mostrado ya interesado en un circuito Perú-Córdoba denominado “Caminos del Inca” y la Ruta Quetzal, declarada de Interés Universal por la UNESCO, ha incluido en 2016 un tramo del itinerario por la ciudad de Córdoba relacionado con la vida y obra del Inca Garcilaso.

en definitiva, se ha conformado como un oportuno pretexto para generar una red de partenariado público-privado, invitar a la cohabitación de diversos agentes locales y grupos poblacionales y poner en común espacios e iniciativas individuales en pro de un desarrollo endógeno sostenible vehiculado a través del turismo urbano cultural. Esta dinámica persigue, en fin, el objetivo de que la población local pase de ser “objeto” a “sujeto” del desarrollo turístico, de acuerdo con los principios del turismo comunitario, como forma específica de turismo responsable (Collombon, J.M. *et al.*, 2004; Goodwin, H., 2011; Rivera, M. y Rodríguez, L., 2012). La movilización de numerosos actores turísticos locales de diferentes subsectores (guías, asociaciones turísticas empresariales, alojamientos con encanto, agencias de viajes y empresas de receptivo, restaurantes y tabernas, técnicos y profesionales de turismo, etc.) se pretende dinamizar a través de los órganos turísticos de la ciudad, vinculados con el futuro Instituto Municipal de Turismo del Ayuntamiento y el propio Patronato Provincial de Turismo de Córdoba.

De momento, hemos configurado un trazado urbano con dos itinerarios complementarios entre sí y perfectamente conectables para poder realizarse, según opciones, entre 1 y 2 días de estancia en la ciudad. El primero de ellos transcurre por la zona antigua de la Judería-entorno de la Catedral-Mezquita y barrio del Alcázar Viejo, donde se ubican los edificios histórico-artísticos más relevantes de la ciudad y con alguna relación con los personajes históricos y argumentario de la ruta. El segundo itinerario transcurre, en cambio, por una zona de reciente oportunidad turística y algo más periférica dentro del Conjunto Histórico, el barrio de la Axarquía. En este entorno hemos identificado varios hitos, bienes patrimoniales y valores intangibles dignos de valorizarse por su recurrencia y vínculos con la temática central de la ruta: casas-patio populares y señoriales, de tanta influencia en la arquitectura americana colonial, algunos convertidos en centros de interpretación (Casa-Palacio de Viana, Casa-Patio de la calle Trueque); el Monasterio de Ntra. Sra. de Gracia, con un Cristo de arte mejicano indígena de técnica de caña, de finales del XVI, importado de América; o las iglesias cristianas de San Lorenzo y San Agustín, con manifestaciones artísticas, advocaciones y tradiciones religiosas y acciones misioneras que han dejado numerosas huellas en tierras americanas. Asimismo, se han planteado visitas complementarias específicas a entornos de interés en la periferia o en la interconexión urbana entre los dos barrios indicados antes, pero en cualquier caso cercanos y accesibles desde los dos tramos de la ruta, en el caso de estancias más prolongadas en la ciudad de al menos 3-4 días: por ejemplo, el Palacio y antiguo Convento de la Merced, donde fue atendido Colón en su estancia en la ciudad por los frailes mercenarios y donde incluso se mantuvieron contactos con la reina Isabel de Castilla. Con este itinerario por la Axarquía se intenta ampliar los circuitos turísticos habituales y un tanto congestionados de la zona central del Conjunto Histórico (Judería-Catedral/Mezquita y Barrio Alcázar Viejo), generando actividad económica en una zona más excéntrica de cierta depresión socioeconómica pero de indudables potencialidades turísticas y donde actualmente se están acometiendo algunos proyectos demostrativos y de lanzamiento turístico.

En lo que respecta a la dimensión económica de la ruta, se están intentando articular los recursos, servicios turísticos y atractivos que tengan las conexiones y coherencia necesarias con su temática central, haciéndola más comprensible e



interpretable y por tanto funcional y asequible para los posibles usuarios. Se ha intentado integrar, por ejemplo, en la oferta turística algunos establecimientos de gastronomía típica, artesanía, comercio tradicional y tiendas *gourmet* con contenidos temáticos relacionables con el hilo argumental del itinerario, todo ello para incidir positivamente en otros subsectores de actividad económica local, pero también para resaltar los lazos y relaciones interculturales “Córdoba-América”.

En el argumentario de estas últimas relaciones y sinergias, podemos señalar el caso de la artesanía, como la platería de filigrana cordobesa y el repujado de cuero con sus célebres “cordobanes”, que cuentan con concomitancias culturales con la artesanía de algunas poblaciones rurales de las sierras norteñas del Perú como Catacaos. Y cómo no, las tabernas y restaurantes de gastronomía tradicional cordobesa, cuya “cocina mestiza” de fama internacional presenta tantas aportaciones del otro lado del Atlántico: platos como el gazpacho o el salmorejo, los “candiles” (tan utilizados en las ferias populares), la tortilla de patatas, el “picadillo” o el dulce de “pastel cordobés” con cabello de ángel cuentan como base fundamental con productos traídos de América como el tomate, los pimientos, la patata o la calabaza.

De igual manera hemos encontrado motivos recurrentes para hilvanar el hilo argumental de la ruta y conexionar sus elementos patrimoniales, en la propia cultura popular cordobesa, sus tradiciones y costumbres, de tantas conexiones recíprocas con tierras americanas, donde por cierto el nombre de la ciudad de Córdoba es el que más se repite en todo el continente. Influencias recíprocas encontramos, por ejemplo, en la cultura musical (flamenco, folklore andino, instrumentos musicales, “cantes de ida y vuelta”), las manifestaciones religiosas y la imaginería católica, las romerías y fiestas tradicionales o las leyendas populares compartidas.

En la sostenibilidad económica del producto final hemos tenido en cuenta las posibilidades que se abren con la ruta de diversificar los perfiles de clientes del turismo cultural en Córdoba, prolongando la frecuentación y la estancia media. El análisis previo de los movimientos de viajeros procedentes de países emergentes de América Latina en la ciudad en la última década nos permite aventurar la captación de un público potencial interesado por este nuevo producto, si bien habrá de confirmarse esta posibilidad con los oportunos contactos con operadores emisores latinoamericanos, tal como ya hemos comenzado a hacer en Perú. Y, por supuesto, partimos también de la necesidad de instrumentar una estrategia de marketing experiencial turístico que nos conduzca a obtener un producto especializado, atractivo, participativo, entretenido y educativo, aún cuando se dirija únicamente a un público selectivo, sensibilizado y formado culturalmente y con un perfil intercultural y de respeto hacia la diversidad, de acuerdo con las nuevas tendencias de la oferta y la demanda (Smith, W., 2006; Rivera, 2013). Para ello el argumento y las historias (*storytelling*) que encuadran y sitúan al visitante en la ruta proyectada, han de incluir, narraciones de dimensiones educativas, de autenticidad histórico-cultural, pero también de divertimento, de evasión, de interpretación amenizada y de estética, que están, de hecho, dando resultados positivos en los proyectos más innovadores de los últimos años (Macleod, N. et al., 2009; Mason, R. y O’Mahony, B., 2007). Y es que la narración y la creación temática permiten a los turistas y visitantes implicarse

intelectualmente y emocionalmente, estableciendo una relación significativa e intercultural con los lugares (Bryon, J., 2012; Rivera, M., 2012).

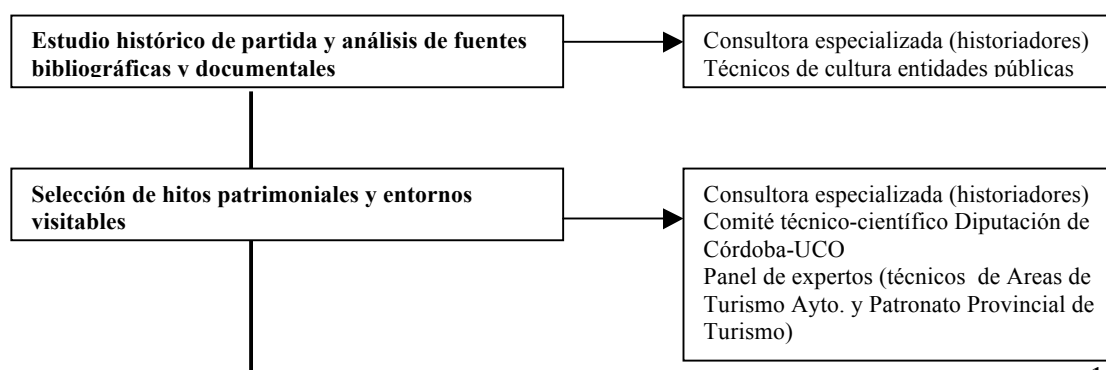
Desde la perspectiva del turismo responsable, hemos querido también imprimir en la ruta la perspectiva de género, en este caso tan olvidada en la historia común de España y América, pese a la importante emigración femenina de origen andaluz, sobre todo, hacia tierras americanas en los años centrales del XVI o el importante papel jugado por las mujeres en la transmisión de valores, memoria, usos y costumbres entre el continente europeo y las Américas. Y no sólo en el ámbito de la gastronomía, sino en el mestizaje cultural, la transmisión de oficios laborales e iniciativas emprendedoras o en sectores como el comercio y el servicio doméstico.

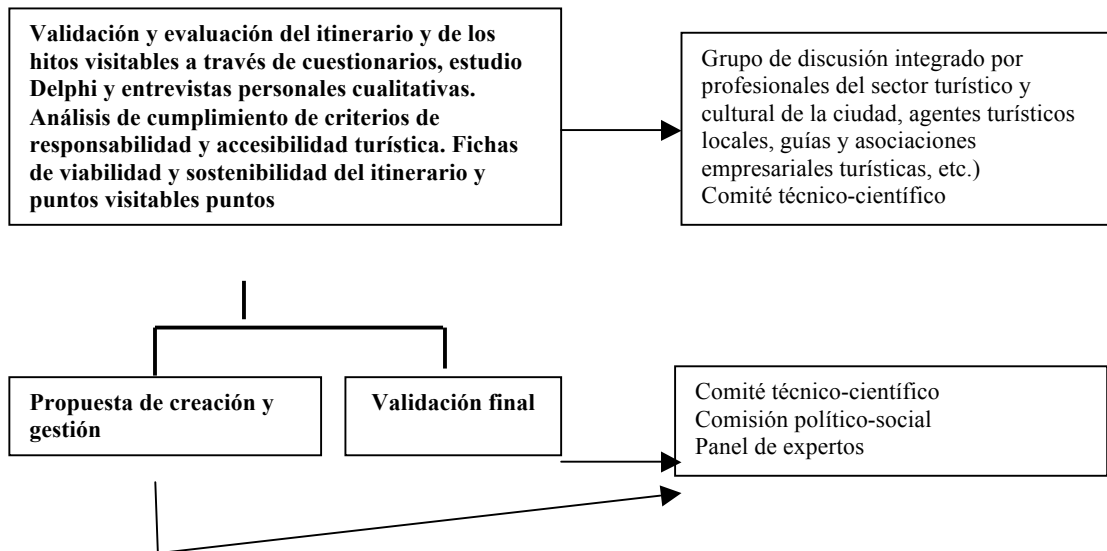
### 3. METODOLOGÍA DE DISEÑO, GESTION Y EVALUACIÓN DE LA RUTA

Como hemos referido con anterioridad, para el diseño, gestión y evaluación de este tipo de rutas turístico-culturales no se encuentran muchas propuestas de carácter metodológico ni proyectos realizados realmente con criterios empíricos y técnicos (López, I., 2006; Morère, N., 2012). En nuestro caso, hemos intentado integrar diversas aportaciones y perspectivas recogidas de la literatura académica y profesional consultada, utilizando, asimismo, técnicas cualitativas como cuantitativas. Partiendo de un enfoque empírico inductivo, el método utilizado ha constado de los siguientes procesos: 1.) búsqueda bibliográfica y de fuentes documentales relacionadas con el diseño y gestión de rutas turístico-culturales, considerando particularmente las declaraciones y orientaciones de organismos internacionales y nacionales e instituciones especializadas como la OMT, ICOMOS, Consejo de Europa, UNESCO, Comisión Europea, etc. (Bourdeau, L. *et al.*, 2012; ICOMOS, 2008; Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, 2011), con el objeto de contar con una base teórica y de caracterización de estas rutas, así como de referencias de estudios de casos; 2.) realización de trabajo de análisis territorial (trabajo de campo urbano) para el diseño del itinerario, estudio histórico-cultural para servir de base articuladora y temática de la ruta, selección y catalogación de recursos e hitos visitables, , detección de puntos visitables de mayor atractivo o interés, fijación de criterios técnicos de viabilidad y funcionalidad de las visitas a recursos, etc.; 3.) contrastación de resultados y definición de propuestas finales con profesionales y agentes turísticos y culturales especializados, tanto de entes públicos como privados y de pymes, mediante encuestas y reuniones de trabajo de carácter, realización de estudio Delphi y técnicas de evaluación multicriterio (Figura 1).

Figura 1

*Método de evaluación proyectado y parcialmente implementado*





Fuente: Elaboración propia.

### 3.1. Trabajo de campo, estudios previos y diseño del itinerario

La selección de hitos y puntos visitables relacionados con la temática central de la ruta y los dos personajes históricos principales que han servido de referencia, Cristóbal Colón y el Inca Garcilaso de la Vega, se ha realizado por un comité-técnico científico en el que ha participado el autor de este trabajo y un equipo de especialistas en historia, patrimonio cultural y turismo, con el apoyo de otros expertos y técnicos seleccionados en el ámbito público y privado en estas materias.

La investigación histórica realizada nos ha descubierto suficientes motivos recurrentes para argumentar y hacer atractiva la ruta desde el punto de vista de la interpretación del patrimonio urbano y también considerando la posibilidad de ampliar la oferta turístico-cultural de la ciudad de Córdoba y afianzar su imagen de destino intercultural. En todo caso, hemos partido de un diagnóstico de situación de partida y de potenciales atractivos y ventajas de la ruta, proponiendo la construcción de un recorrido temático articulado a través de hitos, bienes y referencias patrimoniales debidamente conexos, con valores identitarios, histórico-culturales, etnológicos, etc. y en un estado de conservación y funcionalidad adecuados. Al fin al cabo ese conjunto de elementos patrimoniales ha de configurar un sistema encadenado y coherente de recursos turísticos y culturales.

Para el análisis-diagnóstico inicial se ha utilizado el método SWOT a diferentes escalas, que se han ido asociando a los objetivos, planteamientos y oportunidades

diferentes que sean identificados y que deben de concretarse antes de proceder a establecer una estrategia y un plan de acción. Finalmente se ha fijado una ruta de carácter urbano por el Conjunto Histórico de la ciudad que además cuenta con la posibilidad de visitar complementariamente algunos otros puntos de interés fuera del mismo a distancias funcionales, incorporando nuevas zonas de oportunidad turística.

### 3.2. Valoración y evaluación de variables y propuestas

Tras el diseño del itinerario y el análisis y diagnóstico de las variables e hitos a considerar, en una segunda fase se ha planteado un método de validación y evaluación multicriterio –aun no finalizado- a través de reuniones y comités de trabajo con expertos y responsables de entidades públicas y privadas, así como con la cumplimentación de cuestionarios y un estudio Delphi (Tabla 1).

Primeramente se ha elaborado y validado un cuestionario ex profeso para evaluar los valores, atractivos y condiciones funcionales de los hitos del recorrido, considerando variables patrimoniales, de viabilidad turística, culturales, históricas, etc. y partiendo, como referimos en el apartado anterior, de principios propios de responsabilidad turística (accesibilidad, turismo para todos, señalética, dificultad interpretativa, oferta turística aledaña, rigor histórico, significación cultural....).

Para ello se ha elaborado una ficha obtenida a partir de la experiencia de otros proyectos y estudios de caso que hemos conocido, así como de las conclusiones obtenidas de los estudios y diagnósticos previos y del propio marco teórico del turismo responsable. La ficha, una vez validada por un comité de expertos, ha servido posteriormente para emprender la tercera fase del proceso en la que se hace la valoración de los hitos y puntos del recorrido mediante un cuestionario y unas salidas de campo. Dicha valoración se ha cuantificado finalmente, de 0 a 10 puntos en función de la opinión de cada uno de los encuestados y de sus resultados se han concretado y adoptado una serie de propuestas que hemos puesto en relación con los objetivos previstos en el inicio del proyecto de ruta.

Tabla 1  
*Modelo de cuestionario para el estudio Delphi y evaluación de la ruta*

DATOS DE LA ENCUESTA						
<b>Nombre</b>	<b>encuestado/a</b>				<b>y</b>	<b>profesión:</b>
<b>Fecha de la Encuesta:</b>						
	<b>Puntos de 0 a 6, según su conocimiento y valoración</b>					
<b>Variables a considerar en la ruta y puntos visitables</b>	<b>P1</b>	<b>P2</b>	<b>P3</b>	<b>P4</b>	<b>P5</b>	<b>P6</b>
Atractivo punto visitable y oportunidad valorización						
Atractivo entorno inmediato y oportunidad valorización						
Valor histórico-cultural ligado a la ruta temática (valores tangibles)						
Valor histórico-cultural (valores intangibles)						
Valor histórico-cultural para inclusión en ruta principal						
Valor histórico-cultural como visita complementaria fuera de la ruta						12

Fuente: Elaboración propia.

#### **4. CONSIDERACIONES FINALES**

El objetivo de esta comunicación ha sido únicamente presentar los avances acometidos en este proyecto hasta la fecha y particularmente la metodología sistemática empleada para diseñar, desarrollar, gestionar y evaluar la ruta turístico-cultural desde una perspectiva integral, de responsabilidad y de sostenibilidad. Para ello se ha concebido con un doble enfoque: primero, como producto cultural de importante potencial para el reforzamiento de la imagen intercultural y multicultural que tiene la ciudad de Córdoba (España) a nivel internacional, rescatando el importante legado histórico de relaciones humanas, culturales, comerciales, artísticas, religiosas y socioeconómicas mantenidas con la América Latina y que han originado un patrimonio tangible e intangible de gran interés, pero que había que rescatar de un cierto olvido y desconocimiento; en segundo lugar, como producto turístico que intenta valorizar dicho patrimonio para convertirse en atractivo turístico, ampliando y diversificando la oferta y los horizontes turísticos de la ciudad.

La metodología empleada combina y complementa aspectos cualitativos y cuantitativos y partiendo de una serie de criterios básicos y de la oportuna evaluación y validación intenta, asimismo, imprimir a la ruta turístico-cultural principios propios comúnmente aceptados en la literatura académica y profesional sobre turismo responsable y sostenible, tanto en su diseño como en su desarrollo, implementación y sistema de gestión. En este sentido, la participación de los agentes turísticos y sociales locales es decisiva, pues en un destino urbano maduro y relativamente consolidado como Córdoba en el ámbito del turismo cultural, se cuenta con un tejido turístico-empresarial y de carácter asociativo, así como entes públicos de gestión y promoción turística capaces de llevar las riendas del proceso desde la perspectiva del desarrollo endógeno, evitando su control principal por parte de los operadores foráneos.

Con las propuestas planteadas hasta ahora se plantea en una última fase la aprobación de un plan director con cinco grandes fases de actuación: 1ª.) planificación sostenible, lanzamiento de la ruta, plan operativo y calendario de acciones, reuniones de información y sensibilización con agentes implicados; 2ª.) sistema de evaluación y seguimiento continuos en el contexto y coyuntura turística de la ciudad; 3ª.) desarrollo del sistema de coordinación del partenariado y de gestión de la ruta.

#### **5. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS**

Arcila, M.; López, J.A. y Fernández, A. (2015): "Rutas turístico-culturales e itinerarios culturales como productos turísticos: reflexiones sobre una metodología para su diseño y evaluación", en DE LA RIVA, J. *et al.* (Eds.): *Análisis espacial y representación geográfica. Innovación y aplicación*. Universidad de Zaragoza, Zaragoza, pp. 463-471.

Beaudet, G. (2003): "Les routes touristiques à thème: entre marketing territorial et valorisation identitaire", en *Téoros. Revue de recherche en tourisme*, nº 22-2, Québec, pp. 4-9.

Bourdeau, L. y Marcotte, P. (2015): *Les routes touristiques*. Presses de l'Université Laval, Québec, 268 p.

Bourdeau, L.; Marcotte, P. y Habib, M. (2012): *Routes touristiques et itinéraires culturels, entre mémoire et développement. Actes Colloque International*. Presses de l'Université Laval, Québec, 505 p.

Briedenhann, J. y Wikens, E. (2003): "Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas. Vibrant hope or imposible dream?", en *Tourism Management*, nº 57, Amsterdam, pp. 1-9.

Bryon, J. (2012): "Tour Guides as Storytellers-From Selling to Sharing", en *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, nº 12-1, Stavanger (Norway), pp. 27-43.

Campesino, A.J. (2006): "Controversia patrimonial", en *Boletín del IAPH*, nº 60, Sevilla, pp. 1-2.

Collombon, J.M.; Bauet, S. y Ribier, D. (2004): *Tourisme solidaire et développement durable*. Gret y Ministerio de Asuntos Exteriores, Paris, 120 p.

Consejo de Europa (2015): *Cultural Routes management: from theory to practice. Step-by-step guide to the Council of Europe Cultural Routes*. Ediciones Consejo de Europa, Estrasburgo.

Denstadli, J.M. y Jacobsen, J.S. (2010): "The long and winding roads: perceived quality of scenic tourism routes", en *Tourism Management*, nº 32-4, Amsterdam, pp. 780-789.

Goodwin, H. (2011): *Taking Responsibility for Tourism*. Metropolitan University Leeds, Leeds (UK), 272 p.

Gunn, C. (1994): *Tourism Planning: Basics, concepts, cases*. Taylor&Francis, Abingdon, 460 p.

Hayes, D. y Macleod, N. (2008): "Putting down routes: an examination of local government cultural policy shaping the development of heritage trails", en *Managing Leisure*, nº 13-2, Abingdon (UK), pp. 57-73.

Hernández, J. (2011): "Los caminos del Patrimonio. Rutas turísticas e itinerarios culturales", en *Pasos*, nº 9-2, La Laguna, pp. 225-236.

ICOMOS (2008): *Carta de Itinerarios Culturales. 16ª AG*. Icomos, Québec (Canadá).

López, I. (2006): "Diseño y programación de itinerarios culturales", en *Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico*, nº 60, Sevilla, pp. 20-33.

López-Guzmán, T.J.; Lara, F. y Merinero, R. (2006): "Las rutas turísticas como motor de desarrollo local. El caso de la Ruta del "Tempranillo", en *Estudios Turísticos*, nº 137, Madrid, pp. 131-145.

Macleod, N.; Hayes, D. y Slater, A. (2009): "Reading the landscape: The development of a Typology of Literary Trails that Incorporate an Experiential Design Perspective", en *Journal of Hospitality Marketing & Management*, nº 18 (2-3), Londres, pp. 154-172.

Marlotti, A. (2015): "Tourisme et itinéraires culturels: pôles, districts culturels et systèmes touristiques", en CONSEJO DE EUROPA (2015): *Cultural Routes management: from theory to practice. Step-by-step guide to the Council of Europe Cultural Routes*. Ediciones Consejo de Europa, Estrasburgo

Mason, R. y O'Mahany, B. (2007): "On the Trail of Food and Wine: The tourist search for meaningful experience", en *Annals of Leisure Research*, Londres, nº 10 (3-4), pp. 498-517.

Ministerio de Industria, Turismo y Comercio (2011): *Oportunidades y potencial de los itinerarios turísticos comerciales*. MITC, Madrid, 226 p.

Morère, N. (2012): "Sobre los itinerarios culturales del ICOMOS y las rutas temáticas turístico-culturales. Una reflexión sobre su integración en el turismo", en *Revista de Análisis Turístico*, nº 13, Málaga, pp. 57-68.

Navalón, R. (2014): "Diseño y gestión de rutas culturales: de la teoría a la práctica", en RUBIO, L. y PONCE, G. (Coord.): *Escenarios, imaginarios y gestión del patrimonio*. Universidad Autónoma Metropolitana de Méjico y Universidad de Alicante, Alicante, pp. 207-217.

Ono, W. (2005): "A case study of a practical method of defining the setting for a cultural route", en *15<sup>th</sup> ICOMOS General Assembly and International Symposium: Monuments and sites in their setting-conserving cultural heritage in changing townscapes and lansdsapes*. Icomos, Xi'an (China), s.p.

Pulido, J.I. (2006): "¿Porqué no funcionan turísticamente algunas rutas o itinerarios culturales?", en *Boletín del IAPH*, nº 60, Sevilla, pp.111-113.

Rengifo, I. (2006): "Rutas culturales y turismo en el contexto español", en *Boletín del IAPH*, nº 60, Sevilla, pp. 114-125.

Rivera, M. y Rodríguez, L. (Dir.) (2012): *Turismo responsable, sostenibilidad y desarrollo local comunitario*. Universidad de Córdoba, Córdoba (España), 400 p.

Rivera, M. (2012): "Turismo responsable y relaciones interculturales en el contexto de la globalización", en RODRIGUEZ, L. y ROLDAN, A.R. (Dir.): *Interculturalidad: un enfoque interdisciplinar*. Universidad de Córdoba, pp. 181-205.

Rivera, M. (2013): "El turismo experiencial como forma de turismo responsable e intercultural", en RODRIGUEZ, L. y ROLDAN, A.R. (Dir.): *Relaciones interculturales en la diversidad*. Universidad de Córdoba, pp. 199-217.

Smith, W. (2006): "Experiential tourism around the world and at home: definitions and standars", en *International Journal of Services and Standars*, nº 2-1, Genève (Suiza), pp. 1-14.

Torres, E. (2006): "Rutas culturales. Recurso, destino y producto turístico", en *Boletín del IAPH*, nº 60, Sevilla, pp. 84-97.

Yáñez, C. (2010): "Los itinerarios culturales: caracterización y desafíos de una nueva categoría del patrimonio cultural mundial", en *Apuntes*, nº 23-2, Lima, pp. 194-209.

Yepes, V. (2000): "Los itinerarios temáticos como elementos diferenciadores del producto turístico global", en *Actas del V Congreso Internacional sobre Caminería Hispánica*. AACHE Ediciones, Valencia, vol. II, s.p.