



UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA  
MÁSTER EN GESTIÓN DEL PATRIMONIO DESDE EL MUNICIPIO

**LA AJERQUÍA NORTE DE CÓRDOBA:  
UNA PROPUESTA DE ACTIVACIÓN Y DINAMIZACIÓN TURÍSTICA-CULTURAL.**

Presentado por:

**D<sup>a</sup>. María Victoria de Larriva Ortega**

Tutor:

**Dr. Manuel Rivera Mateos**

Curso académico 2012 / 2013



D. Manuel Rivera Mateos, tutor del trabajo titulado "LA AJERQUÍA NORTE DE CÓRDOBA: UNA PROPUESTA DE ACTIVACIÓN Y DINAMIZACIÓN TURÍSTICA-CULTURAL" realizado por la alumna Dña. María Victoria de Larriva Ortega, INFORMA que dicho trabajo cumple con los requisitos exigidos por el Reglamento sobre Trabajos Fin de Máster en Gestión del Patrimonio desde el Municipio para su defensa.

Córdoba, \_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2013.

Fdo. Manuel Rivera Mateos



**TITULO: LA AJERQUIA NORTE DE CORDOBA: UNA PROPUESTA DE ACTIVACION Y DINAMIZACION TURISTICA-CULTURAL**

*María Victoria de Larriva Ortega*

	Página
<b>ÍNDICE GENERAL</b>	
<b>0. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>7</b>
<b>CAPÍTULO I. JUSTIFICACIÓN Y OPORTUNIDAD DEL OBJETO DE ESTUDIO.....</b>	<b>11</b>
1.1. Justificación y oportunidad del objeto de estudio: la expansión del turismo urbano-cultural y la valorización socioeconómica del patrimonio.....	11
1.2. Interés específico de la zona geográfica seleccionada.....	18
<b>CAPÍTULO II. MARCO TEORICO Y CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACION.....</b>	<b>23</b>
2.1. Turismo y patrimonio en Conjuntos Históricos y ciudades patrimoniales: antecedentes, conceptualización y declaraciones.....	23
2.2. Marco teórico de referencia.....	29
2.2.1. El patrimonio cultural en su concepción amplia e integral de las ciudades históricas.....	29
2.2.2. El turismo como dinamizador de la economía y del desarrollo local.....	30
2.2.3. La sostenibilidad social, económica y ambiental.....	31
2.2.4. Principios éticos.....	31
2.2.5. Implicación social y participación en beneficios.....	32
2.2.6. Mecanismos de gestión y control de la actividad turística.....	34
<b>CAPÍTULO III. INTRODUCCIÓN AL MARCO JURÍDICO COMPETENCIAL .....</b>	<b>35</b>
3.1. El régimen competencial en materia de patrimonio en los Conjuntos Históricos y su incidencia en la Ajerquía cordobesa.....	35
3.2. El régimen competencial en materia de turismo.....	37
3.3. El Plan Especial de Protección del Conjunto Histórico de Córdoba.....	38
3.4. Breve historia de la Ajerquía. El Área de Rehabilitación Concertada de la Ajerquía Norte cordobesa.....	40
3.5. El Plan Estratégico de Turismo de Córdoba y su encaje con la propuesta de dinamización turística de la Ajerquía Norte.....	43
<b>CAPÍTULO IV. OBJETIVOS, METODOLOGÍA Y PLAN DE TRABAJO.....</b>	<b>45</b>
4.1. Objetivos, planteamientos iniciales e hipótesis de partida.....	45
4.1.1. Objetivo principal.....	45
4.1.2. Objetivos específicos.....	45
4.1.3. Planteamientos iniciales e hipótesis de partida.....	49
4.1.3.1. Desde la perspectiva del área.....	49
4.1.3.2. Desde la perspectiva el municipio.....	50
4.1.3.3. Desde la perspectiva de las Administraciones Públicas.....	50
4.2. Fuentes y metodología de la investigación. Plan de trabajo.....	51
<b>CAPÍTULO V. DIAGNÓSTICO Y EVALUACION DE LOS RECURSOS PATRIMONIALES DE LA AJERQUIA NORTE.....</b>	<b>60</b>
5.1. Los recursos patrimoniales susceptibles de convertirse en recursos y/o productos	

turísticos.....	60
5.1.1. Potencial patrimonial Inmueble en el área.....	60
5.1.2. Hitos patrimoniales: fuentes, torres, esculturas de personajes ilustres.....	68
5.1.3. Plazas, lugares de interés.....	69
5.1.4. Otros equipamientos culturales y de ocio recreativos.....	71
5.2. “Las casas de vecinos” : germen de la tradición de la Fiesta de los Patios.....	74
5.3. Los Patios populares de la Ajerquía como valor identitario, material e inmaterial del área.....	81
5.3.1. Origen de la tradición festiva.....	82
5.3.2. Información del potencial casas-patio.....	85
5.3.3. Selección de patios en base a valores identitarios.....	87
5.4. Fiestas y celebraciones de interés turístico en la Ajerquía Norte.....	89
5.5. Entrevistas a personajes claves. Evaluación de datos.....	89
<b>CAPÍTULO VI. INFRAESTRUCTURAS, CALIDAD AMBIENTAL Y OFERTA TURÍSTICA Y PARATURÍSTICA DE SOPORTE.....</b>	<b>93</b>
6.1. Accesibilidad y aparcamientos en el área y para el turismo.....	93
6.2. Calidad ambiental: evaluación de impactos visuales, perceptivos y operaciones de mejora del entorno físico.....	98
6.3. Oferta turística y paraturística de soporte para su valorización y activación: .....	103
6.3.1. Establecimientos de alojamiento turístico.....	103
6.3.2. La oferta de restauración.....	106
6.3.3. El comercio tradicional minorista y los talleres de artesanía y joyería.....	108
<b>CAPÍTULO VII. ESTRATEGIAS Y ACCIONES OPERATIVAS PARA LA VALORIZACION Y ACTIVACION TURISTICA DEL PATRIMONIO EN LA AJERQUÍA NORTE.....</b>	<b>110</b>
7.1. Líneas estratégicas principales que definen el marco de las acciones operativas.....	110
7.2. Valorización de los recursos: los itinerarios turístico-patrimoniales como instrumento de integración de recursos patrimoniales y de creación de producto final.....	111
7.2.1. Introducción al itinerario turístico-patrimonial.....	111
7.2.2. Selección de recorridos y espacios urbanos con significación socio-cultural y calidad ambiental y paisajística.....	112
7.2.3. Establecimiento de un itinerario base a modo de eje vertebral de la oferta.....	113
7.2.4. Establecimiento de un itinerario religioso.....	120
7.2.5. Complementariedad del itinerario patrimonial y religioso con los recursos gastronómicos.....	122
7.2.6. Oferta de productos turísticos independientes y combinados entre sí.....	122
7.3. Actuaciones en materia de infraestructura y equipamientos turístico-culturales.....	124
7.3.1. Articulación de los principales atractores del área: .....	124
7.3.1.1. Creación del Centro de la Cultura Inmaterial del Patio Cordobés tradicional.....	124
7.3.1.2. Objetivos y fundamentación de la propuesta de creación del Centro.....	124
7.3.1.3. Resultados que se esperan obtener.....	126
7.3.1.4. Propuesta de distribución de usos generales.....	128
7.3.1.5. Valorización turística de los patios previstos en el itinerario.....	129
7.3.2. Las iniciativas en los recursos patrimoniales y productos complementarios.....	137
7.3.2.1. Creación de un punto de información turística zonal .....	137
7.3.2.2. Establecimiento de la señalética adecuada de los productos turísticos y equipamientos complementarios.....	138

7.3.2.3. Accesibilidad a los recursos turísticos.....	141
7.3.2.4. Acuerdos y convenios con agentes públicos y privados.....	142
7.4. Instrumentos de gestión, participación, fomento y financiación económica por parte de las acciones.....	145
7.4.1. Instrumentos de gestión y participación.....	145
7.4.2. Financiación del ente y dinámica de gestión.....	148
7.4.2.1. Agentes privados e instituciones privadas inversoras.....	149
7.4.2.2. Recursos autogenerados.....	150
7.4.3. Marco de apoyo y fomento de las acciones por parte de las Administraciones Públicas.....	151
7.4.3.1. Participación a nivel Estatal y/o Autonómico, con planes o programas específicos. El Plan Turístico de Grandes Ciudades para el caso de Córdoba.....	151
7.4.3.2. En programas concretos para la promoción de productos, infraestructuras, formación e innovación.....	155
7.4.3.3. Asignaciones específicas destinadas a un proyecto, evento o actividad.	156
7.5. Acciones de promoción y comercialización.....	157
7.5.1. Estrategias de marketing basadas en un producto novedoso y de autenticidad socio-cultural .....	157
7.5.1.1. Creación de “marca” de identidad con los patios como principal recurso..	157
7.5.1.2. Campaña promocional de diferenciación del producto.....	157
7.5.1.3. Creación de productos específicos artesanales o de contenido patrimonial.....	159
7.5.2. Gestión relativa a la difusión, divulgación externa y comercialización.....	159
7.6. Resultados de las acciones selectivas a desarrollar para la creación de la dinámica turística en el área.....	160
7.6.1. Sobre los recursos turísticos.....	160
7.6.2. Sobre la mejora del entorno físico, calidad ambiental y paisajística.....	161
7.6.3. Sobre accesibilidad y movilidad.....	162
7.6.4. Acciones de señalética.....	163
7.6.5. Acciones de información, formación y participación.....	163
7.6.6. Acciones de apoyo y fomento de las Administraciones Públicas.....	163
7.6.7. Gestión y financiación de las acciones.....	164
7.6.8. Acciones de promoción y comercialización.....	165
7.7. Mapa de actores.....	165
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>171</b>
<b>ÍNDICE DE ILUSTRACIONES Y TABLAS.....</b>	<b>176</b>
<b>BIBLIOGRAFIA Y OTRAS FUENTES DOCUMENTALES.....</b>	<b>177</b>
<b>ANEXOS I y II.....</b>	<b>184</b>

## Agradecimientos:

Una idea, un proyecto, una posible realidad que quiere rendir tributo y reconocimiento a este trozo de nuestra ciudad. "La Ajerquía Norte de Córdoba".

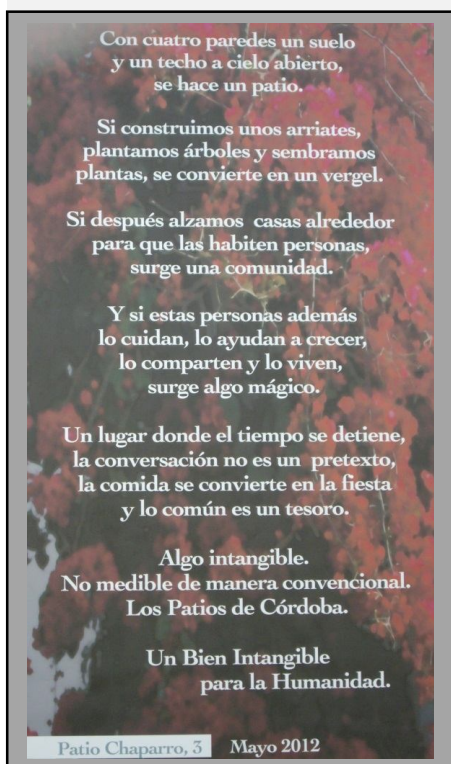
A su población, por su acogida, su participación y por el optimismo e ilusión mostrada ante esta propuesta de dinamización turística.

A los responsables de VIMCORSA, Institución Local y Consejería de Turismo por hacer suya la propuesta de creación del Centro de la Cultura Inmaterial de los Patios de Córdoba en la Casa Patio de C/Trueque, previsto en este proyecto y que se halla en el corazón de la Ajerquía Norte, que será un importante potencial turístico y sobre todo en aras a la salvaguardia, protección y difusión de este Patrimonio, recientemente Declarado como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad.

Al tutor de este TFM, mi reconocimiento expreso porque ha sabido reconducir mis aspiraciones, por su constancia y atención permanente en el desarrollo de este trabajo.

Por último a mi familia, por mis ausencias y presencias cargadas por el entusiasmo de este proyecto y que en todo momento han sabido compartir, transmitiéndome el ánimo y el impulso que me ha sido necesario.

Córdoba 2013



Casa patio de Chaparro 3. Patio de Córdoba, construido por VIMCORSA. Ejemplo de convivencia entre vecinos, de compartir experiencias en el patio y de singular modo de vida. (Ajerquía Norte).

# LA AJERQUÍA NORTE DE CÓRDOBA: UNA PROPUESTA DE ACTIVACIÓN Y DINAMIZACIÓN TURÍSTICA-CULTURAL.

---

## 0. INTRODUCCIÓN.

El turismo cultural, hoy considerado como una industria emergente dentro del panorama económico español. Tras la crisis económica, como consecuencia entre otros factores del boom inmobiliario, las nuevas políticas encauzan sus marcos legislativos a favorecer a las ciudades históricas, a considerar la rehabilitación de los edificios y de la ciudad dentro de sus programas y planes, pretendiendo dentro de sus objetivos crear dinámicas basadas en el turismo, incidiendo en esta estrategia como motor de desarrollo económico y social de la ciudad histórica.

Por otro lado, el turista hoy más exigente, busca la singularidad de los sitios y compartir experiencias únicas, si cabe con la propia población y captar la identidad del lugar que se visita, no como una visita a un bien cultural aislado, como hasta ahora ha venido siendo, sino como un conjunto patrimonial en toda su extensión y valoración cultural e histórica, que es capaz de transmitir su estado físico y simbólico, material e inmaterial.

La presente propuesta de dinamización turística de una parte del Conjunto Histórico de Córdoba, “Ajerquía Norte”, pretende aunar esta conjunción de objetivos, al tratarse de un trozo de ciudad histórica con un gran potencial patrimonial: iglesias, conventos, calles, plazas, hitos históricos, personajes etc., a los que se une un nuevo recurso “Los Patios” tras su reciente declaración como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad, por la UNESCO. Siendo este trozo de ciudad donde aún perviven ejemplos de casas de vecinos, que han sido el germen original de la actual fiesta de los Patios Declarados.

Para Córdoba, esta propuesta puede representar una ampliación de la oferta turística que aún no llega a cubrir los índices de estancia media pretendidos, puede diversificar la concentración de los flujos del área turística consolidada del entorno de la Mezquita-Zona Patrimonio, y puede significar la recuperación social, económica y ambiental de esta parte del Conjunto Histórico, que en el 2006 fue declarado como Área de Rehabilitación Concertada.

La idea de esta propuesta compleja, parte de un hecho concreto, la creación del Centro de la Cultura Inmaterial del Patio, en un patio emblemático de la tradición

festiva, tras la reciente Declaración como Patrimonio Cultural Inmaterial, patio situado en la calle Trueque nº 4, en el barrio de San Lorenzo. Propuesta presentada igualmente en este trabajo como recurso de atracción turística por excelencia (aunque su planteamiento no es solo turístico) y con signos evidentes de llevarse a la realidad, confirmándose su ejecución en el Plan Turístico de Grandes Ciudades, según el futuro Convenio que deberá firmarse entre el Excmo. Ayuntamiento de Córdoba y la Consejería de Turismo y Comercio de la Junta de Andalucía.

La atracción turística del Centro de la Cultura Inmaterial del Patio, la posible apertura de la Iglesia de San Agustín, situada en el epicentro del área, magnífica joya del barroco cordobés y el Palacio de Viana, (hoy con gran afluencia turística), confirió la oportunidad de esta propuesta de dinamización turística de la Ajerquía Norte y con ello la posibilidad de hacer realidad los objetivos pretendidos para su activación social, económica y ambiental.

No obstante, aunque con los tres focos aludidos se llegara a crear una dinámica turística en la zona, no va en la línea de las aspiraciones del presente trabajo, pues este trozo de ciudad es mucho más, parte de un Conjunto Histórico, con calles, plazas, hitos históricos y con una potente carga cultural y simbólica, que junto a la vida de su población y el entorno, serán los transmisores de esos valores de identidad que hoy se demandan y que dan sentido a lo que llamamos “identidad cultural” y en definitiva a lo que está dando hoy sentido a la experiencia turística. En otro caso, sería desaprovechar en un alto porcentaje, el potencial de recursos turísticos que la propia ciudad histórica nos está ofreciendo.

### **El presente trabajo se estructura en siete capítulos:**

**Capítulo I.** Desarrolla más ampliamente la primera parte de esta introducción: nos sitúa en la idea del proyecto, su justificación y oportunidad. Y dentro de la perspectiva turística, el tratamiento dado al patrimonio y al turismo urbano-cultural.

En este capítulo nos situamos en el contexto de tres Declaraciones, la primera declaración como Conjunto Histórico, su definición, la importancia y salvaguardia de sus valores patrimoniales tanto materiales como inmateriales; la segunda, declaración con referencia al área de estudio “Ajerquía Norte, como Área de Rehabilitación Concertada, cuya finalidad es la activación social, económica y ambiental de esta delimitación territorial y la tercera Declaración de la UNESCO, relativa a los valores de la Cultura Inmaterial de los Patios, esta última nos da las

claves y el potencial suficiente para que con el resto de elementos patrimoniales del Conjunto se puedan conseguir los objetivos pretendidos.

**Capítulo II.** Nos introduce en los conceptos teóricos y conceptuales de los últimos tiempos, referidos a los nuevos valores dados al patrimonio y al turismo en las ciudades históricas. Este marco de apoyo nos ha permitido definir los principios básicos que deberán estar presentes, primero, en la planificación turística del destino y segundo, en la dinámica turística. Principios basados en la sostenibilidad, en la ética y responsabilidad de todos los actores implicados en la dinámica turística.

**Capítulo III.** Entramos en el marco competencial en materia de patrimonio de los Conjuntos Históricos y en materia de turismo, en la planificación territorial actual de los Conjuntos y en concreto en el Plan de Rehabilitación del área del presente estudio.

**Capítulo IV.** Se definen los objetivos que se persiguen con la presente propuesta, también esbozados en la introducción, y se desarrolla el esquema y marco metodológico sobre las líneas de trabajo y el proceso a seguir.

**Capítulo V.** Se analiza la situación actual de los bienes patrimoniales y su potencialidad como recursos turísticos. El patrimonio valorado ha sido referido a los elementos con presencia física-histórica y cultural dentro de la zona de estudio. Los contenidos argumentales históricos-culturales de cada elemento, se prevé formen parte de estudios posteriores para su valorización turística, dada la limitada extensión del presente trabajo.

Se presenta un estudio del patrimonio de casas de vecinos, considerado como patrimonio identitario del área, al ser el germen y origen de la fiesta de los patios, sobre su estado actual y evolutivo, así como las carencias que reúnen estas casas, hoy día, para su conservación.

Como recurso principal y de atracción turística, se ha analizado el potencial de casas patio que se vienen presentado al festival en los últimos años, incorporando unos criterios de selección basados en los aspectos culturales y etnográficos que mejor se ajustan a los valores definidos en la Declaración Inmaterial, para su valorización como producto turístico “diferente”.

Igualmente se valoran de interés turístico las fiestas y celebraciones de carácter público.

**Capítulo VI.** La visión del territorio, las infraestructuras y la oferta turística complementaria. En este capítulo nos referimos a las infraestructuras ya existentes

en el área, detectando posibles mecanismos de mejora tanto en el ambiente urbano, como en materia de accesibilidad y aparcamientos.

Con referencia a la oferta turística y paraturística: alojamientos, restauración, comercio tradicional y talleres, se valora su presencia en el área, destacando como oferta paraturística de interés, las tabernas con gastronomía típica tradicional y la implantación de talleres artesanales en el interior de casas-patio e incipientemente en la Plaza de San Agustín. La potenciación de los recursos existentes y los de nueva creación, forman parte de los objetivos de la dinámica económica, por consiguiente es necesario la implantación de medidas de apoyo económico y financiero para este futuro potencial paraturístico, que se traduzca en la creación de apartamentos turísticos y en la oferta de tabernas, mediante la recuperación de edificios de interés patrimonial. Así como el apoyo a la creación de comercios de productos artesanales y de la tierra y con especial potenciación por su singularidad a los talleres de artesanía, en función de la dinámica ya generada.

**Capítulo VII.** Se definen los criterios para la conversión de los recursos patrimoniales en productos turísticos. Se orienta la dinamización turística hacia la creación de itinerarios como modelo de integración de los diferentes productos patrimoniales, materiales e inmateriales, gastronómicos y de ocio-recreativos del área, como contenedores y transmisores de la identidad compleja de un conjunto patrimonial.

En materia de infraestructura y equipamientos turísticos culturales, se crea como foco de atracción principal el Centro de la Cultura Inmaterial del Patio, en una casa-patio emblemática del Festival de Patios, así como la valorización de cinco casas más con valores patrimoniales únicos, cuatro de ellas dependientes de convenios público-privados para su apertura pública. Como productos complementarios, la creación de un punto de información turística zonal, el establecimiento de la señalética adecuada tanto externa como interna en cada producto turístico, la accesibilidad a los recursos y por último la necesidad de realización de acuerdos y convenios para la apertura pública de algunos de estos recursos.

La definición adecuada del modelo de gestión es una de las claves para que pueda ser viable el desarrollo de un turismo sostenible, por lo que se opta por un modelo Asociativo Participativo, sin ánimo de lucro y de utilidad pública. Se contemplan los posibles cauces para el fomento y financiación pública y privada de las acciones a desarrollar.



Se especifican las bases y fundamentación que debe tenerse en cuenta en las estrategias de marketing, en los mecanismos de promoción y comercialización, basadas en la transmisión de un producto novedoso y de autenticidad socio-cultural. Se cierra el capítulo VII con el resultado de las acciones operativas a realizar para la puesta en marcha de la dinámica turística.

## **CAPÍTULO I. JUSTIFICACIÓN Y OPORTUNIDAD DEL OBJETO DE ESTUDIO.**

### **1.1. Justificación y oportunidad del objeto de estudio: la expansión del turismo urbano-cultural y la valorización socioeconómica del patrimonio.**

El objeto de estudio es una propuesta de activación y dinamización turística cultural de una parte del Conjunto Histórico de Córdoba denominada "Ajerquía Norte".

Como parte de un Conjunto Histórico declarado oficialmente como tal<sup>1</sup>, la Ajerquía Norte contiene un acervo patrimonial de bienes inmuebles de gran interés, pero hoy día hemos de tener en cuenta que el concepto de patrimonio cultural tiene un significado más extenso pues abarca todos los componentes materiales e inmateriales que integran una ciudad histórica. De esta manera, no se entiende en la actualidad otro discurso a nivel patrimonial cultural que no sea incorporar al patrimonio material los valores simbólicos que le ha aportado la historia y que son aceptados y reconocidos por la sociedad a la que pertenece. E incluso el concepto de patrimonio cultural va más allá, porque además de este reconocimiento de los hitos arquitectónicos patrimoniales, se ha ido incorporando a este concepto de patrimonio, todo el conjunto de la ciudad y de la memoria histórica de la sociedad "... por lo que bienes y valores se integran en una visión ampliada del patrimonio que desde esta perspectiva se convierte en patrimonio cultural"<sup>2</sup>

En este sentido más amplio y refiriéndonos siempre a las ciudades históricas, patrimonio material e inmaterial es igual a cultura. Hoy no se entiende la cultura sin ese valor simbólico porque va más allá de los valores físicos o materiales (productos tangibles de consumo) incorporando los valores intangibles, el estilo de vida, las costumbres, las tradiciones, la memoria histórica de una comunidad.

---

<sup>1</sup> El 2 de abril de 2003 mediante Decreto 63/2003 se inscribe el Conjunto en el Catálogo de Bienes del Patrimonio Histórico Andaluz.

<sup>2</sup> Véase GARCÍA HERNANDEZ, M. y DE LA CALLE VAQUERO M.: " Ciudades históricas: Patrimonio Cultural y Recurso Turístico". *Ería*. 47,(1998), pp. 249-266.

A nivel histórico la Ajerquía Norte no se explica sin todo el Conjunto, sin embargo son sus propias connotaciones históricas (arrabales islámicos, gremios de trabajadores artesanos, casas de vecindad...) las que han hecho que el resto del Conjunto Histórico, parte declarado como Patrimonio de la Humanidad, y la misma sociedad cordobesa dejaran de lado a este trozo de ciudad histórica, llevándolo en las últimas décadas del siglo XX a sufrir un cúmulo de deficiencias, distorsiones y problemáticas bastante acentuadas a nivel urbanístico y social<sup>3</sup>. La Administración Local, de hecho, reconociendo las deficiencias de esta área propuso su declaración como Área de Rehabilitación Concertada.<sup>4</sup> Y tras siete años desde esta declaración<sup>5</sup>, al menos han podido realizarse algunos avances notables en el plano urbanístico y de accesibilidad y a nivel residencial con la rehabilitación de parte del caserío. No obstante el factor de dinámica social y de desarrollo económico del área ha seguido sin dar sus frutos, máxime hoy agravado por la crisis económica que afecta a todo el panorama nacional.

Podemos decir que la oportunidad que se le presenta a este sector es única con la reciente declaración de la fiesta de los patios de Córdoba. Sería desaprovechar la realidad que hoy se brinda para el área y para la comunidad que forma parte, si la administración que es autora de las acciones que se deban emprender para su rehabilitación, no hiciera un esfuerzo por compensar el desequilibrio que presenta este trozo de ciudad con respecto al resto, aprovechando el recurso patrimonial “patios” recientemente declarado.

Córdoba cuenta con un importante potencial patrimonial, y es conocido gran parte del mismo a nivel internacional, como es el caso de su Catedral y Mezquita Alhama por excelencia y el Centro Histórico, ambos elementos patrimoniales con sendas Declaraciones como Patrimonio Mundial de la Humanidad. Recientemente, el 6 de diciembre de 2012, una tercera Declaración a nivel internacional, la **Fiesta de los Patios de Córdoba**, ha obtenido la declaración de la UNESCO como “Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad”, aunque desde 1980 ostentaba la declaración de Fiesta de Interés Turístico Nacional. Pero no sólo cuenta con estas Declaraciones en su haber, ya que tiene también el reconocimiento de su casco

---

<sup>3</sup> VIMCORSA, a través del Ayuntamiento de Córdoba, eleva solicitud a la Junta de Andalucía de declaración de Área de Rehabilitación Concertada de la Ajerquía Norte.

<sup>4</sup> Acogiéndose a programas de intervención en Ciudades Históricas del antiguo Ministerio de Obras Públicas, Transportes y Medio Ambiente.

<sup>5</sup> ORDEN de 6 de noviembre de 2006 de la Consejería de Obras Públicas y Transportes.

antiguo como Conjunto Histórico<sup>6</sup>, siendo uno de los más extensos a nivel europeo. Este Conjunto Histórico presenta dos partes diferenciadas llamadas Medina y Ajerquía, con distintos periodos en su formación, aunque son partes de un todo cargadas de historia, y con importantes bienes de interés patrimonial en ambos casos.

En estas “Declaraciones”, se incluye en la práctica el patrimonio de la ciudad más reconocido y valorado hoy en día a nivel internacional y por los propios cordobeses. Este patrimonio hace sombra al resto del Conjunto Histórico de la ciudad. *“De entre ellos los más destacados son importantes símbolos que pueden llegar a encarnar la imagen de la ciudad y oscurecer el resto del patrimonio urbano”*.<sup>7</sup>

Por ello, con este trabajo se pretende contribuir al reconocimiento y valoración de la Ajerquía Norte de Córdoba, casi una cuarta parte del Conjunto Histórico, con el objeto de hacer ver que el importante patrimonio con el que cuenta Córdoba reconocido oficialmente<sup>8</sup> no es ni mucho menos el único, sino que se halla arropado y envuelto por un conjunto patrimonial cultural mucho más extenso y de gran valor, pues como se ha dicho en alguna ocasión *“los valores y recursos culturales de las ciudades históricas desbordan ampliamente el significado, por muy importante que sea, de los grandes edificios monumentales y museos”*.<sup>9</sup>

“La declaración de Conjunto Histórico es ya un reconocimiento de los valores culturales del área, cuya conservación y tutela desborda las responsabilidades individuales y entra en el terreno de las colectivas. Además sitúa al bien declarado en una red de núcleos que sobresalen por sus valores arquitectónicos y urbanísticos introduciéndolos en un marco favorable de los circuitos del llamado “turismo cultural”.<sup>10</sup>

Nuestro bien patrimonial “Ajerquía Norte del Conjunto Histórico de Córdoba” empieza a definirse desde el propio sitio histórico, desde su evolución en el tiempo, su configuración actual y todos los componentes que lo integran: el propio entorno, la forma de sus calles, plazas y caserío, monumentos, plazas etc., así como sus propias gentes con sus tradiciones, fiestas y costumbres, con sus conocimientos y

---

<sup>6</sup>Mediante Real Orden del Ministerio de Instrucción Pública y Bellas Artes de 29 de julio de 1929, se incluye en el Tesoro Artístico Nacional la parte vieja de la Ciudad de Córdoba. En 1958 se amplía la delimitación de la zona Histórico-Artística y el Barrio de San Basilio. El 2 de abril de 2003 mediante Decreto 63/2003 se amplían los límites hasta los actuales y se inscribe el Conjunto en el Catálogo de Bienes del Patrimonio Histórico Andaluz.

<sup>7</sup>GARCÍA HERNANDEZ, M. y DE LA CALLE VAQUERO M.: “Ciudades históricas...op. cit. p. 253

<sup>8</sup> La Gran Mezquita Alhama. Zona Patrimonio de la Humanidad...

<sup>9</sup> Idem, p. 253

<sup>10</sup> Véase TROTIÑO VINUESA M.A.: “Patrimonio cultural: Valorización económica y reutilización funcional”. Jornadas de Gestión Cultural. *Culturinnova*, (2003).

experiencias transmitidas de generación en generación. Este patrimonio que hoy abarca la conceptualización de “Patrimonio Cultural de la Ciudad Histórica”, constituye un recurso turístico por excelencia ya que *“espacios que de esta forma revelan más atractivos y ofrecen más oportunidades de animación permanente o eventual que los monumentos aislados”*<sup>11</sup>

Este trozo de ciudad histórica es algo vivo y dinámico, asomado a su pasado y al presente. Sus gentes no saben de su interpretación porque la ciudad es vivida día a día, individuo y sitio forman un todo, y ambos constituyen el Patrimonio cultural de esa comunidad.

Y la “Fiesta de los Patios”, declarada Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad, el pasado 6 de diciembre de 2012, es una fiesta de tradición popular, única y exclusiva de los ciudadanos de Córdoba, que ha despertado interés por su originalidad y por sus valores de identidad con la población cordobesa y que tiene una de sus principales referencias en el patrimonio de casas-patio populares de la Ajerquía. Ya en los últimos años se había convertido en un fenómeno de atracción masiva, no sólo por la comunidad local sino también por el turista atraído por la singularidad de la fiesta. Tras el reconocimiento de la UNESCO, el interés público y privado por su valorización turística se ha puesto en auge. Ya no sólo es una fiesta popular sino que tiene una expectativa a nivel turístico que hay que valorar, que hay que diseñar si no se quiere dar al traste con los valores inmateriales que la sustenta. Tanto los agentes más implicados<sup>12</sup> como las Administraciones en general la han visto ya como “recurso turístico” que puede generar expectativas de inversión y de desarrollo económico.

La Ajerquía Norte reúne todos los parámetros que justifican un proyecto de dinamización turístico-cultural, al formar parte de un Conjunto Histórico con importante legado de bienes patrimoniales, al estar formada por barrios históricos de clase gremial y trabajadora que dio lugar a finales del XIX y principios del siglo XX con la industrialización de la ciudad, a la mayor implantación y concentración de las casas de vecinos<sup>13</sup>, que han sido el germen de la actual fiesta de los Patios Declarados, así como también por encontrarse en un Área Declarada de Rehabilitación Concertada aún en vías de desarrollo.

---

<sup>11</sup>GARCÍA HERNANDEZ, M. y DE LA CALLE VAQUERO M.: “Ciudades históricas...op. cit. p. 251

<sup>12</sup> Referidos a los propietarios de patios y/o vecinos.

<sup>13</sup> Emigración del campo a la ciudad debido al desarrollo industrial de Córdoba: Ferrocarril, Carbonell...

El turismo cultural, por otra parte, se presenta hoy día como una industria emergente, presentando un lugar privilegiado y una oportunidad para las ciudades históricas.

“Las motivaciones culturales aumentan en todo tipo de desplazamientos turísticos, de tal forma que en la actualidad apenas existen formas de turismo que no incorporen elementos de consumo cultural. En líneas generales, las visitas a ciudades históricas son una de las alternativas más atractivas para los desplazamientos turísticos futuros”.<sup>14</sup>

Los factores de estas tendencias alcistas del turismo cultural, tras estudios publicados en revistas de prestigio nacionales e internacionales pueden ser muy variadas, pero en general suelen ser coincidentes en algunos aspectos: como el aumento general del nivel de vida <sup>15</sup> , mayor inquietud cultural motivada por la educación, mejores condiciones de movilidad en el transporte<sup>16</sup>, vacaciones más flexibles, mayor esperanza de vida en personas jubiladas con más tiempo libre, etc.

El autor Marchena Gómez en una colección de artículos editados, analiza la perspectiva europea en relación al turismo urbano-cultural, indicando que *“en cualquier caso, tres conceptos clave están asociados al turismo urbano europeo: la fragmentación de las vacaciones, el incremento de los viajes de fin de semana y la creciente tendencia a la individualidad en el conocimiento de la ciudad como destino cultural”*. (CAZES Y POTIER, 1996).

El desarrollo de las tecnologías al alcance de cada individuo, cada vez más sofisticadas, la amplitud de los medios de difusión y cada vez mejores infraestructuras de transportes, nos están llevando a un mundo más globalizado, y como reacción a esta homogeneización se va incorporando un sentimiento local de protección de los valores de diferenciación de las comunidades. De igual modo el visitante exterior, ávido de salir de la cotidianidad y de lo común, desea palpar y experimentar emociones en estos valores de diferenciación y conocer los aspectos simbólicos y sociales del patrimonio cultural de la ciudad que visita, que no son transmitidos y propagados por tales medios de comunicación. El turista cada vez más exigente, requiere experiencias nuevas y de calidad.

Las tendencias de este turismo cultural son de consumir productos únicos e identitarios por lo que el patrimonio cultural-inmaterial está incidiendo como recurso

---

<sup>14</sup>GARCÍA HERNANDEZ, M. y DE LA CALLE VAQUERO M.: “Ciudades históricas...op. cit. p. 255

<sup>15</sup> Los viajes urbanos culturales implican mayor coste en menos tiempo de estancia.

<sup>16</sup> Las Compañías Aéreas ofrecen precios muy competitivos, algunos de muy bajo coste.

turístico de primer orden, a efectos de ofrecer experiencias innovadoras y diferentes al turista.<sup>17</sup> Y hoy día las tendencias del turismo cultural tienen superado el significado dado a los hitos monumentales caracterizados en cada ciudad histórica, (Catedral de Burgos, Mezquita de Córdoba),<sup>18</sup> adquiriendo cada vez más protagonismo las experiencias con la ciudad en su conjunto: la historia del sitio que se visita, la participación directa con la comunidad. (HERNÁNDEZ, 1998).

Pero, ¿qué nos impulsa o nos lleva a modificar la conceptualización del patrimonio como bien de una comunidad para convertirlo en un recurso con valor turístico? Pues unas veces la consideración o el interés de difundir y transmitir el patrimonio por el propio orgullo de una comunidad, porque es algo exclusivo y único, otras veces por el interés puramente económico de su rentabilización social, por la acción humana de forma intencionada. Sin duda la perspectiva de atracción del propio recurso patrimonial nos hace valorarlo de una forma y de otra, creando un potencial y una dinámica de acción para su puesta en escena, no sólo para su consideración turística sino también por la propia estima y valoración de la sociedad a la que pertenece.

Ambas formas son las dos caras de la misma moneda, pues de una forma u otra se le ofrece al visitante de fuera y “es” cuando el recurso patrimonial de forma intencionada o no, se le transmite implícitamente un valor de uso y de cambio.

En este siglo XXI, la dimensión que adquiere el patrimonio en las ciudades patrimoniales va más allá de su componente histórico, estético, de valoración patrimonial de la comunidad a la que pertenece. *“El patrimonio adquiere una nueva dimensión <la económica>; como resultado de una actividad relacionada con el turismo. La ciudad como patrimonio presenta dos dimensiones: una cultural en tanto que legado histórico, base de la identidad y el acervo colectivo de una comunidad, y otra económica, en relación con una visión emergente del patrimonio y la cultura, considerada en sentido amplio como motores de desarrollo”.* (HERNÁNDEZ, 1998).

Nuestros bienes patrimoniales son enseñados, compartidos, vividos por otros que vienen de fuera, y como contrapartida el turismo deja divisas, y con ellas el desarrollo y prosperidad para la ciudad.

---

<sup>17</sup>TURISMO, S. G. : *Plan de Turismo Español Horizonte 2020*. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. Madrid, (2007)

<sup>18</sup> Por mucha inercia que presenten los actuales circuitos turísticos tendrán que adaptarse a las nuevas demandas del turista.

En el panorama económico actual, tras la gran crisis económica de esta segunda década del siglo XXI, se contempla al turismo como fuente de ingresos y como generador de riqueza para las ciudades históricas de interior, podemos decir sin lugar a equivocarnos que es el único sector productivo que no ha notado los efectos de tan nefasta situación económica de los mercados. Años atrás se vaticinaba, según estadísticas, que el turismo cultural continuaría al alza, seguiría creciendo, aunque no se vislumbraba los efectos que se venían encima con la actual crisis económica, efectos que parecen llegar por el azar de la ciencia económica y al margen de las predicciones de los expertos que en teoría deben regir los destinos económicos de los países. Hoy más que nunca por la situación señalada, el turismo cultural se está viendo como recurso muy estimado y seguro potencial del desarrollo económico de aquí a varios años, y está alcanzando un protagonismo muy importante en el concepto de las economías de las pequeñas y medianas ciudades históricas. No obstante el considerarlo como principal fuente de recursos puede ser contraproducente en un futuro para cualquier sociedad, debido a que como actividad económica depende de muchos y múltiples factores y la incidencia negativa de cualquier variable puede escapar a su control. De igual modo puede representar un perjuicio para la misma conservación del patrimonio al desarrollar aspectos negativos inherentes al turismo de masas.

Córdoba no puede quedarse atrás en el marco de las perspectivas europeas relacionadas con el turismo. Córdoba es un destino turístico consolidado de acuerdo con las estadísticas e informes oficiales disponibles<sup>19</sup>, pero no llega a alcanzar los porcentajes de estancia media del turista en relación con otros destinos turísticos de relevancia patrimonial o cultural como Sevilla, Granada, Salamanca o Santiago de Compostela, lo que nos debe hacer reflexionar sobre las razones de este déficit y la necesidad de ampliar, diversificar y enriquecer la oferta turística hasta ahora visible para los visitantes.

Mientras se cuente con más atractivos turísticos, con respecto a otros destinos consolidados, Córdoba podrá ser más competitiva. No sabemos cómo se comportarán los mercados internacionales ante la actual crisis económica, sin embargo hay un manifiesto optimismo de que el turismo tenderá a crecer en los

---

<sup>19</sup> INSTITUTO DE TURISMO DE ESPAÑA: *Turismo cultural de turistas extranjeros en España*. Estudio de productos turísticos. *Turespaña*, Madrid, (2012), 51 pp. Véase también, GUEDE, A.: "Turismo cultural en España", *Hosteltur*, diciembre, (2005), pp. 1-20.

próximos años y que está siendo ya, de hecho, uno de los subsectores de actividad económica que más contribuyen a la recuperación. Pero queda, sin duda, mucho por hacer para que Córdoba sea un destino más competitivo, con la creación de recursos nuevos y ofreciendo productos diferentes que hoy son principalmente demandados por el turismo.

Hay muchos factores para mejorar la competitividad de los destinos turísticos: innovación, calidad, nuevas tecnologías etc., pero sin duda la valorización del patrimonio inmaterial “recurso patios” que hoy se nos ofrece, es uno de ellos, y puede ser la llave para asegurar un buen principio, siempre y cuando se sustente en aspectos básicos de sostenibilidad y responsabilidad.

Para ello habrá que realizar un esfuerzo que suponga poner en orden las ideas, dentro de la complejidad del conocimiento histórico, físico y simbólico de este territorio que hoy se nos presenta con este potencial, reconocer el patrimonio que puede ser valorado y establecer los mecanismos para el impulso de una gestión dinámica en el mismo, y todo ello para que las nuevas tendencias en relación a la valoración económica del patrimonio tengan en Córdoba su razón de ser y su sitio y para entender los nuevos retos que el reconocimiento de los valores patrimoniales de la ciudad histórica puede suponer para la sociedad cordobesa en su conjunto, desde la perspectiva de un desarrollo sostenible y responsable, hacia un progreso social y económico del territorio y como medio para valoración del propio patrimonio por la población local, con esta capacidad de cohesión que presenta la memoria colectiva de una comunidad.

El reconocimiento de los valores identitarios de este sector, es un recurso turístico por excelencia, además de ser un potencial económico que puede permitir desarrollar social, cultural y económicamente el Área de la Ajerquía Norte y por ende, propiciar la defensa y conservación de este valioso patrimonio cultural para su transmisión a las generaciones futuras.

## **1.2. Interés específico de la zona geográfica seleccionada.**

La zona geográfica seleccionada es aproximadamente la cuarta parte del Conjunto Histórico declarado de la ciudad de Córdoba, siendo su superficie de 55,77 Ha. Coincide con una figura administrativa definida como “Área de Rehabilitación



Concertada” , amparada en la legislación estatal y autonómica<sup>20</sup>, siendo éste un marco por excelencia que tener muy en cuenta a la hora de adaptar y valorizar las ciudades históricas para la generación de actividad turística sostenible y compatible con la preservación del patrimonio cultural.

Los objetivos perseguidos en estas declaraciones contienen un amplio alcance: contribuir a la mejora de la calidad de vida de residentes y visitantes, evitar la degradación del patrimonio edificado de las ciudades, contribuir a la mejora del medio ambiente y facilitar el desarrollo del turismo. “*Un <turismo tranquilo>, que contribuyera al crecimiento de un sector hotelero de mayor calidad y a la supervivencia de la artesanía tradicional*”. (HERNÁNDEZ, 1998). En definitiva, una intervención global en el ámbito urbanístico, económico y social, llevado a efecto mediante una planificación, una gestión continuada y con aplicación de subvenciones y medidas económicas importantes.

Tras algunos años de gestión en el área se han notado progresos en materia urbanística y en el parque residencial, en cuanto a mejora de calles y accesibilidad se han conseguido importantes avances. No así en lo que respecta al dinamismo socio-económico, que unido a la actual crisis económica, no evidencia progresos significativos.

El Plan de Actuación marca y define unas líneas de actuación multidisciplinarias para conseguir los objetivos de regeneración en los aspectos señalados, sin embargo la utilización del patrimonio como recurso generador de riqueza y desarrollo no se encuentra especialmente potenciado. De los diez objetivos a los que se refiere el Programa de Actuación del Área, al menos tres de ellos tienen que ver con planteamientos a nivel turístico, pero posteriormente en las líneas de actuación no hay una apuesta decidida a este respecto, ni inversiones que lo respalden, aunque hoy lleguemos a entender que esta potenciación a nivel turístico sería el motor para el despegue económico de la zona. Los objetivos a los que hace referencia son los siguientes<sup>21</sup>:

“Sexto.- Favorecer la rehabilitación y poner en uso el patrimonio arquitectónico, tanto el de carácter más monumental como el popular, haciendo especial hincapié en la regeneración de las zonas más degradadas, en la restauración de los tramos de lienzo

<sup>20</sup> REAL DECRETO 1/2002 de 11 de enero: *Plan Estatal de Vivienda y Suelo 2002-2005* y DECRETO 149/2003 de 10 de junio: *Plan Andaluz de Vivienda y Suelo 2003-2007 y se regulan las actuaciones contempladas en el mismo*. (BOJA nº 117- 20/06/2003).

<sup>21</sup> AA.VV. *Plan de Actuación del Área de Rehabilitación Concertada de la Ajerquía Norte*. Vimcorsa. Objetivos del área. (2006), p. 30.

de muralla y la recuperación de las casas de vecinos, incorporándose nuevos usos que sean compatibles con los valores patrimoniales.

Octavo.- Dinamizar y potenciar los sectores artesanales, comerciales, turísticos e históricos, tradicionalmente afincados en la zona, favoreciendo la implantación y reconocimiento de esas actividades, siempre en concordancia con la población residente, (festival de patios...), propiciando por otra parte la implantación de nuevas actividades que puedan completar la oferta necesaria.

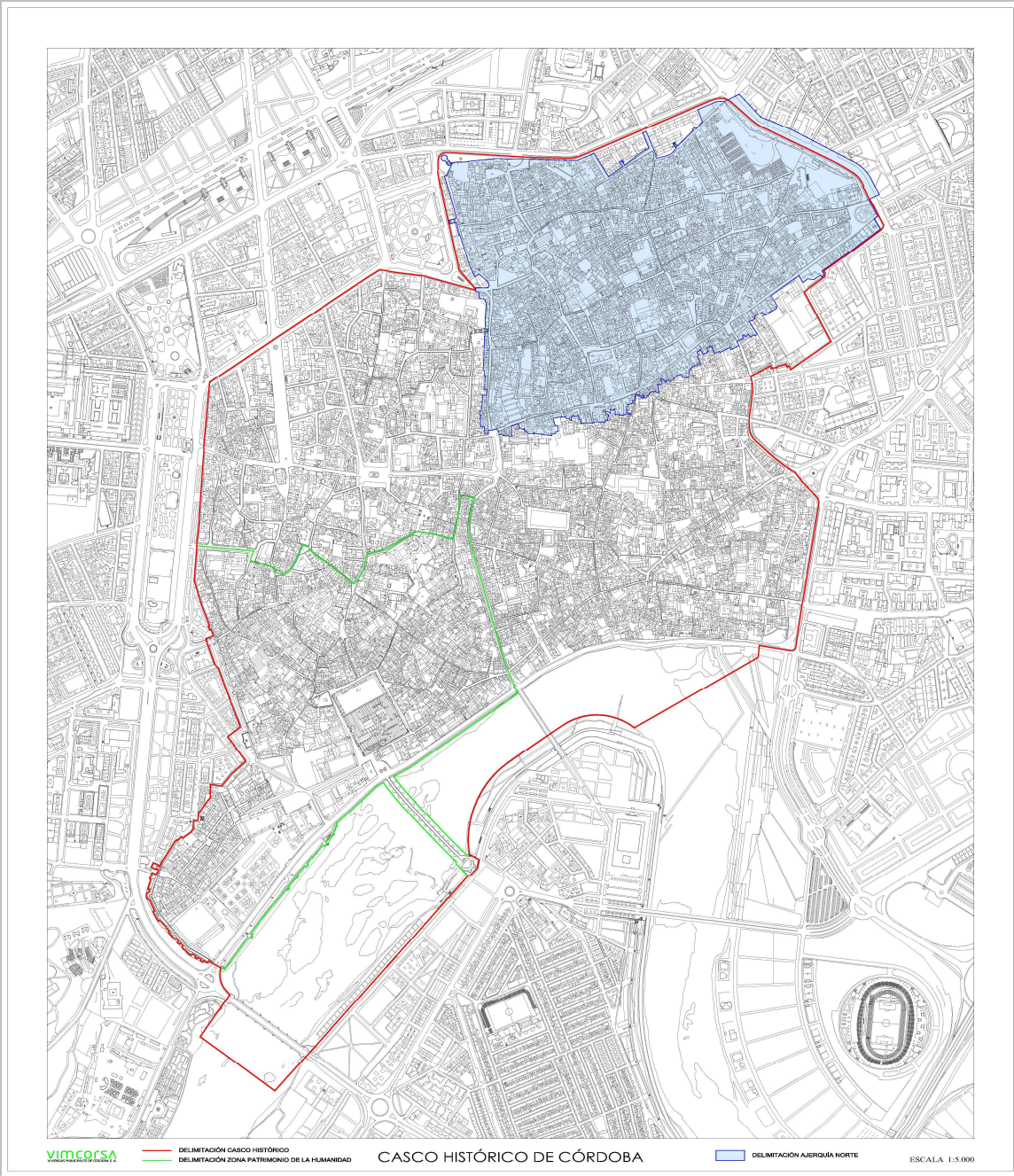
Noveno.- Fomentar la aparición de nuevos itinerarios turísticos por la zona, con la inclusión de las adecuadas medidas de señalización”.

Las medidas y acciones que se contemplan en materia turística están relacionadas con la formación y empleo, enfocadas dentro del apartado “Actuaciones Sociales” y son referidas a lo siguiente:

“Se pretende fomentar el uso turístico del Área, mediante la divulgación de los valores históricos-artísticos y etnográficos, realizando la implantación de una **Oficina de Información Turística** (ubicación a determinar) y estableciendo unos circuitos de corte monográfico, referentes a toreros, casas de vecinos, patios, cruces de mayo, carnavales, semana santa etc. y haciendo especial hincapié en el **Centro de Talleres Artesanales** situado en la “Casa de Paso” (Chaparro 9, la Lagunilla 6).

Pero ni la Oficina de Información, ni los Talleres Artesanales han llegado a prosperar, máxime cuando no se contempla un planteamiento de gestión turística dentro del área. Otra de las cuestiones que queda en desfase con la forma de interpretar la Ciudad Histórica en el carácter monográfico de las temáticas, que pueden ser interesantes para el visitante que repite destino, pero no para el turista que viene a Córdoba una sola vez.

En cuanto a la delimitación geográfica de la zona de actuación de esta propuesta de dinamización, se propone la misma que la definida en el Programa de Actuación del Área de la Ajerquía Norte en el que se incluye el ámbito de Santa Marina completo, la mayor parte de los barrios de San Andrés y San Lorenzo y como límites los principales ejes viarios de los bordes: Ollerías al norte, Ronda del Marrubial al este, María Auxiliadora-San Pablo al sur y Alfaro-Plaza de Colón al oeste (Figura 1). En dicho Programa se ahonda en tal definición considerando que aunque María Auxiliadora-San Pablo no tenga el carácter de borde como las avenidas periféricas del casco, sí es cierto que parece un límite claro, al tratarse de una unidad espacial muy claramente configurada, física e históricamente.



**Figura 1.** Delimitación contemplada en la Declaración de Área de Rehabilitación Concertada de la Ajerquía Norte (2006), (color azul) dentro del Conjunto Histórico de Córdoba, asimismo se encuentra delimitada la Zona Patrimonio de la Humanidad.

**Fuente:** Elaboración Vimcorsa para el trabajo de estudio y delimitación de la Ajerquía Norte.

Tras la declaración de los Patios de Córdoba como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad, se abre un horizonte nuevo para el área delimitada, si conceptuamos que en la misma se dan los factores de necesidad anteriormente mencionados, siendo este recurso “patios” en sí mismo y con el resto de patrimonio monumental y de la ciudad histórica, un potencial que puede ayudar a conseguir los objetivos señalados en el Plan de Actuación del Área. Por consiguiente la valorización de todo este patrimonio mediante su aprovechamiento turístico nos ofrece oportunidades para la recuperación física y socioeconómica de la Ajerquía Norte.

El hecho de no ampliar el estudio a toda el área de Ajerquía es básicamente por los motivos señalados, al ser el área más necesitada del Conjunto Histórico de Córdoba y por encontrarse el mayor número de casas de vecinos de la Ajerquía, siendo este patrimonio el germen y origen de la fiesta declarada. La Ajerquía Sur, tras la recuperación de la Ribera del Rio Guadalquivir por el Plan Urban, el Conjunto Monumental de la Plaza de la Corredera, la ubicación de otros centros museísticos de la ciudad: como los museos de Bellas Artes y Julio Romero de Torres o la existencia de importantes equipamientos de restauración como Bodegas Campos y otros que se van incorporando en el sector de la Ribera, así como su proximidad con la zona declarada Patrimonio de la Humanidad, está favoreciendo un notable avance en el desarrollo turístico que sería importante cuantificar y planificar, pero no será motivo de este estudio por presentar menor prioridad en su diagnóstico y dinamización de potencialidades turísticas, ya de por sí potenciadas en actuaciones anteriores.

No obstante, en cuanto a la delimitación señalada y dado que nuestra propuesta de valorización es desde el punto de vista patrimonial, se hallan en los bordes perimetrales de sus límites algunos conjuntos monumentales que considero preciso incorporar, a modo de anexos al área, en el entendimiento de que la delimitación no tiene por qué ser rígida, pudiéndose complementar con otros puntos considerados dentro del Conjunto Histórico de Córdoba de interés patrimonial en la medida de que se encuentren cercanos a nuestro recorrido y circuito patrimonial y puedan enriquecerlo. No olvidemos que intentamos acercarnos al turista y mientras más participe de la riqueza patrimonial y más experiencias se lleven de Córdoba, su nivel de satisfacción será mayor. En este apéndice, incorporaríamos la Plaza de Capuchinos cerca del límite oeste en calle Alfaro, el Palacio y Jardines de Orive con la iglesia renacentista de Hernán Ruíz convertida hoy en museo de

exposiciones temporales, en el límite sur en calle de San Pablo, así como el Conjunto de la Iglesia de San Pablo y el Templo Romano de calle Capitulares.

## **CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO Y CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN.**

### **2.1. Turismo y patrimonio en Conjuntos Históricos y ciudades patrimoniales: antecedentes, conceptualización y declaraciones.**

Partimos de la base de que turismo y patrimonio pertenecen a dos realidades distintas pero que desde el último cuarto del siglo XX y hasta nuestros días, por conceptos en gran medida económicos, están llamadas a entenderse. Ese entendimiento es el que sirve de motor para seguir investigando en fórmulas de gestión, en conceptos, en teorías, en realidades que nos permitan ir por un camino de superación y evitar las fricciones que en gran medida y en definitiva se traducen en la sociedad de la que forman parte.

Partimos de distintas definiciones en relación a los términos señalados: Patrimonio, Turismo y Conjunto Histórico, que de algún modo participan de un consenso en las distintas bibliografías analizadas y en distintos ámbitos legislativos que se hallan en vigor.

El bien patrimonial o patrimonio tiene una concepción asimismo muy extensa, el patrimonio referido a los Conjuntos Históricos y ciudades patrimoniales es el referido básicamente a la vertiente “cultural” entendida ésta por el patrimonio material e inmaterial.

En la Ley de Patrimonio Histórico de Andalucía<sup>22</sup> se definen los Conjuntos Históricos como *“Agrupaciones de construcciones urbanas o rurales, junto con los accidentes geográficos que las conforman, relevantes por su interés histórico, arqueológico, paleontológico, artístico, etnológico, industrial, científico, social o técnico, con coherencia para constituir unidades susceptibles de clara delimitación”*. No es lo mismo Conjunto Histórico que ciudad patrimonial puesto que en el primer caso se alcanza un estatus jurídico-administrativo que se corresponde con una declaración oficial y no siempre es así en todas las ciudades patrimoniales que cuentan con recursos patrimoniales de interés cultural y turístico.

---

<sup>22</sup> LEY 14/2007 DE 26 DE NOVIEMBRE DE PATRIMONIO HISTÓRICO ANDALUZ. BOJA nº 248 de 19 de noviembre de 2007 y BOE nº 38 de 13 de febrero de 2008.

La definición de turismo según la Organización Mundial de Turismo *“El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros”*<sup>23</sup>.

La actividad turística, no obstante, es compleja y muy transversal al verse afectada y al mismo tiempo afectar a muchas disciplinas y subsectores de actividad, y más aún cuando abarcamos un territorio relativamente extenso como la Ajerquía y el Conjunto Histórico de Córdoba.

Pero, ¿cómo se articula la realidad patrimonial con el turismo cultural, un fenómeno que empieza a tener un auge importante a partir de la década de los 70-80 del siglo XX y que continúa con cotas cada vez más altas hasta el momento actual? Pues bien, el turismo en las Ciudades Históricas o Patrimoniales es el que llamamos Turismo Cultural que en términos generales se define como la demanda atraída por el patrimonio cultural. Podemos encontrar otras definiciones conceptuales y técnicas como: *“el traslado temporal de personas a una atracción cultural lejos de su residencia habitual con la intención de satisfacer sus necesidades culturales”*, y una definición técnica como *“todos los traslados de personas a una atracción cultural específica, tales como, lugares patrimoniales, muestras artísticas y culturales, arte y teatro, fuera de su lugar habitual de residencia”*<sup>24</sup>. Y los antecedentes más cercanos los tenemos en los viajeros románticos del siglo XIX, aunque podemos buscar experiencias más remotas en la época del Gran Tour.

El turismo cultural empieza a surgir como un fenómeno de gran proporción en el último cuarto del siglo XX, llegando a cotas cada vez más altas y con tendencias al alza. Según el Plan del Turismo Español 2020 *“Horizonte 2020”*, de la Secretaría General para el Turismo del Gobierno Central, el turismo cultural se irá incrementando año tras año, influido principalmente por factores demográficos y de mejora de accesibilidad de los destinos.

En el marco teórico que nos ocupa y en el contexto de la emergencia del segmento del turismo cultural, hemos de hacer referencia precisamente a las Cartas Internacionales que han tenido lugar en el último cuarto de siglo XX hasta el nuevo

---

<sup>23</sup> OMT. Turismo concepto y definiciones. Capítulo II, OMT, (2002).

<sup>24</sup> ATLAS “Association for Tourism and Leisure Education”, proyecto de investigación bandera sobre el turismo cultural a nivel mundial. ATLAS en Richards (1996) p.24

milenio, que son un compendio sobre la evolución conceptual que desde entonces ha experimentado el turismo cultural hasta nuestros días.

Las cartas nos hablan pues, de este significado de los bienes patrimoniales en toda su extensión y de su relación con un nuevo elemento extraño, que es el turista, que empieza a tomar y formar parte de manera atemporal en nuestro pasado y presente. Y en nuestra propuesta de dinamización turística de la “Ajerquía Norte”, con igual significación, pero con un peso específico hasta ahora desconocido, el cual hay que dimensionar y planificar.

Las cartas a las que nos referimos son las siguientes:

- “Carta del Turismo Cultural “(Noviembre 1976). ICOMOS
- “Carta del Turismo Sostenible” (Lanzarote-Abril 1995).
- “Carta Internacional sobre Turismo Cultural (1999). ICOMOS. La Gestión del Turismo en los sitios con Patrimonio Significativo. Esta segunda carta revisa y amplía los contenidos de la primera carta de 1976).
- El Código Ético Mundial del Turismo de la OMT y la ONU (2001)

La primera Carta del Turismo Cultural de 1976, en su introducción nos dice: “ICOMOS tiene como objetivo promover los medios para salvaguardar y garantizar la conservación realce y apreciación de los monumentos y sitios que constituyen una parte privilegiada del patrimonio de la humanidad. En virtud de ello se siente directamente concernido por los efectos-tanto positivos como negativos- sobre el mencionado patrimonio derivados del desarrollo extraordinariamente fuerte de las actividades turísticas en el mundo”. Desde esta perspectiva se toma conciencia de la importancia que está adquiriendo el fenómeno turístico a nivel internacional, por ello se crea una voz de alarma y alertas a las comunidades que poseen bienes patrimoniales de diversa entidad, y a las Instituciones responsables y gestores del patrimonio para que tomen conciencia de esta realidad y apliquen una serie de directrices y recomendaciones surgidas desde foros internacionales, (Convención Internacional para la Protección del Patrimonio Mundial, Cultural y Natural adoptado el 16 de noviembre de 1972 así como las Recomendaciones de Nairobi), siempre mirando en beneficio de la conservación del patrimonio cultural. Esta preocupación por el patrimonio y el protagonismo del turismo en auge, marca un antes y un después en la forma de entender ambos conceptos.

La Carta del Turismo Sostenible recoge la antesala de los postulados que vendrán a contemplarse en la segunda carta relativa al Turismo Cultural y que a su vez se guía



por los principios de la Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y Desarrollo y de las recomendaciones emanadas de la Agenda 21. Reconoce al turismo como portador de una serie de ventajas en el ámbito sociocultural y de inconvenientes derivados de una degradación medio ambiental y de la pérdida de identidad local. La carta recoge un total de 18 principios que afectan a todos los actores que integran el panorama turístico.

Los principios recogen las bases sobre el respeto hacia la comunidad receptora, hacia su patrimonio, hacia la forma de consumir los recursos disponibles, siempre desde un marco de sostenibilidad. La adopción de criterios de calidad tanto para el turista como para la población anfitriona, mediante códigos de conducta que favorezcan la sostenibilidad, incidiendo en el enriquecimiento sociocultural. La implicación y cooperación de actores e instituciones dentro de su ámbito competencial para la investigación en tecnologías ambientalmente sostenibles que impliquen la reducción de energías y recursos no renovables, la definición de acciones y planificación que garantice el desarrollo turístico desde los principios señalados.

La segunda Carta sobre Turismo Cultural, con más de 20 años de distancia en el tiempo respecto de la primera, nos presenta un panorama distinto, reconoce la realidad turística como una realidad ya consolidada y cada vez más relevante, asimismo recoge los principios derivados de la sostenibilidad en todas sus formas. El turismo como industria productiva, se ha convertido en una fuente generadora de recursos económicos. Ahora cabe analizarlo en toda su amplitud, las economías que dependen de esta dinámica del turismo son cada vez mayores, la implicación de los responsables políticos y económicos es muy alta, ya no hay vuelta atrás.

El análisis que se hace del turismo toca aspectos positivos y negativos del mismo, ya no sólo se vuelca en la protección del patrimonio como así era el marco referencial de la primera carta, sino que se ve al turista como un portador de cultura intercambiable, como agente motivador para la conservación del patrimonio, como portador de recursos a la economía local. Por lo tanto, el discurso cambia, el turista empieza a tener derechos y responsabilidades que hay que conformar y que hay que imbricar con la sociedad implicada. La Carta en sus principios nos dice que el acceso al Patrimonio constituye un derecho y un privilegio de todos, el cual debe ser bien gestionado. En esta gestión bien entendida, entra el turista, al que hay que ofrecerle calidad, atención, información, transmitirle nuestros valores más auténticos



de nuestra cultura y enseñarle nuestro patrimonio con las garantías adecuadas. Todos estos derechos y deberes para con nuestro patrimonio y el visitante exterior no son aleatorios ni surgen de forma espontánea, por ello es necesario partir de unos postulados base que contribuyan a la definición de políticas y estrategias para la presentación e interpretación de los sitios Patrimonio y sus actividades en relación con la cultura y el turismo.

La “Carta Internacional de Turismo Cultural” recoge los siguientes Principios fundamentales:

1. El turismo se ha convertido en uno de los vehículos más importantes para el intercambio cultural.
2. La relación entre los lugares con patrimonio y el turismo es dinámica y puede implicar valoraciones opuestas.
3. La planificación de la conservación y del turismo en los lugares con patrimonio debería garantizar que la experiencia del visitante valga la pena.
4. Las comunidades que reciben a los turistas tendrían que implicarse en esta actividad.
5. Las actividades del turismo y de la conservación del patrimonio tienen que beneficiar a la comunidad receptora.
6. Los programas de turismo tendrían que proteger y fomentar las características del patrimonio.

Avanzando en los principios planteados, tiene lugar en la XIII Asamblea General de la Organización Mundial de Turismo (OMT), la formulación de un Código Ético Mundial para el Turismo, que tiene que ver con las prácticas de desarrollo turístico, como marco de comportamiento y de derechos y obligaciones de todos y cada uno de los actores implicados en materia turística: de los individuos solos o en colectividad, de las comunidades de destino y emisoras, de los trabajadores y pequeñas empresas y de multinacionales, de las administraciones públicas y de los compromisos en general de las naciones. Para ello desarrolla diez articulados específicos que hace referencia a cada actor/es implicados.

En lo que respecta a la planificación turística del Área se tendrán presentes aspectos concretos relativos a los articulados 3º, 4º y 5º, que tienen que ver con factores en el desarrollo sostenible, factores de aprovechamiento y enriquecimiento del Patrimonio Cultural de la Humanidad y el turismo como actividad beneficiosa para la comunidad de destino.

En su artículo 3º, en los factores de sostenibilidad, nos indica la conveniencia de una redistribución en tiempo y espacio del turista a efectos de reducir los impactos en el medio ambiente aumentando con ello los efectos beneficiosos en la economía local.

En el articulado 4º, hace referencia a los factores de aprovechamiento y enriquecimiento del Patrimonio Cultural, contempla que se deben arbitrar medidas de protección y rehabilitación en sitios y monumentos abiertos al público y especialmente si son de propiedad privada. Y otro de los aspectos considerados es que los beneficios generados se deben aplicar en parte al mantenimiento, protección, mejora y enriquecimiento de este patrimonio, y por último que la actividad turística debe permitir la supervivencia y florecimiento de las actividades artesanales y su folklore.

En lo que respecta al artículo 5º, nos referimos a aspectos relacionados con la participación de la comunidad local en las actividades generadas por el turismo y en la creación de empleo; en la mejora de la calidad de vida de la población dando respuesta a sus necesidades, promoviendo la contratación local. Se tendrá en cuenta por parte de los organismos de gestión y control de la actividad turística que se creen para el desarrollo del turismo en el área, la debida transparencia e información relativa a los posibles problemas o consecuencias de impactos previsibles generados por el turismo.

No podemos dejar de lado, dado nuestro recurso por excelencia de los "Patios", primer objetivo complementario de la propuesta de dinamización turística de la zona elegida, lo que a nivel internacional se halla reconocido sobre el patrimonio inmaterial. Así en el ámbito Internacional de la UNESCO en la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial (París 17 de octubre de 2003), reconoce la importancia de este patrimonio, como crisol de la diversidad cultural inherente al género humano. En la Declaración de Estambul 2002 reconocen las expresiones múltiples del Patrimonio Inmaterial en los fundamentos de la identidad cultural de los pueblos y las comunidades, como fuente de creatividad humana y de cultura y como valores a salvaguardar, proteger y transmitir por sus propios actores. Según la UNESCO se define el Patrimonio Cultural Inmaterial como las prácticas, representaciones y expresiones, los conocimientos y técnicas que procuran a las comunidades, los grupos e individuos un sentimiento de identidad y continuidad. Los instrumentos, objetos <artefactos> forman parte integrante de este patrimonio.

La reciente Declaración de la Unesco de los Patios de Córdoba como Patrimonio Cultural Inmaterial de 6 de diciembre de 2012, tiene que ver con la tradición festiva de la exposición de los patios privados, realizada durante el mes de mayo, tradición que se remonta al origen de las casas de vecinos de la ciudad de Córdoba y que identificaba sus formas de convivencia y vida vecinales así como la competencia generada entre las propias casas vecinales en desarrollo de sus más amplios saberes populares de jardinería y de las artes decorativas. Esta tradición ha tenido y tiene como instrumento principal el patio, por ello “el patio” no está ajeno de ser considerado partícipe de este patrimonio. En este caso la tradición festiva y el patio sustentan el hecho inmaterial.

La difusión de los patios en sí mismos, su puesta en escena con valores eminentemente turísticos, apropiándose de los principios de la declaración, siendo sólo instrumentos al objeto de la misma, puede acabar con los valores que la han sustentado, por consiguiente se impone como necesidad para salvaguardar la identidad de la tradición, que se transmitan los principios que la sustentan, y que los patios sean reconocidos, valorados y apreciados en su justa medida.

## **2.2. Marco Teórico de referencia**

El marco teórico que nos ocupa supera ampliamente las posibilidades y expectativas de este trabajo por razones lógicas de limitaciones temporales y operativas. Por consiguiente hemos tenido que entresacar y resumir los aspectos esenciales ante la abundancia de textos y contenidos prolíficos en la materia, concentrándonos en los parámetros eminentemente básicos que deben ser los pilares y fundamentos de este trabajo de investigación:

### **2.2.1. El Patrimonio Cultural en su concepción amplia e integral (material e inmaterial) en la Ciudad Patrimonial y su valorización como recurso turístico. La autenticidad como tendencia en los nuevos criterios y prácticas culturales.**

El bien patrimonial empieza a definirse desde el propio sitio histórico, desde su evolución en el tiempo, su configuración actual y todos los componentes que lo integran: el propio entorno, la forma de sus calles, plazas y caserío, monumentos, plazas etc., así como sus propias gentes con sus tradiciones, con sus conocimientos y experiencias transmitidas de generación en generación. “... *la riqueza cultural de las ciudades históricas viene determinada por lo tangible (los grandes monumentos, el tejido residencial, los espacios públicos, etc.), como por lo intangible (los ritmos*

*diarios de la ciudad, los estilos de vida de sus habitantes, las manifestaciones lúdicas y festivas, etc.”.* (DE LA CALLE, M. y GARCÍA HERNÁNDEZ, M. 1998).

En la ciudad histórica inclusive el patrimonio material está impregnado de historia, aparecen aspectos simbólicos en todas las unidades en las que se puede subdividir, inclusive en las formas de vida. La ciudad patrimonial reúne importantes contenidos culturales, encontrándose éstos ocultos tras la propia dinámica cotidiana. La valorización como recurso turístico de la ciudad patrimonial nos lleva al esfuerzo de descubrir y reconocer esos valores y darles un tratamiento para que puedan ser reconocidos e interpretados por sus propios ciudadanos y por el visitante. El entendimiento de estos valores puede crear una dinámica participativa de los propios habitantes que a vez repercute en el grado de satisfacción del turista y finalmente la ciudad patrimonial acaba siendo entendida como un “todo” y “para todos”.

La autenticidad del patrimonio, la búsqueda de sus valores simbólicos y propios de un sitio o territorio son los nuevos atractivos turísticos, todo ello parte y subyace en lo inmaterial. Y es que hoy día se busca interactuar con la vida de la ciudad, buscando experiencias únicas capaces de reconocer “lo diferente”, porque hoy día el turismo requiere experiencias y emociones.

### **2.2.2. El turismo como dinamizador de la economía y del desarrollo local, su implicación en la recuperación del patrimonio, en la valoración de la cultura y señas de identidad de una comunidad y como forma de cohesionar a la sociedad.**

El turismo consume los bienes culturales que se ponen a su disposición así como los servicios que se crean para satisfacer sus necesidades, creando un sector económico de primer orden (transporte, hostelería, restauración), e incidiendo muy positivamente con un importante efecto multiplicador en sectores complementarios (comercio, servicios de ocio y recreo), todo ello genera riqueza y empleo e introduce cambios en la forma originaria de vida de esa comunidad. Al mismo tiempo la recuperación del propio patrimonio, las mejoras urbanísticas y la generación de las infraestructuras básicas requieren de inversiones que a su vez generan empleo y dinámica económica.

El turismo, además, contribuye a un mejor reconocimiento y valoración del patrimonio por parte de la comunidad local, a una toma de conciencia sobre la necesaria conservación y valorización del mismo, y repercutiendo en una

recuperación física y a su vez simbólica. La propia dinámica económica hace valorar recursos que antes no eran apreciados, inclusive edificios, tradiciones, actividades artesanales que se habían perdido. Se toma conciencia de la importancia de recuperación de la identidad y características propias de la población local.

“El turismo no ha de suponer la implantación de nuevas relaciones sociales, nuevos valores culturales o nuevas costumbres ajenas a la comunidad. Para lograr un desarrollo turístico equilibrado y sostenible se requiere que el basamento social y cultural previo de la comunidad oriente e impregne la concepción de los proyectos y la ejecución de los productos turísticos”.<sup>25</sup>

### **2.2.3. La sostenibilidad social, económica y ambiental como principio regulador de todas las acciones que se consideren en la planificación turística y valoración del patrimonio.**

Sin duda la sostenibilidad es la clave para conseguir el equilibrio de todos los componentes de la ciudad patrimonial en términos de multifuncionalidad, a efectos de que la ciudad siga viva y mantenga sus funciones cotidianas y de todos los actores que conforman el panorama turístico.

Conseguir esta sostenibilidad supone una planificación y unos mecanismos de control desde una gestión continuada y coparticipativa entre agentes públicos y privados, definiendo unos parámetros de equilibrio y revisando los ritmos de crecimiento, que permitan medir, predecir y controlar los impactos del desarrollo turístico en términos positivos y negativos.

### **2.2.4. Principios éticos, sustentados a su vez en el principio de responsabilidad turística, entre todos los actores que conforman el panorama turístico y en las acciones emprendidas.**

La práctica del desarrollo turístico requiere que éste sea responsable, y la responsabilidad recae sobre la comunidad receptora y en todos los agentes implicados en dicha práctica. De ello, en la planificación de muchos destinos turísticos se vienen aplicando unos códigos de conducta donde se definen los derechos y deberes, cómo establecer las relaciones y cómo deben ser los comportamientos, de manera que estas prácticas al final se traducen en la calidad del sistema turístico y serán señal de garantía y permanencia en el tiempo, manteniendo una sostenibilidad económica sin abusos y sin sobreexplotación,

---

<sup>25</sup> OMT.: *Agenda para planificadores locales*: Turismo sostenible y gestión municipal. Edición para América Latina y el Caribe. OMT. Madrid (1999)

cuidando el medio ambiente y hacia la convivencia y respeto de todos los ciudadanos sin excepción y de las culturas locales:

“La explotación turística del patrimonio urbano tiene que diseñarse con principios éticos, en el sentido de que la regulación y contextualización de las actividades turísticas deben inexcusablemente estar condicionadas por el mantenimiento y fomento del patrimonio sin impactos nocivos, sobredimensionamiento de su capacidad de acogida ni banalización del uso público de dicho patrimonio, por cuanto es imprescindible la intervención técnica y el diseño tecnológico de expertos en la ocupación, uso y funcionalidad turística del patrimonio cultural urbano” (MARCHENA, REPISO, 1999).

### **2.2.5. Implicación social en el proceso y participación en los beneficios que se generen como consecuencia de la actividad turística.**

La conceptualización actual y valoración social que se hace del Patrimonio ha de incidir en la implicación de la sociedad, de otro modo no será posible garantizar la protección, conservación y difusión del mismo.

Para que la sociedad participe activamente en la gestión del patrimonio tiene que sentirlo como algo propio, que forma parte de su vida cotidiana, este es un proceso que se denomina naturalización del patrimonio. *“La naturalización de los bienes culturales ha de ser el reto de la mejora social, siendo ésta una cuestión que va más allá de la difusión: es su incorporación del Patrimonio a la vida cotidiana”* (SANCHEZ LUQUE, M. 2005). Para ello es fundamental la educación en primera instancia y la implicación y participación de la sociedad en los procesos del desarrollo turístico. *“Las poblaciones de los destinos turísticos han insistido en hacer partícipe a la ciudadanía de los procesos de definición y desarrollo turístico y en cuidar la relación entre el turista y los ciudadanos”*<sup>26</sup>, y sólo así podrá reconocer los efectos beneficiosos que pueda generar el turismo y en consecuencia su protección.

“Normalmente, la conflictividad directa entre visitantes y residentes es, salvo raras excepciones, escasa y la población local considera por lo general, al turismo como algo neutro o beneficioso, dado que contribuye a mejorar su nivel de vida. La actitud contraria y las tensiones surgen cuando las comunidades locales se ven desbordadas por la invasión del turismo de masas, como en el caso de Venecia o Brujas, o cuando los responsables políticos priman las inversiones en infraestructuras turísticas en detrimento de las necesidades locales”. (TROITIÑO, 2000)

---

<sup>26</sup> *Plan del turismo Español Horizonte 2020. Entorno social. Secretaría General de Turismo. Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. (2007), p. 27*

En los efectos beneficiosos del turismo se encuentra la activación económica como consecuencia de la creación de empleo, que puede potenciarse para la población local con la creación de pequeñas Pymes incentivadas, que pongan en funcionamiento potenciales turísticos: nuevos productos, talleres artesanales, centros de ocio u otros servicios en relación con la actividad.

Conseguir que parte de los beneficios derivados del turismo tengan una aplicación directa en conservación del patrimonio y en el beneficio directo de la población es un reto de futuro. Se han estudiado y barajado fórmulas a través de la creación de impuestos específicos que gravan algunos productos (tabaco, bebidas alcohólicas etc.), como sucede en las ciudades declaradas “municipios turísticos”, u otras fórmulas mediante la aplicación de tasas por ordenanzas municipales, que tienen que ver con los agentes sociales que se benefician directamente del turismo, (tasas sobre pernотaciones etc.), todos ellos más enfocados hacia la captación de fondos públicos necesarios para absorber los desequilibrios económicos que se producen para atender a los incrementos de población turística, como consecuencia de la necesaria prestación de los servicios públicos, más que hacia el propósito de una reinversión en patrimonio y gestión de los propios recursos turísticos. Esto último, en caso de que el municipio de Córdoba así lo impusiera y siempre que existiera voluntad política de no desviar los recursos hacia otros fines igualmente exigibles por requerimientos de la sociedad, podría compensar en gran medida las necesarias inversiones que requieren la conservación, el mantenimiento y la valorización turística de los recursos patrimoniales<sup>27</sup>.

El sector privado es el que en definitiva debería concienciarse que es el gran beneficiado de esta actividad económica y consecuentemente apelar a su sentido de responsabilidad con su participación de parte de sus beneficios para el bienestar común. La sociedad tendría que concienciarse de que la actividad turística debe ir hacia el camino de una simbiosis permanente entre los actores implicados, esta relación y corresponsabilidad bien entendida perpetuaría el principio de la sostenibilidad turística. (Véase VELASCO GONZÁLEZ, M. 2009)

---

<sup>27</sup> En el municipio sudamericano San Carlos de Bariloche, existe una tasa municipal obligatoria a todas las empresas turísticas con habilitación comercial en el municipio, bajo el principio de que todas se benefician directa o indirectamente de la actividad turística, la contribución se realiza en base a tres variables: proximidad a la actividad turística desarrollada, tamaño del negocio y ubicación del mismo.

La OMT, sobre esta materia refiere la “oportunidad de desarrollar una fiscalidad de naturaleza turística”, se trataría de una política impositiva blanda que concienciara al turista de su contribución a la conservación del patrimonio que disfruta y visita, mediante la aplicación de mecanismos imaginativos para implantar dicha fiscalidad.

#### **2.2.6. Mecanismos de gestión y control de la actividad turística y del sector servicios para minimizar los impactos y conseguir el equilibrio con el medio ambiente y la población autóctona.**

Hoy no es posible hablar de sostenibilidad turística si no se establecen los cauces para la participación ciudadana, ya que esta participación es la que puede conseguir el equilibrio entre todos los agentes implicados en el proceso y asimismo con la población autóctona.

La presión que ejerce el empresariado turístico es evidente cuando controla los mecanismos de la actividad turística, inclusive arrastra a los poderes públicos en su toma de decisiones, cuando éstos últimos deberían velar por el interés general de la colectividad. Este control se traduce en una sobreexplotación en los servicios turísticos y generación de impactos negativos de toda índole, y en definitiva se traduce en la elevación a ultranza y sin planificar adecuadamente del número de turistas en los destinos “turismo de cifras” lo que produce multitud de incidencias negativas en el medio ambiente y en la calidad de vida de la población autóctona.

Cada vez más se contemplan formas de participación ciudadana en los mecanismos de gestión y control global de esta actividad, tanto a nivel de planificación inicial como en la posterior gestión y seguimiento de las iniciativas, más aún si éstas se financian fundamentalmente con dinero público. Algunos ejemplos conocidos como es el caso del Plan de Dinamización Turística de la ciudad de Ronda, son ciertamente interesantes: en este caso se creó un Fórum Local de Desarrollo Sostenible, como instrumento de participación activa, basado en el conocimiento local, en los principios de sostenibilidad, en la gestión de los recursos y en el proceso de decisión democrática en la que se tienen en cuenta las propuestas que hace la ciudadanía<sup>28</sup>. Y también podemos citar la experiencia, entre otras, del proceso de dinamización turística de Zafra donde se han creado unas mesas de debate, que elaboran propuestas y se toman decisiones. Estas reuniones están abiertas a colectivos, asociaciones y personas individuales, desde las mismas se

---

<sup>28</sup> AYO DE RONDA: *Plan de destino turístico de Ronda*. Plan marco para el desarrollo de la calidad y sostenibilidad del turismo de Ronda. *Corditur, S.L.* (2007).



pueden impulsar iniciativas o implicar a otros colectivos y entidades en las propuestas de actuación.<sup>29</sup>

Todo este marco de reflexiones pertenecen, en cualquier caso, a ámbitos conceptuales que han primado el desarrollo de las políticas en materia de turismo cultural a través de modos de gestión participativos y sostenibles y unas estrategias acordes con la realidad actual del sector turístico y, con mayor o menor éxito, aún mantienen toda su vigencia en la segunda década del siglo XXI.

En relación con el área que nos ocupa “Ajerquía Norte”, dentro de sus objetivos complementarios al objeto principal, (la activación y dinamización turística cultural de la zona), contará en su formación con el marco teórico de referencia. También se pone de manifiesto las preocupaciones y el reto que supone planificar o desarrollar estrategias teniendo en cuenta los aspectos de sostenibilidad y responsabilidad para con el patrimonio, para con el sitio, para con sus gentes y para el turista, tratando de buscar en todos ellos una sintonía que permita destacar los aspectos positivos de sus relaciones e ir avanzando en la búsqueda de soluciones para minimizar los aspectos negativos.

### **CAPÍTULO III. INTRODUCCIÓN AL MARCO JURÍDICO COMPETENCIAL.**

#### **3.1. El régimen competencial en materia de patrimonio en los Conjuntos Históricos y su incidencia en la Ajerquía cordobesa.**

El régimen competencial en materia de patrimonio, de forma exclusiva lo tiene la Comunidad Autónoma de Andalucía, la cual cuenta con un ordenamiento jurídico propio para la protección del patrimonio dentro de su comunidad, tanto la potestad legislativa como el soporte competencial le viene dado por la Constitución Española. La Comunidad Autónoma de Andalucía desarrolla las competencias emanadas de la Ley de Patrimonio Histórico Andaluz -Ley 14/2007 publicada el 26 de noviembre-. El objetivo de esta Ley en su título preliminar viene a decir lo siguiente: *“El objetivo de esta Ley es establecer el régimen jurídico del Patrimonio Histórico Andaluz, con el fin de garantizar su tutela, protección, salvaguardia y difusión, promover su enriquecimiento y uso como bien social y factor de desarrollo sostenible y asegurar la transmisión a las generaciones futuras”*. Inclusive en sus objetivos se incorpora

---

<sup>29</sup> *Plan de Dinamización de productos turísticos Tierra de Barros-Zafra Rio Bodión*. Diputación de Badajoz (2007)

algo más en la valoración que se hace del Patrimonio insistiendo en el componente social del mismo y en su consideración como un factor que ha de contribuir al desarrollo del territorio.

Su ámbito de aplicación incluye todos los bienes de la cultura, materiales e inmateriales, en cuanto se encuentren en Andalucía y revelen un interés artístico, histórico, arqueológico, etnológico, documental, bibliográfico, científico o industrial, para la Comunidad Autónoma, incluidas las particularidades lingüísticas.

Dentro del Patrimonio Inmueble en su artº. 25 se clasifican los elementos patrimoniales atendiendo a la siguiente tipología: a) Monumentales, b) Conjuntos Históricos, c) Jardines Históricos, d) Sitios Históricos, e) Zonas arqueológicas, f) Lugares de interés etnológico, g) Lugares de interés industrial, h) Zonas patrimoniales.

En el área de estudio Ajerquía Norte, nos afecta con carácter más generalizado tres tipologías de la anterior relación y estas se refieren a: a) Monumentales, b) Conjuntos Históricos y f) Lugares de interés etnológico, cuya definición viene contemplada en el artº 26:

- a) Monumentos: “Son los edificios y estructuras de relevante interés histórico, arqueológico, paleontológico, artístico, etnológico, industrial, científico, social o técnico, con inclusión de los muebles, instalaciones y accesorios que expresamente se señalen”.
- b) Conjuntos Históricos: “Agrupaciones de construcciones urbanas o rurales, junto con los accidentes geográficos que las conforman, relevantes por su interés histórico, arqueológico, paleontológico, artístico, etnológico, industrial, científico, social o técnico, con coherencia para constituir unidades susceptibles de clara delimitación”.
- c) Lugares de interés etnológico: “Aquellos parajes, espacios, construcciones o instalaciones vinculadas a formas de vida, cultura, actividades y modos de producción propias del pueblo andaluz, que merezcan ser preservados por su relevante valor etnológico”.

Las competencias de otras administraciones las establece a nivel de cooperación, pudiendo delegarse competencias previstas en la propia Ley a través de Convenios. Y corresponde a los municipios la misión de colaborar activamente en la protección y conservación de los bienes integrantes del Patrimonio Histórico Andaluz, que radiquen en su término municipal, en especial a través de la ordenación urbanística, así como realizar y dar a conocer el valor cultural de los mismos.

Córdoba dentro de su ámbito competencial redactó su Plan General de Ordenación Urbana en 1986 y en cuanto a sus contenidos en materia de protección del Conjunto Histórico atiende a gran número de determinaciones que se contemplan en la Ley de Patrimonio. El PGOU de Córdoba se adelanta al Plan Especial de Protección del Conjunto Histórico y gracias a él se detuvo gran parte de la especulación y ruina que en cierta forma había arrastrado el anterior Plan General de 1958. El PGOU del 1986 reconoce la valoración del patrimonio edificado y el entramado histórico parcelario, planteando un estudio pormenorizado para su mantenimiento. Marca unas pautas urbanísticas para la conservación de los edificios que por su interés patrimonial no deben desaparecer así como las normativas específicas para planificar las nuevas construcciones en consonancia con el entorno heredado. El PGOU de Córdoba remitió a la realización de un Plan Especial de Protección del Conjunto Histórico, el cual fue aprobado en febrero de 2003.

### **3.2. El régimen competencial en materia de turismo.**

Las competencias exclusivas en materia de turismo andaluz las tiene establecidas la Junta de Andalucía en su artículo 71 del Estatuto de Autonomía para Andalucía. La Ley 13/2011 de 23 de diciembre de Turismo en Andalucía, define en su artº 3, apartado 1, las competencias de la Administración de la Junta de Andalucía, en las que entre otras se halla la formulación, planificación y aplicación de la política de la Comunidad Autónoma en relación con el turismo. En el apartado 2, las competencias relacionadas en dicho artículo podrán ser transferidas o delegadas en las entidades locales, de conformidad con lo establecido en los artículos 17 y 19 de la Ley 5/2010 de 11 de junio de Autonomía Local de Andalucía.

En el artº 5 indica que las relaciones entre los diversos entes públicos con competencias turísticas se ajustarán a los principios de coordinación, cooperación, colaboración y descentralización.

El turismo es considerado en el marco de esta Ley como un agente dinamizador de las políticas económicas y de empleo y en consecuencia un recurso de primer orden. Se propugna que la nueva cultura basada en el turismo acate los principios de sostenibilidad y responsabilidad y una apuesta seria en innovación y calidad.

En ámbito municipal es considerado como la unidad mínima de actuación en materia turística, pudiendo actuar de manera independiente y de forma integrada con otras organizaciones. Tiene una mejor posición a la hora de llevar a cabo actuaciones de

planificación y de gestión de forma directa y concreta sobre el territorio. En sus competencias se halla la promoción de sus recursos turísticos y fiestas locales; el desarrollo de la infraestructura turística de su competencia; la concesión de licencias a establecimientos y empresas turísticas; la gestión de los servicios turísticos de acuerdo con la normativa de régimen local, la Ley de Turismo y demás ordenamiento; así como la participación en los instrumentos de planificación del sistema turístico.

### **3.3. El Plan Especial de Protección del Conjunto Histórico de Córdoba.**

Las determinaciones de la Ley de Patrimonio Histórico de Andalucía (Ley 14/2007 de 26 de noviembre) define en su ámbito competencial que corresponde a los municipios la misión de colaborar activamente en la protección y conservación de los bienes integrantes del P.H.A., que radiquen en su término municipal, en especial a través de la ordenación urbanística, así como realizar y dar a conocer el valor cultural de los mismos.

Ya el PGOU de 1985 contenía parte de las prescripciones referidas en el artº 31 de la Ley en lo que afecta al Conjunto Histórico, no obstante y así contemplaba su potestad de remitir a la realización de un Plan Especial de Protección, el cual debía materializarse en un plazo de tres años.

El documento referido denominado con las siglas PEPCH de Córdoba fue aprobado definitivamente el 8 de mayo de 2003.

Entre sus objetivos se hallan los siguientes:

- 1.) La defensa y protección del patrimonio edificado y de la trama parcelaria existente, permitiendo la renovación edificatoria en cumplimiento de unos parámetros que mantengan las características intrínsecas de la arquitectura que conforma la imagen del Conjunto. El uso preferente es el residencial compatibilizando con otros usos, con el propósito de conseguir el carácter poli funcional, necesario para el desarrollo de la actividad humana.
- 2.) La conservación y protección de manera individualizada, que conlleva el estudio pormenorizado de cada unidad parcelaria, definiendo el régimen de calificación e identificando los elementos que van a conformar el catálogo de edificios de interés donde se fijan unas condiciones de intervención por cada unidad. Establece un gradiente de protección/renovación de cinco niveles:

monumentos catalogados, edificios catalogados, conjuntos catalogados, zona de protección tipológica y zona renovada.

- 3.) La mejora de las condiciones ambientales, dando mayor protagonismo a los espacios peatonales, proponiendo la reducción de los flujos de automóviles y favoreciendo la implantación de aparcamientos para residentes, así como aparcamientos de borde para vehículos en rotación. Esta regulación implicará la mejor cualificación y a su vez revitalización de los espacios libres. Incluye la incorporación de equipamientos dotacionales donde sean necesarios y la implantación de usos culturales y turísticos, comercios y servicios de ocio estimados como fundamentales para la revitalización del Conjunto.

La relación de edificios de la Ajerquía Norte protegidos por el PEPCH son un total de 128, a los que hay que añadir los espacios libres protegidos así como los hitos o elementos aislados catalogados. La clasificación e identificación de este conjunto de elementos protegidos es la siguiente:

#### **Catorce Edificios Monumentales**

Los monumentos se identifican según el PEPCH con las siglas MA, que se corresponde con “Monumento de la Ajerquía” y a continuación un nº de orden:

Convento e Iglesia Padres de Gracia; Iglesia de San Lorenzo; Iglesia de San Rafael; Iglesia de San Andrés; Casa de los Luna; Casa Marqués de Santa Marta; Casa de los Villalones. “Palacio de Orive”; Monasterio de Santa Marta; Convento Santa Isabel de los Ángeles; Palacio de los Marqueses de Viana; Iglesia de Santa Marina; Convento e Iglesia de San Agustín; Torre de la Malmuerta; Murallas Conjunto: Puerta del Rincón, Adarve, Fernando de Lara, Colodro, Muro de la Misericordia, del Marrubial.

#### **Setenta y dos Edificios Catalogados**

Estos edificios se identifican con las siglas EA seguidos de una numeración. Se incluyen numerosos ejemplos de la tipología tradicional de Casas-patio pero a su vez incorporando casas solariegas, casas de vecindad, corrales de vecinos etc., con usos a su vez muy diversos: residenciales, de restauración, recreativos, culturales etc.

#### **Cuarenta Edificios en Conjuntos Catalogados.**

Identificación con CC-nº de orden: Parte del Conjunto de la Calle Alfaro; Conjunto del Barrio de Santa Marina; Conjunto del Barrio de las Costanillas; Parte del Conjunto del Barrio de San Lorenzo; Parte del Conjunto del Barrio de San Andrés.

### **Cinco Plazas o Espacios Libres.**

Plaza de la Lagunilla; Plaza del Conde de Priego; Plaza de San Agustín; Plaza de San Rafael; Plaza de San Andrés.

### **Cuatro Hitos Urbanísticos**

Identificación H y nº de orden: Fuente de San Rafael; Fuente de la Plaza del Corazón de María; Fuente de la Piedra Escrita; Fuente de la Fuenseca.

A nivel patrimonial el PEPCH recoge como base de partida para el trabajo que nos ocupa, un importante catálogo de elementos que se encuentran en la zona de la Ajerquía Norte, elementos que hay que valorizar como potenciales recursos en la propuesta de itinerario/s que se contemplarán para la dinamización turística del Área.

El PEPCH presenta un marcado carácter proteccionista sobre los bienes inmuebles, trama parcelaria y edificación, más que de los valores simbólicos y etnológicos propios de cada zona o comunidad, por ello nos encontramos que las determinaciones que se contemplan en el Título VI de la Ley de Patrimonio Histórico Andaluz relativas a la Protección del patrimonio Etnológico no se hallan contenidas en el mismo<sup>30</sup>, ni se halla prevista en principio su adecuación al planeamiento urbanístico vigente.

## **3.4. Breve historia de la Ajerquía. El Área de Rehabilitación Concertada de la Ajerquía Norte cordobesa**

- **Breve historia de la Ajerquía.**

La Ajerquía, nombre que viene de al-Yiha al-Sharqiyya o ciudad oriental. Espacio que data ocupado desde la época imperial romana con barrios residenciales extramuros, quedando de esta época el trazado de la vía Augusta,<sup>31</sup> y que se consolida en la época emiral, primera mitad del siglo IX, mencionado en las crónicas el arrabal de Sabular, teniendo un importante crecimiento en la segunda mitad del siglo X con el Califato cordobés, probablemente relacionado con la residencia de

---

<sup>30</sup> No se contempla la protección de este Patrimonio Inmaterial. Con referencia a los patios de Córdoba y a las casas de vecinos, instrumentos al servicio de la Fiesta declarada Patrimonio Inmaterial, no se hallan inventariados ni existe un marco de protección.

<sup>31</sup> Límite actual considerado en la zona elegida de nuestro estudio.

Almanzor “Madinat al-Zahira”. Se dibuja su definitiva extensión a mediados del siglo XII con el cierre de la muralla almorávide<sup>32</sup>.

Se configuran dos ejes principales que van comunicando las distintas puertas de la muralla con el eje comercial de la vía Augusta. El resto de calles laberínticas y adarves; amplias zonas dedicadas a huertos o espacios vacíos. La ocupación cristiana por Fernando III, fechada en junio de 1236, va a introducir elementos nuevos en la trama urbana, ordenando el territorio en “collaciones” o parroquias, siete en la Ajerquía, y se destinan grandes espacios a conventos, algunos de ellos todavía perduran: Santa Marta, Santa Isabel. Se va ordenando el tejido urbano alrededor de estos núcleos en manzanas más pequeñas, alargadas y con poca profundidad, sin apenas adarves, pudiendo decir que se configura el actual callejero. Es en el siglo XVI cuando tiene su esplendor urbanístico, volviendo a decaer en el XVIII. Durante estos siglos tienen lugar construcciones asistenciales, religiosas y sanitarias.<sup>33</sup> También destacan algunas casas señoriales como las del Marqués de Viana, del Marqués de Santa Marta y otras desaparecidas como la de los Marqueses del Conde de Priego. A finales del XVIII se llevan operaciones de carácter higienista como pavimentaciones de calles y desvío de arroyos: de San Lorenzo, de San Andrés.<sup>34</sup>

En los siglos siguientes XIX y XX existe un estancamiento y escasas reformas, en el primer siglo se eliminan las puertas de las murallas y se derriban tramos completos para permitir construcciones como el Colegio Salesiano. Tras la desamortización eclesiástica se liberan grandes espacios que pasan a ser de dominio público y otros donde se construyen viviendas obreras como en San Agustín.<sup>35</sup> El siglo XX, nos trae en la Ajerquía la proliferación de un gran número de casas de vecinos, consecuencia de la inmigración del campo a la ciudad, fruto de la expansión industrial y la implantación del ferrocarril en Córdoba. Es en esta zona, por su caracterización social y menos interés urbanístico, donde tiene lugar el mayor desarrollo de estas casas, adaptándose casas solariegas deshabitadas y otras que se construían en

---

<sup>32</sup> La fecha del cierre de la muralla año 1125, se ha relacionado con un impuesto del sultán almorávide Alí ben Yusuf para la reconstrucción de las murallas de las ciudades de al-andalus. (Guía Arqueológica de Córdoba)

<sup>33</sup> Iglesia de San Juan de Letrán, Ermita de las Nieves, Hospital del Santísimo Cristo de la Misericordia (1690, hoy desaparecido), Convento de los Padres de Gracia (1602), el Cister (1725, en la cara interna de la muralla), ampliación Iglesia de San Rafael (1796), construcción de las escuelas Pías.

<sup>34</sup> Aún en la toponimia de las calles se conservan estos nombres.

<sup>35</sup> Aparece una trama parcelaria regular con mayor aprovechamiento urbanístico.

expreso para albergar a esta población rural, por consiguiente la reutilización de estas construcciones y el relleno de vacíos interiores, no supuso la pérdida de la trama urbana existente.

En 1958 tiene lugar el primer plan urbanístico de la ciudad, marcado por un carácter desarrollista y de expansión de la ciudad extramuros, lo que supuso el despoblamiento del Conjunto Histórico, que en los 60 se encontraba saturado y las condiciones de vida estaban marcadas por la precariedad frente a las nuevas viviendas de los barrios. Periodo caracterizado por la construcción de estos mismos bloques de pisos en el interior del Conjunto.<sup>36</sup> Gracias al siguiente planeamiento de 1986 se reconoce la valoración del patrimonio edificado y de la trama urbanística heredada, marcando las pautas para la conservación de los edificios que por su interés patrimonial no deben desaparecer.

- **El Área de Rehabilitación Concertada de la Ajerquía Norte cordobesa**

La Ajerquía Norte se encuentra dentro de un Plan de Rehabilitación Concertado. Por Orden de 6 de noviembre de 2006 de la Consejería de Obras Públicas y Transportes se declara dicha Área, definida como un instrumento global de intervención en un ámbito urbano concreto al objeto de mejorar las condiciones de alojamiento de la población residente y la recuperación del Patrimonio mediante la aplicación de unos programas de interés para conseguir unos objetivos de recuperación urbana, residencial, social y económica del ámbito declarado. La problemática de esta zona respecto del resto del Conjunto Histórico motivó su delimitación y la posibilidad de acogerse a las figuras recogidas en el marco normativo de la Junta de Andalucía, El Plan Concertado de Vivienda y Suelo en Andalucía 2008-2012.

Los problemas encontrados fueron los propios de los Cascos Históricos, tras la despoblación de los años 60, en busca de la calidad de vida en las nuevas viviendas construidas tras la expansión de la ciudad periférica. Del análisis y diagnóstico realizado se detecta en el área una problemática similar en la zona delimitada<sup>37</sup>, deficiencias en urbanización e impactos ambientales, problemas de accesibilidad y habitabilidad de los espacios urbanos: barreras arquitectónicas, falta de aparcamientos, falta de equipamientos de barrio, problemas de orden social determinados por una población envejecida, niveles de renta bajos y gran número de

---

<sup>36</sup> Lo que hoy reconocemos como impactos urbanísticos por modificación de las características morfológicas de la edificación y de la trama urbana.

<sup>37</sup> Informe solicitud declaración del Área por VIMCORSÁ (2003)



viviendas en alquiler en mal estado de conservación; así como en lo que afecta a este estudio se detectaron problemas en el patrimonio edificado, tanto en el monumental y de viviendas que no responden a las características ambientales del Casco Histórico así como el patrimonio de carácter singular de la zona, como son las casas de vecinos en muy mal estado de conservación, sin cumplir los parámetros mínimos de habitabilidad.<sup>38</sup>

### **3.5. El Plan Estratégico de Turismo de Córdoba y su encaje con la propuesta de dinamización turística de la Ajerquía Norte.**

El Ente de Gestión Turística del Municipio de Córdoba es el Consorcio de Turismo, creado en el 2003, es una entidad de derecho público con participación mixta pública-privada. Sus actividades se hallan relacionadas con el desarrollo de producto turístico, información y promoción turística. En primera instancia constituye el órgano básico para el diseño e implementación de la política turística de la ciudad.

El Consorcio en el 2009, elaboró el Plan Estratégico del Turismo para la Ciudad de Córdoba, anteriormente había desarrollado un Plan de Excelencia Turística para Córdoba, contando con importante financiación.

El Plan Estratégico de Córdoba en el diagnóstico realizado a la ciudad, desprende que el Conjunto Urbano es considerado como un recurso complementario a la oferta turística actual. Como factores de éxito para el desarrollo del Plan Estratégico, entre otras premisas, se encuentra el redescubrimiento de los valores cordobeses originales.

En sus objetivos cualitativos existen algunos aspectos que pueden tener una vinculación con la propuesta de dinamización del Área:

- Incrementar el atractivo de Córdoba para los visitantes que no pernoctan.
- Potenciar el desarrollo de productos turísticos con enfoque de mercado.
- Incrementar la cooperación y la participación entre el sector público, los agentes públicos y sociales y la ciudadanía.

Dentro de sus estrategias de mercado, apuesta por el turismo cultural como mercado a priorizar, el turismo gastronómico como mercado a invertir y el turismo religioso como mercado a desarrollar. Suponen tres vectores combinables dentro de las propuestas de itinerarios turísticos que serán presentadas en este trabajo.

---

<sup>38</sup> Casas vecinales, germen de la fiesta de los patios de Córdoba, que nos ha llevado a la actual Declaración.

Como estrategia competitiva para conseguir una posición más favorable del destino Córdoba también interesa recoger los siguientes postulados reconociendo en todos ellos el factor “diferenciación”, los cuales interesa potenciar:

- El desarrollo de productos innovadores en relación al patrimonio cultural, arquitectónico, urbanístico y monumental del municipio.
- Las características tradicionalmente asociadas a Córdoba relacionadas con la tolerancia, la convivencia cultural, la accesibilidad; el espacio urbano como generador de relaciones personales.
- La tradición cultural, a través de la puesta en valor de los recursos culturales relacionados con los museos, el folclore, las artes escénicas, la música, la artesanía y los personajes ilustres relacionados con esta temática.

El Plan de Actuación de Mejora de la Competitividad contempla seis áreas de trabajo, siendo una de ellas la mejora de los recursos turísticos, considerando como una de las actuaciones prioritarias la Potenciación de los recursos históricos y culturales, con dos objetivos: el primero, enfatizar los aspectos de la tradición y patrimonio cultural de la ciudad de Córdoba, como elemento de diferenciación e incremento de su atractivo turístico; y segundo, hacer de la cultura un instrumento generador de la actividad turística, social, económica y de promoción de la ciudad de Córdoba.

Se contemplan entre otras las siguientes actuaciones:

- La creación de un grupo de trabajo de desarrollo de Turismo Cultural, para el impulso y la concreción de nuevos proyectos turísticos culturales.
- Plan para el aprovechamiento turístico del recurso “Patios”
- Plan de apoyo a la artesanía local
- Puesta en valor turística de los valores populares y las tradiciones cordobesas.

## **CAPÍTULO IV. OBJETIVOS, METODOLOGÍA Y PLAN DE TRABAJO.**

### **4.1. Objetivos, planteamientos iniciales e hipótesis de partida**

#### **4.1.1 Objetivo principal:**

- **Realizar una propuesta de activación y dinamización turística-cultural en el Área de la Ajerquía Norte.**

Sobre la base de poner en valor desde el punto de vista turístico el potencial patrimonial de esta zona, entendido de una forma integral. El itinerario propuesto integraría los recursos correspondientes al patrimonio arquitectónico, así como lugares y sitios que conformarán un itinerario basado en la memoria histórica de la zona. Hechos históricos e hitos hasta ahora existentes dentro de este trozo de ciudad histórica y que vienen a unirse al recurso estrella de los patios con su reciente declaración de Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad, todo ello conformando una identidad propia del lugar y con la comunidad de la que forma parte.

#### **4.1.2. Objetivos específicos:**

- **Transmitir los valores de identidad de nuestro patrimonio cultural y etnográfico de carácter inmaterial ligado al recurso “patios” así como sus potencialidades para la generación de actividad económica en combinación con el resto de elementos patrimoniales del conjunto, con el objeto de ofrecer un producto turístico-cultural diferente pero integrado dentro de la oferta turística tradicional de la ciudad.**

Sin duda hoy son los patios el atractivo más singular y el potencial que atraerá a la demanda de turistas, no obstante las tendencias actuales del turismo en relación con el patrimonio cultural, nos viene a decir que el turista requiere de experiencias completas en relación con la ciudad que visita, por lo que el conocimiento de la ciudad en su conjunto tanto en su patrimonio: material y simbólico, como su gastronomía, ocio y de relación con la comunidad anfitriona, no viene sino a complementar y a enriquecer el recurso “patios”.

- **Contribuir al desarrollo local de este sector urbano de la ciudad de Córdoba dinamizando la actividad socioeconómica a través del turismo cultural.**

“El turista es un gran consumidor de bienes y servicios, aporta dinamismo a muchos sectores de la actividad económica, trae consigo riqueza y empleo e introduce nuevos hábitos de vida. Además potencia el desarrollo de las ramas de actividad que cubre directamente las necesidades de consumo de los visitantes (hostelería, restauración, comercio y servicios de ocio y recreo) e impulsa el desarrollo de otros sectores de actividad teniendo un importante efecto multiplicador”.<sup>39</sup>

La actividad turística genera, por otro lado, una cierta dinámica empresarial en múltiples ámbitos, inclusive requiere de inversiones privadas y públicas, en infraestructuras, en servicios y en la propia valorización del patrimonio, consiguiendo el efecto de renovación y regeneración urbana, al mismo tiempo que genera empleos y dinamiza la economía. Algunas fuentes que han estudiado esta repercusión del empleo en este sector respecto al empleo total del país, lo han estimado en un 11,39%<sup>40</sup>.

Sin embargo, hay que incidir en que estos datos deben adoptarse con cautela debido a que existen algunos parámetros que son difíciles de manejar debido al carácter transversal del turismo. Así por ejemplo ya resulta complejo determinar el número de empleos directos cuanto más los que dependen de forma indirecta de la propia actividad. Otro problema que encontramos es la temporalidad y la dedicación parcial en estos empleos, por lo que la traducción a jornadas completas precisaría la introducción de otras variables en el estudio.

A la oferta de empleo generada en las actividades directamente servidoras del turismo, hay que sumar el empleo indirecto generado en aquellas empresas que prestan bienes y servicios al sector. Se estima que por cada empleo directo creado en el turismo, se generan 1,2 empleos indirectos y 1,5 empleos inducidos.<sup>41</sup>

Para el destino, el turismo genera un efecto local de concienciación ciudadana e institucional sobre los valores del patrimonio arquitectónico, cultural, natural etc., por lo que se consigue un proceso de revalorización de los recursos, recursos infrutilizados o con evidente falta de conservación, se van considerando como bienes patrimoniales con una importante carga cultural y por consiguiente aptos para su valorización turística, asimismo conlleva un resurgir de los valores propios e identitarios.

---

<sup>39</sup> TROITIÑO VINUESA: “Patrimonio Cultural: Valorización económica y reutilización funcional”. Jornadas de Gestión Cultural. La Palma (2003).

<sup>40</sup> Datos obtenidos del preámbulo de la Ley 8/2013, de 26 de junio, de rehabilitación, regeneración y renovación urbanas. (BOE nº 153- 27/06/2013).

<sup>41</sup> Véase TROITIÑO: “Centros Históricos. Nuevos procesos y actividades económicas”. (2006), p. 4

*“Recursos no valorados como caserío tradicional, edificios industriales, talleres artesanales van adquiriendo un valor económico, simplemente porque se detecta la atracción que el turismo tiene sobre ellos”.*<sup>42</sup> Esto genera un efecto cíclico porque la oferta cultural es consumida al mismo tiempo por el turista y por los residentes. Y, asimismo, se producen inversiones públicas y sobre todo privadas en edificios patrimoniales, consiguiendo con ello una renovación urbanística y arquitectónica y de conservación de la ciudad.

- **Derivar, diversificar y desconcentrar el flujo de visitantes de la zona de “Patrimonio de la Humanidad” hacia otras áreas colindantes del Conjunto Histórico.**

Hoy el turismo demanda el conocimiento de la ciudad histórica en su integridad. El foco atractor de Córdoba por excelencia, la “Mezquita-Catedral” circundante con la Zona Patrimonio de la Humanidad, llega a producir en determinadas épocas algunos efectos de masificación en las visitas de todo su entorno, así como una concentración excesiva de flujos de visitantes y actividad comercial en determinados puntos, que genera impactos no deseables y contrarios a los principios de un turismo sostenible. Por consiguiente, debido a la riqueza de recursos patrimoniales en el resto del Conjunto Histórico y la atracción cada vez mayor del recurso “Patios” se crearían nuevos focos de atracción con el turismo existente, mejorando con ello la gestión turística actual y evitando en el futuro, el colapso turístico en el entorno de la Judería, además de cubrir el vacío de oferta que se da cuando en determinados momentos se encuentran cerrados al turista elementos patrimoniales de gran interés en la zona, como ocurre los lunes con monumentos dependientes de la Junta de Andalucía.

Debido, no obstante, a que los recursos de patios valorizados tienen una capacidad de carga limitada, así como su número, el flujo turístico no podrá ser excesivo. De este modo -y así deberá planificarse-, el turista no debe ser considerado como un mero espectador sino que será partícipe de las experiencias que se desarrollen y para ello, al objeto de procurar una satisfacción experiencial suficiente, ha de descartarse una pretensión de aumento importante y continuado del número de turistas al margen de análisis previos de capacidad de carga turística en estos recintos cerrados donde su medición sería relativamente sencilla.

---

<sup>42</sup> TROITIÑO: “Patrimonio Cultural: Valorización económica y reutilización funcional”. (2003). p.14

Por otra parte la reorientación del flujo turístico y de visitantes hacia La Ajerquía, acabaría con los grandes desequilibrios existentes entre la zona de la Judería-Mezquita-Catedral y el resto del Conjunto Histórico, incluyendo el barrio de San Basilio, que concentra aún una buena parte de las visitas a los Patios Cordobeses. Ello facilitaría también una cierta desestacionalización de la demanda turística, diversificándola para otros segmentos de población como la tercera edad, escolares, grupos de entidades sociales y benéficas, turismo extranjero que llega a la ciudad fuera del mes de mayo, etc., incluso procurando la incorporación como visitantes de una parte importante de la propia población local o de público de proximidad de municipios cercanos y ciudades próximas, lo que sin duda procurará el mantenimiento del empleo y la actividad económica inducida para una adecuada gestión y control de los procesos, más allá de la temporada turística alta de Córdoba coincidente con el mes de mayo.

- **Difundir la imagen exterior de Córdoba como un conjunto patrimonial en toda su extensión, que va mucho más allá del triángulo “Judería, Mezquita-Catedral y Sinagoga”.**

El turismo cultural en la ciudad de Córdoba ha venido concentrándose tradicionalmente en la zona “Patrimonio de la Humanidad”, pero en los últimos años vienen siendo significativos los desplazamientos hacia la zona este de la Ribera y el acceso norte hacia la Plaza de la Corredera y cómo no en el centro neurálgico comercial de Córdoba (entorno de Plaza de las Tendillas-Bulevar Gran Capitán-Cruz Conde-La Victoria). La complementación de estas zonas con el área de la Ajerquía Norte, muy cercana a pie, introducirá, sin duda, una nueva visión del patrimonio y de la interpretación de la ciudad histórica que contribuirá a reforzar la imagen del Conjunto en toda su extensión.

El turista o grupos turísticos vendrán atraídos, más aún, por el recurso “Patios”, con el centro cultural inmaterial que se creará al respecto y que les permitirá disfrutar de una experiencia completa de ciudad; experiencia que será valorada positivamente en función del grado de satisfacción del turista, siempre que se cree un producto atractivo, asequible, dinámico y bien gestionado y planificado, sin perder por ello la autenticidad del elemento patrimonial que lo soporta (un patio popular) y sin que éste se banalice.

- **Contribuir a la consecución de una mayor estancia media del turista en la ciudad enriqueciendo y ampliando la oferta de visitas por el Conjunto Histórico.**

Una buena gestión y planificación de los recursos patrimoniales del Área puede llevar a más tiempo de permanencia del turismo en la ciudad. La visita turística de la Ciudad Histórica no cumpliría su objetivo con la oferta actual de una zona muy restringida geográficamente y solo representativa de un periodo de la historia de la ciudad. Sin embargo, la incorporación a la oferta turística de Córdoba de la Ajerquía Norte, con su importante y diversificado potencial patrimonial, podría favorecer la prolongación de las visitas por un día más al menos, sobre todo en el caso de los visitantes individuales y no organizados, gracias a la existencia de otros atractivos complementarios y el interés por conocer otros “espacios inéditos” de la ciudad, siempre que se pongan en marcha las necesarias campañas e instrumentos de difusión, promoción y comercialización y se generen previamente productos tangibles y comercializables así como itinerarios de visitas funcionales tanto para el público individual como grupos organizados y concertados.

#### **4.1.3. Planteamientos iniciales e hipótesis de partida.**

##### **4.1.3.1. Desde la perspectiva del área:**

1. Nos encontramos con una parte de un Conjunto Histórico con relevancia histórica-cultural.
2. Dispone de un potencial patrimonial inmueble sin valorizar desde la propia sociedad de la que forma parte y menos aún como atractivo turístico-cultural.
3. Interés institucional por revalorizar socioeconómicamente este trozo de ciudad.
4. Interés de los colectivos y agentes locales del barrio por su regeneración en todos los ámbitos y como parte del orgullo colectivo para la transmisión de un patrimonio que no desmerece al resto de los atractivos turísticos de la ciudad.
5. La Declaración de los Patios de Córdoba como Patrimonio Cultural Inmaterial de la UNESCO ha supuesto la valoración internacional de este patrimonio incrementando su potencial turístico-cultural, teniendo esta zona relevancia en el origen y en la evolución de la tradición festiva y contando con patios de valor etnológico con valores únicos.
6. Desde la creación de empleo y activación socioeconómica del área, dado el incremento de las cifras del paro en nuestra ciudad, en base a las difíciles circunstancias por las que atraviesa gran parte de la población.

#### **4.1.3.2. Desde la perspectiva del municipio:**

1. Buenas perspectivas a corto y medio plazo de mejora de la actividad turística en la ciudad, ya constatada estos dos últimos años con el buen comportamiento del turismo extranjero pero a lo que podría sumarse una probable recuperación del turismo nacional, lo que puede promover una mayor implicación de los agentes institucionales y sociales hacia este subsector de actividad económica (Plan Turístico de Grandes Ciudades que pretende aprobarse en 2013, por ejemplo).
2. Diversificación de los sectores económicos dado el crack económico de los últimos tiempos motivado por el sector de la construcción, potenciando entre ellos el turístico, así como otros referidos a tecnologías e innovación. El potencial turístico en las ciudades históricas cuenta con una ventaja y es que dispone de gran parte de las infraestructuras y de los posibles atractores existentes para conseguir crear nuevas dinámicas turísticas, mediante la aplicación de inversiones reducidas pero con una planificación y estrategias adecuadas.
3. Posibilidad de ofrecer una oferta más completa y atractiva tanto al público individual no organizado como los grupos de turoperadores y agencias extranjeras o nacionales, fortaleciendo la imagen de Córdoba como destino de estancia y no meramente de paso.
4. Incorporación reciente de nuevos guías de turismo y empresas de servicios turísticos con interés en desarrollar nuevas actividades en la Ajerquía ante la masificación y cierto agotamiento de la oferta tradicional de la Judería y ante las oportunidades que brinda la zona para nuevos yacimientos de empleo<sup>43</sup>.

#### **4.1.3.3. Desde la perspectiva de las Administraciones públicas:**

1. Políticas nacionales y autonómicas sobre la importancia y futuro de las ciudades sostenibles, dando protagonismo a las ciudades históricas y bajo la perspectiva económica del turismo.

---

<sup>43</sup> El Plan Urban Ribera (1996-2002), realizado por el Ayuntamiento de Córdoba, supuso una apuesta por la recuperación urbana de esta zona al Sur de la Ajerquía, limitada con el río Guadalquivir, con importantes inversiones urbanísticas y con medidas de fomento para la creación de actividades comerciales. Años más tarde se ha visto el fruto de esta actuación, habiéndose ampliado el área patrimonial a este eje, con importantes equipamientos de restauración, apartamentos turísticos etc.



2. Creación de medidas de fomento para la regeneración urbana y de activación socioeconómica en las ciudades con potenciales patrimoniales, que se van incorporando en los diversos planes de las distintas Consejerías y Ministerios.

#### **4.2. Fuentes y metodología de la investigación. Plan de Trabajo.**

El plan de trabajo intenta establecer una estructura coherente de investigación y análisis de los puntos claves a tener en cuenta para obtener finalmente una propuesta viable y contrastable de dinamización turística del Área de estudio basada fundamentalmente en el recurso “Patios” pero debidamente engarzado con otros recursos patrimoniales de interés y productos turísticos preexistentes o potenciales.

Como todo proceso de planificación turística consta de cuatro partes diferenciadas:

**1.)** una parte teórica que nos permite centrarnos en la idea y el enfoque que queremos, que sean determinantes de nuestra propuesta de actuación aplicada, contextualizando ésta debidamente en el marco de la problemática y las oportunidades del turismo cultural y de las ciudades históricas como Córdoba en el ámbito del turismo; **2.)** Una parte práctica, consistente en la generación de datos que nos acerquen a la realidad existente de la zona de estudio seleccionada; **3.)** La realización de la oportuna evaluación y diagnóstico de esos datos en relación con nuestra idea de proyecto, entresacando a partir de ahí las potencialidades, puntos clave y posibles déficits o dificultades en la realización del proyecto, además de conocer aspectos tan fundamentales como el mapa de actores o los recursos patrimoniales o de otro tipo que puedan servir de soporte para los productos turísticos resultantes; **4.)** Por último, la aplicación de unas medidas y acciones concretas que nos permitan reconducir la situación actual de infrautilización y falta de valorización turística de los recursos patrimoniales del área, hacia los objetivos pretendidos, utilizando para ello las oportunas acciones de diseño de productos, difusión, promoción y comercialización.

El Plan de Trabajo nos marcará, en definitiva, las pautas a seguir para sistematizar todo el proceso, que en el caso que nos ocupa tiene una magnitud compleja, teniendo en cuenta que son muchos y distintos los factores y variables a tener en cuenta, a lo que hay que sumar la propia transversalidad de la actividad turística, en la que existen otros subsectores de actividad ciertamente diversos y agentes locales y externos de distinta naturaleza.

El trabajo finalmente se ha estructurado en siete Capítulos y cada uno de ellos a su vez en distintos apartados:

- **El primero, segundo y tercer Capítulo: JUSTIFICACIÓN Y OPORTUNIDAD DEL OBJETO DE ESTUDIO Y MARCO TEÓRICO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN E INTRODUCCIÓN AL MARCO JURÍDICO COMPETENCIAL**

El primer capítulo, nos sitúa en la idea del proyecto, la justificación y la oportunidad de acometer una propuesta concreta de activación y dinamización turístico-cultural de una parte del Conjunto Histórico de Córdoba, de cómo son propicias las tendencias actuales en relación al turismo cultural y la valorización económica del patrimonio en la ciudad histórica, todo ello tratado desde una perspectiva teórica y contextual, para posteriormente centrarnos en nuestro marco concreto de estudio.

La zona elegida se justifica por una figura administrativa: la Declaración de un Área de Rehabilitación Concertada, así como con la reciente Declaración de los Patios de Córdoba como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad con un potencial específico y diferencial en dicha Área. La primera declaración plantea unos objetivos propios y finalidades que a su vez se pueden conseguir a través de la actividad turística: "la dinamización socioeconómica y mejora ambiental del área". Tal declaración aunque así lo persigue se queda corta en las medidas adoptadas en este sentido, al tratarse de una figura eminentemente que apuesta por la regeneración urbana, sin contenidos muy precisos para dinamizar el ámbito económico y social, aunque reconoce que esto puede llegar a través del turismo. La segunda Declaración de los Patios nos da las claves y el potencial suficiente para la determinación de este proyecto cultural dentro del Área, que junto con el resto de valores patrimoniales crean una importante fuente de recursos que pueden permitir conseguir los objetivos pretendidos.

Relativo al segundo capítulo, el primer y segundo apartado trata sobre "Turismo y patrimonio en Conjuntos Históricos y Ciudades patrimoniales: antecedentes, conceptualización y declaraciones" y "Marco teórico de referencia", creando el marco necesario para situarnos en el contexto actual y tendencias conceptuales sobre la forma de apreciación y comprensión del Patrimonio, de la Ciudad Histórica y de su relación con el fenómeno Turístico.

El tercer capítulo: "El régimen competencial en materia de Patrimonio y Turismo, y su incidencia en la Ajerquía cordobesa". Con carácter introductorio, en sus primeros

apartados, nos define el marco competencial y el ordenamiento jurídico para la protección del patrimonio y en materia de planeamiento turístico. El siguiente apartado nos sitúa en el Plan Especial de Protección del Conjunto Histórico de Córdoba como figura obligada por el ordenamiento jurídico y urbanístico de los Conjuntos Históricos. El siguiente nos introduce en el contexto legal-administrativo del Área de Rehabilitación Concertada de la Ajerquía Norte, como marco central de actuación de la investigación, sus planteamientos, estrategias y objetivos perseguidos se hallan dentro de las tendencias actuales del turismo en la Ciudad Histórica, entendida ésta última como motor de desarrollo socioeconómico y cultural. Y por último, el encaje que presenta la propuesta de dinamización turística del área, dentro del Plan Estratégico de Turismo de Córdoba.

Las fuentes utilizadas en los capítulos que fundamentan el marco teórico han sido primarias, secundarias y bibliografía existente en relación con temas patrimoniales y turismo urbano en la Ciudad Histórica. Se ha hecho uso de fuentes de carácter declarativo como las Cartas Internacionales en relación con el turismo y patrimonio, declaraciones realizadas por Organismos Nacionales e Internacionales sobre el patrimonio de Córdoba; y como fuentes secundarias artículos de especialistas prestigiosos en la docencia universitaria como Troitiño Vinuesa, M., Torres Márquez M. Rivera Mateos, M y Rodríguez García, Marchena Gómez, M. y otros como Cortes Puya, T. y de la Calle, M. y García, M. así como Tesis Doctorales en relación a los procesos de gestión y el Patrimonio como recurso turístico. En relación al marco legal nos hemos referido a la Ley de Patrimonio Histórico Andaluz 14/2007, planeamientos urbanísticos de Córdoba y Programa de Actuación del Área de la Ajerquía Norte, el reciente Proyecto de Ley de rehabilitación, regeneración y renovación urbana y Real Decreto 233/2013 de 5 de abril que regula el Plan Estatal de fomento al alquiler de viviendas, la rehabilitación edificatoria y regeneración y renovación urbanas, 2013-2016, así como otros marcos legislativos de ordenamiento y sobre competencias de distintos aspectos relacionados con el patrimonio y turismo de la Junta de Andalucía. Completando la parte teórica con algunos ejemplos de procesos de dinamización en otras ciudades Españolas (Ronda, Zafra,...) y otros planes estratégicos turísticos como el de Córdoba, al objeto de conocer antecedentes y marcos de trabajo ya refrendados en la práctica.<sup>44</sup>

---

<sup>44</sup> Ampliada la información bibliográfica en el último capítulo del trabajo.

- **Cuarto Capítulo: OBJETIVOS, METODOLOGÍA Y PLAN DE TRABAJO.**

Se definen los objetivos que se persiguen con la presente propuesta, también esbozados en la introducción, y se desarrolla el esquema y marco metodológico sobre las líneas de trabajo y el proceso a seguir.

- **El quinto Capítulo: DIAGNÓSTICO Y EVALUACIÓN DE LOS RECURSOS PATRIMONIALES DE LA AJERQUÍA NORTE.**

A su vez con varios apartados, el primero referido a “Los recursos patrimoniales susceptibles de convertirse en recursos y/o productos turísticos”. Esta primera parte nos permitirá llegar al conocimiento de la situación actual de los recursos patrimoniales de este sector y su potencialidad como recursos turísticos, para ello será necesario recabar datos sobre cada uno de ellos, su descripción, propiedad, uso actual, estado en que se encuentra, características que le confieren interés turístico y potencialidad para su conversión en recurso turístico total o parcial. El patrimonio considerado se extiende a todos los elementos de la ciudad histórica y en nuestro caso al patrimonio inmueble monumental, los hitos patrimoniales aislados, las plazas, calles, y lugares de interés, así como otros equipamientos culturales o de ocio-recreativos: museos, salas de exposiciones, teatros etc.

Un segundo apartado trata sobre las casas de vecinos como germen de la tradición festiva de los patios, la evolución de este patrimonio en los últimos tiempos y las carencias para su conservación.

El tercer apartado a analizar tiene un tratamiento diferenciado del resto, al dedicarse al análisis de un recurso turístico considerado principal de este estudio y declarado “Patrimonio Cultural Inmaterial por la Unesco”, el apartado es definido como “Los patios populares de la Ajerquía como valor principal identitario, material e inmaterial del Área”, dedicándose al análisis y selección de los patios que poseen valores etnográficos, populares y mejor valorados en la tradición festiva y de igual modo sean susceptibles para su valorización turística.

También como potencial patrimonial del área se relacionan sus fiestas populares tradicionales aunque forman parte de todo el Conjunto de la Ciudad.

La fase de diagnóstico en paralelo con la evaluación de datos, nos va a permitir tener un conocimiento global de la situación actual en todos los ámbitos señalados y la posibilidad de selección de datos combinados entre sí, que nos permita plantear la propuesta más idónea para la trasmisión de este patrimonio.

Como fase del proceso de toma de datos y dado que la mayoría de los recursos son de carácter privado, ha sido necesaria la realización de entrevistas personales abiertas, que han permitido dirigir el discurso en el sentido de determinar en cada caso la viabilidad de la propuesta de accesibilidad turística, permitiendo evaluar las posibilidades de incluir algunos de estos recursos en la propuesta de dinamización. Como estrategia de apoyo para la dinamización posterior del Área es fundamental la opinión de personajes y agentes, con conocimientos específicos de la zona o con intereses e implicaciones directas en la misma, tanto pertenecientes a instituciones públicas y privadas, actividades empresariales y asociaciones dentro del área como fuera de la misma. Para ello se ha empleado el modelo de entrevista semiestructurada que permite la realización de preguntas con alternativas de respuestas, pudiendo aparecer información y opiniones no esperadas, que en su caso podrían tenerse en cuenta.

- **Un sexto Capítulo “LAS INFRAESTRUCTURAS, CALIDAD AMBIENTAL Y LA OFERTA TURÍSTICA Y PARATURÍSTICA DE SOPORTE.**

Este capítulo trata sobre “Las infraestructuras, calidad ambiental y la oferta turística y paraturística de soporte”, hace un reconocimiento de la situación actual en materia de accesibilidad, estacionamientos de vehículos, impactos de tipo urbanístico, (elementos discordantes, aparatos de aire, antenas, edificios al margen de las tipologías del Conjunto, fachadas en mal estado, solares en estado deficiente etc.), que nos permitirá establecer medidas concretas de mejora del medio urbano.

La mejora del medioambiente y regeneración residencial de esta área es un reto a conseguir también importante en nuestra propuesta. Una reciente publicación<sup>45</sup>, estima en porcentajes, que se ha llegado a completar el 33% de actuaciones previstas en vivienda, 0% en infravivienda, un 13% en espacios públicos, prácticamente se halla en menos del 30% de su ejecución respecto a lo que hay previsto en el Plan de Actuación del Área, con siete años de vigencia del mismo, estando prevista su finalización para dentro de tres años. Aunque la apuesta del Plan va en la línea de rehabilitación del parque de viviendas, mejora del viario y algunos equipamientos clave, habría que precisar que las inversiones a destinar serán muy cuantiosas, lo cual no parece que las circunstancias económicas sean propicias para ello. Por consiguiente como dinámica inicial para la regeneración urbana, que a su vez podrá nutrirse del turismo, se propone una mejora de la

---

<sup>45</sup> “Diario Córdoba”. Según balance realizado por Fomento y Vivienda. (1 de julio de 2013).

imagen externa, mediante actuaciones concretas de adecentamiento de fachadas, vallado, limpieza de solares, cableado y eliminación del estacionamiento de vehículos en plazas.<sup>46</sup> Ni qué decir tiene que son actuaciones que serán ampliables y mejorables en la medida de las posibilidades económicas con las que cuente el área, y que en principio a modo de estrategia, tendrían que contemplarse para el itinerario principal previsto, para el resto del Conjunto con una gestión a corto y medio plazo.

En relación a la oferta turística y paraturística de interés, su evaluación se ha orientado hacia el dimensionado de los establecimientos de alojamiento turístico y su idoneidad, la oferta de restauración (restaurantes, bares y tabernas típicas) considerando su interés al servicio de una gastronomía típica y tradicional cordobesa, así como la existencia de un comercio tradicional minorista y de talleres de artesanía y joyería que pueden implicar un atractivo turístico más en el área, con la adecuación de los existentes para su apertura pública y la creación de nuevos mercados con productos originales de la tierra y específicos, creados según los productos culturales ofrecidos.

Las fuentes necesarias para la elaboración de este capítulo han sido fundamentalmente primarias; nos hemos servido del Catálogo de Bienes del Patrimonio Histórico Andaluz así como del Inventario del PEPCH, en lo que a edificios monumentales, plazas e hitos de interés se hallan en el área, así como del trabajo de campo para su ubicación, estado e identificación de otras características de estos bienes. En cuanto al inventario de casas de vecinos y casas-patio éste no se ha mantenido en el tiempo porque carece de protecciones específicas, por consiguiente el trabajo de investigación en primera instancia ha sido el registro y comprobación en la realidad del parque existente de casas de vecinos en relación al listado aportado en el Programa de Actuación del Área; de igual modo con las casas-patio, con bibliografía de apoyo de las Casas-Patio de Córdoba<sup>47</sup>. En cuanto a los equipamientos existentes (alojamientos, restauración, talleres artesanos...) se ha trabajado con la detección in situ y vía internet para conocimiento de sus características. También se ha continuado con el trabajo de campo en el estado de las infraestructuras, se han recogido ejemplos del viario, zonas de aparcamientos y

---

<sup>46</sup> Acciones que se llevaron a efecto en la Zona Patrimonio de la Humanidad a través de la Empresa Municipal de Vivienda "VIMCORSA", durante varias anualidades, dentro de sus programas de rehabilitación.

<sup>47</sup> Citadas en la bibliografía del trabajo último Capítulo.

comprobación de la accesibilidad y movilidad, que al mismo tiempo ha sido necesario conocer la planificación municipal al respecto. Para ello se ha contado con los respectivos planes de movilidad, accesibilidad, y plan de aparcamientos municipales en lo que se refiere al Área en concreto.

- **El séptimo Capítulo “ ESTRATEGIAS Y ACCIONES OPERATIVAS PARA LA VALORIZACIÓN Y ACTIVACIÓN TURÍSTICA DEL PATRIMONIO EN LA AJERQUÍA NORTE”**

En este capítulo se establecen las medidas y acciones concretas para la puesta en valor de los recursos turísticos y los mecanismos para la gestión y su impulso, con implicación de los diferentes actores.

Comprende siete apartados, el primero “Líneas estratégicas principales que definirán el marco de las acciones operativas”. La fase anterior de diagnóstico nos ha permitido conocer las características de cada bien y sus posibilidades de valoración turística, por lo que en esta fase se produce la selección de dichos elementos incorporándoles los criterios básicos para su puesta en carga, los cuales se han obtenido teniendo en cuenta la parte conceptual relativa a la forma de intervenir en el patrimonio y su puesta en valor como recurso turístico, todo ello en virtud de lo que hoy es demandado por el turismo en las ciudades históricas.

Así pues, desde el ámbito territorial propuesto, en la definición de un modelo viable económicamente y basado en la sostenibilidad; en los actores, pretendiendo su implicación directa, desde la planificación y posterior gestión y mediante impulso de iniciativas con vocación turística y empresarial para el área; y respecto a los recursos patrimoniales, definiendo éstos desde un marco histórico y cultural veraz, e integrándolos en un contexto unitario en la sociedad actual de la que forman parte y del territorio de soporte; y en relación al turismo, haciendo que estos recursos interconectados sean atractivos en la forma de presentarlos y exponerlos y a su vez innovando en técnicas participativas que implique activamente al turista.

El segundo apartado se titula “Los itinerarios turístico-patrimoniales como instrumento de integración de recursos patrimoniales y creación de producto final”. Los recursos que nos encontramos en el área son muchos pero no todos son viables para su conversión en productos, por consiguiente se contempla como opción más idónea, que la visita turística se realice dentro de un recorrido principal, que permita al turista organizarse y orientarse de forma adecuada, donde pueda combinar patrimonio histórico inmueble con inmaterial, sitios de interés, ocio y/o restauración,

integrando un número funcional y operativo de recursos que queremos significar y con la calidad ambiental necesaria, dando origen a lo que llamaremos “itinerario turístico”. No obstante, siempre será factible la incorporación de cuantos elementos patrimoniales puedan valorizarse aunque queden en solitario, lo cual dará contenido argumental al Conjunto.

Como aportación precisa para la comprensión del área y del elemento patrimonial inmaterial es necesaria la dotación de unos equipamientos complementarios turísticos-culturales así como actuaciones en materia de infraestructura, referidos en el apartado 6º. Como pieza fundamental del itinerario se propone y se diseña la creación de un Centro de la Cultura Inmaterial del Patio Cordobés en una casa-patio emblemática de Córdoba<sup>48</sup>, como centro de atracción de los patios por excelencia, que aportará al turista el conocimiento adecuado de la Declaración Inmaterial de los Patios, para con posterioridad continuar la visita al resto de patios seleccionados y al conjunto patrimonial.

Dentro de las iniciativas para la presentación y puesta en valor de los recursos patrimoniales se propone la creación de un Punto de Información Turística de la Ajerquía, dependiente de la Oficina de Turismo matriz del Consorcio de Turismo de Córdoba (Ayuntamiento), con documentación específica de la zona y complementaria de todo el Conjunto de Córdoba. Este punto se ubicará en otro patio emblemático de Córdoba de propiedad municipal, situado al comienzo del itinerario. Para la presentación del área hay que incidir en una mejora de la señalización direccional e informativa de todos los puntos de interés patrimonial, así como de los equipamientos claves. La información general del Conjunto así como el itinerario turístico será presentado en las entradas al área, tanto en los posibles recorridos peatonales como en el previsto por el tráfico rodado, indicándose el recorrido mediante marcas o direcciones convenientemente diseñadas en pavimentos o fachadas, teniendo en cuenta las determinaciones de las ordenanzas urbanísticas municipales y la normativa de la Consejería de Cultura sobre protección del Conjunto Histórico. Se pretende, asimismo, la incorporación de códigos QR para la información ágil a través de soportes móviles e internet sobre calles e hitos con interés histórico, cultural o topónimos de la zona.

La accesibilidad a los recursos se mide por la capacidad de llegar a un público variado, a mayores, jóvenes, niños y al visitante, incorporando distintos sistemas

---

<sup>48</sup> Casa situada en la Calle Trueque nº 4, al principio del itinerario turístico propuesto.



interpretativos y como mínimo en dos idiomas, previendo durante la visita a los diferentes recursos el desarrollo de acciones participativas con mayor o menor contenido dependiendo del público al que van dirigidas. La información y contenidos deberán seleccionarse y orientarse hacia las señas de identidad del área.

Será necesario dar cobertura a los accesos de vehículos, creando para ello zonas de estacionamiento, así como los aparcamientos previstos en los planes municipales y el establecimiento de paradas de bus turístico y otras formas de transporte ecológico.

Para que los patios privados puedan entrar en el itinerario se formalizarán convenios público-privados estableciendo las condiciones de apertura, mantenimiento y las compensaciones a que hubiere lugar. De igual modo será necesario establecer convenios con los titulares de los elementos patrimoniales que se incorporen en el circuito, y no se descarta la posibilidad de concesiones administrativas o autorizaciones para gestionar comercialmente itinerarios por el barrio a través de empresas especializadas asociadas o integradas con los propietarios de los patios seleccionados.

Otra de las cuestiones fundamentales para conseguir llevar a buen término el proceso de dinamización y su mantenimiento posterior, es el instrumento de gestión a considerar. Lo adecuado en un futuro sería la creación de un órgano gestor u oficina gestora en cooperación y colaboración con el Consorcio de Turismo pero con un foro de participación de agentes del sector privado, implicados en la gestión del área con capacidad para tomar de decisiones. Tampoco se descarta la posible externalización de la gestión y comercialización del itinerario y de las visitas a patios a través de alguna empresa interesada que pueda conciliar su actividad lucrativa con los intereses legítimos de los propietarios, o quizá como figura más idónea la constitución de una entidad turística creada por voluntariado responsable, con verdadera vocación en el área, que encauce los canales de participación ciudadana y cuyos fines y beneficios reviertan de forma real en la activación del área.

En la medida que se contemplen ayudas, subvenciones o financiación, tanto en los planes de rehabilitación como en materia turística por las respectivas Consejerías de la Junta de Andalucía, mediante la aplicación de líneas de apoyo y fomento, se podrá orientar y planificar la rehabilitación de casas patio, actualmente algunas de estas casas vacías o infra ocupadas; así como para la recuperación de casas de

vecinos<sup>49</sup>, ya que gran parte de estas casas son actualmente infraviviendas, y se podría potenciar, en algunas, su conversión en establecimientos turísticos, apartamentos, para restauración u otros usos compatibles como talleres artesanales. La localización de parte de los equipamientos y servicios en estos edificios, tendría un doble objetivo, por un lado, complementaría la oferta turística de una forma muy singular y adecuada para los valores de identidad que se pretenden conseguir en el Área, y por otra parte, contribuiría a salvaguardar este patrimonio edificado, impidiendo la desaparición de los escasos ejemplos que aún quedan, manteniendo sus valores histórico-culturales aunque con modificación de sus usos originales, de forma total o parcial.

En el penúltimo apartado se concretarán las acciones de promoción y comercialización con participación del ente de gestión municipal el Consorcio de Turismo de Córdoba y otros medios instrumentales de difusión a nivel provincial, autonómico, nacional e internacional. La estrategia fundamental de marketing será basar los productos turísticos ofrecidos como novedosos y de autenticidad socio-cultural, asimismo se deberá crear una seña de identidad propia del área con la marca ya existente de los patios y de Córdoba.

Y para finalizar el mapa de actores, mostrando el amplio espectro de agentes implicados, incidiendo en las acciones participativas de los mismos como factor clave para elevar el proceso productivo y económico del área.

## **CAPÍTULO V. DIAGNÓSTICO Y EVALUACIÓN DE LOS RECURSOS PATRIMONIALES DE LA AJERQUÍA NORTE.**

### **5.1. Los recursos patrimoniales susceptibles de convertirse en recursos y/o productos turísticos**

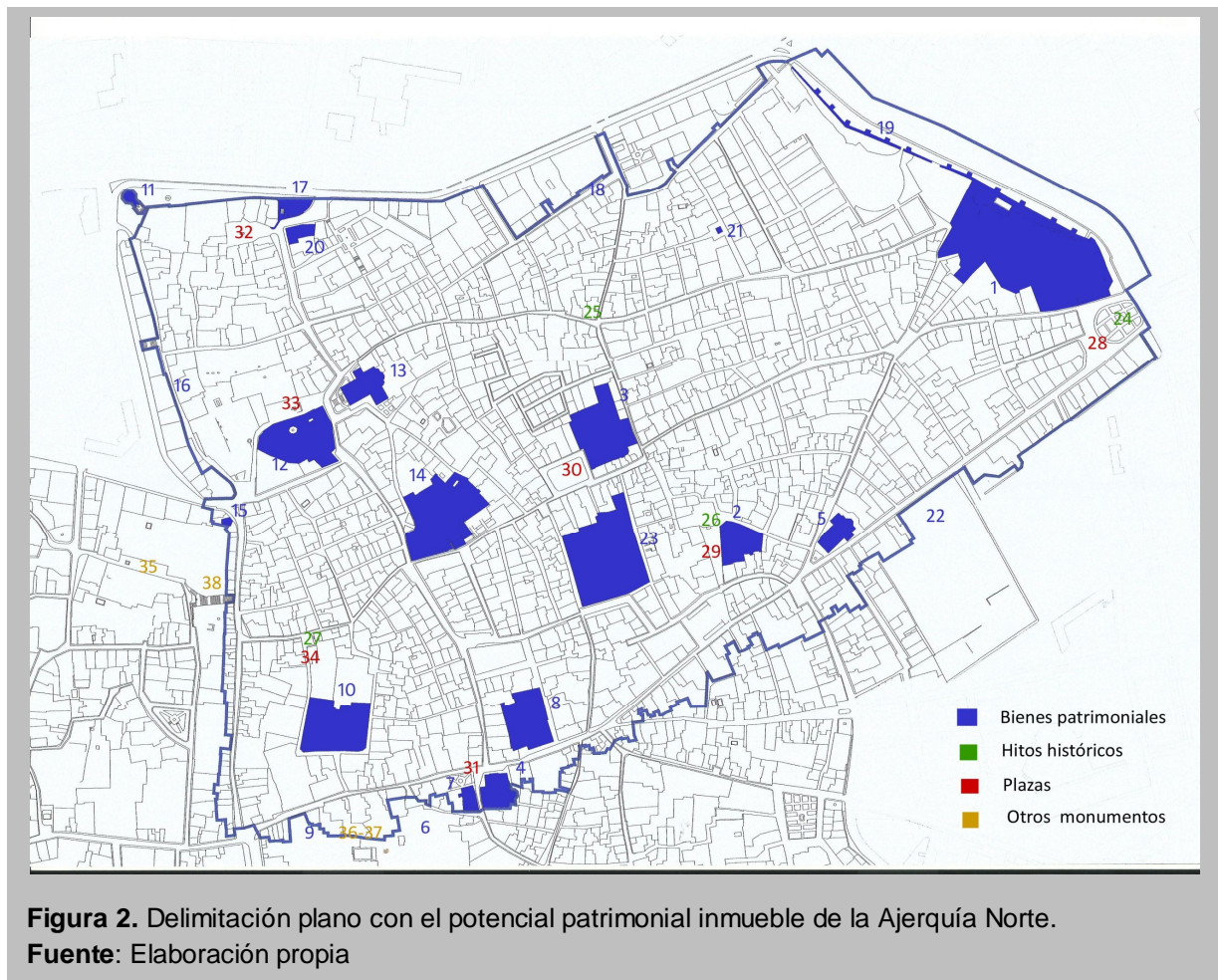
#### **5.1.1. Potencial patrimonial inmueble: relación de elementos patrimoniales dentro del área, edificios históricos declarados BIC o con especial significación histórico-artística, descripción de cada uno de ellos, propiedad,**

---

<sup>49</sup> Las casas de vecinos algunas son infraviviendas, constituyeron el germen de la Fiesta de los Patios, tienen gran importancia a nivel patrimonial inmaterial, por consiguiente es necesaria la salvaguardia de los escasos ejemplos que van quedando y la recuperación de formas de vida similares.

**uso actual, susceptibilidad o no de considerarse como recurso patrimonial total o parcial. (Anexo I-A)**

En las fichas del Catálogo del PEPCH<sup>50</sup> se valoran 14 edificios como monumentales, a los que hemos añadido 4 edificios más de interés histórico-cultural dentro del área, así como cinco elementos pertenecientes a distintos lienzos o partes de las murallas. Fuera del área se han considerado otros dos bienes patrimoniales con potencial turístico total, debido a su proximidad al perímetro del área, nos referimos a la Sacristía de la Iglesia de San Pablo y las Ruinas del Templo Romano, que sin lugar a dudas pueden enriquecer la dinámica turística que se propone conseguir. De ellos, diez, están declarados como Bienes de Interés Cultural. (Figura 2)



<sup>50</sup> Plan Especial de Protección del Conjunto Histórico "PEPCH". Ayuntamiento de Córdoba (2003)

Seis de estos recursos tienen un uso religioso público, dos religioso docente, cuatro con uso conventual, dos con uso residencial, dos son equipamientos socio-culturales, uno con uso turístico y otros eventos sociales y culturales, dos con potencial turístico y otros seis elementos como torres y murallas que conforman junto con el resto la escena urbana del patrimonio inmueble.

En cuanto a la propiedad de estos inmuebles, ocho pertenecen a congregaciones religiosas, cuatro al obispado de Córdoba, dos a particulares, uno a la fundación Cajasur y diez al Ayuntamiento de Córdoba (de los que siete corresponden a torres y murallas). Potencialmente sólo el Palacio de Viana destinado a su explotación turística y los bienes de pertenencia municipal son los que en principio cuentan con viabilidad para su valorización turística total, el resto, conventos e iglesias con viabilidad turística parcial, pasa por la necesidad de arbitrar convenios para su posible apertura. (Tabla 1a y 1b)

## Edificios monumentales y declarados B.I.C.

Nº	DENOMINACIÓN	CATEGORÍA	USO	PROPIEDAD	ATRACTIVO	VIAB.TUR.	MOD.GESTIÓN
1	Convento e Iglesia de los Padres de Gracia	Monumental I y II	Religioso Colegio Comedor	Padres de Gracia	Iglesia Tallas imaginaria	Parcial: compartido con uso religioso	Conv-público-congregación. A medio plazo
2	Iglesia de San Rafael	Monumental II	Culto Religioso	Obispado	Iglesia y mobiliario litúrgico	Parcial con uso religioso. Incorporación salas exposit.	Conv. público-obispado A medio plazo
3	Convento e Iglesia de San Agustín	B.I.C.	Culto religioso y conventual	Padres Dominicos	Iglesia Pinturas murales	Parcial: compartido con uso religioso	Conv.público-congregación. A corto plazo
4	Iglesia de San Andrés	B.I.C.	Culto Religioso	Obispado	Iglesia Torre campanario	Parcial: compartido con uso religioso	Conv.público-congregación. A medio plazo
5	Iglesia de San Lorenzo	B.I.C.	Culto Religioso	Obispado	Iglesia Torre alminar	Parcial: compartido con uso religioso	Conv.público-obispado. A medio plazo
6	Casa de los Villalones "Palacio de Orive"	Monumental I	Administ. Cultural	Ayuntamiento	Patio renacentista y edificio. Acti. culturales	Total: compartido con uso administrativo	Edificio público
7	Casa de los Luna	Monumental II	Residen.	Particular	Patios y fachada, balcón renacentista	Externa: Visible el patio desde el zaguán	Privada
8	Casa del Marqués de Santa Marta	Monumental II	Sin uso	Particular	Fachada, primer patio con arcos mudéjares	Externa: Fachada	Previsto un futuro hotel
9	Convento e Iglesia de San Pablo	B.I.C.	Culto religioso y conventual	Padres Claretianos	Iglesia: Fachada y capillas barrocas	Parcial: compartido con uso religioso	Conv.público-congregación. A medio plazo
10	Monasterio de Santa Marta	B.I.C.	Convento	Hermanas Jerónimas	Compás e Iglesia, resto no visitable	Parcial: sólo visitable un día/semana	Conv.público-congregación. A medio plazo
11	Torre Albarrana de la Malmuerta	Monumental I	Asociación cultural	Ayuntamiento	Torre mirador con propuesta de museo de las defensas	Parcial: compartido	Revisión convenio actual con asociación.
12	Convento de Santa Isabel de los Angeles	Monumental I y II	Convento	Obispado	Compás e Iglesia, resto no visitable	Parcial: compartido con uso religioso	Abierto al público, sólo ajuste horario
13	Iglesia de Santa Marina	B.I.C.	Culto Religioso	Obispado	Iglesia Capilla funeraria Orozco	Parcial: compartido con uso religioso	Conv.público-obispado A medio plazo
14	Palacio de los Marqueses de Viana	B.I.C.	Turístico y cultural	Entidad bancaria "Cajasur"	Palacio y doce patios de interés	Total	Fundación privada

**Tabla 1a.** Información sobre el patrimonio monumental tangible.

**Fuente:** Elaboración propia valorando las fichas del PEPCH, catálogo de bienes del patrimonio andaluz y trabajo de campo

## Edificios monumentales y declarados B.I.C.

Nº	DENOMINACIÓN	CATEGORÍA	USO	PROPIEDAD	ATRACTIVO	VIAB.TUR.	MOD.GESTIÓN
15	Torreón Gótico Puerta del Rincón	Monumental I	Sin uso	Ayuntamiento	Torreón y lienzo de muralla	Total	-----
16	Lienzo muralla C/ Adarve	B.I.C.	Sin uso	Ayuntamiento	Muralla almorávide	Total	-----
17	Restos de la Puerta del Colodro	B.I.C.	Sin uso	Ayuntamiento	Restos cimentaciones de la puerta	Total	-----
18	Lienzo muralla del Muro de la Misericordia	B.I.C.	Sin uso	Ayuntamiento	Muralla almorávide	Total	-----
19	Lienzo de Muralla del Marrubial	Monumental I	Sin uso	Ayuntamiento	Se conserva un gran lienzo de tapial	Total	-----

## Otros edificios de interés en el área

Nº	DENOMINACIÓN	CATEGORÍA	USO	PROPIEDAD	ATRACTIVO	VIAB.TUR.	MOD.GESTIÓN
20	Convento y Ermita Esclavas de la Inmaculada	EA-107	Religioso y conventual	Congregación	Capilla con pinturas Santos Mártires	Parcial: compartido con uso religioso	Abierto al público en horario matinal
21	Torre de los Perdigones	EA-83	Sin uso (Industrial)	Ayuntamiento (VIMCORSA)	Torre mirador con propuesta de museo	Total	-----
22	Iglesia de María Auxiliadora	EA-102	Religioso-docente	Hermanos Salesianos	Iglesia y talla de María Auxiliadora	Parcial: compartido uso religioso	Conv.público-congregación. A medio o largo plazo
23	Iglesia de Jesús Nazareno	Monumental II	Religioso docente y asistencial	Hermanas Hospitalarias Jesús Nazareno	Iglesia, obras de Valdés Leal y Tallas de importante factura	Parcial: compartido uso religioso	Conv.público-congregación. A medio plazo

## Otros bienes patrimoniales situados en el perímetro del área, considerados para su visita turística

Nº	DENOMINACIÓN	CATEGORÍA	USO	PROPIEDAD	ATRACTIVO	VIAB.TUR.	MOD.GESTIÓN
37	Sacristía de la Iglesia de San Pablo	Monumento I	Sala de exposiciones y cultural	Ayuntamiento	Edificio y actividades culturales	Total	-----
39	Ruinas del Templo Romano	Monumento I	Turístico	Ayuntamiento	Restos del Templo e interpretación	Total	-----

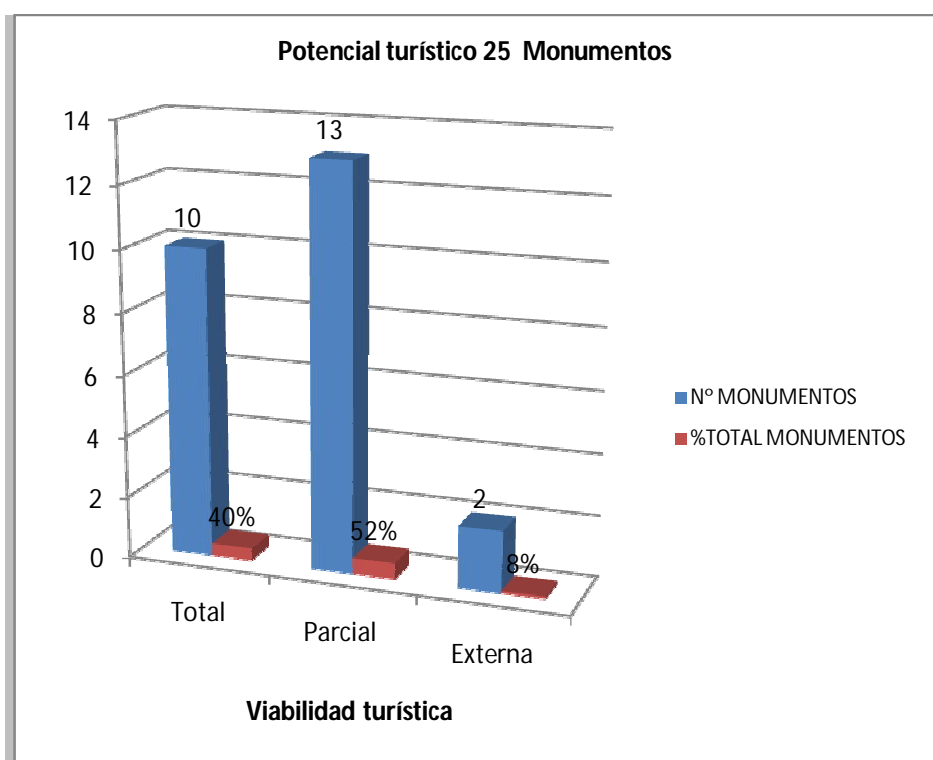
**Tabla 1b.** Información sobre el patrimonio monumental tangible.

**Fuente:** Elaboración propia valorando las fichas del PEPCH, catálogo de bienes del patrimonio andaluz y trabajo de campo.



Como en la mayoría de las ciudades históricas, Córdoba no podía ser una excepción, gran parte de su patrimonio se halla en manos privadas y con pertenencia casi exclusiva de entidades religiosas, en el caso del área algo más del 50%. (Gráfico 1) Esta ha sido sin lugar a dudas, la primera limitación con que nos encontramos para la compatibilización del destino turístico-cultural con la finalidad relativa al culto religioso.

“En última instancia la propiedad es el factor clave que determina las condiciones de utilización del patrimonio urbano, desde el abandono, a la cesión de la explotación turística al Estado a cambio de participación en los gastos de conservación o la explotación planificada y organizada por los propios propietarios o por la Iglesia”.<sup>51</sup>



**Gráfico 1.** Potencial turístico 25 monumentos.

**Fuente:** Elaboración propia.

*“Los responsables eclesiásticos no son faltos de conocimiento al entender que la valorización de este patrimonio puede ser también las claves para su conservación”<sup>52</sup>. La conservación de las Iglesias del Área no es un tema de*

<sup>51</sup> Véase GARCÍA HERNÁNDEZ, M. y DE LA CALLE VAQUERO, M.: “Ciudades históricas: patrimonio cultural y recurso turístico”. *Ería*, 47 (1998), pp.,249-266

<sup>52</sup> GARCÍA HERNÁNDEZ, M. y DE LA CALLE VAQUERO, M.: “Ciudades históricas... op. cit. p. 263. La diócesis de Castilla y León, que han organizado eventos de resonancia internacional como <Las Edades del Hombre>, han sido pioneras en esta línea de actuación. En Zamora, un convenio entre el

preocupación para la institución eclesiástica cordobesa, máxime cuando la Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía, en las últimas décadas, ha recuperado gran parte de este patrimonio en Córdoba, San Lorenzo, San Andrés y la restauración de la Iglesia de San Agustín, finalizada en el 2008. No se entiende cómo en los sucesivos convenios firmados entre las partes, no se ha materializado una contraprestación para su apertura pública, y para el disfrute de este patrimonio y su valoración por la población local, entendiéndose que debería primar la proyección del monumento para la ciudad debido a que los fondos invertidos son de origen público. *“En este sentido, la difusión cultural en todas sus manifestaciones es una cuestión de interés social y el turismo cultural una forma de acceder a esa cultura”*<sup>53</sup> Tampoco puede dejar de referirse el intento realizado por el Consorcio de Turismo de Córdoba al idear una ruta de las iglesias fernandinas de Córdoba, entre las que se encontrarían en el área, San Lorenzo, San Andrés y Santa Marina, formalizando para ello un convenio con el obispado de Córdoba, que se ha materializado a la larga en un claro fracaso, sin entrar en consideraciones desconocidas por el momento.

Dejando de lado los obstáculos suscitados, nos encontramos en nuestro recorrido con algunas iglesias, que aun perteneciendo a la misma institución, quizá por la existencia de un capellán o por propia voluntad de su párroco tienen un horario de apertura algo más amplio, como sucede con la Iglesia de San Lorenzo y la Iglesia de San Rafael, aunque en cualquier caso, esta situación no nos dejaría al margen de tener que realizar futuros convenios para el acceso turístico. Una forma que está favoreciendo la apertura del patrimonio eclesiástico es la incorporación de exposiciones culturales, entre la que se establece una colaboración entre las instituciones públicas y el clero, de manera que ambos salen beneficiados. *“Al utilizar inmuebles históricos para actividades culturales, ponemos en valor tanto el contenido de la exposición como su continente”*. (CORTÉS PUYA, 2002).

En lo que respecta a acuerdos y convenios con Congregaciones religiosas nos encontramos con un panorama algo más viable, debido a las dificultades inherentes para el mantenimiento de este patrimonio sin recursos económicos y

---

Obispado, el Patronato de Turismo de la Diputación Provincial y la Junta de Castilla y León han permitido la apertura durante los periodos de mayor afluencia turística de una serie de iglesias (San Claudio de Olivares, San Ildelfonso, La Magdalena, San Cipriano, etc.) cuya visita tradicional se encontraba limitada a las horas de culto.

<sup>53</sup> Idem...p. 263



humanos, por lo que algunos Conventos, están abriendo las puertas del patio compás e iglesia, de forma permanente, para la venta de repostería y la captación de donaciones hacia sus santos, algunos de ellos de gran fervor popular. En estos casos, es posible ofrecer contraprestaciones para la conservación de parte de estos complejos conjuntos patrimoniales, así como las garantías necesarias para su apertura pública. No obstante hay que entender que la valorización turística de las iglesias como de los conjuntos conventuales, en caso de ser posible, siempre va a ser parcial y compatibilizada con los usos religiosos.

A raíz de la experiencia comentada con las iglesias fernandinas no queda otra, de momento, que interpretarlas dentro de la escena urbana, dentro del concepto histórico-cultural, *“... un inmueble patrimonio cultural restaurado siempre será susceptible de ser un atractivo más en el entorno donde se ubique y por tanto, su contemplación y admiración como recurso cultural siempre podrá enmarcarse en los circuitos de tipo cultural”*<sup>54</sup>, sin renunciar a que en un futuro cercano se lleguen a acuerdos más aproximados a su sostenibilidad para su valoración turística-cultural.

En base a esta situación o diagnóstico inicial, se ha centrado la atención en los edificios patrimoniales con mejor predisposición hacia una apertura pública con un horario más amplio, bien porque ya cuentan con el mismo o porque se ha derivado de los contactos mantenidos, de igual modo sería deseable dentro del futuro itinerario previsto destacar edificios con especial significación y simbolismo dentro del área e igualmente variados en su uso y concepción. A priori los edificios definidos para su valoración turística-cultural son los correspondientes a la Iglesia de San Rafael, (por la significación del Arcángel Custodio de Córdoba para la ciudad), la Iglesia de San Agustín (joya del barroco Cordobés), Palacio de Viana (centro cultural-turístico), Compás e Iglesia del Convento de Santa Isabel (conventual) y Torre de la Malmuerta (defensas de la ciudad histórica), así como el resto de elementos de puertas y murallas que forman parte del componente patrimonial-monumental del área, junto con el conjunto de elementos urbanos que formarán parte del mismo. Respecto a los elementos señalados cabe considerar su viabilidad para la conversión parcial en recursos turísticos-culturales, gracias a la sensibilización mostrada por parte de sus legítimos representantes sobre la

---

<sup>54</sup> CORTES PUYA, T.: *La recuperación del patrimonio cultural urbano como recurso turístico*. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, tesis doctoral. (2002), pp. 155-162.

propuesta de valorización turística-cultural planteada, siendo incluso optimistas sobre dicha propuesta, inclusive incorporando elementos de valoración cultural que desde la perspectiva de este trabajo no se habían tenido en cuenta. Sin embargo, no debemos olvidar que el presente documento tiene una estructura fundamentalmente académica y que un proyecto de estas características requerirá de mayor implicación a nivel de gestión y grado de compromiso, con posteriores acuerdos firmes entre los actores implicados.

### 5.1.2. Hitos patrimoniales: fuentes, torres, esculturas de personajes ilustres.

Se contemplan en este apartado otros elementos patrimoniales que conforman la imagen urbana del área, sobre los que hay que decir que su número es más bien escaso. Nos referimos a las fuentes históricas, torres, esculturas etc., que embellecen y en gran parte de los casos dan sentido, orientan e identifican a los espacios que son recorridos.

Estos elementos se incorporan sin dificultad en el contenido argumental histórico-cultural de la ciudad y se hallan en la mayoría de los casos en plazas o rincones. Nos encontramos con cuatro fuentes catalogadas por el PEPCH (Tabla 2), todas ellas pertenecientes al estilo barroco (siglos XVII, XVIII), dos de ellas “Fuente de la Fuenseca” y “La Fuente de la Piedra Escrita” de gran acervo popular.

### Hitos históricos culturales del área

Nº	DENOMINACIÓN	CATEGORÍA	USO	PROPIEDAD	ATRACTIVO	VIAB.TUR.	MOD.GESTIÓN
24	Fuente del Corazón de María	Monumental I	Fuente ornamental	Ayuntamiento	Fuente barroca	Total	-----
25	Fuente de la Piedra Escrita	Monumental I	Fuente ornamental	Ayuntamiento	Fuente barroca	Total	-----
26	Fuente de San Rafael	Monumental I	Fuente ornamental	Ayuntamiento	Fuente barroca	Total	-----
27	Fuente de la Fuenseca	Monumental I	Fuente ornamental	Ayuntamiento	Fuente barroca	Total	-----

**Tabla 2.** Información sobre los hitos catalogados en el área.

**Fuente:** Elaboración propia valorando las fichas del PEPCH y trabajo de campo.

En general las torres que emergen del caserío forman parte de las iglesias, aunque dos son exentas, la torre de la Malmuerta (torre defensiva) y la Torre de los Perdigones (torre industrial), esta última en mal estado interior. El atractivo de las torres dentro de un caserío más o menos homogéneo en altura es también un recurso de tipo turístico, no sólo por la imagen que proyectan en el conjunto sino por el posible acceso a las mismas como mirador que permitirá contemplar y dominar el caserío del área.

Desde la valoración realizada y por su posición estratégica la más idónea para su conversión en producto turístico es la Torre de la Malmuerta, actualmente alberga a una asociación cultural, por lo que el uso turístico tendría que complementarse con el anterior.

Las esculturas relativas a personajes históricos también son escasas, existen cuatro en toda el área, correspondientes al compositor de temas cordobeses “Ramón Medina” situada en la Plaza de San Agustín, al busto del Beato Padre Cristóbal en la plaza que lleva su nombre, el grupo escultórico del matador de toros “Manolete” en la Plaza de Conde de Priego y el busto también dedicado a Manolete en la Plaza de la Lagunilla donde vivió gran parte de su vida.

### **5.1.3. Plazas y lugares de interés.**

Las plazas históricas son las que aportan mayor interés al recorrido urbano, espacios de ocio, de desembocadura de calles, únicos espacios abiertos en un núcleo urbano colmatado por la edificación, donde tiene lugar los encuentros, las actividades, las fiestas y celebraciones de eventos sociales.

El origen de las plazas es muy diverso, algunas realizadas como tales plazas de esparcimiento, otras como antesalas de monumentos o palacios para aumentar la perspectiva de los mismos o porque dichos espacios debían ser mayores para la entrada de carruajes a las casas solariegas o palacetes. (Tabla 3)

## Plazas con valor histórico de la Ajerquía Norte

Nº	DENOMINACIÓN	CATEGORÍA	USO	PROPIEDAD	ATRACTIVO	VIAB.TUR.	MOD.GESTIÓN
28	Plaza del Corazón de María	Sin catalogación	De estancia y aparcamiento	Espacio público	Espacio central e iglesia	Total	-----
29	Plaza de San Rafael	Catalogada AA-4	De estancia y peatonal	Espacio público	Espacio, fuente e iglesia	Total	-----
30	Plaza de San Agustín	Catalogada AA-3	De estancia y peatonal	Espacio público	Espacio central e iglesia	Total	-----
31	Plaza de San Andrés	Catalogada AA-5	De estancia y jardín	Espacio público	Espacio central, iglesia y casa de interés	Total	-----
32	Plaza de la Lagunilla	Catalogada AA-1	De estancia y peatonal	Espacio público	Historia de la plaza, busto de Manolete	Total	-----
33	Plaza del Conde de Priego	Catalogada AA-2	De estancia y peatonal	Espacio público	Espacio, conjunto monumental y escultura.	Total	-----
34	Plaza de la Fuenseca	Sin catalogación	De estancia y peatonal	Espacio público	Historia popular, fuente	Total	-----

## Otras plazas o espacios situados en el perímetro del área, considerados para su visita turística

Nº	DENOMINACIÓN	CATEGORÍA	USO	PROPIEDAD	ATRACTIVO	VIAB.TUR.	MOD.GESTIÓN
35	Plaza de Capuchinos	Catalogada AV-1	De estancia y peatonal	Espacio público	Espacio central, c. monumental y Cristo Faroles	Total	-----
36	Jardines de Orive	Monumental I	De estancia y peatonal	Espacio público	Potenciación de usos culturales	Total	-----
38	Cuesta del Bailío	Catalogada EV-2	De tránsito	Espacio público	Conjunto de la Cuesta y monumentos	Total	-----

**Tabla 3.** Información sobre las plazas y espacios urbanos de interés dentro del área.

**Fuente:** Elaboración propia valorando las fichas del PEPCH y trabajo de campo.

En las últimas décadas del siglo XX, convertidas en aparcamientos indiscriminados de coches. Gracias a la intervención de VIMCORSÁ, dentro de sus programas de rehabilitación de espacios urbanos, se han ido recuperando algunas de estas plazas como espacios libres y de relación social (Plaza del Conde de Priego, Plaza de Simancas, Plaza de la Fuenseca, Plazuela del Pozanco, Plaza de Juan Bernier, Plaza de Capuchinos y Cuesta del Bailío, etc.),<sup>55</sup> hoy podemos decir que se ha conseguido una gran mejora a nivel ambiental aunque aún queda mucho por hacer. Según el PEPCH, se contemplan en el área cinco plazas con nivel de catalogación: Plaza de San Rafael, Plaza de San Agustín, Plaza de San Andrés, Plaza del Conde de Priego y Plaza de la Lagunilla; en este estudio se contempla además la valoración turística de la plaza del Corazón de María o de los Trinitarios, aparte de incorporar en el recorrido turístico como apéndice del área la plaza de Capuchinos y la antesala magnífica que nos encontramos de la Cuesta del Bailío, como punto de encuentro entre la Medina y la Ajerquía.

No cabe duda que las plazas son un lugar de referencia, punto de encuentro y parada obligada desde la perspectiva turística, por ello el contenido argumental sobre las mismas debe ser claro y elegido en función de su carácter primordial, desde su perspectiva histórica, su origen, su carácter monumental por los edificios existentes, por sus hitos allí colocados o personajes que enfatizan el carácter o la idiosincrasia de la misma.

#### **5.1.4. Otros equipamientos culturales y de ocio-recreativos. (Anexo I-D)**

“La oferta cultural no se agota con el patrimonio arquitectónico y urbanístico o los museos; las ciudades históricas ofrecen una amplia gama de posibilidades en relación con fiestas, eventos religiosos, exposiciones temporales, ciclos de conferencias, representaciones teatrales, programaciones culturales de diferente índole”<sup>56</sup>

Se han localizado diez equipamientos con proyección cultural o de ocio-recreativos en el área, de los cuales seis realizan actividades culturales y cuatro de ocio-recreativas. (Tabla 4)

---

<sup>55</sup> No siempre estas actuaciones han tenido el beneplácito de los vecinos más directos, porque se trataba de dejarlos sin su plaza de aparcamiento por delante del interés general de la mayoría. Creo que poco a poco se ha ido tomando conciencia de que estos espacios públicos son en beneficio de la colectividad y no de unos pocos con intereses propios.

<sup>56</sup>GARCÍA HERNANDEZ, M. y DE LA CALLE VAQUERO M.: “Ciudades históricas...op. cit. p. 254

## CENTROS CULTURALES, SALAS DE EXPOSICIONES, TEATROS, CENTROS DE OCIO

EQUIPAMIENTO	ACTIVIDAD	SITUACIÓN ACTUAL
Fundación Cultural de Artes Plásticas "Rafael Botí" Propiedad: Diputación de Córdoba. C/Imágenes	Gestión, promoción y difusión de las artes plásticas. Exposiciones, talleres y difusión de los fondos propios	En funcionamiento
Sede del Instituto Andaluz de la Juventud Propiedad: Junta de Andalucía C/Adarve	Actividad cultural: Talleres, actividades y entretenimiento para jóvenes	Recientemente remodelado y en funcionamiento
Teatro "Avanti" Propiedad: Hermanos Salesianos C/María Auxiliadora	Teatro privado. Funciones infantiles y otras programaciones para mayores. Otras actividades, exposiciones etc.	Cierra los meses de verano y abre su programación en septiembre
Cine de Verano "Las delicias" Propiedad: Privada C/Frailes	Emisión de películas a la luz de la luna	Abierto en temporada estival. Se propone su activación social y económica el resto de meses del año
Cine de Verano "Olimpia" Propiedad: Privada C/Zarco	Emisión de películas a la luz de la luna	Abierto en temporada estival. Se propone su activación social y económica el resto de meses del año
Cine de Verano "Fuenseca" Propiedad: Privada C/Plaza de la Fuenseca	Emisión de películas a la luz de la luna	Abierto en temporada estival. Se propone su activación social y económica el resto de meses del año
Centro Cultural Jardines de Orive. Antigua Sacristía de San Pablo Propiedad: Ayto de Córdoba C/Jardines de Orive.	Sala de exposiciones temporales	Abierto de 10.00 a 14.00h y de 17.30 a 20.30 h
Palacio de Orive Propiedad: Ayto de Córdoba C/Plaza de Orive	Exposiciones temporales y otras actividades en el patio	Abierto de 10.00 a 14.00h . No existe una continuidad
Palacio de los Marqueses de Viana Propiedad: Fundación Cajasur C/Plaza de Don Gome	Exposiciones temporales y actividades artísticas en los patios	Abierto de 10.00 a 14.00h y de 17.30 a 20.30 h. No existe una continuidad
Iglesia de San Agustín Propiedad: Padres Dominicos C/Plaza de San Agustín	Conciertos y otras actividades culturales	Se halla prevista su potenciación cultural

**Tabla 4.** Información sobre los equipamientos culturales o de ocio-recreativos del área.

**Fuente:** Elaboración propia.

El número de equipamientos parece dimensionado para el área, pero no se puede decir lo mismo en cuanto al número actividades culturales que tienen lugar. No todos desarrollan actos culturales o eventos con carácter de continuidad, por lo que sería deseable llegar a un ritmo de actividades permanentes. Actualmente las actividades culturales desarrolladas tienen que ver con exposiciones temporales de diversas temáticas.

Se echa en falta la presencia de museos, que crearían un incentivo más para la visita turística. A corto plazo y según la propuesta realizada en este trabajo, se creará el centro de la cultura inmaterial de los patios de Córdoba, creando un centro de atracción turística de primer orden. Con vistas al futuro sería interesante el fomento y apoyo para la creación de museos, como el referido en esta propuesta de dinamización del área, el museo sacro-religioso propuesto para la Iglesia de San Rafael o dedicados a la orfebrería cordobesa o a las figuras destacadas del toreo u otros que desarrollen temáticas en relación a la historia e identidad del área.

La Iglesia de San Agustín se ha incorporado a una notable actividad cultural, habiendo desarrollado en los últimos meses algunos conciertos con gran acogida popular, pareciendo un sitio propicio para esta actividad por su reconocida acústica por los más entendidos, lo cual parece y sería deseable la continuidad y desarrollo de estos eventos musicales.

Los espacios abiertos como los cines de verano y jardines de Orive se encuentran infrutilizados, de manera que, aparte de su uso en época estival que debe prevalecer, éstos se podrían potenciar con actividades culturales o comerciales de diversa índole.

Aparte de estos equipamientos, existe una tradición de peñas en toda el área, esta forma de asociación cercana, está siendo sustituida por otras formas de asociacionismo cultural. Hoy se mantienen algunas de estas peñas con más o menos actividad cultural, peña los amigos, peña taurina, peña alarifes etc. muchas de ellas han caído en el olvido o desaparecidas. Las peñas han sido una forma de mantener muchas de nuestras tradiciones y de destacar figuras ilustres de la ciudad como potencial de valores humanos, así como para la difusión, conservación y mantenimiento de la cultura y señas de identidad.

La creación de actividades culturales presenta unas posibilidades muy amplias, las infraestructuras existen, habría que abrir las puertas para la innovación artística y creativa en general y sobre todo de jóvenes con talento, dando oportunidades para sus expresiones a la par que sería beneficioso compartir experiencias distintas, de cara a la cohesión de la población y sobre todo de la juvenil.

La potenciación de estos recursos pasa también por realizar la debida promoción e información sobre dichos eventos o actividades.

## **5.2. Las casas de vecinos, germen de la tradición de la Fiesta de los Patios. (Anexo I-B)**

Uno de los aspectos más significativos del área es la existencia de un gran número de casas de vecinos, es donde tiene lugar con mayor proliferación este fenómeno debido a la caracterización social de la zona. Este movimiento de migración del campo a la ciudad tiene su origen a finales del XIX y principios del siglo XX, en Córdoba fundamentado por la implantación del ferrocarril y la expansión industrial.

Mientras que en la Villa se halla la clase noble y adinerada, en la Ajerquía se halla la clase de tipo artesanal y comercial. Es conocido que en los barrios de Santa Marina existiera un gran número de piconeros. Los gremios artesanales y comerciales aparecían siempre agrupados por zonas concretas.

La Ajerquía no era una zona apetecible desde el punto de vista urbanístico por lo que no experimentó el boom inmobiliario de esa época, aunque sí la transformación del patrimonio edificado en innumerables casas de vecinos. Casas solariegas se adaptaron para casas de vecindad, otras se hicieron ex profeso para dar cabida a este fenómeno migratorio.

Este fenómeno migratorio tuvo lugar en todo el Conjunto Histórico pero con más profusión en esta zona de la Ajerquía, y San Basilio, al ser barrios y caserío más modestos de gente trabajadora.

Estas casas se alquilaban por partes o en habitaciones, manteniendo unas dependencias comunitarias como aseos, lavaderos de ropa y cocinas. Muchas de estas casas con un alto grado de hacinamiento. La reducida superficie habitacional y el uso de las instalaciones comunes propiciaban un modelo de vida entorno al patio, sobre todo llegada la época de primavera-verano, las puertas de las unidades habitacionales se abrían formando un todo único, edificio y sociedad, entonces la convivencia era total, marcada por los factores de solidaridad y de hospitalidad, propia también de los países mediterráneos y con unas señas de identidad propias de Córdoba basadas en su origen islámico. (RIOBÓO, LARRIVA , 2009).

Algunas construcciones realizadas para esta finalidad se realizan en parcelas interiores de la trama urbana, un ejemplo lo tenemos en la casa-paso de Santa Marina, otro ejemplo característico de casa de vecinos de nueva planta lo tenemos en la calle Marroquíes 6, promoción de 1928<sup>57</sup>.

---

<sup>57</sup> Casas que son nombradas debido a que corresponden a los escasos ejemplos que aún perviven.



La fiesta de los patios y la casa de vecinos representan lo que Córdoba no hace mucho fue, lo que en menor medida sigue siendo y lo que debe potenciarse para su futuro. Vida en común, naturaleza y patio constituyen la representación y el escenario de una Córdoba real.

En estas casas, existía una cierta competitividad entre los propios grupos vecinales, el espíritu de grupo les motivaba a mantener y decorar la casa durante todo el año. De este ambiente nace el concurso en el ámbito de los patios, primero Altares, luego Cruces, y a continuación el propio de los Patios, la idea de fiesta no hace sino recoger el ambiente de una realidad, de una tradición, el ambiente festivo que preexiste en estos espacios interiores durante el mes de mayo.<sup>58</sup>

De esta forma, las casas de vecindad son los testimonios físicos de esta realidad inmaterial, interrelación que es inseparable, "las que quedan en pie", representan la historia de lo que fueron en el origen de la fiesta y lo que ahora significan en nuestro acervo patrimonial; por ello los escasos ejemplos que aún quedan deben permanecer en el tiempo, como seña de identidad del origen de la tradición festiva.

El número de casas de vecinos ha descendido notablemente, muchas de estas casas se hayan convertidas hoy en unifamiliares, aunque algunas mantienen la tipología que las identifica; de otras, ya no quedan vestigios. Aún en precaria situación y en número reducido, sigue estando presente este rico patrimonio, constituyendo el instrumento principal que ha recreado los aspectos inmateriales de la Declaración, por consiguiente requiere del estudio e impulsión de las adecuadas medidas públicas de salvaguardia, en un contexto más amplio de protección que el que aquí nos ocupa.

El número de casas de vecinos contempladas en el Programa de Actuación del Área (2006) alcanza las 50 edificaciones (Figura 3), que representan el 3,63% respecto del total de parcelas residenciales del área (1.377 parcelas) y el 4,93%, es decir 246 viviendas respecto a 4.987 del total; de las cuales, según el estudio realizado, 35 se encuentran en situación de infravivienda, es decir el 70%.<sup>59</sup>

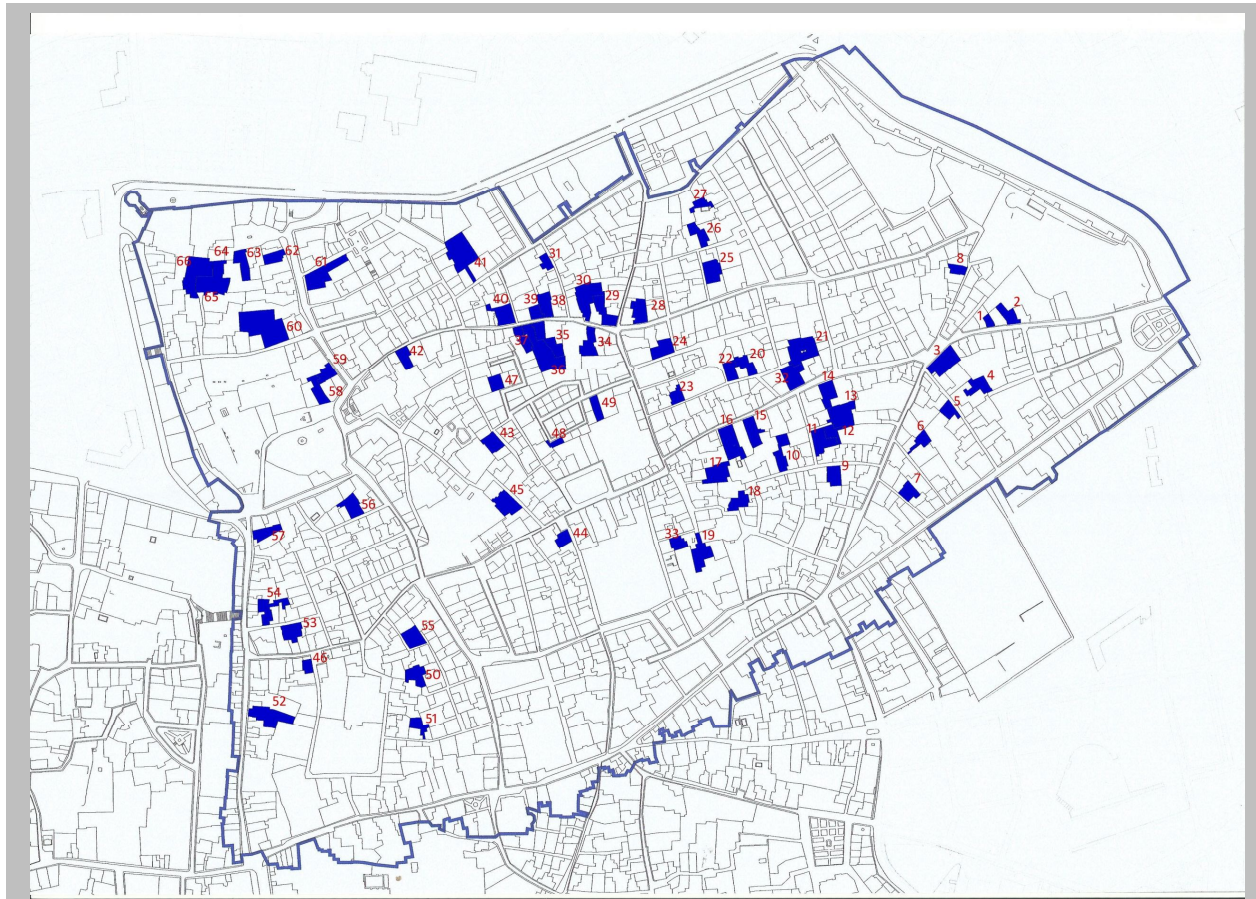
"Su valor patrimonial y etnológico es muy frágil, pues desaparece si es sometido a una dura reforma, común en los casos en que se reúne en una sola propiedad.

---

<sup>58</sup> RIOBOO F., DE LARRIVA V.: *Córdoba interior. La vida desde el patio*. Ayto. de Córdoba. (2009).

<sup>59</sup> Datos obtenidos del Programa de Actuación del Área de Rehabilitación Concertada. Ayto. de Córdoba (2006).

“Por tanto creemos que tiene un potencial turístico, y por otro lado que en muchos casos sus ocupantes mayores necesitan una mejora de las condiciones de habitabilidad, por lo que es importante conseguir su adecuación sin perder su carácter. Este tipo de casas es el que suele verse en el concurso de patios, puede decirse que se trata de buenos ejemplos de arquitectura popular.”<sup>60</sup>



**Figura 3.** Plano de localización de casas de vecinos en la Ajerquía Norte. Aparte de los 50 edificios detectados en el Programa de Actuación de la Ajerquía (2006), se han considerado otros 16, siendo un total de 66 los casos estudiados. Esta ampliación se debe a tipologías de casas que han sido casas de vecinos y/o mantienen características de vecindad y alquileres antiguos

**Fuente:** Programa de actuación de la Ajerquía Norte, con transformaciones del trabajo de campo y aportación de información propia.

Sobre estas casas se ha procedido a realizar un trabajo de campo para comprobar la situación en las que se encuentran después de siete años de vigencia del Plan, los resultados son alarmantes e indicativos del escaso interés manifestado por las instituciones públicas en relación a la protección y salvaguardia de este patrimonio, a la ausencia de una política activa de recuperación de los “ya” escasos ejemplos significativos de estas casas de vecindad, que deberían mantenerse y que

<sup>60</sup> Idem.

potenciarían los valores inmateriales de una forma de vida característica de nuestra ciudad y del origen de la fiesta. (Tabla 5a y 5b)

**Uso actual                  Estado**

Nº	SITUACIÓN	S	V	N	C.V.	O	B	D	MD	OBSERVACIONES
1	FRAILES 7									
2	FRAILES 11									Hoy de un solo propietario
3	SAN JUAN DE LETRÁN 7									
4	CIEGOS 2									Conserva lavaderos y pozo
5	ALVAR RODRIGUEZ 9									En propiedad 2 familias
6	JUAN PALO 8									Rehabilitada. Varios propietarios
7	TRUEQUE 4									Prevista rehabilitación.
8	SAN JUAN DE PALOMARES 11									Rehabilitado por Vimcorsa
9	CRISTO 5									Talleres joyería
10	CRISTO 16									
11	CRISTO DE LOS VELAZCOS 4									
12	POLACAS 3									
13	POLACAS 2									Vive la propiedad y vecinos
14	MONTERO 26									
15	MONTERO 16									No se ha podido entrar
16	MONTERO 12									En propiedad 1 familia
17	CALLEJA DE LAS TORRES S/Nº									
18	CUSTODIO 7									Deshabitada en mal estado
19	POZANCO 21									Conserva lavaderos y letrinas
20	HUMOSA 11									
21	HUMOSA 17									
22	HUMOSA 7									Vive la propiedad y vecinos
23	HUMOSA 5									
24	SIMANCAS 10									Viviendas unifamiliares adosadas
25	PERAL 2									Vivienda plurifamiliar en propiedad
26	RINCONADA S. ANTONIO 11									Fachada en mal estado
27	JUAN TOCINO 5									
28	COSTANILLAS 3									
29	MORISCOS 45									Comunidad de propietarios
30	MORISCOS 41									En propiedad 2 familias
31	EMPEDRADA 11									
32	MONTERO 31									En ruina
33	MARIANO AMAYA 2									

**Tabla 5a.** Situación analizada sobre el estado actual del potencial casas de vecinos (50 del Programa de actuación de la Ajerquía Norte y 16 incorporadas del trabajo de campo), en relación a su uso actual, estado de la edificación y otras observaciones de interés.

**Fuente:** Elaboración propia.

**LEYENDA:**

Uso actual: S.: Solar    V.: Vacía    N.: Nueva    CV.: Casa de Vecinos    O.: Otros usos  
 Estado edificación: B.: Bueno    D.: Deficiente    MD.: Muy deficiente

**Uso actual          Estado**

Nº	SITUACIÓN	S	V	N	C.V.	O	B	D	MD	OBSERVACIONES
34	MORISCOS 38									Algunos propietarios
35	MORISCOS 32									
36	MORISCOS 30									
37	MORISCOS 28									
38	MORISCOS 35									Vive una familia
39	MORISCOS 33									En rehabilitación para alquiler
40	MORISCOS 29									
41	MURO DE LA MISERICORDIA 5									Destino aparcamiento Ollerías
42	MORISCOS 6									
43	ACEITUNO 7									
44	OCAÑA 19									Rehabilitada. Una familia
45	ZARCO 5									Rehabilitada. Viviendas adosadas
46	FUENSECA 3									
47	ALMORAVIDES 5									
48	ISIDRO 6									
49	ANGEL Mª DE BARCIA 3									Propiedad y vecinos
50	BEATAS 8									Viven varios propietarios
51	PEDRO FERNÁNDEZ 5									Casa tabicada
52	ALFAROS 42									
53	MATEO INURRIA 6									Rehabilitada. Una familia
54	MATEO INURRIA 3									
55	CIDROS 18									
56	JURADO AGUILAR 7									
57	PUERTA DEL RINCON 22									
58	PLAZA CONDE DE PRIEGO 4									El actual prop. quiere rehabilitar
59	MAYOR DE SANTA MARINA 3									Viven propietarios
60	MARROQUÍES 6									
61	MAYOR DE SANTA MARINA 10									
62	MAYOR DE SANTA MARINA 29									Casa de vecinos hoy propiedad
63	PLAZA DE LA LAGUNILLA 4									Casa de vecinos hoy propiedad
64	LAGUNILLA 6. CASA DE PASO									
65	CHAPARRO 9. CASA DE PASO									
66	CHAPARRO 8									No se ha podido entrar.

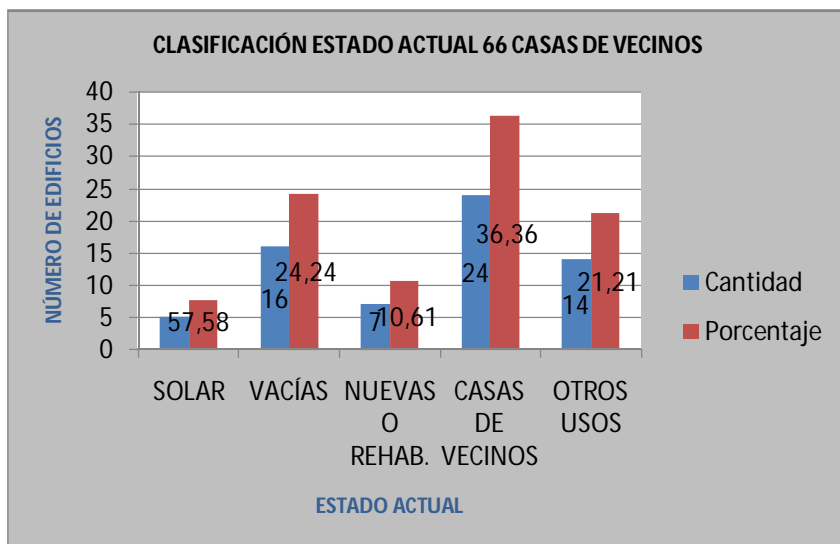
**Tabla 5b.** Situación analizada sobre el estado actual del potencial casas de vecinos (50 del Programa de actuación de la Ajerquía Norte y 16 incorporadas del trabajo de campo), en relación a su uso actual, estado de la edificación y otras observaciones de interés.

**Fuente:** Elaboración propia.

**LEYENDA:**

Uso actual: S.: Solar    V.: Vacía    N.: Nueva    CV.: Casa de Vecinos    O.: Otros usos

Estado edificación: B.: Bueno    D.: Deficiente    MD.: Muy deficiente



**Gráfico 2.** Clasificación del estado actual de las 66 casas de vecinos analizadas, transcurridos siete años desde la declaración de Área de Rehabilitación Concertada de la Ajerquía Norte.

**Fuente:** Elaboración propia. Datos obtenidos del trabajo de campo

De los 66 edificios analizados solo 24 se mantienen como casas de vecinos, lo que supone el 36,36% del total. Inclusive aumentando el análisis a 16 edificios más del realizado en el Programa de Actuación del Área, nos encontramos con el preocupante porcentaje de que solo se mantiene el 1,74% del total de parcelas, respecto al 3,63% anterior, lo cual significa, que si desde “ya” no se adoptan medidas de protección y rehabilitación, este patrimonio se encuentra destinado a su desaparición total. (Gráfico 2)



**Gráfico 3.** Estado de los veinticuatro edificios que hoy se mantienen como casas de vecinos.

**Fuente:** Elaboración propia. Datos obtenidos del diagnóstico.



**Gráfico 4.** Estado potencial sobre 54 casas de vecinos.

**Fuente:** Elaboración propia. Datos obtenidos del diagnóstico.

Del número de casas de vecinos que aún se mantiene, el 62,5% se encuentra en estado deficiente y muy deficiente, por lo que tan solo podemos hablar de 8 edificios que mantienen un estado aceptable. (Gráfico 3)

En el estado potencial se ha considerado la posibilidad de recuperar los edificios que se hallan vacíos y la recuperación de otros infra ocupados por un solo propietario, talleres etc. por lo que los edificios considerados en buen estado aparente suponen el 33,33% del total. (Gráfico 4)

De la relación aportada<sup>61</sup>, catorce de estas casas de vecinos tienen un historial de patios, de las cuales, se han identificado seis casas de vecinos que en los últimos diez años se han presentado alguna vez al tradicional festival de los patios: Trueque 4, San Juan de Palomares 11, Pozanco 21, Humosa 5, Marroquíes 6 y Chaparro 9. Actualmente cinco de estas casas se mantienen en el festival de patios, dos de ellas recuperadas por la empresa pública de Viviendas Municipales de Córdoba S.A.

Para el mantenimiento de este caserío se hace necesario investigar modelos de uso y funcionales acordes con el contexto actual, calidad de hábitat, relaciones sociales, que sin perder sus valores originales arquitectónicos-sociales-culturales permitan la sostenibilidad del caserío y de las formas de vida vecinales con la potenciación hombre-naturaleza en permeabilidad directa con el entorno de la ciudad.

Es necesario innovar en modelos funcionales y usos complementarios, que sin ser incompatibles con los valores a proteger tanto arquitectónicos como de formas de vida, mantengan la utilidad de las edificaciones y se creen los componentes de su sostenibilidad futura y con ellos la preservación y valorización de este Patrimonio.

De las conclusiones que se derivan del estudio de las Casas-patio-colectivas realizado por el grupo de investigación de la Universidad Politécnica de Madrid, encargado por VIMCORSÁ (2009), viene a decirnos lo siguiente: *“La conservación de la Casa de Vecinos como forma de vida y como hecho físico es de obligado cumplimiento, pues trata de un conjunto de valor social e histórico indiscutible. (...) La recuperación de estas casas de forma que en ellas se consoliden formas de vida en comunidad con la utilización de espacios compartidos, no es solo un acto de restauración o recuperación, puede ser un modelo para el futuro muy oportuno cuando estamos reclamando la sostenibilidad de lo urbano”*.<sup>62</sup>

---

<sup>61</sup> Inventario de casas de vecinos del Programa de Actuación de la Ajerquía Norte (2006)

<sup>62</sup> VIMCORSÁ (documento técnico inédito): *Estudio sobre las viviendas colectivas*. Grupo de investigación de la Universidad Politécnica de Madrid: Nuevas técnicas, arquitectura y ciudad. (2010). 205 pp.

No cabe duda que los estudios académicos realizados sobre este potencial patrimonial, inclusive desde el propio Programa de Actuación de la Ajerquía Norte, convienen en declarar la importancia a nivel etnológico de este, cada vez más escaso, patrimonio. Las administraciones responsables (Ayuntamiento, Cultura, Turismo), así como instituciones relevantes a nivel local son los primeros que deberán tomar conciencia de esta realidad local y fomenten la contribución a la protección de este patrimonio y su salvaguardia, creando los mecanismos legales, de participación activa social y concienciación de la población local. Todos los actores implicados deben reconocer los valores de estas formas de vida cordobesa, convertido en un patrimonio etnológico de valores auténticos.

### **5.3. Los Patios populares de la Ajerquía como valor identitario, material e inmaterial del área. (Anexo I-C)**

El 6 de diciembre de 2012 es una fecha “para recordar” por los cordobeses, debido al reconocimiento realizado a nivel internacional de este patrimonio cordobés “La Fiesta de los Patios de Córdoba”. Fecha en que se declara por el Organismo Internacional de la UNESCO, este hecho festivo como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad. El documento que respalda su inscripción defiende el desarrollo de esta festividad: “celebración en espacios sociales que promueven el contacto humano y el intercambio cultural” y apunta que la fiesta es “un evento festivo comunal que proporciona un sentido de identidad y continuidad a los habitantes de Córdoba, que reconocen esta expresión como un componente importante de su intangible patrimonio cultural”.

Además, asevera que la inscripción de la Fiesta de los Patios en la lista representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad podría *“promover la diversidad cultural y el aprecio de la creatividad humana, debido a su espíritu abierto a toda la comunidad y a la innovación”*<sup>63</sup>

La nominación describe las medidas actuales y las propuestas para proteger y promover la fiesta de los Patios, fortalecer su viabilidad y garantizar su continuidad.

No cabe duda que uno de los elementos más singulares que tienen que ver en gran medida con la protección de la fiesta es el mantenimiento de los espacios de estos

---

<sup>63</sup> Datos obtenidos de las conclusiones del expediente de la Declaración.

edificios, es decir, el espacio material del “patio” conformado arquitectónicamente. Su salvaguardia y mantenimiento va a contribuir sin duda a dar continuidad a la Fiesta Declarada. Máxime cuando los espacios a proteger y salvaguardar, según el presente estudio, han sido los más valorados en la Fiesta, los más queridos popularmente y los que expresan el origen y los aspectos culturales de la tradición. Estos son los patios, que bajo la perspectiva de este trabajo, hay que poner en valor, para que sean reconocidos y admirados por los visitantes que llegarán a la ciudad de Córdoba, queriendo conocer de primera mano los Patios más identificativos de la tradición festiva. Pero los patios, en sí mismos, son un instrumento y no son nada sin la vida de las personas que allí se relacionan, que conviven, que los mantienen y que cuidan de ese espacio todo el año, convertido en un vergel natural, para el disfrute de esa pequeña comunidad y el goce de los cordobeses y visitantes.

De esta forma, los patios son testimonios físicos y a la vez inmaterial, interrelación que en este caso es inseparable, como aglutinadores de la historia, como testimonios ciertos de que los distintos tiempos han dejado su huella con mayor o menor intensidad<sup>64</sup> como superposición de distintas vivencias y usos que han ido evolucionando en el tiempo adaptándose a la nueva vida.

Los patios a valorar en la propuesta de itinerario son los patios que reúnen la significación cultural expuesta y los valores de la Declaración. Por ello, lo que se ofrece en la Ajerquía Norte con la propuesta de “dinamización turística” debe ser algo “auténtico” que además supone el reto para sus gestores, de saberlo transmitir convenientemente con los medios necesarios y con la participación activa de los propios habitantes de los patios. El visitante no será un mero espectador de un patio escénico sino que deberá participar en experiencias creativas, que se desarrollarán en el propio patio.

### **5.3.1. Origen de la tradición festiva.**

Es en el año 1933 cuando el Ayuntamiento promueve el primer concurso de patios populares, se inscriben los patios vecinales de todo el Conjunto, pero principalmente del barrio de San Lorenzo y de Santa Marina. El concurso tiene sus antecedentes en el de las Cruces de mayo (1924). En el año 1955 se institucionaliza el concurso de patios y es en 1980 es declarado fiesta de Interés Turístico Nacional.

---

<sup>64</sup> La transformación de edificios históricos en casas de vecindad ha permitido la subsistencia de inmuebles de valor histórico, que de otro modo habrían sucumbido. La carga histórica es intensa en el Patrimonio hoy conservado, un patrimonio que se ha adaptado y supervive en el tiempo.



El reconocimiento de los valores patrimoniales de los patios es más antiguo que sus exhibiciones públicas; viajeros románticos, literatos etc. recogen observaciones sobre esta forma de vida cordobesa. Un artículo del Diario “LA VOZ” de 1920 sigue teniendo vigencia en la actualidad:

“El patio es acaso lo más característico de Córdoba actual; de aquella clásica estructura ciudadana que nos definía, es tal vez lo único que ha podido subsistir, resistiendo los avances de la moderna edificación, adversaria de aquel orientalismo de nuestras viviendas, nuestras calles y nuestros jardines.

Porque creemos que el patio debe persistir al emprenderse la transformación de nuestra vida hacia ese moderno sentido de la universalidad que desecha los viejos localismos, estamos dispuestos a mantener el prestigio de los típicos patios cordobeses, en los que se refugia el alma de la ciudad.

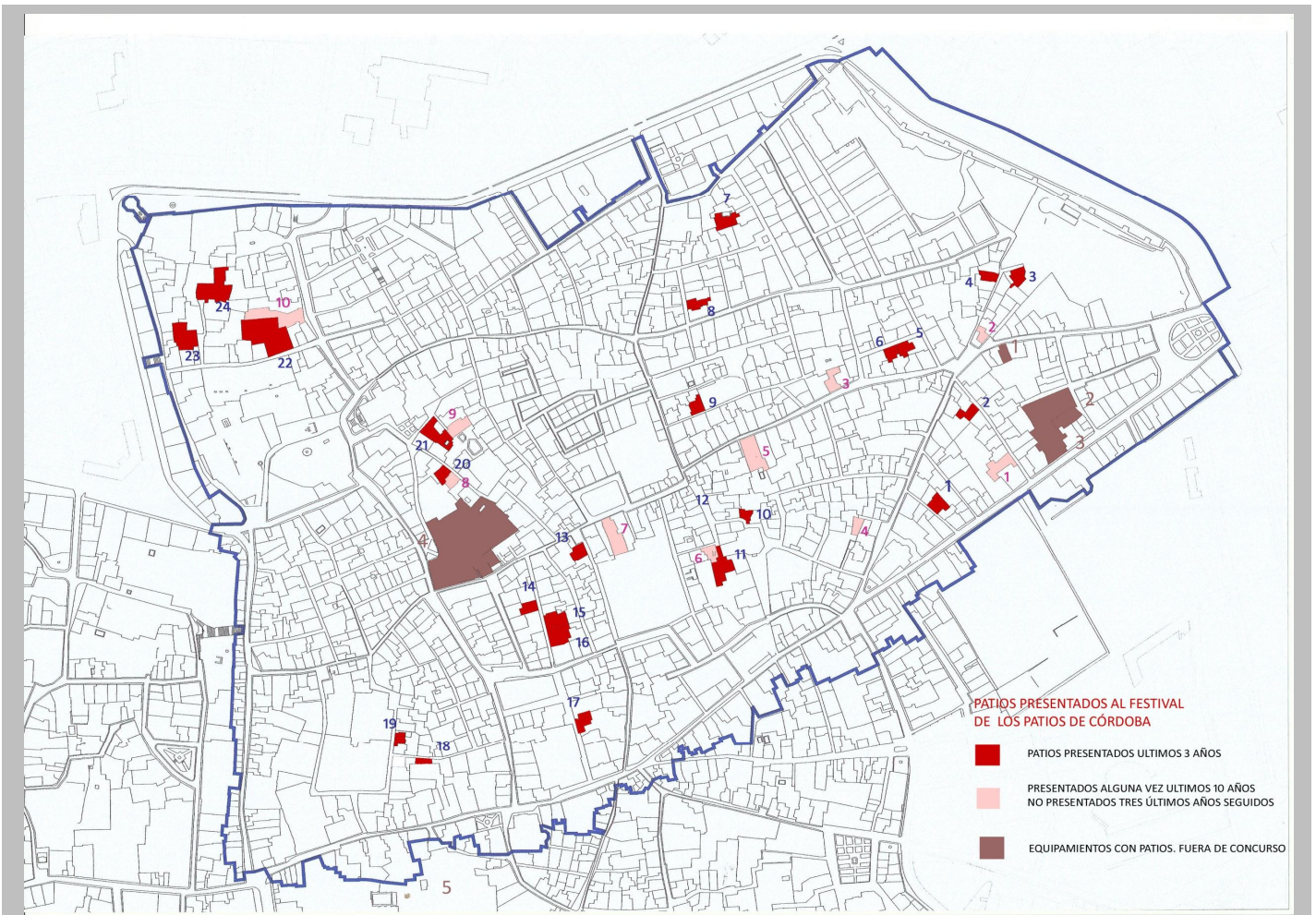
Así pues, estamos decididos a cooperar con los vecinos de los barrios cordobeses para que sus viejos patios subsisten manteniendo el carácter típico y originalísimo que las macetas, los arriates y las enredaderas les otorgan”.

La fiesta es el reflejo de una sociedad, de un tiempo y de una cultura concreta, en consecuencia, el concepto de fiesta es un concepto cambiante, que evoluciona a la par que su hábitat, que sus protagonistas. “*No hay fiesta sin sociedad, sin cultura*”<sup>65</sup>. Asumir esta realidad cambiante es absolutamente imprescindible para no caer en el error de intentar fosilizar o reglamentar este hecho festivo, cuyos verdaderos protagonistas son las personas –individual o colectivamente-, las gentes que la hacen posible con su esfuerzo y dedicación. Porque los premios que se otorgan en el Concurso de Patios, nunca suponen una compensación suficiente a los gastos y a las molestias ocasionadas. Pero no podemos olvidar tampoco, la necesidad de conservación de este patrimonio inmaterial como reflejo de nuestra identidad.

A continuación reflejamos el potencial de casas patio de la Ajerquía Norte con un total de 39 edificios. (Figura 4)

---

<sup>65</sup> JAVIER ESCALERA. “La fiesta como Patrimonio”. Boletín 21. IAPH,p.54



**Figura 4.** Plano de localización de treinta y nueve patios presentados al festival de patios, en los tres últimos años, alguna vez en los últimos diez años y equipamientos con patios fuera de concurso, entre los que se incluye el Palacio de Viana.

**Fuente:** Elaboración propia a partir de datos de guías del festival de patios de los diez últimos años.

### 5.3.2. Información sobre el potencial de casas patio. (Tablas 6 y 7)

Identif.	CASA PATIO	T.Protección	Arquit.	Tp	C.V.	1	2	3	4
1	TRUEQUE 4	EA-200	anti.			9	32	6	2
2	ALVAR RODRIGUEZ 11	Renovada	mod.	unf		7			
3	SAN JUAN DE PAL.8	CC-14	mod.	unf		8		1	
4	SAN JUAN DE PAL.11	EA-233	anti.			4			
5	GUZMANAS 4	Renovada	mod.	unf		11		1	1
6	GUZMANAS 2	CC-14	mod.	unf		7			
7	JUAN TOCINO 3	Renovada	mod.	unf		10	1	5	4
8	PASTORA 2	Renovada	mod.	unf		11	1	3	
9	HUMOSA 5	EA-88	anti.			9 (2011)			
10	CUSTODIO 5	EV-45	anti.	unf		5			
11	POZANCO 21	Prot.tipol.	anti.			11		2	1
12	POZANCO 6	Renovada	mod.	unf		7			
13	OCAÑA 19	Prot.tipol.	mod.	unf		11		1	3
14	PARRAS 5	Renovada	mod.	unf		11	3	3	1
15	PARRAS 8	CC-18	anti.	CV		8		1	1
16	PARRAS 6	CC-18	anti.	CV		11	14	3	2
17	MANCHADO 6	Renovada	mod.	unf		1			
18	PEDRO FERNÁNDEZ 6	Renovada	mod.	unf		1			
19	CONDE ARENALES 4	Prot.tipol.	mod.	unf		11			
20	ZARCO 15	Renovada	mod.	unf		6		3	2
21	TAFURES 2	Prot.tipol.	mod.	unf		2			3
22	MARROQUÍES 6	EA-108	anti.			11	11	3	2
23	CHAPARRO 3	Renovada	mod.	com		4			
24	CHAPARRO 9	EV-85	anti.			4			

**Tabla 6.** Patios presentados en los diez últimos años y alguna vez en los últimos tres años.

**Fuente:** Elaboración propia

**LEYENDA POR COLUMNAS:**

**Identific.:** Número de identificación dado a cada patio coincidente con el plano de situación.

**Casa Patio:** Situación y nombre de cada patio.

**Tipo de protección:** Obedece a la protección que le otorga el PEPCH, por graduación de mayor a menor escala sería la siguiente:

- Catalogado: EA-nº orden.- Protección integral del edificio en su conjunto o partes del mismo. No se admite la renovación.
- Conjunto Catalogado: CC-nº orden.- Protección parcial del edificio, eminentemente sus valores de conjunto como es la fachada.
- Prot. Tipol.: Corresponde a Protección tipológica. Protección parcial del edificio aislado, puede inclusive renovarse manteniendo algunas características del que se demuele.
- Renovada: Como indica el término son construcciones recientes.

**Arquit.:** Clasificación dada a los patios en su presentación al concurso: Mod., anti. Es decir arquitectura moderna o antigua.

**Tp.:** Indica la tipología, si es unifamiliar o comunidad. El fondo gris es que fue casa de vecinos y conserva la tipología.

**Fondo gris:** Se conserva como casa de vecinos original

El resto de columnas significan lo siguiente: (1) Número de veces presentados al concurso popular en los 10 últimos años, entre paréntesis el último año presentado. (2) Número de veces premiado dentro de los tres primeros premios, en su trayectoria dentro del Concurso de Patios. (3) Número de accésits totales. (4) Otros premios específicos: iluminación, mejor uso del agua etc.

Identif.	CASA PATIO	T.Protección	Arquit.	Tp	C.V.	1	2	3	4	5
1	ALVAR RODRIGUEZ 1	Prot.tipol.	mod.	unf	1(2005)					
2	BUENOS VINOS 1	Prot.tipol.	mod.	unf	3(2005)					
3	MONTERO 27	CC-14	anti.	unf	3(2005)					
4	ROELAS 4	Renovada	mod.	unf	1(2003)					
5	MONTERO 12	EA-10	anti.	CV	(a)					Sin interés
6	MARIANO AMAYA 4	CC-15	anti.	unf	7(2010)			3		Sin interés
7	COMPÁS S. AGUST.6	CC-15	anti.	unf	1(2007)					
8	ZARCO 13	Prot.tipol.	mod.	unf	1(2004)			6		
9	TAFURES 8	EA-211	anti.	unf	2(2005)					Abandonada
10	MAYOR S.MARINA 15	Renovada	mod.	unf	1(2010)					
EQUIPAMIENTOS CON PATIOS FUERA DE CONCURSO										
1	FRAILES 6	Prot.tipol.	mod.	unf	2(2010)					1 apar.turíst.
2	MARIA AUXILIAD. 25	EA-103	anti.							Restauración
3	QUESO 5	Renovada	mod.		10(2012)					Restauración
4	PALACIO VIANA	Monumen.	anti.							Palacio/museo
5	PALACIO ORIVE 2	Monumen.	anti.							Admin/cultur.

**Tabla 7.** Patios presentados en los últimos diez años, no presentados en los tres últimos años. Otros patios-equipamientos fuera de concurso.

**Fuente:** Elaboración propia

#### LEYENDA POR COLUMNAS:

**Identific.:** Número de identificación dado a cada patio coincidente con el plano de situación.

**Casa Patio:** Situación y nombre de cada patio.

**Tipo de protección:** Obedece a la protección que le otorga el PEPCH, por graduación de mayor a menor escala sería la siguiente:

- Catalogado: EA-nº orden.- Protección integral del edificio en su conjunto o partes del mismo. No se admite la renovación.
- Conjunto Catalogado: CC-nº orden.- Protección parcial del edificio, eminentemente sus valores de conjunto como es la fachada.
- Prot. Tipol.: Corresponde a Protección tipológica. Protección parcial del edificio aislado, puede inclusive renovarse manteniendo algunas características del que se demuele.
- Renovada: Como indica el término son construcciones recientes.

**Arquit.:** Clasificación dada a los patios en su presentación al concurso: Mod., anti. Es decir arquitectura moderna o antigua.

**Tp.:** Indica la tipología, si es unifamiliar o comunidad. El fondo gris es que fue casa de vecinos y conserva la tipología.

**Fondo gris:** Se conserva como casa de vecinos original

El resto de columnas significan lo siguiente: (1) Número de veces presentados al concurso popular en los 10 últimos años, entre paréntesis el último año presentado, (a) significa que se ha contemplado este patio por su excepcionalidad, llevando algo más de diez años sin presentarse al festival de patios. (2) Número de veces premiado dentro de los tres primeros premios, en su trayectoria dentro del Concurso de Patios. (3) Número de accésits totales. (4) Otros premios específicos: iluminación, mejor uso del agua etc. (5) No hay interés en su presentación al concurso, otras abandonadas, y en los patios fuera de concurso el uso actual.

### 5.3.3. Selección de patios en base a sus valores identitarios.

La selección de los patios para su valorización turística tendrá en cuenta aspectos que los identifiquen con valores únicos y propios de esta tradición festiva, así como ser susceptibles de su apertura por la propiedad, para ello tendremos en cuenta lo siguiente:

1. Los patios mejor valorados en las fiestas y eventos oficiales.
2. Patios vecinales con mejor conservación de sus valores tradicionales arquitectónicos.
3. Patios con importancia antropológica, etnográfica, etc.
4. Patios susceptibles de apertura fuera del concurso popular.

La muestra recogida de patios presentados a concurso ha sido referida a los últimos diez años (Tabla 6), anterior a esta fecha es de suponer que no existe interés por parte de sus ocupantes en competir con el patio o sus circunstancias son otras a cuando era presentado: venta del edificio, personas de avanzada edad etc. que hacen suponer que no volverá a presentarse. Inclusive en la segunda tabla (Tabla 7) se analizan los patios que no se han presentado en los tres últimos años, y podemos comprobar en algunos casos la existencia de dificultades para ello, entendiendo como muy complicada la recuperación de los mismos al concurso.

Para proceder a la selección de los patios valorizados turísticamente nos basamos únicamente en la Tabla 6, siendo un total de 24 patios con presencia actual en el concurso. Por cada concepto a valorar haremos una selección de seis patios. (Tabla 8)

1.- Mejor valorados popularmente.	2.- Conservación valores tradicionales y arquitectónicos	3.- Valores antropológicos y etnográficos
TRUEQUE 4	MARROQUÍES 6	MARROQUÍES 6
S. JUAN PALOMARES 11	S. JUAN PALOMARES 11	CHAPARRO 9
PARRAS 6	TRUEQUE 4	HUMOSA 5
MARROQUÍES 6	HUMOSA 5	POZANCO 21
JUAN TOCINO 3	CUSTODIO 5	S. JUAN PALOMARES 11
PARRAS 5	PARRAS 6	TRUEQUE 4

**Tabla 8.** Selección de patios en base a los conceptos que mejor definen a estos edificios de acuerdo con la Declaración Inmaterial.

**Fuente:** Elaboración propia a partir de datos de premios obtenidos, catalogación del PEPCH y bibliografía varia.

La frecuencia de los patios relacionados en la tabla nos permite realizar la siguiente clasificación, que nos indicará los patios más idóneos para su posible valorización, a igualdad de frecuencia en las columnas, primamos el criterio etnográfico:

Marroquíes 6, Trueque 4, S. Juan de Palomares 11, Humosa 5, Parras 6; Pozanco 21, Chaparro 9, Custodio 5, Parras 5, Juan tocino 3.

Aplicados los conceptos de selección y llegados a este punto, tenemos que tener en cuenta los patios susceptibles de apertura por sus propietarios fuera del concurso popular, que en principio se establecen en un número máximo de seis (Tabla 9). Número considerado idóneo debido a la aportación de otros elementos patrimoniales al itinerario, de modo que éste no resulte con demasiada amplitud de contenidos.

Patios seleccionados	Valor	Susceptibles o no de valorización turística
Marroquíes 6	3	Casa de vecinos con talleres artesanales, posible apertura turística
Trueque 4	3	Edificio municipal propuesto como centro cultural inmaterial
San Juan de Palomares 11	3	C. vecinos municipal propuesto como punto información
Humosa 5	2	Casa de vecinos en deficiente estado. Necesidad de rehabilitación. En principio no valorizable
Parras 6	2	Antigua casa de vecinos hoy unifamiliar, la propiedad accede a la apertura mediante acuerdos previos
Pozanco 21	1	Casa de vecinos con permanencia en el concurso popular, posibilidad de apertura tras contacto con vecinos llegando a acuerdos previos.
Chaparro 9	1	Casa de vecinos perteneciente a la casa de paso de Santa Marina, interés por parte del Área para su recuperación. En principio es susceptible de apertura una sola casa llegando a acuerdos previos.
Custodio 5	1	Casa unifamiliar. Propietaria persona mayor. Vive con su hijo al cual no le interesa su apertura en otras fechas fuera del concurso
Parras 5	1	Arquitectura moderna, no ha sido valorado debido a la existencia de seis patios anteriores susceptibles de apertura
Juan Tocino 3	1	Arquitectura moderna, no ha sido valorado debido a la existencia de seis patios anteriores susceptibles de apertura

**Tabla 9.** Patios susceptibles de valorización turística y de apertura por sus propietarios, los seleccionados en color gris.

**Fuente:** Elaboración propia.



#### **5.4. Fiestas y celebraciones de interés turístico en la Ajerquía Norte.**

Complementario al patrimonio físico no podemos dejar de lado las fiestas populares y tradicionales que pertenecen al acervo cultural y patrimonio inmaterial de todos los cordobeses. Estas fiestas y celebraciones que tienen lugar en fechas concretas del año, tienen su razón de ser en todo el Conjunto Histórico, y en cada barrio y parte de la ciudad con sus connotaciones propias. Cada vez más el turismo se siente más atraído por estas celebraciones populares que forman parte de la historia, la cultura y la identidad de un pueblo.

En el mes de febrero, segunda quincena, tiene lugar la celebración del carnaval, teniendo una especial significación y protagonismo en el barrio de San Agustín, se forman grupos y desfiles con disfraces en la Plaza de San Agustín y calle Montero.

La semana santa con pasos procesionales de gran interés localizados en las distintas parroquias del área,<sup>66</sup> quince pasos discurren por las calles y callejas de la Ajerquía, acompañados de un gran fervor popular.

A primeros de mayo, días del uno al cinco, la fiesta de las cruces, fiesta cristiana, se instalan cruces en plazas y rincones del conjunto y se decoran con abundancia de flores y otros elementos al gusto de cada hermandad, se instala una barra de bar con comida y bebida y al compás de cantes y bailes.

A continuación la fiesta de los patios de Córdoba, entre los días nueve y veintiuno de mayo, la fiesta popular que más interés ha despertado fuera de nuestras fronteras y que ha sido declarada como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad, atrae a un gran número de turistas durante esos días por lo que en gran medida esta avalancha turística representa un retroceso para perpetuar los valores de dicha tradición. Por ello desde este trabajo se realiza una propuesta de valorización de los patios populares más entrañables de la fiesta, diversificando en la medida de lo posible el flujo de visitantes durante el mes de mayo, pretendiendo sin menoscabar los objetivos de la declaración, que puedan visitarse estos recintos en cualquier época del año y conocerse los valores que han sustentado la misma.

#### **5.5. Entrevistas a personajes claves. Evaluación de datos.**

El número de entrevistas realizadas no es significativa como muestra para tener una opinión general de la población sobre las cuestiones planteadas, ya que para este

---

<sup>66</sup> El interés de las tallas procesionales y personajes de gran fervor en el área, ha sido motivo más que suficiente para la creación de una ruta turística de carácter religioso.

trabajo no se pretende tal finalidad, aunque no sería descartable que en un futuro los responsables en materia turística se preocuparan de las opiniones que el ciudadano cordobés tiene sobre cómo está encauzando el turismo en la ciudad de Córdoba. Nuestra entrevista semiestructurada se ha enfocado hacia personajes llamados “clave”, en un intento de diversificar la opinión entre distintos actores sociales, para evaluar los distintos puntos de vista que nos pueden ofrecer y determinar si sobre los mismos se encuentran algunos puntos de confluencia que podrían ser muy útiles en la propuesta que se plantea, al mismo tiempo que permite la realización de preguntas con alternativas de respuestas, que pueden mejorar el enfoque dado a este trabajo o valorar matices que no se hubieran tenido en cuenta. La entrevista para ciertos personajes con actividad pública ha resultado algo comprometida y han optado por no contestar. No obstante, nos ha quedado una muestra representativa de distintos agentes sociales que han preferido mantenerse en el anonimato, aunque sí se hará referencia al tipo de agente entrevistado: 1.- Personaje representativo de un patio de interés de la Ajerquía Norte; 2.- Propietario de un edificio residencial monumental; 3.- Propietario de una taberna típica del área; 4.- Propietario de un alojamiento turístico de la Ajerquía; 5.- Representante ciudadano del Conjunto Histórico de Córdoba.

Evaluación realizada sobre las distintas cuestiones planteadas:

**1.-** ¿Qué opina del turismo en Córdoba? ¿Existe una planificación público-privada y una gestión de promoción y comercialización activas de los agentes locales o quedamos a expensas de turoperadores o intereses externos de agencias turísticas? El 80% opina que estamos a expensas de intereses externos, el 20% que habría que mejorar la promoción y comercialización.

**2.-** ¿Por qué teniendo Córdoba un potencial de recursos patrimoniales de primer orden, son en cambio tan limitados los productos turísticos tangibles que se ofrecen a los turistas?

El 100% que no se valora la riqueza patrimonial de Córdoba, sólo algunos recursos. Una de las opiniones revela un dato de interés y es la escasa difusión de nuestro patrimonio, dado que no es conocido ni por los cordobeses.

**3.-** Córdoba tiene un modelo turístico de excesiva concentración de flujos turísticos basado en la Mezquita-Catedral y el entorno de la Judería y Sinagoga. ¿Considera que va siendo hora de ampliar la oferta turística a otras zonas del Conjunto Histórico como la Ajerquía Norte?





lugar la gastronomía, por lo que se le está confiriendo más atractivo a los valores populares e identitarios del lugar.

**6.-** A raíz de la reciente Declaración de la fiesta de los patios como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO, ¿entiende necesario que se cree un centro cultural inmaterial del patio cordobés donde se explique y se informe a los turistas y visitantes sobre los valores culturales, etnográficos y antropológicos que comporta la declaración, superando el entendimiento sesgado y parcial de que el patio, como elemento físico-arquitectónico lo es todo?

El 80% opina que debe conocerse el origen del patio popular. Según el representante del hotel se trata de una idea brillante. El 20% restante, coincidente con el representante ciudadano, opina que no es el momento por las dificultades de financiación.

**7.-** La Ajerquía Norte se halla dentro de un Plan de Rehabilitación Concertado entre Administraciones Públicas y dentro de sus objetivos se halla la dinamización social y económica del área, ¿cree que el turismo puede ayudar a conseguir estos objetivos?

El 100% opina que el turismo ayudaría a la dinamización social y económica del área. El matiz que incorpora el representante ciudadano es que debe existir la coparticipación de las administraciones públicas para aunar esfuerzos.

**8.-** ¿Cómo ve la posibilidad de crear un foco de atracción turística en la Ajerquía Norte, poniendo en valor su potencial patrimonial y como “recurso estrella” los Patios”?

El 80% opina que sí, sólo el representante de restauración opina que puede ser más beneficiosa la mejora ambiental del área.

En esta pregunta cada entrevistado ha contemplado un matiz, curiosamente en base a su posición o implicación social en el área. El actor del patio piensa que con los patios puede existir gran dificultad para considerarlos como recurso turístico permanente; el actor del edificio monumental que habría que poner en valor estos edificios; el negocio de restauración alude a la mejora ambiental del área debido a su degradación; el representante ciudadano que hay que contar con las opiniones de todos los sectores sociales; el representante de hostelería que todo el fomento del turismo es beneficioso.

Como conclusiones finales podemos extraer las siguientes, (incorporando algunos matices valorables que han complementado las respuestas dadas):

- Sí a una mejor planificación turística de la Ciudad.

- No existe una valoración adecuada del potencial patrimonial del Conjunto Histórico.
- Sí hay que ampliar la oferta turística al Conjunto Histórico.
- Las empresas sobre todo las exteriores son las que más se benefician del turismo en Córdoba.
- El orden dado a los recursos patrimoniales no parece relevante.
- Sí es de interés la creación de un Centro de la Cultura Inmaterial del Patio.
- Todos opinan que el turismo beneficiaría al área en su dinamización social y económica.
- Sí habría que crear esta atracción turística, con algunos matices como la necesaria mejora medioambiental y de participación de todos los agentes sociales.

## **CAPÍTULO VI. INFRAESTRUCTURAS, CALIDAD AMBIENTAL Y OFERTA TURÍSTICA Y PARATURÍSTICA DE SOPORTE PARA SU VALORIZACIÓN Y ACTIVACIÓN.**

### **6.1. Accesibilidad y aparcamientos en el área y para el turismo.**

Si hay que destacar logros en cuanto a las actuaciones desarrolladas en los espacios públicos de la Ajerquía Norte ha sido la renovación del viario existente y con ello la puesta en marcha del Plan de Accesibilidad Municipal, plan extensivo a todo el Conjunto Histórico pero que se ha evidenciado en gran medida en la zona señalada. Este Plan de Accesibilidad unido al Plan de Tráfico ha permitido peatonalizar gran parte del viario existente. (Figura 5)

La Ajerquía Norte comprende una serie de ejes principales Norte-Sur que conecta con la Avda. de las Ollerías y la parte Sur del Conjunto Histórico, formada por las calles Mayor de Santa Marina, Santa Isabel, Enrique Redel y Hermanos López Diéguez. Transversalmente aparecen como tres ejes estructurales, siendo el principal el de borde formado por las calles San Pablo, Realejo, Santa María de Gracia y María Auxiliadora, el segundo eje, casi centrado, confluye con el primero en la Plaza Corazón de María y está integrado por las calles Juan Rufo, Reja de Don Gome, San Agustín, Montero y Frailes, el tercer eje casi en el tercio norte formado por calle Moriscos y Costanillas, terminando en un fondo de saco.

Respecto a estos ejes principales, el viario no se haya renovado en su totalidad, faltando algunos tramos. Sólo el eje del tercio norte se haya completado, siendo por el contrario el que menos contenido monumental contiene dentro del área, quedando, además, sin conexión con el resto del viario. En el eje más en el Sur se halla en proyecto el tramo que va desde la Plaza Juan Bernier hasta María Auxiliadora. No obstante en el Plan de Accesibilidad este tramo será una conexión rodada y obligada del eje este-oeste del Conjunto Histórico así como el eje norte-sur, aunque éste por su mayor amplitud puede disponer de acerados para la seguridad peatonal.

Al establecer el recorrido turístico y con los parámetros señalados respecto a la viabilidad peatonal, tendríamos que tener en cuenta la circulación por algunos de estos cuatro ejes y posteriormente la comunicación y accesibilidad con los distintos elementos culturales puestos en valor, mediante el entramado complejo de calles secundarias obviando en lo posible la circulación por tramos aún inaccesibles y con tráfico rodado.



**Figura 5.** Plano esquemático de accesibilidad de la Ajerquía Norte.

**Fuente:** Elaboración Oficina de accesibilidad del Ayto. de Córdoba.

Podemos decir que casi el 70 % del total del viario secundario ha sido renovado, manteniendo casi en su totalidad la composición original de estas calles: piezas de granito a ambos lados de los edificios y zona central de bolo. El modelo adquiere algunas diferencias dependiendo de la anchura de la calle. Si bien los materiales y disposición son los mismos que en su origen, no así la textura y acabados, los cuales han sido obligados por la accesibilidad, perdiendo en originalidad e identidad con los pavimentos primitivos. (Fotografías 1 y 2)



**Fotografías 1 y 2.** La primera C/Roelas corresponde al pavimento original de estas calles, la segunda corresponde al pavimento renovado en C/ Queso mejorando la accesibilidad, si bien son los mismos materiales originales no lo son en textura y acabados perdiendo originalidad e identidad.

**Fuente:** Elaboración propia.

No obstante respecto a la cuestión planteada de accesibilidad y peatonalización viaria no estaría del todo resuelta sin la puesta en valor de los espacios colectivos o plazas, en las que aún siguen estacionando vehículos, impidiendo la completa peatonalización y estancia y su puesta en valor como espacios histórico-culturales: Plaza del Corazón de María, Plaza de Don Arias, Plaza de Simancas, etc. Este problema también se encuentra patente en algunos ensanches o retranqueos del viario primario y secundario. Se presenta a modo de ejemplo algunos impactos motivados por la situación indiscriminada del estacionamiento de vehículos. (Fotografías 3 y 4)



**Fotografías 3 y 4.** Aparcamiento de vehículos en plazas y entornos monumentales.

**Fuente:** Elaboración propia.



Esta situación se paliaría con las propuestas de aparcamientos previstas para el Área, como bien se contempla en el Plan de Aparcamientos redactado por VIMCORSA (2011). Por consiguiente para culminar el proceso de accesibilidad y de liberación de espacios de vehículos, se hace del todo necesario culminar con el proceso de crear los aparcamientos para residentes en esta zona y de un sistema de aparcamientos disuasorios de frontera en rotación, todo ello con el proceso iniciado de disuadir de la penetración excesiva de tráfico rodado en el Conjunto y su estacionamiento. Esta eliminación, en parte del estacionamiento y circulación rodada interior, contribuiría sin lugar a dudas a una mejora de la calidad medioambiental.

Los aparcamientos que se hayan previstos en el Área corresponden con los del Plan Especial del Conjunto Histórico y a su vez recogidos en el Programa de Actuación de la Ajerquía (Figura 6), si bien desde este estudio se consideraban insuficientes tanto para la demanda potencial de residentes sino también para los futuros visitantes, contemplándose en dicho estudio un incremento del número de plazas ante la posibilidad del turismo, considerando éste como factor de desarrollo y medio para la recuperación social y urbanística de esta parte del casco histórico.



Entre otras opciones para cubrir esta demanda se propone como solución más lógica la ubicación de aparcamientos en rotación en el cinturón del Centro o zonas periféricas, así se proponen los emplazamientos de San Cayetano y del Cuartel de Lepanto o en las proximidades de Puerta del Colodro y de la Plaza del Corazón de María.

### **Construidos:**

#### Iniciativa privada

- Aparcamiento Puerta del Rincón: 80 plazas residentes (1)
- Aparcamiento Conde de Arenales: 92 plazas residentes (2)
- Aparcamiento en C/Abejar: 261/2 (Consideradas la mitad de las plazas al encontrarse cercano al perímetro exterior). (3)

#### Iniciativa pública

- Aparcamiento en María Auxiliadora: 98 plazas para residentes, 15 para bicicletas y 2 para discapacitados. (4)

### **Prevista su construcción:**

#### Iniciativa privada

- Aparcamiento Ollerías Centro: 61 plazas residentes, 9 de bicicletas y 2 para discapacitados. (5)

#### Iniciativa pública

- Costanillas centro: 124 plazas residentes, 19 para bicicletas y 3 para discapacitados. (Iniciativa pública) (6)

En el estudio del número de plazas necesarias realizado en la Ajerquía (Programa de Actuación), se consideran estos aparcamientos aún insuficientes. De este modo en el Plan de Aparcamientos realizado por VIMCORSa, se amplía el número de plazas tanto para residentes como para cubrir la demanda de un potencial turístico con plazas en rotación, dando cobertura a las propuestas del Área para esta zona del Conjunto.

Proponiendo los siguientes aparcamientos que estarían próximos al área delimitada, aún sin construir:

Dentro del Área:

- Lagunilla centro: 106 plazas residentes, 16 de bicicletas y 2 para discapacitados. ( Iniciativa privada) (7)

En el perímetro del Área:

- Ronda del Marrubial: 150 plazas residentes, 100 en rotación, 38 para bicicletas y 5 para discapacitados. (Iniciativa pública). (8)
- Aparcamiento mixto del Cuartel de Lepanto, con 200 plazas para residentes, 100 en rotación, 30 para bicicletas y 4 para discapacitados. (Iniciativa Pública). Quedando más retirado de la zona, atendiendo a la demanda de rotación en el supuesto de construirse en primer lugar (9)

Éste último o el anterior dispondrán de plazas para rotación, por consiguiente serán idóneos para establecer el parking de visitantes, si bien el previsto en Ronda del Marrubial cuenta con una situación más estratégica para la entrada en el Área, teniendo como función específica contener los automóviles para que no penetren a un recinto de preferencia peatonal, no obstante habrá que sopesar los imponderables arqueológicos, la cercanía de la muralla etc. En cualquiera de los dos parking, el número de plazas de rotación previstas se estiman en 100, lo que daría una ocupación diaria aproximadamente para 400 vehículos.

Con independencia de esta ocupación es necesario habilitar en superficie espacio suficiente para el estacionamiento de un número de autocares turísticos, de dos a tres, que en principio sería para tiempos mínimos de descarga de pasajeros y carga, cuya ubicación más recomendable estaría en la Ronda del Marrubial o próximos a las cabeceras del itinerario turístico: Plaza del Corazón de María y Torre de la Malmuerta. El aparcamiento de estos autocares tendría que situarse en el parking en uso del Arenal durante el tiempo del recorrido turístico, aproximadamente 4 horas.

## **6.2. Calidad ambiental: evaluación de impactos visuales, perceptivos y operaciones de mejora del entorno físico.**

La calidad ambiental es del todo imprescindible para cualquier destino turístico. El nivel de exigencia en la mejora del entorno urbano puede presentar muchas escalas y va a depender de la implicación y del interés en mostrar una imagen adecuada hacia el exterior del conjunto patrimonial y de la propia ciudad de Córdoba, dependiente en mayor o menor medida de la administración local.

Dentro de las operaciones selectivas relacionadas, no se pretenden grandes inversiones en la mejora ambiental, debido a la situación de crisis económica actual, las cuales pueden plantearse en el transcurso del tiempo a medio o largo plazo. No obstante, del diagnóstico efectuado del entorno existen lo que llamamos “impactos



urbanos”, algunos de ellos manifiestamente con incumplimiento del deber de conservación por sus propietarios, deber que tiene que existir en cualquier ámbito urbano en estricta aplicación de la legislación urbanística y de la Ley de Patrimonio Histórico Andaluz, como en nuestro caso referido a un Conjunto Histórico.

El interés por la solución de los impactos mayores comenzaría por el itinerario base turístico principal, haciéndose extensivo al resto del área. A continuación señalamos algunos impactos que serían necesarios corregir y otras operaciones de mejora del entorno que deberán ser convenientemente planificadas.

Impactos de solares en mal estado que incumplen con las ordenanzas municipales, fachadas que incumplen con la obligación de ornato público o de edificios que se hallan en situación de ruina, cableado aéreo con contaminación perceptiva de un entorno monumental, aparcamiento indiscriminado en plazas catalogadas o sitios de interés turístico, contenedores de basura y reciclado, en plazas o lugares de esparcimiento. Otros supuestos de impactos de tipo urbanístico se hallan en algunas de las construcciones autorizadas durante las décadas de los 60-80, construcciones que sobrepasan en altura y no siguen los patrones tipológicos del caserío tradicional del casco, inclusive en estos edificios proliferan en sus fachadas los aparatos de aire acondicionado, antenas de TV, cierres de tipo tijera y otros elementos que distorsionan la calidad y el ambiente urbano del Conjunto.

En el Capítulo 3º del PEPCH, se contempla el deber de conservación en solares y edificaciones, regulado por el artº. 19 de la Ley/1998 de 13 de abril, sobre Régimen de Suelo y Valoraciones y por el artº. 245.1 del Texto Refundido de la Ley sobre Régimen de Suelo y Ordenación urbana, aprobado por Real Decreto legislativo 1/199 de 26 de junio:

En solares, el Ayuntamiento podrá obligar a que el propietario lo mantenga en condiciones de seguridad y salubridad tanto en el vallado como en la limpieza y salubridad: *“Todo solar deberá estar cerrado mediante una valla según normas establecidas. El solar deberá permanecer limpio y desprovisto de cualquier tipo de vegetación espontánea. Sin ningún resto orgánico o mineral que pueda alimentar o albergar animales o plantas portadoras o transmisoras de enfermedades o producir malos olores”.*

La ordenanza de solares exige cumplir con unos requisitos estéticos en el vallado, requisitos que en la mayoría de los solares no se cumplen. El vallado tiene que tener una altura de 2.20 m., pintado en blanco y rematado con teja. (Fotografías 5 y 6)

Asimismo tras la Ordenanza de la obligatoriedad de realizar la Inspección Técnica de Edificios en todo el municipio de Córdoba<sup>68</sup> se contempla en el caso de solares el plazo de dos años para la solicitud de la licencia de edificación. El incumplimiento del plazo de edificar en solares y construcciones ruinosas traerá consigo su inclusión en el Registro Municipal de Solares y Construcciones Ruinosas de Córdoba, constituidas por Decreto de 2 de agosto de 2004.



**Fotografías 5 y 6.** Estado de los solares en general en el área.  
Fotos pertenecientes a C/Frailes nº 7, C/Jesús Nazareno 8.  
**Fuente:** Elaboración propia.

En el apartado c) del Capítulo 3º referido, se establece en el caso de las edificaciones, la obligación del mantenimiento dentro de unas condiciones de ornato público:

La fachada de las construcciones deberá mantenerse adecentada mediante la limpieza, pintura, reparación o reposición de sus materiales de revestimiento.  
(Fotografías 7 y 8)



**Fotografías 7 y 8.** Estado de algunos edificios del área con impacto en la calidad ambiental y falta de ornato, C/ Montero 2, C/Jesús Nazareno 8  
**Fuente:** Elaboración propia.

<sup>68</sup> Publicación en Boletín nº 248 de 31 de diciembre de 2012

Las obras serán costeadas a cargo de sus propietarios si estuvieran contenidas en el límite del deber de conservación que les corresponde.

La Ley 14/07 de Patrimonio Histórico de Andalucía en su artº. 19, define lo que se entiende por contaminación visual y perceptiva, *“como aquella intervención, uso o acción en el bien su entorno de protección que degrade los valores de un bien inmueble integrante del patrimonio histórico y toda interferencia que impida o distorsione su contemplación”*.

En la Ordenanza Municipal de Inspección Técnica de Edificios de Córdoba se hace mención de esta Ley 14/07, en su artº. 14 refiere la posibilidad de dictar órdenes de ejecución:

En fachadas, cubiertas o espacios visibles desde la vía pública podrán dictarse órdenes de ejecución para su adaptación al entorno por el Presidente de la Gerencia Municipal de Urbanismo del Excmo. Ayuntamiento de Córdoba, además de por motivos de interés turístico, cultural o estético...<sup>69</sup> (Fotografías 9 y 10)



**Fotografías 9 y 10.** Cruces aéreos de varias compañías de instalaciones, inclusive en entornos monumentales. C/Ciegos, Iglesia de San Rafael.  
**Fuente:** Elaboración propia.

Otro de los impactos que se pueden recoger dentro de la casuística del articulado anterior sería el aparcamiento indiscriminado sobre todo en sitios monumentales o entornos de B.I.C. (Fotografía 10)

La solución de estos impactos pasa por disuadir al estacionamiento de vehículos en puntos concretos mediante mobiliario urbano como jardineras, bolardos, que impidan el aparcamiento.

La ubicación de contenedores es otro gran problema en los núcleos urbanos pues nadie quiere tenerlos cerca de sus casas, por ello se recurre a colocarlos en las plazas o ensanches, con lo que ello supone de impacto visual en estos espacios de interés y de posible estancia.

<sup>69</sup> Ordenanza aprobada en el Boletín Oficial de la Provincia nº 248 (31-12-2012)

En recientes actuaciones urbanísticas llevadas a cabo en el área: entorno de Orive, Plaza de Juan Bernier y Plaza de Santa Marina se ha buscado una fórmula que resuelve la problemática planteada y que ha consistido en la ubicación de los contenedores en locales a modo de puntos limpios, lo que permite la recogida de basura y limpieza con más comodidad que la solución de soterramiento. Es una solución estética y confiere al entorno la calidad ambiental que se pretende obtener, debiendo hacerse extensiva al conjunto de las plazas y lugares de interés dentro del recorrido turístico. (Fotografías 11 y 12)



**Fotografías 11 y 12.** Hilera de contenedores situados en espacios urbanos y plazas que deberían usarse como sitios de estancia y esparcimiento. Actualmente se están ubicando en locales, fotografía 10 de Plaza de Juan Bernier, situación limpia y estética.

**Fuente:** Elaboración propia.

Gran parte de las sustituciones de edificios que se hicieron en el Conjunto Histórico en las décadas 60-80 al amparo de planes urbanísticos desarrollistas, suponen hoy impactos reconocidos en la tipología tradicional y trama parcelaria del Conjunto. Sobre ellos no cabe otra opción que intentar la mejora y su posible adaptación ambiental, ajustándolos a materiales de acabado tradicionales, sustitución de cerrajerías y carpinterías y mejora de sus elementos discordantes como aparatos de aire acondicionado, proliferación de antenas de TV, etc. (Fotografías 13 y 14)



**Fotografías 13 y 14.** Impactos urbanísticos de la tipología tradicional del casco histórico, abundancia de antenas, aparatos de aire acondicionado etc. Bloques del extremo nororiental de la Ajerquía, calle Zarco frente al cine Olimpia.

**Fotografías:** Elaboración propia.

En la mayoría de los impactos señalados bastaría con que se hiciera cumplir a los propietarios con la legislación que existe en materia de conservación, mediante órdenes de ejecución, tanto en solares, mantenimiento de fachadas o edificios en ruina.

La mejora ambiental pasa por la eliminación de estos elementos contaminantes, que contribuirán a conseguir cierta armonía en el entorno y la satisfacción del turista, que se precia de visitar destinos de calidad.

La aplicación de estas medidas podría llevar a un programa específico con ayudas municipales que colabore e incentive a los propietarios en el deber de mantener sus edificaciones.

### **6.3. Oferta turística y paraturística de soporte para su valorización y activación.**

Se incluyen en este apartado otros elementos que forman parte de la oferta turística o son afines a la misma, establecimientos de alojamiento, de restauración y comercios, que pueden servir de cobertura y soporte, igualmente necesarios para la dinámica turística a imprimir en el área.

Algunos de ellos con mucha actividad, inclusive propiciando eventos y atracciones para captar al turismo exterior como es el caso de la taberna de la Sociedad de Plateros en calle María Auxiliadora.

#### **6.3.1. Establecimientos de alojamiento turístico: hoteles, apartamentos turísticos, hoteles con encanto, etc. (Anexo II-A).**

El número de establecimientos conocidos en cifras oficiales en el área, dedicados a la actividad de alojamiento es de 9, de los que 3 son hoteles y un hostel, el resto, apartamentos turísticos y casas con habitaciones que prestan servicio al turismo.

(Tabla 10)

ESTABLECIMIENTO/SITUACIÓN	CATEGORÍA	Nº HABIT/APARTAM.	OTRAS PRESTACIONES
<b>HOTEL MACÍA ALFAROS</b> Calle Alfaros nº	4 *	144	Salas de reuniones, centro de negocios, piscina, parking, gimnasio, solárium ,prensa, etc.
<b>HOTEL LOS FAROLES</b> Calle Alfaros 34	3 *	16	Prensa, parking privado en el establecimiento.
<b>HOSTAL RONDA CORDOBA</b> Avda. de las Ollerías 45	Hostal	31	Parking. Situado en la periferia, fuera del área.
<b>CASA DE LOS NARANJOS</b> Calle Isabel Losa	Hotel con encanto, 2 *	20	Casa con patios. Sucesión de patios agradables
<b>APARTAMENTOS VICTORIA</b> Calle Alfaros nº 39	Apartamentos Turísticos 2 *	6	
<b>APARTAMENTOS PATIO DE VIANA</b> Calle Morales nº 9	Apartamentos turísticos	7	Terraza, jardín, solarium
<b>CASA APARTAMENTOS TERRALUNA</b> Callejón de Ciegos nº 1	Apartamentos turísticos	13	
<b>APARTAM. LA ACEQUIA</b> Calle Mª Auxiliadora 1	1 apartamento turístico	1	
<b>CASA VESUBIO</b> Calle Frailes nº 6	1 apartamento turístico	1 apart./ 6 plazas	Casa patio de interés

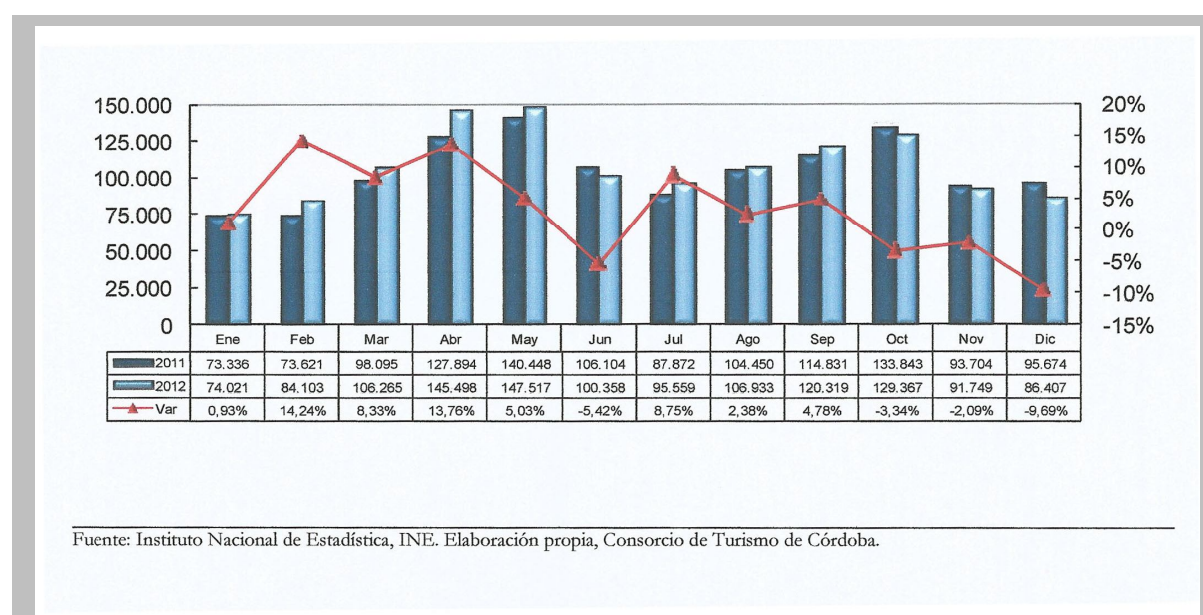
**Tabla 10.** Datos referidos a los alojamientos del área, categoría, nº de habitaciones y otras prestaciones.

**Fuente:** Elaboración propia a partir de trabajo de campo.

El número de plazas hoteleras es de 211, siendo el 68% de las mismas pertenecientes a un único establecimiento “Hotel Macía Alfaros”. En relación a la capacidad de alojamiento total de Córdoba, 99 hoteles y pensiones con un total de 6.469 plazas<sup>70</sup>, nos situamos en un 3.26 % del total, en cuanto al número de plazas. Una proporción muy baja en el área, lo que evidencia la escasa repercusión de esta actividad económica en la zona.

Los otros cinco establecimientos suponen aproximadamente 33 plazas más para alojamientos.

En el año 2011 tuvo lugar una iniciativa que hubiera supuesto asimismo un impulso interesante para el área, consistente en la creación de un hotel restaurante en el edificio monumental “Casa de los Marqueses de Santa Marta”, que cuenta con una posición muy estratégica en dicha zona. Aunque en tramitación a nivel oficial, ha seguido un curso como otros tantos proyectos, que actualmente se hallan paralizados, debido al fracaso en la financiación pretendida. Esperemos en beneficio del área que sea posible su realización futura.



**Gráfico 5 :** Evolución mensual del número de pernотaciones en establecimientos hoteleros del Municipio de Córdoba.

**Fuente:** Consorcio de Turismo de Córdoba. Informe anual 2012.

<sup>70</sup> Datos obtenidos del Boletín anual del Observatorio de Turismo de Córdoba 2012.



De los datos globales del gráfico adjunto (Gráfico 5), sobre la evolución mensual del número de pernотaciones en establecimientos hoteleros se comprueba que los meses de menor número de pernотaciones son enero y febrero, siendo el mes de mayor número de pernотaciones el mes de mayo, coincidente con el mes de las fiestas tradicionales de Córdoba y el de mejor climatología. En este mes, el número de pernотaciones fue de 147.517, respecto a un potencial de 190.710, lo que supone en cifras globales un 77,35% de ocupación. Es decir que ni aún en el mes del año de mayor demanda de plazas hoteleras, llegamos a cubrir el 100%.<sup>71</sup>

No obstante, como ya se expuso en los objetivos que se persiguen con esta propuesta dinamizadora del área<sup>72</sup>, no es tanto el interés por la creación de nuevas plazas hoteleras, que sin duda beneficiarían a la zona, sino por cubrir la oferta de las ya existentes en el conjunto de la ciudad, al ampliar el contenido de los recursos turísticos en el Conjunto de Córdoba y con un potencial de actualidad como son “los patios”. Por consiguiente, el sector hotelero, en principio, no se va a considerar a la hora de su activación en el área.

Sin embargo, la apuesta a realizar, sí estaría en la creación de apartamentos turísticos en el parque de edificios ya existentes, que permitiría la rehabilitación y recuperación de edificios singulares y con valores etnológicos a proteger- Para ello se potenciarían estas actuaciones con líneas de ayuda y financiación para las casas-patio que se hallen infra ocupadas o deshabitadas, así como para casas de vecinos. Inclusive esta opción permitiría el uso residencial, siendo compatible con el anterior. Con estas intervenciones, se conseguiría un doble objetivo, por una parte regenerar este patrimonio inmueble de gran valor para el área, poniendo en valor recursos nuevos patrimoniales, y segundo, crear pequeñas estructuras de negocios que formarían parte de la dinámica económica y potenciarían en gran medida el empleo.

### **6.3.2. La oferta de restauración: restaurantes, cafeterías, bares y tabernas típicas. (Anexo II-B)**

La oferta de este tipo de establecimientos es reducida si comparamos con otras zonas o barrios de Córdoba, los bares y cafeterías se concentran en los límites comerciales del área. Los bares no son destacables, pero en la mayoría de ellos se

---

<sup>71</sup> Este cálculo se ha realizado en términos absolutos, pues dentro del mes de mayo hay semanas como la de los patios o feria que sí pueden llegar al 100% de cubrición de plazas, por otra parte nos indica que el resto de semanas el porcentaje es aún menor.

<sup>72</sup> Objetivo 4º “Conseguir una mayor permanencia del turismo en la ciudad de Córdoba”



puede consumir el tapeo típico de la cocina tradicional cordobesa. En cuanto a cafeterías se han localizado sólo dos, igualmente en el eje comercial de María Auxiliadora-Realejo-San Pablo, se considera esta oferta poco significativa si se quiere dar cobertura a los momentos de esparcimiento de la actividad turística.

Son de destacar los restaurantes de cocina tradicional cordobesa que existen en la zona, que adoptan el nombre de “tabernas”, término popular que se ha conservado en este tipo de establecimientos y perpetuado en esta parte del Conjunto Histórico. Hay que decir a su favor que conservan su ambiente original y un sabor auténtico y tradicional, algunas de ellas ubicadas en casas típicas del patrimonio cordobés, por consiguiente, son por sí mismas auténticos potenciales turísticos, como es el caso de la Sociedad de Plateros en María Auxiliadora o la taberna de las Beatillas en la plaza de igual nombre, otras de reciente apertura como la taberna “La faena” en Compás de San Agustín que ha recuperado una casa de interés patrimonial. Las tabernas se encuentran muy repartidas por el área, algunas con mucha antigüedad por lo que mantienen valores de gran autenticidad, son visitadas por la población local y en general por todos los cordobeses.

Como novedad y de creación reciente se ha establecido un restaurante con cocina moderna y un café-bar igualmente de factura moderna, ambos en la Plaza de San Lorenzo.

En cuanto a la capacidad de comensales de las tabernas hoy existentes, hay más que suficiente para atender a una posible demanda, siempre que se mantenga el necesario límite de carga impuesto como resultado de los límites físicos del recurso “patios”.

No obstante, el incremento de este tipo de actividad complementaria al turismo, al igual que el modelo comercial específico de artesanía y recuerdos, imprimen una dinámica económica y de empleo del todo necesaria en la zona, por lo que se debe fomentar la creación de este tipo de establecimientos. De cara al futuro proyecto de dinamización del área se considera de gran interés mantener las características propias de las tabernas, en futuros establecimientos, su denominación y la posible ubicación en edificios de interés patrimonial o patios de interés.

### **6.3.3. El comercio tradicional minorista y los talleres de artesanía y joyería (Anexo II-C).**

Hablamos de un trozo de ciudad histórico que en los años 40-60 del siglo pasado tuvo un comercio terciario importante en la zona de San Agustín, que unido al existente en la Plaza de la Corredera abastecía a gran parte de la ciudad intramuros y fuera de ella, de esto ya no queda ni las sombras, todo ello consumido por la expansión de la ciudad moderna y con ello la creación de las grandes superficies comerciales. Hoy en la plaza de San Agustín y calles adyacentes como Obispo López Criado mantienen un pequeño atisbo de lo que fueron, con un comercio minorista, fruterías, carnicería y poco más, que mantienen la singularidad de los espacios abiertos al exterior y con una tipología característica de mercado de calle.

La mayor concentración de usos terciarios, comercios, oficinas, hostelería se han ido ubicando en las redes de comunicación principales, aquellas que han estructurado el área, con algo más de amplitud y han permitido la circulación rodada. En el eje por el que transcurren las calles María Auxiliadora, Realejo, San Pablo, nos encontramos con una notable proporción de locales; algo menos pero también destacable el eje norte-sur, Hermanos López Diéguez, Isabel Losa y calle Santa Marina, en la periferia algún comercio minorista, bares y cafeterías en la calle Alfaros y Ollerías.

Pero el comercio del área no es todo lo que se ve sino lo que no se ve, la actividad económica que ha estado fuera de los cauces legales y que ha tenido una existencia importante dentro de la zona, son los talleres de joyería, formando parte de lo que se ha venido en llamar “la economía sumergida de Córdoba”. Según el estudio realizado en el Programa de Actuación del Área nos indica que el 65,45% de la actividad comercial está desarrollada en este tipo de talleres, ocultos y compatibilizados con el uso residencial, inclusive al margen de la reglamentación medioambiental. Los datos reflejados en dicho estudio no tienen que ver con la realidad actual, pues este porcentaje ha caído notablemente debido a la situación de crisis económica en todos los sectores.<sup>73</sup>

Igualmente en lo que respecta a otro tipo de talleres de artesanía o de oficios se han tenido que ir redescubriendo, gran parte de ellos, con el boca a boca, pues al igual

---

<sup>73</sup> El presente estudio no ha comprobado la realidad que subyace de este mercado joyero, no obstante, en algunos edificios se ha podido comprobar el estado de abandono o la venta de los mismos.

que los anteriores no se encuentran en situación reglamentaria la mayoría de ellos<sup>74</sup>, de cara al exterior realizan una actividad lúdica y sus productos no son comercializables.

La situación referida, nos indica que dar cifras o porcentajes en relación con las actividades señaladas no serían datos contrastables ni tendrían validez en la realización de estudios comparativos con otras zonas de la ciudad.

Los talleres de oficios o artesanales que se han podido localizar se hallan gran parte de ellos en las plantas bajas de los edificios y algunos abiertos al exterior. De ellos menciono los que de algún modo responden a la artesanía propia de Córdoba: en la calle Peña, un taller de filigrana cordobesa “Hijos de Rafael Sandoval” que ya no responde hoy al taller tradicional de sus orígenes, siendo su producción industrial; en la calle Polichinela, un taller de cuero que realiza artesanalmente pequeñas piezas decorativas o enseres domésticos, no apto para la apertura pública; la construcción de guitarras de “José Rodríguez” de calle San Pablo, familia de constructores de gran tradición en Córdoba, hoy con pedidos fuera de nuestras fronteras; la casa de “Toldos Estévez” la espartería de San Pablo, con tradición de varias generaciones; el oficio de dorador, en el taller situado en la casa de Pastora 2, compatibilizando este trabajo por la escasez de clientes con otros que van saliendo... y así contamos con otros pocos ejemplos.

De ellos, destaco por su potencial turístico tres talleres de cerámica que se encuentran en el entorno de San Agustín, punto central del itinerario turístico, estos talleres no se hallan adecuados a una apertura pública, ni por ahora a ser visitados por el turismo, pero pueden ser el germen de un desarrollo artesanal en dicho entorno y de una actividad comercial en toda regla. El hecho de que estos talleres se hayan ubicado en el Compás y Plaza de San Agustín no obedece a una situación aleatoria sino a la inercia y vocación comercial de dicha plaza, aún con locales disponibles, lo que la convierte sin duda en el potencial turístico comercial dentro del itinerario turístico propuesto.

Para el segundo itinerario religioso donde se potencia el interés por la imaginería y tallas de gran fervor popular y de personajes religiosos de transcendencia para la ciudad de Córdoba, es de interés un comercio situado en la calle San Pablo con figuras y recordatorios de esta imaginería.

---

<sup>74</sup> Alta en autónomos, impuestos de actividades económicas

De igual modo como potencial turístico inicial contamos con la ubicación de talleres artesanales de la casa patio de Marroquíes 6, de distinta naturaleza pero que pueden ser visitados en el recorrido del patio. Y como potencial futuro la creación de un zoco comercial-artesanal en la casa patio de Chaparro 9, donde se ofrezcan productos de la tierra y artesanía que tenga que ver con las tradiciones cordobesas y con los nuevos productos culturales, propios del área, que se valoricen para el turismo.

## **CAPÍTULO VII. ESTRATEGIAS Y ACCIONES OPERATIVAS PARA LA VALORIZACIÓN Y ACTIVACIÓN TURÍSTICA DEL PATRIMONIO EN LA AJERQUÍA NORTE**

En este apartado del trabajo se intentará plantear una serie de medidas y acciones concretas para la puesta en valor de los recursos turísticos y los mecanismos para la gestión y su impulso, con implicación de los diferentes actores, y siguiendo unas pautas o estrategias generales que han sido adoptadas a consecuencia del análisis diagnóstico efectuado.

### **7.1. Líneas estratégicas principales que definen el marco de las acciones operativas.**

EN EL ÁMBITO TERRITORIAL DE LA AJERQUÍA:

- Basado en la sostenibilidad social, económica y ambiental.
- Modelo viable económicamente con inversiones contenidas, que permita la progresiva incorporación de recursos turísticos.

EN LOS ACTORES:

- Implicación en la planificación, gestión e impulso de iniciativas por parte de los agentes locales, asociaciones, empresarios turísticos y ciudadanos.
- Colaboración público-privada y participación ciudadana.

EN LA RECONVERSIÓN DE LOS RECURSOS PATRIMONIALES EN PRODUCTOS TANGIBLES:

- Sobre la base de la autenticidad e integridad con los valores del patrimonio material e inmaterial.

- Propiciando la conexión y complementariedad de los distintos recursos patrimoniales, culturales y recreativos de la zona, en itinerarios turísticos y macro productos funcionales y operativos con capacidad de atracción de la demanda y de asegurar una cierta permanencia del turista en el área.
- Haciendo atractivos los recursos para que el visitante adquiera una experiencia placentera.
- Innovando con acciones participativas del turista y no sólo limitadas a la observación.

## **7.2. Valorización de los recursos: los itinerarios turístico-patrimoniales como instrumento de integración de recursos patrimoniales y creación de producto final.**

### **7.2.1. Introducción al itinerario turístico-patrimonial:**

El itinerario turístico-patrimonial con distinta conceptualización que el itinerario cultural, a menor escala y dimensión geográfica, presenta cierto paralelismo con el denominado cultural en algunos de sus aspectos definitorios.<sup>75</sup>

Contexto: Mediante un proceso interactivo, la vía se caracteriza y enriquece con nuevas dimensiones

Contenido: Se apoya en elementos tangibles, los intangibles le proporcionan su significado.

Conjunto compartido: Con un valor superior a la suma de los elementos que lo integran y que le confiere su sentido.

Carácter dinámico: Integra en un sistema dinámico todas las formas de patrimonio y le confiere movilidad.

Un itinerario “cultural” conecta e interrelaciona bienes patrimoniales muy diversos formando un todo unitario.

*“La experiencia turística es una experiencia de cultura, de comunicación entre visitantes y residentes, es de naturaleza básicamente simbólica antes que material, experiencia efímera que valoriza el hecho emocional, sentimental del <descubrimiento>, del encuentro de las relaciones personales y grupales momentáneas. Por ello un solo recurso pierde sentido como motivador del viaje”.*<sup>76</sup>

<sup>75</sup> Concepto y definición de Itinerario Cultural en la Carta de Itinerarios Culturales. Québec (Canadá, 4 de octubre de 2008)

<sup>76</sup> Véase VENTORINI E.J. “Patrimonio Cultural, Turismo y Desarrollo Local: El camino de las estancias jesuíticas de Córdoba”, Córdoba, (Argentina), (2003).

Tras el análisis realizado sobre el potencial patrimonial, de patios del festival y de servicios complementarios de restauración y de ocio-recreativos, se procederá a la selección de un recorrido base que unifique gran parte de los recursos turísticos del área. El itinerario unificará los espacios urbanos y aquellos elementos materiales e inmateriales con significación socio-cultural, calidad ambiental y paisajística, que darán lugar a los siguientes productos:

- Productos turísticos en solitario, que podrán visitarse de forma aislada.
- Productos combinados entre sí dependiendo del tiempo de permanencia en el sitio: patrimonio histórico con inmaterial, sitios de interés, ocio, y/o restauración.
- Establecimiento de un itinerario base turístico general como producto, ofrecido mediante visita guiada.
- Establecimiento de un itinerario religioso y en combinación con otros recursos, ofrecido mediante visita guiada.
- Itinerario gastronómico de bares y tabernas, complementario de los anteriores.

La propia dinámica turística irá incorporando progresivamente productos fuera del itinerario, productos turísticos en solitario que contribuirán a completar la riqueza patrimonial del área.

### **7.2.2. Selección de recorridos y espacios urbanos con significación socio-cultural y calidad ambiental y paisajística.**

Partimos de la base de que nos encontramos en un trozo de ciudad, en un conjunto urbano con cierta homogeneidad tanto en su concepción histórica como en su evolución socio-cultural, así como en su configuración urbanística a lo largo del tiempo.

Esto le confiere una imagen o identidad que lo caracteriza, empezamos a hablar de un sitio único, de un paisaje cultural que convenientemente transmitido hace que el turista adquiera la experiencia de haber descubierto lo esencial de la cultura visitada.<sup>77</sup>

Pero al igual que la historia, el sitio histórico también está sobredimensionado para el turista, por ello es precisa la abstracción del lugar, trazando un recorrido con criterios selectivos que impliquen reunir el mayor número de atractivos y contenidos simbólicos, con mayor significación socio cultural del sitio y con la debida calidad ambiental.

---

<sup>77</sup> Idem...

El criterio definitorio del itinerario que nos ocupa ha estado principalmente enfocado en la articulación de un recorrido que agrupara el máximo de elementos patrimoniales, pertenecientes a distintas épocas de la histórica, de distinta categoría patrimonial: patrimonio arquitectónico; iglesias, murallas; patrimonio intangible; patios; calles; plazas y personajes del lugar; pero todos ellos con un denominador común, que es su pertenencia al acervo histórico de este trozo de ciudad.

La ciudad histórica por su antigüedad cuenta con muchas etapas, escenas y acontecimientos históricos que sin duda serían de interés para todo turista ávido de conocimiento cultural e inclusive para la población local, pues supondría recuperar gran parte de su memoria histórica. Esta es sin duda una tarea difícil y compleja, determinar en qué momento de la historia nos detenemos o qué es lo que queremos contar. La transmisión al turista nos obliga a apoyarnos en elementos materiales, en vestigios que existen en el momento actual, porque sus experiencias “simbólicas” deben ser -contrastadas y constatadas- con vestigios reales, por consiguiente, nuestro panorama histórico encuentra “ya” una restricción, porque se sustenta y se limita al patrimonio existente.

El itinerario turístico-cultural no es todo lo que cabe explicar de una ciudad histórica pero es más que la observación de los hitos aislados. En definitiva se trata de tener una visión más amplia de la ciudad, que el visitante sepa en primera instancia lo que tiene que conocer y cómo conocerlo. El itinerario explica e imbrica los elementos materiales tangibles, reales y palpables, que nos encontramos a lo largo del recorrido, en un discurso histórico y de aproximación a la realidad de nuestro tiempo: ¿qué experiencias tenemos sobre los elementos que encontramos?, ¿qué queremos contar y qué queremos transmitir? El reconocimiento de nuestro patrimonio e historia armonizado con los vestigios existentes en el momento actual, permitirá transmitir la autenticidad del sitio.

Todo ello deberá imbricarse con un hilo conductor que haga entender este discurso histórico en el momento actual, “imagen-identidad” porque así es como nos ha sido transmitido y como debe ser contado.

### **7.2.3. Establecimiento de un itinerario base a modo de eje vertebral de la oferta y como resultado de la aplicación de los criterios iniciales de viabilidad y sostenibilidad.** (Figura 7)

Introducirse en la Ajerquía Norte es hablar de la historia de sus barrios: Santa Marina, San Lorenzo, San Andrés. Santa Marina habitado por moriscos, aún

permanecen calles que llevan su nombre, Marroquíes, Moriscos; también llamado el “barrio de los toreros” porque lleva implícito el nombre de grandes toreros, que forjaron su arte de la lidia, sin escuela, en el Matadero Viejo; de ellos, muy nombrados Rafael Bejarano, Antonio Luque y González, también llamado “Camará”, Pepete, Bocanegra, Lagartijo, el Gran Califa “Manolete” y muchos otros... También, es hablar de sus plazas, habitadas por familias nobles de Córdoba, que aún conservan sus nombres, del Conde de Priego, Don Arias, Reja de Don Gome, etc.

1. Nos encontramos con un alto potencial patrimonial en la Ajerquía Norte, del diagnóstico realizado se han detectado un total de 37 elementos interés, repartidos en las siguientes categorías o grupos:

- Edificios monumentales y declarados BIC, con un total de 14 elementos.
- Puertas y lienzos de muralla de la Ajerquía, encontrados 5 elementos.
- Otros edificios de interés identificados, con un total de 4 elementos
- Hitos patrimoniales: con un total de 4 elementos
- Plazas catalogadas de especial interés, 7 elementos.
- Otros elementos patrimoniales periféricos considerados dentro del potencial, 5 elementos.

De la primera categoría de edificios monumentales y/o declarados BIC se recorre en el itinerario propuesto ocho de ellos, lo que representa el 57% de los edificios patrimoniales. El orden es el siguiente: Iglesia de los Trinitarios, Iglesia de San Lorenzo, Iglesia de San Rafael, Iglesia de San Agustín, Palacio de los Marqueses de Viana, Compás e Iglesia del Convento de Santa Isabel e Iglesia de Santa Marina. De estos monumentos, tres de ellos, San Rafael, San Agustín y Palacio de Viana permanecerán abiertos para la visita turística, el resto formarán parte del recorrido histórico-argumental y supeditados a posibles convenios posteriores para su apertura.

La Iglesia de San Rafael o del Juramento, iglesia votiva, permitirá dar significación a la tradición y figura del Arcángel San Rafael como protector de la ciudad de Córdoba, así como a otros Santos Mártires de Córdoba y patronos de la ciudad. Se pretende reforzar esta tradición y valores de nuestra identidad mediante la creación de un museo sacro-histórico-documental.

La iglesia de San Agustín perteneciente a la Congregación de los Dominicos, después de más de treinta años cerrada al público, rehabilitada por la Consejería de



Cultura de la Junta de Andalucía, cuatro años después de su rehabilitación no tiene una apertura permanente sino solo en los actos de culto. La situación actual se presenta con un importante cambio que hará que esta joya del barroco cordobés pueda ser contemplada por todos los cordobeses y por los visitantes a nuestra ciudad. Se plantea asimismo la posibilidad de albergar a la Virgen de las Angustias de dicha cofradía, acrecentando aún más su potencial y atractivo.

El Conjunto Monumental del Palacio de Viana se halla abierto con horario turístico, se organiza una visita guiada al Palacio y visita libre a los doce patios de distintas características y denominación que componen el Conjunto.

El Compás e Iglesia de Santa Isabel perteneciente al Convento de dicho nombre, con origen en un beaterio fundado en 1489. La iglesia contiene importantes piezas artísticas. Tiene un horario de apertura matinal, se propone completar el horario para visita mediante la posibilidad de un convenio público-privado.

La Torre de la Malmuerta, torre albarrana defensiva del siglo XIV, se propone como punto de información al inicio del recorrido, mirador de la Ajerquía y Centro interpretativo de las defensas de la ciudad de Córdoba.

El potencial monumental que se visite debe contar con la información adecuada con referencia a la historia del monumento, así como de las piezas artísticas o elementos que alberguen y que sean de interés su significación y conocimiento. El sistema informativo e interpretativo que se elija puede ser muy variado: paneles, folletos o guías, audio guía o visita guiada etc.

En relación a las murallas de la Ajerquía Norte que definen y delimitan parte de su contorno, se hallan en el itinerario tres elementos de los cinco que forman parte del área. Al inicio, las Murallas del Marrubial y desde allí el panel informativo del Conjunto del Área, que contendrá la información del itinerario, de las murallas defensivas de la Ajerquía, su delimitación y los nombres de las distintas puertas de entrada de la Ajerquía ya inexistentes pero que aún son nombradas por la población local, así como de los elementos visitables y potenciales patrimoniales del Conjunto. Se encuentran en el recorrido la Puerta del Rincón y Murallas de la Calle Adarve.

Dentro de los cuatro hitos históricos se hallan tres en el itinerario, es decir el 75% de los mismos, paseamos por las fuentes históricas del barroco que se hallan en el recorrido, algunas de ellas situadas en las plazas del recorrido.

Cinco de las siete plazas catalogadas por el PEPCH, se encuentran en el recorrido:

- Plaza del Corazón de María o también llamada de los Trinitarios o de los Padres de Gracia, vinculada su denominación e historia a dicho convento; ha tenido otros nombres dentro de la cultura popular como la Plaza del Alpargate por el calzado de los trabajadores que allí acudían o la Plaza del Rescatado por el famoso Cristo del Convento, desde 1987 presenta la configuración actual.
- Plaza de San Rafael también adopta el nombre de la Iglesia que allí se ubica. La actual iglesia neoclásica es el resultado de una ampliación de una iglesia más pequeña destinada al culto de San Rafael “Custodio de Córdoba” tras su aparición al padre Roelas en 1578. La actual se construye en 1796 y rectifica las proporciones iniciales de la Plaza. En esta plaza se encuentra una fuente barroca a modo de pilón de 1809.
- A continuación, la Plaza de San Agustín históricamente vinculada al Compás del Convento de San Agustín, tuvo una importante actividad comercial que abastecía los barrios de Santa Marina y San Lorenzo, empezando a decaer en el siglo XVIII. La plaza se encuentra elevada salvando la topografía existente, en su centro se halla la figura del compositor cordobés Ramón Medina. Actualmente sería necesaria una mejora de dicho entorno.
- La pequeña Plaza de la Fuenseca, debe su nombre a una enigmática fuente que se hallaba en la Plaza de Alfaro, con posterioridad se trasladó a la parte central de este espacio. La fuente desde 1808 se halla adosada a uno de los laterales de la plaza y se encuentra rematada por un San Rafael. En esta plaza se halla el cine de verano Fuenseca, presentado como un potencial atractivo de ocio-cultural en el entorno.
- La Plaza de Capuchinos incorporada a nuestro itinerario por su proximidad, llamada también de los Dolores y del Cristo de los Faroles, es esta plaza de las más bellas de Córdoba, data de 1663 y surgió a modo de compás de la iglesia. En uno de sus laterales se construyó el Hospital de San Jacinto con dos magníficas portadas barrocas. Aquí se halla la Virgen de los Dolores, una de las Vírgenes que más se veneran en Córdoba. A través de una calleja conecta con la Cuesta del Bailío, comunicación entre la Medina y la Ajerquía. La plaza

con su canto rodado y su porte ascético, casi en su centro como telón principal el magnífico Cristo de los Faroles<sup>78</sup>;

- A la última plaza del itinerario, accedemos desde el Callejón del Conde de Priego a la Plaza del mismo nombre, cuya casa-palacio se ubicó en la fachada norte. Aquí se cuenta una dramática historia de amor que inspiró a Lope de Vega su obra Los Comendadores de Córdoba. A esta plaza recae la fachada austera del Convento de Santa Isabel, al este la espléndida fachada de la iglesia de Santa Marina con su portada y contrafuertes. En el centro de la Plaza se ubica desde 1956 el grupo escultórico dedicado a la figura del matador de toros “Manolete”. Esta plaza es muy visitada por el turismo, con gran afluencia de público en Semana Santa y Cruces de Mayo.

**En el itinerario propuesto se han incorporado 23 de los 37 elementos que forman el potencial patrimonial, representando el 63% del Conjunto patrimonial.**

2. Del potencial patios, siendo este el recurso estrella para su valorización turística,<sup>79</sup> se han analizado los patios presentados en los últimos diez años, siendo un total de 39 patios, clasificados según el tiempo transcurrido desde su presentación al festival:

- 24 casas-patio presentadas alguna vez en los últimos tres años.
- 10 casas-patio, además de las anteriores, presentados alguna vez en los últimos diez años y no presentados en los últimos tres.
- 5 patios-equipamientos que abren sus puertas durante el concurso.

Tras el proceso selectivo realizado sobre sus valores populares- etnológicos, arquitectónicos, identitarios del área, y valoración dentro del festival, se proponen seis patios para su incorporación a la visita turística, los cuales son recorridos dentro del itinerario turístico propuesto. Los patios valorizados para la visita turística y por orden en el recorrido son los siguientes: San Juan de Palomares 11, Trueque 4, Pozanco 21, Parras 6, Marroquíes 6 y Chaparro 9.

Cada patio tiene su especificidad y singularidad, aparte de mostrar el propio atractivo del patio, al mismo tiempo se les dotará de contenido en relación a la historia del mismo: familias que allí han vivido, cómo se inicia su participación en el concurso, premios obtenidos, singularidades en su decoración, tipo de plantas, anécdotas etc.,

---

<sup>78</sup> Ningún visitante debe quedarse sin conocer esta bella plaza de Córdoba, que de alguna manera representa nuestra idiosincrasia y nuestra historia.

<sup>79</sup> Los patios serán un atractivo principal para el turismo tras la reciente Declaración como Patrimonio Inmaterial de la Humanidad.

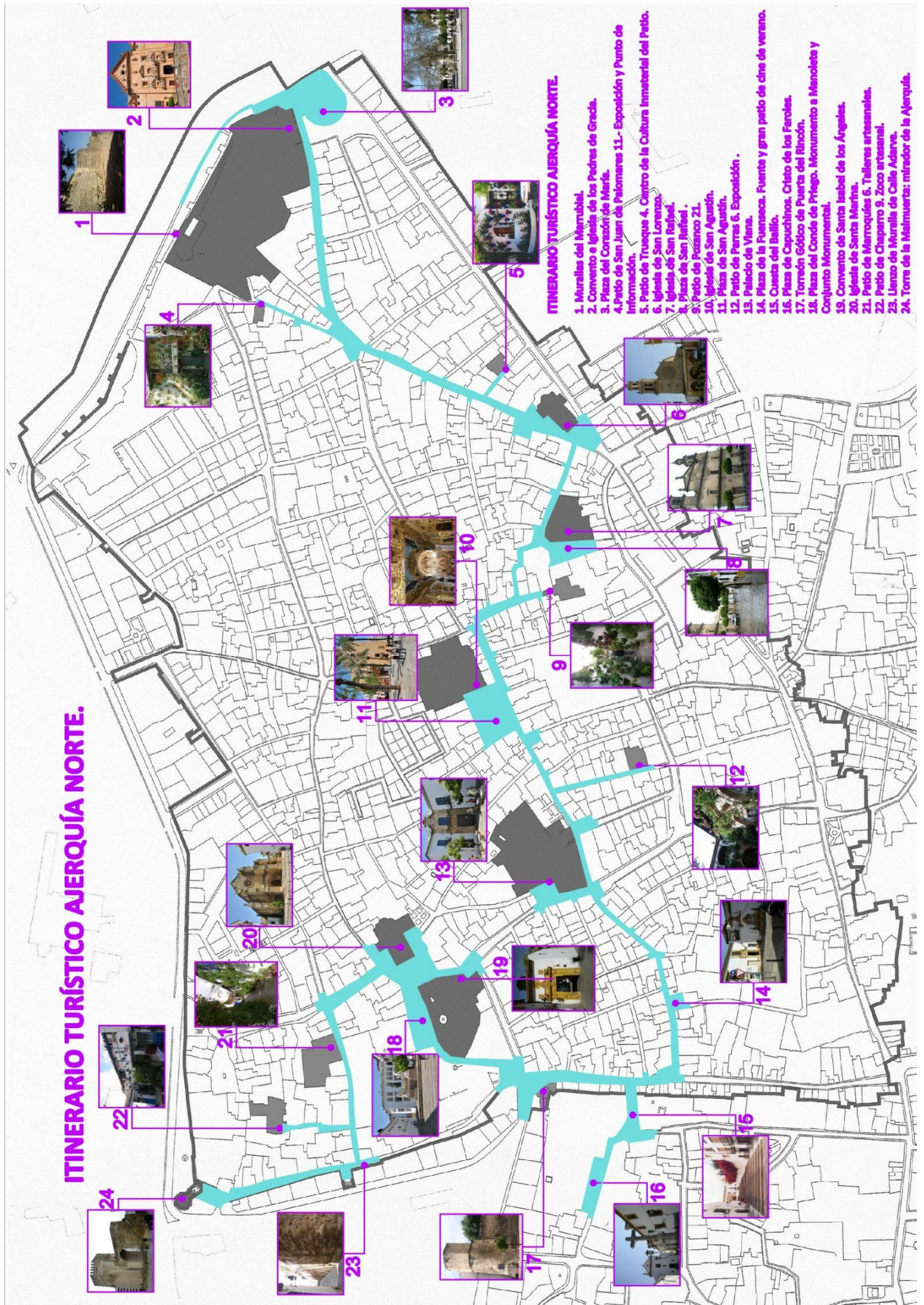
y pretendiendo que en los mismos se realicen acciones que impliquen la participación activa del visitante.

Otras plazas del recorrido como confluencias de calles: la de D. Arias, lugar de paso que toma su nombre del caballero de la Orden de Alcántara, Don Arias de Acebedo de ilustre familia cordobesa que aquí vivió; la plaza del Pozanco, antigua hondonada que se llenaba de agua, de ahí su nombre, desaparecida en 1789 cuando se acondiciona el arroyo de San Lorenzo; las Beatillas debido a la existencia de un beaterio, placita de sabor popular. Cerca del recorrido la Plazuela de Don Gome que ya existía en el siglo XIV, donde se ubica el Palacio de Viana por el que han pasado importantes familias nobiliarias de Córdoba, presenta una bella portada atribuida a Juan de Ochoa, siglo XVI.

El itinerario base se presenta como un producto completo que deberá ser convenientemente interpretado por guías, con contenidos veraces y siempre orientados a la transmisión de la seña de identidad del área, con acciones participativas del turista durante el recorrido y con los moradores de los patios. El producto se complementa con las tabernas que igualmente se incorporan al itinerario ofreciendo su cocina tradicional cordobesa.

Para la puesta en escena del itinerario con los recursos señalados se hace precisa la constitución de un fondo documental y museográfico, desde el cual se seleccionen los contenidos y las acciones participativas que formarán parte del mismo.





**Figura nº 7.** Itinerario turístico principal del Área de la Ajerquia Norte.  
**Fuente:** Elaboración propia.



#### **7.2.4. Establecimiento de un itinerario religioso y en combinación con otros recursos.** (Figura 8)

Este itinerario resulta como derivación del itinerario base anterior , tras el análisis realizado del potencial patrimonial en lo que respecta a las iglesias del recorrido, se desprende un potencial de carácter religioso que podría suponer la desestacionalización del turismo, incorporando un turismo del interior de Andalucía o ciudades de proximidad, inclusive para la población local como forma de mantener nuestras tradiciones vivas y el apego al simbolismo religioso y tallas de desfiles procesionales de gran fervor que han configurado parte de nuestra historia y tradiciones. Con carácter general iría orientado al segmento de la población mayor, población que dispone de tiempo libre en cualquier época del año.

Este itinerario se fundamenta en contenido religioso, en la imaginería de los pasos procesionales que crea una intensa devoción en la población cordobesa, en la historia de figuras relevantes religiosas que dan contenido y autenticidad a nuestras tradiciones y al sentir cordobés, y complementado con la visita a dos de los patios populares más conocidos de Córdoba, San Juan de Palomares 11 y Trueque 4, este último convertido en el Centro de la Cultura Inmaterial del Patio.

Así pues siguiendo el itinerario base se contemplan los siguientes recursos:

- Visita a la iglesia de los Trinitarios y la imagen de Nuestro Padre Jesús Nazareno Rescatado “El Rescatado”<sup>80</sup> de 1713 de Fernando Díaz Pacheco, y del Santísimo Cristo de Gracia conocido como el Esparraguero.
- Visita a los dos patios de la Cultura Inmaterial del Patio: San Juan de Palomares 11 y Trueque 4.
- Visita a la Iglesia de San Rafael o del Juramento<sup>81</sup>, la significación histórica del padre Roelas y su vinculación con la figura del Arcángel Custodio de Córdoba “San Rafael”, así como de otros santos mártires de Córdoba y patronos.
- Visita a la Iglesia de San Agustín y a la Virgen de Nuestra Sra. De las Angustias<sup>82</sup>.
- Visita a la Plaza del beato Padre Cristóbal, beatificado en el 2013; e iglesia de Jesús Nazareno, donde se encuentra la cripta donde reposan sus restos. En

---

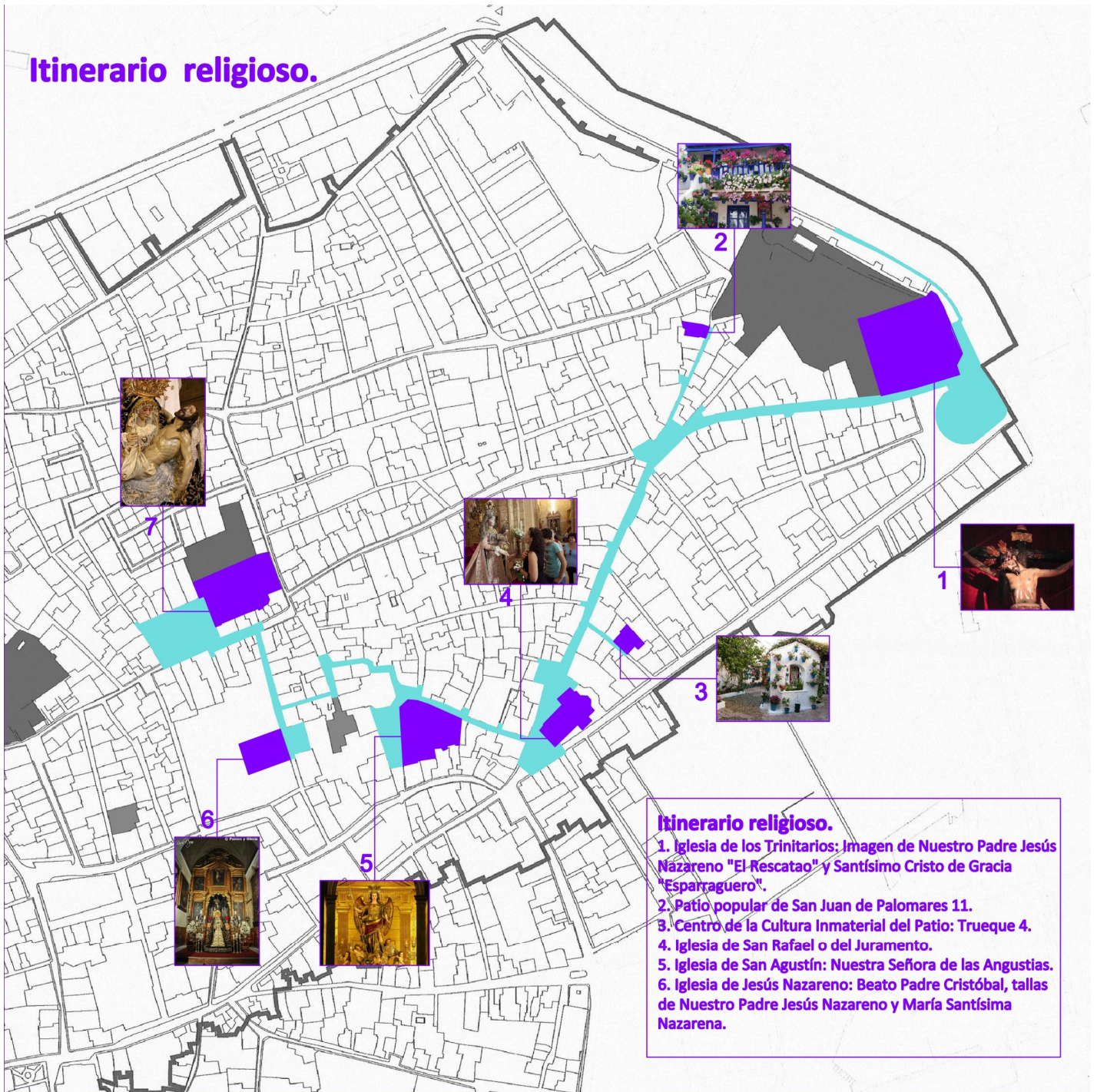
<sup>80</sup> Según cuenta la leyenda este Cristo fue rescatado de Mamora (Marruecos) por un hermano trinitario.

<sup>81</sup> Iglesia que se levanta donde el Arcángel Rafael apareció al padre Roelas jurándole custodiar la ciudad. De aquí el culto a San Rafael.

<sup>82</sup> Previsto el traslado de la Virgen de las Angustias a San Agustín, hoy en la iglesia de San Pablo.

esta iglesia se conservan obras atribuidas a Valdés Leal y un lienzo de Antonio del Castillo. Se hallan también dos tallas de importante factura y de gran fervor en la Semana Santa Cordobesa: Nuestro Padre Jesús Nazareno (anónima del siglo XVII) y María Santísima Nazarena (siglo XVIII).

- El itinerario se completa de forma opcional con una subida a las Ermitas donde el padre Cristóbal vivió como ermitaño hasta fundar la Congregación de las Hermanas Hospitalarias de Jesús Nazareno.



**Figura nº 8.** Itinerario religioso de la Ajerquía Norte.  
**Fuente:** Elaboración propia.

### **7.2.5. Complementariedad del itinerario patrimonial y religioso con los recursos gastronómicos.** (Figura 9)

Ambos itinerarios se complementan con el componente gastronómico de las tabernas, con comidas típicas de la tierra, cada vez más la gastronomía se considera como un potencial turístico por excelencia. Las paradas gastronómicas significan tiempos de descanso y de compartir los gustos y costumbres populares del día a día, como otra forma de conocer la cultura propia del sitio que se visita. Los itinerarios patrimoniales-culturales propuestos son extensos en su contenido, por consiguiente será obligada una parada para el almuerzo o a modo de descanso para compartir productos de la tierra.

En los itinerarios se localizan siete tabernas, no obstante debido a la proximidad de las demás tabernas y bares en el área, el turista en solitario o en grupo puede optar a cualquier otro lugar de restauración que le confiera atractivo y vea colmadas sus expectativas gastronómicas

### **7.2.6. Oferta de productos turísticos independientes y combinados entre sí, en torno al itinerario base: patrimonio histórico e inmaterial, sitios de interés, con ocio y/o restauración, etc.**

El itinerario histórico-cultural tiene su razón de ser siempre que se haga guiado o bien interpretado en un folleto o guía documental, expresamente diseñada para el mismo. Resultando más atractiva y de cara a la participación y experiencias del turista, elegir la primera opción.

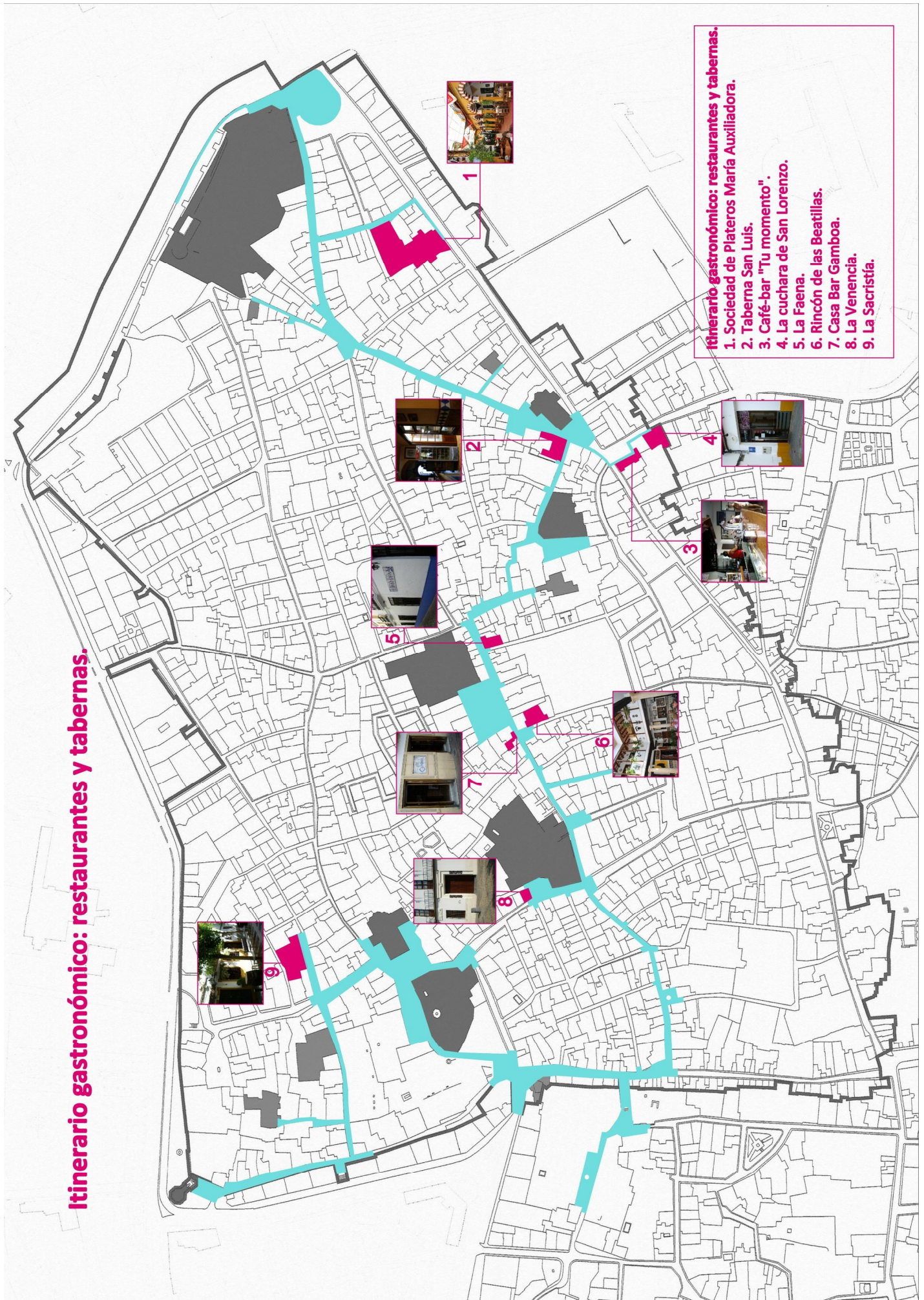
Dentro del itinerario diseñado también pueden ofrecerse los productos por separado, que van a depender del tiempo de visita de que dispone el turista y de sus gustos por un determinado producto. En cualquier caso para que estos recursos del itinerario puedan ser visitados tienen que disponer de una información "in situ" y de contenido argumental, tanto los inmuebles a visitar como los espacios, calles y plazas del recorrido. Y en lo que se refiere a los inmuebles o patios visitables deberán disponer de información sobre horarios y días de apertura.

En este supuesto, y a la hora de ofrecer los productos por separado tiene que disponerse de una buena señalética, no solo la informativa sino también la direccional, indicativa de los sitios visitables y los sitios de ocio y restauración.

Contando con las premisas anteriores los sitios accesibles al turista en solitario son los mismos que los definidos en el itinerario base principal (no en el itinerario religioso que precisará de visitas concertadas y en grupos).



**Itinerario gastronómico: restaurantes y tabernas.**



- Itinerario gastronómico: restaurantes y tabernas.**
1. Sociedad de Plateros María Auxiliadora.
  2. Taberna San Luis.
  3. Café-bar "Tu momento".
  4. La cuchara de San Lorenzo.
  5. La Faena.
  6. Rincón de las Beatillas.
  7. Casa Bar Gamboa.
  8. La Venencia.
  9. La Sacristía.

**Figura nº 9.** Itinerario gastronómico complementario del itinerario principal turístico.  
**Fuente:** Elaboración propia.

### **7.3. Actuaciones en materia de infraestructura y equipamientos turístico-culturales.**

#### **7.3.1. Articulación de los principales atractores del área:**

##### **7.3.1.1. Creación del Centro de la Cultura Inmaterial del Patio Cordobés tradicional.**

El Proyecto Cultural presentado en esta propuesta de dinamización turística como Centro de la Cultura Inmaterial del Patio Popular Cordobés, ha merecido su reconocimiento por la administración local y autonómica,<sup>83</sup> y se va a contemplar su realización dentro del Plan Turístico de Grandes Ciudades para Córdoba, el cual entre sus objetivos prevé la valorización turística de los patios que han sido objeto de la declaración. El Convenio entre administraciones se encuentra aún en vías de desarrollo y se espera quede materializado para finales del mes de diciembre de 2013.

El edificio es de propiedad municipal, adquirido por la empresa municipal de vivienda “VIMCORSÁ”, dentro de su política de recuperación y protección de los patios populares de Córdoba, el cual, de conformidad con el futuro convenio entre administraciones, será rehabilitado y convertido en el futuro Centro de la Cultura Inmaterial del Patio Cordobés.

La creación de este centro dará un impulso efectivo a la dinamización turística del área, funcionará como producto en solitario y/o unido a las propuestas de itinerarios turísticos que se desarrollen para la zona.

##### **7.3.1.2. Objetivos y fundamentación de la propuesta de creación del Centro.**

La Declaración de Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad de la Fiesta de los Patios de Córdoba, despierta con nuevos retos, con una andadura que ya ha comenzado, siendo éste el momento de apostar por la difusión de este Patrimonio con la creación de un proyecto de la cultura inmaterial del patio cordobés desde la Institución Local, que será el referente de la Fiesta de los Patios de Córdoba durante todo el año, para todo el visitante que quiera conocer lo que significa este patrimonio, patrimonio que ha traspasado nuestras fronteras y que pertenece “ya” a todo el mundo.

Las casas-patio y casas de vecinos han logrado ponerse en las cotas más altas de nuestro patrimonio, con un reconocimiento y merecimiento a nivel mundial, como

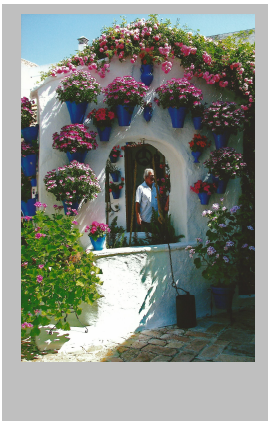
---

<sup>83</sup> Se desarrolla a continuación la propuesta de objetivos y fundamentación para su creación



contenedoras de la tradicional fiesta de los patios de Córdoba. Por sí mismas, tienen ya una gran riqueza patrimonial y en consecuencia es lo que hay que ofrecer al visitante que viene de fuera, el cual, quiere conocer de primera mano lo que significa este Patrimonio Inmaterial. Es el deber, por tanto, de los responsables políticos y de la ciudadanía en general la transmisión adecuada de este Patrimonio Inmaterial con el objetivo principal de su protección y salvaguardia.

El edificio que se propone para albergar el Centro Cultural Inmaterial del patio es una casa-patio, situada en la calle Trueque nº 4 en la Ajerquía Norte, casa emblemática dentro del tradicional concurso popular, habiendo obtenido numerosos premios (Fotografías 15 y 16). El edificio en la actualidad permanece vacío y está prevista su adquisición por la Empresa Municipal de la Vivienda, en cumplimiento de sus objetivos de protección y salvaguardia de este patrimonio de todos los cordobeses.



**Fotografías 15 y 16:** Patio de Trueque 4, pozo central y vista general.

**Fuente:** Archivo fotográfico de VIMCORSА.

Entre los objetivos para la creación del Centro Cultural Inmaterial del Patio están los siguientes:

- Dar a conocer este patrimonio en su verdadero contenido inmaterial debido a que el patio es el instrumento en el cual se apoya la tradición festiva, por lo que tanto para el visitante como para la población local, deben transmitirse y salvaguardarse los verdaderos valores etnológicos y antropológicos que han sustentado la Declaración.
- Reforzar la imagen de Córdoba en el exterior.

- Ser un atractivo más para la permanencia del turismo cultural en nuestra ciudad, algo que es también demandado en los últimos tiempos como factor generador de riqueza y empleo.
- El visitante quedaría satisfecho, evitando con ello las aglomeraciones de la fiesta que desvirtúan la contemplación propia de los patios, que en definitiva es su sentido último.
- La forma más sostenible de mostrar nuestro patrimonio, pues las visitas tendrían una continuidad durante todo el año, a su vez desde este patio y como punto de partida, se iniciaría el recorrido por el itinerario propuesto, planteando una secuencia de patios con valores etnográficos y con el complemento del resto de los atractivos de la ciudad histórica.

Su creación sería desde la sostenibilidad tanto económica como ambiental, generando los recursos necesarios para su mantenimiento y limitándose su capacidad de carga.

#### **7.3.1.3. Resultados que se esperan obtener.**

El edificio por su configuración y atendiendo al máximo respeto a su morfología se halla con las posibilidades limitadas, tanto en su superficie como en los accesos y recorridos, no obstante esto no será un inconveniente a la hora de obtener el producto deseado.

1.- En principio se halla prevista la ubicación de una vivienda en planta baja en la esquina del edificio, justificada por el carácter residencial de la casa-patio, no obstante su incorporación o no al proyecto cultural va a depender de la extensión de los contenidos a exponer, a efectos de conseguir los fines previstos.

2.- El resto de planta baja se destina a los usos expositivos, debido a las limitaciones referidas no se ha podido establecer un circuito que permitiese controlar el flujo de personas en las salas, por lo que el flujo se autorregularía con los accesos libres desde el patio, quizá también ésta sea la forma más lógica de funcionamiento y responde al esquema de la propia casa. Las salas destinadas a la exposición y uso público suponen una superficie total de 81,20 m<sup>2</sup>, y su distribución y temática es la siguiente:

Acceso: Se accede al patio a través de un zaguán cubierto, aquí se expondrá un panel indicativo del patio ganador del concurso de patios de la anualidad correspondiente.

Sala 1: Taquilla y tienda especializada (fotografía, bibliografía etc.). Superficie 15,24 m<sup>2</sup>.

Sala 2: Proyección video de los patios. Superficie 17,62 m<sup>2</sup>

Sala 3: Información sobre los patios. -Pasado y Presente-Estructuras de los patios: arquitectura, mobiliario, vegetación etc. Superficie 13,98 m<sup>2</sup>

Sala 4: Exposición fotográfica.- Artículos de Prensa.- Música y Pintura de los Patios.- Interés Patrimonial de los Patios. Superficie 11,53 m<sup>2</sup>

Sala 5: Proyección mural envolvente (color, olor y sonido). Superficie 11,25 m<sup>2</sup>

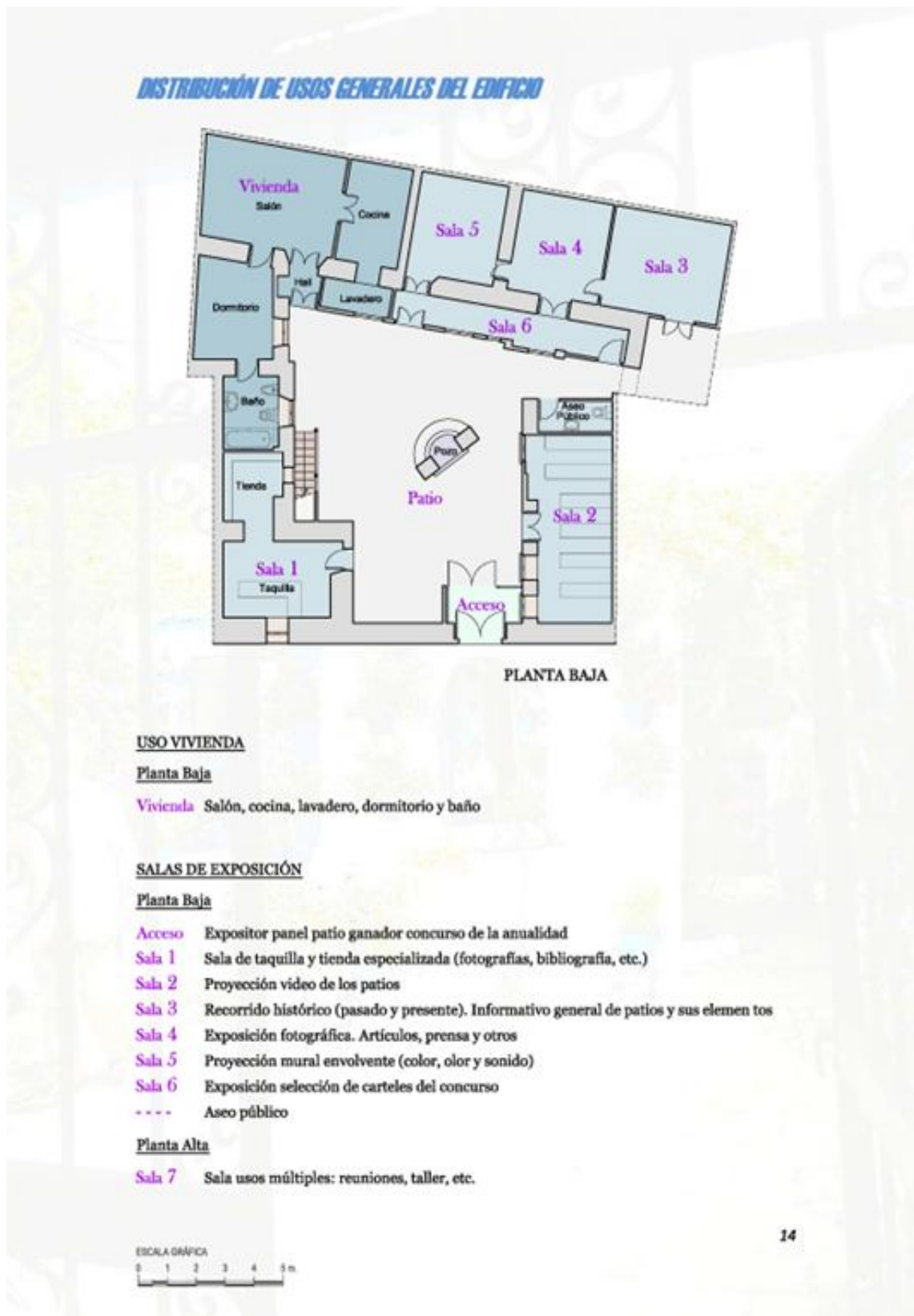
Sala 6: Exposición selectiva de carteles del concurso. Esta sala se desarrolla en una galería, con entrada y salida en sus extremos. Superficie 8,86 m<sup>2</sup>.

3.-Planta alta:

Sala 7: Se ubican dos habitaciones contiguas de poca superficie 24,63 m<sup>2</sup>, no viéndose la conveniencia de que formen parte de la exposición por su accesibilidad, por lo que a éstas se le daría un uso más restringido: pequeñas reuniones, talleres reducidos, sala de consulta bibliográfica etc.

4.- El patio, como elemento principal de la visita, con una superficie de 79,32 m<sup>2</sup>, espacio contemplativo que a su vez serviría de elemento distribuidor y regulador de los flujos de personas. Asimismo de forma esporádica y programada se organizarían actividades docentes relativas al mantenimiento de los patios y en relación con la jardinería. (Figura 10)

### 7.3.1.4. Propuesta de distribución de usos generales.



**Figura 10.** Propuesta de distribución de los usos generales del futuro Centro de la Cultura Inmaterial del Patio.

**Fuente:** Elaboración propia sobre planimetría de VIMCORSA.

### **7.3.1.5. Valorización turística de los patios previstos en el itinerario. Definición de los contenidos informativos e interpretativos de cada patio, potenciando las sinergias y complementariedades entre los mismos para hacer más funcional y atractiva la ruta resultante.**

Los objetivos perseguidos con esta valorización son los mismos que los definidos para el Centro de la Cultura Inmaterial. Aparte del conocimiento del propio patio, sus singularidades, historia, premios etc., se atenderá a los valores inmateriales del mismo, por ello la participación del visitante con los moradores del patio es fundamental en cuanto a la captación y transmisión de los valores de la declaración. Esta interacción enseñará al visitante el modo de vivir en cada patio, la cercanía y convivencia entre los vecinos del patio, los cuidados de las plantas y su dedicación, el riego, el mantenimiento, el trabajo desarrollado en los días del concurso. Inclusive desarrollando acciones participativas con el turista en los cuidados del patio, riego de las plantas, su identificación, opinión y valoración sobre los patios visitados etc.

Para escolares, debido a un mayor tiempo disponible y su disponibilidad a la participación, las posibilidades de interactuar con los patios son mucho más amplias, tantas como la imaginación permita: desde actividades creativas, pintura, decoración; actividades del conocimiento: los valores de la declaración, los cuidados y conocimiento de las plantas en nuestros patios, las formas de convivencia, los materiales constructivos tradicionales de estos edificios; juegos, yincanas, etc.

La propuesta que se hace sobre los contenidos de cada patio es la siguiente:

- San Juan de Palomares 11.- Contenido argumental del patio, exposición complementaria del proyecto de la cultura inmaterial del patio de Trueque nº 4 y punto de información turística zonal.
- Trueque 4.- Contenido argumental del patio. Centro de la Cultura Inmaterial del Patio con distintas salas, de video, historia de los patios y del festival, expresión de sus valores etnológicos, vinculación con las artes, con la naturaleza etc.
- Pozanco 21.- Contenido argumental del patio. Se recuperarán las instalaciones comunitarias de la antigua casa de vecinos. La inquilina dispone de una colección de antigüedades y pone a disposición del público una colección de libros antiguos de Córdoba.
- Parras 6.- Contenido argumental del patio. Casa con muchas transformaciones en su haber y de valor arquitectónico, formó parte de un convento, después casa solariega, convertida en casa de vecinos y hoy la habita una sola familia.

Se ofrecerá al visitante algún producto típico de la tierra y descanso para admirar y contemplar la belleza de este patio, situado casi a la mitad del recorrido turístico.

- Marroquíes 6.- Contenido argumental de la casa patio. Animación con talleres de artesanía, algunos visitables.
- Chaparro 9.- Contenido argumental de la casa patio y como casa de paso. Creación de un zoco artesanal con venta de productos de la tierra y artesanía local.



**Catalogación PEPCH: EA-233**

**Casa de Vecinos**

**Cronología: Siglos XIX y XX**

**Valoración ambiental: 5**

**Ref. Catastral: 46521/08.**



## VALORIZACIÓN TURÍSTICA

**USO ACTUAL:** Vivienda en alquiler

**CONSERVACIÓN:** Reciente rehabilitación    **PROPIEDAD:** Ayuntamiento de Córdoba-VIMCORSA

**INTERÉS DE LA CASA-PATIO:** Corral de vecinos del siglo XIX, encuadrado dentro de la arquitectura popular de gran belleza. El patio y los elementos arquitectónicos del mismo, escalera exterior, galería de madera, cuerpo de pilas y pozo, el patio con su pavimento irregular de bolo, su vegetación: palmera, limonero y su bella buganvilla; los elementos más característicos de este patio que le otorgan esta singularidad, todo se mantiene y conserva como en su estado original.

**INTERÉS ETNOLÓGICO:** Sus antiguos moradores han vivido en torno al patio, vida y dedicación han sido los referentes sociales de este patio, que con orgullo era mostrado a los visitantes locales y del exterior.

**VALORACIÓN POPULAR:** Presentado durante muchos años al concurso de patios y ganador de numerosos primeros premios. Cuando murió su propietaria "Josefita" dejó de presentarse, hasta que fue recuperado por VIMCORSA como elementos patrimonial de gran valor. Es uno de nuestros más bellos patios populares.

**PUESTA EN VALOR:** Se halla ocupado por una vivienda en alquiler. Dos salas actualmente ocupadas por una Asociación. . En la propuesta de dinamización turística complementa el contenido expositivo del patio de Trueque nº 4, debido a su cercanía con el mismo, asimismo sería el primer patio visitable y por consiguiente también se propone como punto de información turística zonal. El recurso turístico por excelencia es el patio que se mantendrá cuidado y en condiciones para su exposición.

**VIABILIDAD:** El edificio es de la empresa pública VIMCORSA, por consiguiente es viable su apertura al público en general debido a que es un patio institucional.

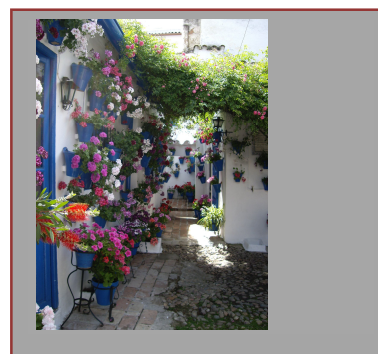
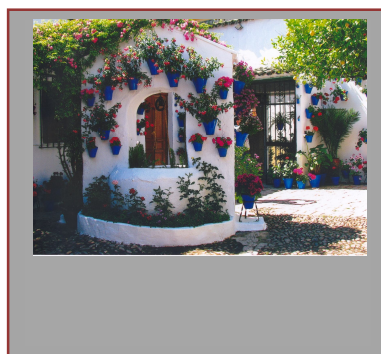
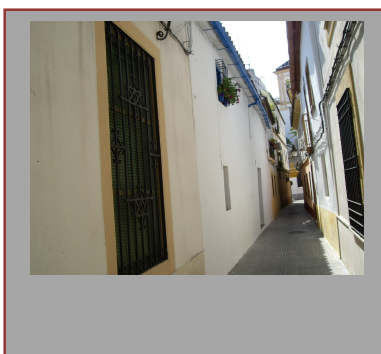
**Catalogación PEPCH: EA-200**

**Casa de Vecinos**

**Cronología: Siglos XIX y XX**

**Valoración ambiental: 5**

**Ref. Catastral: 46521/08.**



### VALORIZACIÓN TURÍSTICA

**USO ACTUAL:** Ninguno, propuesta de futuro centro de interpretación de los patios de Córdoba.

**CONSERVACIÓN:** Buena      **PROPIEDAD:** Ayuntamiento de Córdoba-VIMCORSA.

**INTERÉS DE LA CASA-PATIO:** Se trata de una arquitectura popular de gran belleza. El edificio conserva su identidad tipológica como casa de vecinos, unidades habitacionales independientes, pileta lavadero exterior, aseo exterior. Destaca el patio por su ornamentación de plantas, el pozo de gran belleza como pieza central del patio. Una escalera exterior con cubrición de madera, distribuye a una única edificación en planta primera. La fachada ciega nos indica que la vida se centra en el interior en torno al patio.

**INTERÉS ETNOLÓGICO:** Sus antiguos moradores han vivido en torno al patio, vida y dedicación han sido los referentes sociales de este patio, que con orgullo era mostrado a los visitantes locales y del exterior, durante el concurso de patios y en cualquier época del año.

**VALORACIÓN POPULAR:** Es uno de los patios más premiados del Festival de Patios, uno de los más visitados, conocido internacionalmente. Cuenta en su haber con más de 40 premios.

**PUESTA EN VALOR:** Para su puesta en valor es necesaria la realización de obras de consolidación y para el uso propuesto como centro cultural de los patios, manteniendo con toda su integridad su tipología. El recurso turístico por excelencia es el patio que se mantendrá cuidado y en condiciones para su exposición. En el resto del edificio se propone dotarlo de contenidos expositivos con información clara y precisa de la historia de los patios, de la tradición festiva,

**VIABILIDAD:** Se trata de un edificio público, la viabilidad es evidente si existe el reconocimiento debido al potencial turístico con que cuenta el patio para el uso previsto.

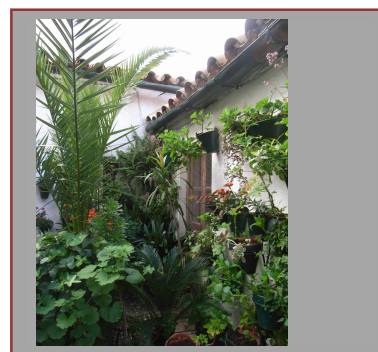
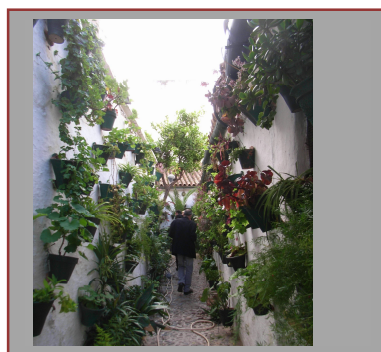
**Catalogación PEPCH: -----**

**Casa de Vecinos**

**Cronología: Siglos XIX y XX**

**Valoración ambiental: 3**

**Ref. Catastral: 43505/15**



### VALORIZACIÓN TURÍSTICA

**USO ACTUAL:** Casa de vecinos.

**CONSERVACIÓN:** Buena en viviendas. Zonas comunes en mal estado.

**PROPIEDAD:** Privada

**INTERÉS DE LA CASA-PATIO:** Se trata de arquitectura popular con una tipología de patio calle. Parte de una edificación existente que se amplía para incrementar las piezas habitables del edificio. Lo forman dos cuerpos edificados con sendas calles, el primer cuerpo ocupado por viviendas, al segundo se pasa a través de una galería de comunicación, albergando las pilas, cocinas y retretes comunes.

**INTERÉS ETNOLÓGICO-ANTROPOLÓGICO:** Su valor proviene de mantener el uso y la estructura de casa de vecinos, con los elementos comunes de estas casas, así como la forma de convivencia aunque hoy en día es familiar.

**VALORACIÓN POPULAR:** Patio tradicionalmente presentado al concurso de patios, no ha llegado a obtener importantes premios, algunas menciones, no obstante conserva sus valores populares y ambientación de casa de vecindad.

**PUESTA EN VALOR:** Para su puesta en valor es necesaria la realización de obras de consolidación de la parte trasera donde se hallan las zonas comunes, así como unos paneles informativos del patio. La vecindad participaría de la puesta en escena del patio.

**VIABILIDAD:** Se trata de un edificio destinado a alquiler, la viabilidad es factible por parte de los vecinos, aunque implica una inversión para la puesta en valor de los elementos comunes del edificio.

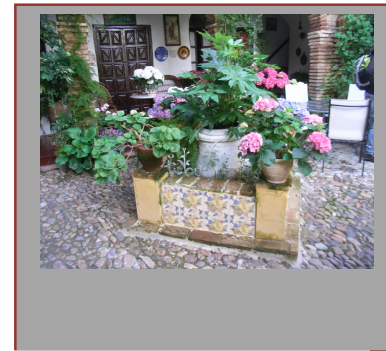
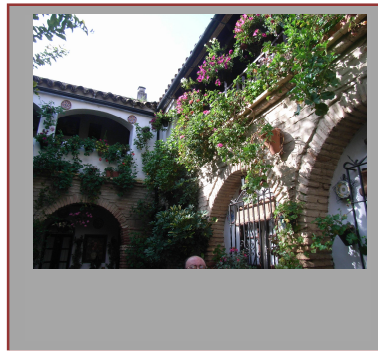
**Catalogación PEPCH: EA-104**

**Casa de Vecinos Antigua, hoy unifamiliar**

**Cronología: Siglos XVI**

**Valoración ambiental: 4**

**Ref. Catastral: 38549/23**



#### VALORIZACIÓN TURÍSTICA

**USO ACTUAL:** Unifamiliar

**CONSERVACIÓN:** Buena

**PROPIEDAD:** Particular.

**INTERÉS DE LA CASA-PATIO:** Se trata de un ejemplo de arquitectura antigua, inmueble con mucha historia, de época barroca, inclusive anterior, segregada de una casa mayor (1590), que ha experimentado múltiples transformaciones hasta llegar a ser casa de vecinos, hoy recientemente como vivienda unifamiliar. La parte más antigua de ejecución barroca, con pórticos de columnas y arcos de medio punto en sus dos plantas, encontrándose tabicados. Al Oeste y Sur con galerías abiertas al patio con pilastras de ladrillo y arcos de medio punto, ambos lados con galerías con cubrición de madera abiertas al patio. Conserva la división en apartamentos y viviendas típica de las casas de vecindad.

El pavimento del patio es de bolo, con pozo de brocal de hierro, alrededor del patio un arriate con numerosas enredaderas, un típico cítrico en la esquina. Numerosos objetos antiguos decoran las galerías.

**INTERÉS ETNOLÓGICO:** Sus antiguos moradores han vivido en torno al patio, nueve familias han vivido en esta casa y aún se halla conformada tipológicamente con sus divisiones habitacionales, con algunas transformaciones en la vivienda de la actual propietaria.

**VALORACIÓN POPULAR:** Es un inmueble con entidad arquitectónica, su patio cuenta con el sabor popular de cuando la casa estuvo transformada en casa de vecinos: pavimento de bolo, pozo, alcorques, numerosas plantas, objetos antiguos y el gusto de la actual propietaria le confieren una belleza única, por lo que se puede comprobar que es uno de los más premiados de la Ajerquía Norte.

**PUESTA EN VALOR:** El edificio se halla bien conservado. Para su puesta en valor sería necesario el cuidado y mantenimiento del patio durante todo el año y la compensación económica para su apertura, así como la dotación de un contenido expositivo referente a los patios. En un futuro se podría pensar en habilitar el resto de dependencias vacías adecuándolas para su alquiler.

**VIABILIDAD:** Se trata de un edificio privado, la propiedad cuenta con la debida disposición llegando a un posible acuerdo sobre su apertura en base a determinadas condiciones.



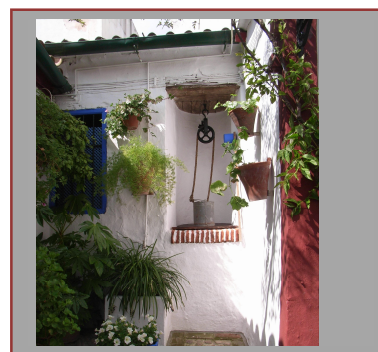
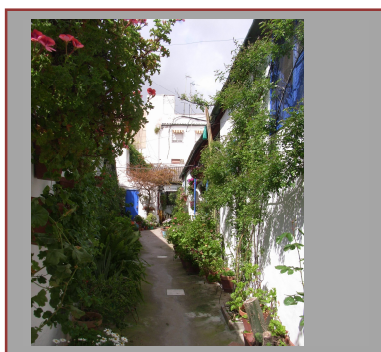
**Catalogación PEPCH: EA-104**

**Casa de Vecinos**

**Cronología: Siglos XX (1928)**

**Valoración ambiental: 5**

**Ref. Catastral: 38549/06/31**



### VALORIZACIÓN TURÍSTICA

**USO ACTUAL:** Casa de Vecinos con algunos talleres de artesanía incorporados en la última década.

**CONSERVACIÓN:** Buena

**PROPIEDAD:** Privada

**INTERÉS DE LA CASA-PATIO:** Edificio que se construye como casa de vecinos por el arquitecto Enrique García Sanz en 1928. Actualmente mantiene su identidad tipológica como casa de vecinos, la edificación la conforma dos pabellones centrales y el resto de viviendas adosadas a la medianería, de una sola planta, conserva un cuerpo de lavaderos, cocinas comunes y aseos exteriores. Este tipo de patios son denominados patio calle o edificio urbanización, formado por calles estrechas con accesos a las viviendas, la arquitectura de una gran sencillez, destacando el patio por su ornamentación de plantas.

**INTERÉS ETNOLÓGICO-ANTROPOLÓGICO:** Sus moradores han vivido en torno al patio, modos de vida y convivencia han sido los referentes sociales de este patio.

**VALORACIÓN POPULAR:** Es uno de los patios más premiados del Festival de Patios en la última década, uno de los más visitados, que conserva las formas de vida y convivencia tradicionales de las casas de vecinos.

**PUESTA EN VALOR:** El patio no requiere de intervención, sólo el mantenimiento apropiado en el resto del año. Se contemplaría la información relativa al edificio, sus valores populares y la significación obtenida en los últimos años valorándose positivamente por sus valores identitarios.

**VIABILIDAD:** El edificio tiene una accesibilidad al público en cualquier época del año debido a la existencia de talleres artesanales que junto con el patio y características de las casas de vecinos, le confiere un gran potencial y atractivo turístico.

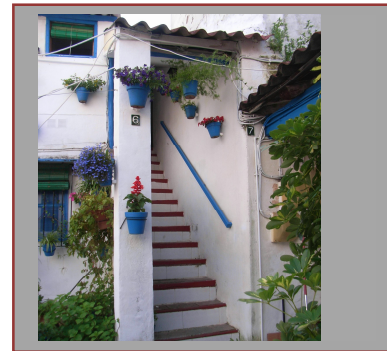
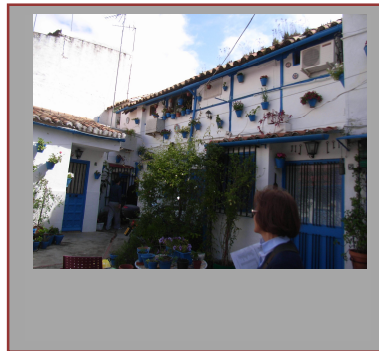
**Catalogación PEPCH: EA-85**

**Casa de Vecinos**

**Cronología: Finales XIX**

**Valoración ambiental: 3**

**Ref. Catastral: 38549/23**



### VALORIZACIÓN TURÍSTICA

**USO ACTUAL:** Casa de Paso y de vecindad.

**CONSERVACIÓN:** Deficiente

**PROPIEDAD:** Conviven propietarios e

inquilinos

**INTERÉS DE LA CASA-CASO:** Casa en su origen para albergar familias en vecindad, se construye en un espacio interior y residual de la trama parcelaria y se establece una comunicación entre dos casas mediante patios y calles interiores, que a su vez crean una comunicación entre dos calles opuestas.

**INTERÉS ETNOLÓGICO-ANTROPOLÓGICO:** Las formas de vida se desarrollan alrededor de los patios en parcelas que son interiores. Además estas casas tenían un uso público de paso pues a través de ellas se acortaba el tránsito entre calles opuestas. Debido al deficiente estado actual se encuentran cerradas al uso público.

**VALORACIÓN POPULAR:** Tiene una gran valoración arquitectónica debido a que quedan muy pocos ejemplos de este tipo de casas comunicantes de calles en el parcelario cordobés. Además de tener el atractivo de conservar la tipología de las casas de vecinos.

**PUESTA EN VALOR:** La casa recayente a Chaparro nº 9 lleva dos años presentándose al concurso de patios por lo que se encuentra apta para su puesta en valor, con referencia a la casa de la Lagunilla sería necesaria la realización de obras en sus zonas comunes para recuperar el tránsito histórico de ambas casas. El recurso turístico es la travesía a través de la galería y patio atravesando plaza y calle, manteniéndolos en las debidas condiciones para ser expuestos y con el contenido museístico relativo a dichas casas.

**VIABILIDAD:** Se han realizado gestiones con los inquilinos de Chaparro 9 y es posible su apertura fuera del concurso popular asimismo sería factible la incorporación de unos talleres artesanales tipo Zoco debido a las características específicas del edificio.

### **7.3.2. Las iniciativas en los recursos patrimoniales y productos complementarios.**

#### **7.3.2.1. Creación de un punto de información turística zonal actualmente inexistente.**

La creación de un punto de información es de gran importancia para la promoción “in situ” de los diferentes atractivos y productos turísticos a ofrecer en el área.

Los Puntos de Información Turística son regulados en Andalucía mediante Decreto 202/2002, de 16 de julio, modificado por Decreto 80/2010 y Decreto Ley 3/2009, y se definen como los establecimientos turísticos que “con carácter permanente o temporal, facilitan a sus usuarios orientación, asistencia e información turística especializada, bien sobre un determinado evento o fiesta de relevancia turística, bien sobre unas zonas o recursos turísticos concretos”.

Dan una imagen positiva del destino, y sobre la atención prestada al turista, siendo el primer sitio de contacto con la realidad, ofreciendo lo que el turista puede y debe conocer.

El punto elegido en el área se halla próximo al inicio del itinerario y del futuro aparcamiento rotacional, asimismo próximo al centro de la cultura inmaterial del patio. Éste debe estar convenientemente señalado en las vías principales de entrada al conjunto.

La propuesta para su ubicación se halla en el primer patio popular del recorrido turístico, así el turista podrá admirar uno de los más bellos y populares patios de la tradición festiva y encontrará aquí una información turística específica relativa al área, a los distintos productos que puede encontrar en la Ajerquía, los itinerarios, monumentos y patios que pueden ser visitados, horarios etc., así como los servicios complementarios de restauración, talleres de artesanía visitables y otros productos como exposiciones, conciertos, fiestas y eventos culturales previstos en sucesivas programaciones que se organicen dentro del área.

Debe contar con información gráfica actualizada, folletos, guías, catálogos referidos al área y al resto del municipio, así como bibliografía más o menos extensa, libros de bolsillo, fotografías, monografías específicas del patrimonio cultural material e inmaterial del área.

Junto con la información se incorporará una pequeña tienda para atender la venta de material bibliográfico, productos artesanales y artículos o recuerdos que se hagan expreso para reforzar la marca o identidad del área “merchandising”.

Este punto de información puede verse reforzado por el resto de los patios valorizados para su incorporación como patios visitables del área, con material documental similar, folletos, guías, cartelería, a los que se hace referencia en el patio previsto como punto de información.

### **7.3.2.2. Establecimiento de la señalética adecuada de los productos turísticos y equipamientos complementarios.**

La señalética tiene que cumplir con la función de orientar, dirigir e informar a las personas de un determinado lugar o espacio, incorporando la accesibilidad al mismo, evitando errores y estrés, y aportando seguridad, agilidad e información en la visita.<sup>84</sup>

Un plan coherente de señalización es la primera medida para la dinamización turística, que unido a otros componentes informativos como guías o folletos complementarios pueden favorecer y fomentar la accesibilidad y atracción hacia los distintos recursos que se ofrecen, dando como resultado una visión integradora del Conjunto que se desea visitar.

El planteamiento de señalización ha de aportar unidad y coherencia, con diseños y materiales acordes con el entorno.

En el entorno delimitado existe una señalización que es homogénea con el resto del Conjunto Histórico y obedece a un Plan de Señalización del Municipio.

La señalización existente tendría que potenciarse y mejorarse con vistas a la adecuación al turista, permitiéndole en primera instancia el descubrimiento del Conjunto visitable en su integridad, el itinerario que se propone y localización en todo momento de los puntos visitables en relación a los recursos que se ponen en valor o de los valores histórico-culturales que quieren darse a conocer. Estos recursos tanto si son interpretados por guías como si no, deben de contar con una señalización e información adecuada.

La complementación de la señalización actual vendrá dada por tres tipos de señalización:

- Orientativas e interpretativas de la ciudad
- Señalización monumentos, patios y sitios de interés
- Informativas monumentos, plazas, calles y sitios.

---

<sup>84</sup> Definición genérica dada a la señalética.



La proyección de la marca “patios” incorporada en el diseño de la información general de la zona, refuerza el sello de identidad y del producto intangible ofrecido, contribuyendo a la apreciación de un contenido unitario para el Conjunto e integrado en todos sus elementos patrimoniales.

En primera instancia se propone en los puntos de entrada al itinerario de paneles de interpretación global del Conjunto que va a visitarse, que servirá de base a guías y a turistas en general para su ubicación y para la obtención de una información global del sitio. En este panel se trazaría el circuito recomendado y se situarían los puntos claves de interés turístico: patios, monumentos, plazas, tabernas, centros culturales, artesanales etc.

La señalización orientativa tiene el agravante de que puede ser muy abundante debido a la intrincada trama parcelaria, por ello se desaconseja su uso en general según el Plan de Señalización. No obstante sí debe tenerse en cuenta la señalización del itinerario aconsejado con algunas marcas diseñadas al efecto en viario o paramentos, así como reforzar la señalización direccional en los ejes principales del sector.

Algunas señales orientativas existentes en el área no cumplen su función por el sitio o forma como se encuentran colocadas. (Figura 17)



**Fotografía 17.** Señal orientativa monumental, colocada en el sentido de la marcha, lo que dificulta su localización.  
**Fuente :** Elaboración propia.

Del estudio realizado de la zona se han encontrado tres tipos de señales informativas, todas ellas relativas a monumentos<sup>85</sup>, las cuales a efectos de este estudio, se valoran con un grado de uno a tres, de menor valoración a más, dependiendo de su situación, visibilidad, información dada e interpretación conseguida:

Valoración 1.- (Fotografía 18) Señal informativa adosada en pared. Poca visibilidad, colocada en altura y con contenidos poco legibles.

Valoración 2.- (Fotografía 19) Señal informativa de texto de la Iglesia de Santa Marina. De difícil localización, situada en la plaza, inexistentes en algunos monumentos.

Valoración 3.- (Fotografía 20) Contenido informativo delante de los restos, con imágenes y planos para su interpretación clara y eficaz.



**Fotografía 18.**



**Fotografía 19.**



**Fotografía 20.**

**Fuente:** Elaboración propia.

Con independencia de las señales informativas que ya existen, deben complementarse en el resto de monumentos que carecen de esta información, así como en las plazas y sitios históricos. La señalización no debe ser prolífica, por lo que se unificará en un solo panel de información en el supuesto de varios elementos patrimoniales coincidentes en dicho entorno.

El proyecto contemplará el uso de tecnologías actuales como los códigos QR en calles, hitos históricos, edificios o sitios de interés del itinerario que tengan un contenido histórico, de leyenda o de origen del lugar, que permitan una lectura lo más completa del Conjunto que se pretende dar a conocer.

Y, por último, se tendrán en cuenta las normas de la Consejería de Cultura y Deporte de la Junta de Andalucía sobre señalética de Conjuntos Históricos y Bienes

<sup>85</sup> No todos los monumentos se hallan con información ni existen señales orientativas.

BIC, así como las orientaciones que puedan aplicarse en Córdoba del Manual de Señalización Turística de la Junta de Andalucía (Consejería de Turismo y Comercio), aunque éste último no sea vinculante jurídicamente para el Ayuntamiento de Córdoba.

### **7.3.2.3. Accesibilidad a los recursos turísticos.**

- **Información adecuada para el acceso a todos los públicos.**

Para el público en general: La información y los contenidos en general tendrán una fácil lectura e interpretación, con métodos expositivos claros y precisos y con técnicas y tecnología actual, a efectos de llegar a un público variado, accesible a cualquier nivel cultural, edades: mayores, jóvenes, niños.

Para escolares: Asimismo será propicio organizar visitas escolares de todos los niveles educativos para que a muy temprana edad se empiece a valorar el patrimonio material y el inmaterial: nuestras tradiciones, formas de vida y costumbres, siendo éste un factor de cohesión social y de pervivencia y transmisión del patrimonio.

Para el visitante: Atenderá al turismo cultural, curioso y ávido de conocer de primera mano lo que significa la reciente declaración de los Patios como Patrimonio Inmaterial que será convenientemente interpretado en el Centro de la Cultura Inmaterial del Patio, así como en el resto de los patios visitables, a los que se incorporarán acciones participativas para el turista.

La información en general y los contenidos en los distintos sistemas interpretativos se recogerá en dos idiomas, español e inglés.

Par el recorrido guiado en todo el trayecto, los guías contarán con una preparación adecuada para transmitir la información, los contenidos e historia de los distintos monumentos, patios y sitios, imbricándolos en un contexto argumentativo unitario con referencia a este trozo de ciudad. Se deberán acondicionar las distintas temáticas, a un público muy diverso, debiendo valorar los aspectos identitarios de Córdoba en todo el recorrido turístico.

De acuerdo al origen de los diferentes grupos turísticos, se podrá contemplar que las visitas guiadas se impartan en el idioma del grupo.

- **Accesibilidad interna durante el recorrido turístico.**

Se prevé la accesibilidad peatonal durante todo el recorrido turístico cuya duración se estima en cuatro horas.

En las cabeceras del itinerario deberán ubicarse las paradas de los autobuses de los grupos, en Ronda del Marrubial y Torre de la Malmuerta, que deberán intercambiar los estacionamientos en la entrada y salida del recorrido en función del inicio del itinerario.<sup>86</sup>

El estacionamiento para vehículos resulta hoy por hoy más complejo, habría que disuadir de la llegada de los vehículos a los inicios del itinerario hasta la ejecución de los aparcamientos previstos (apartado 6.1). Como opciones alternativas podría preverse la ubicación de aparcamientos provisionales en los solares existentes en el área, siempre que fueran compatibles en razón a su tamaño, seguridad, accesibilidad, etc., con la debida adecuación de los mismos.<sup>87</sup>

Los turistas en solitario podrán hacer uso del bus turístico<sup>88</sup>, que aborda varias paradas en el recorrido, actualmente en las cabeceras y en la mitad de recorrido, coincidente con el Palacio de Viana. El microbús turístico presenta más opciones para la accesibilidad interna por el área, pudiéndose prever la ubicación de paradas complementarias en todo el recorrido, que de cualquier modo, van a depender de la demanda turística existente.

Debido a la amplitud del recorrido no se descarta la posibilidad del uso de bicicletas para su alquiler así como de pequeños vehículos ecológicos, debiendo preverse con la debida señalización los puntos para su estacionamiento, a efectos de evitar impactos visuales derivados de los mismos.

#### **7.3.2.4. Acuerdos y convenios con agentes públicos y privados para la apertura y mantenimiento de los recursos patrimoniales.**

- **Convenios con particulares para la apertura y mantenimiento de los patios previstos en el itinerario y/o posibilidad de entidad empresarial integrada por los propietarios de los patios valorizados por su potencial patrimonial.**

La valorización pretendida pasa por obtener el acuerdo de los propietarios o moradores de los patios. La actividad turística requiere casi de una disponibilidad plena del patio, así como del tiempo de sus moradores en atención al visitante, todo ello en detrimento de la privacidad y del uso residencial del patio, por eso, no en

---

<sup>86</sup> Solo se permitirá el estacionamiento para la bajada y subida de los turistas, hallándose previsto el aparcamiento de autobuses más cercano en El Arenal.

<sup>87</sup> Estas medidas podrían paliar el estacionamiento indiscriminado y al mismo tiempo reducir los impactos visuales tanto de los coches como de los solares, al adecuarlos a un uso determinado.

<sup>88</sup> El bus y microbús turísticos puestos en funcionamiento en el 2013, con establecimiento de paradas en todo el Conjunto Histórico.

todos los casos va a ser factible esta valorización y los posibles acuerdos para su apertura y mantenimiento van a depender de que las ventajas a obtener por sus moradores sean superiores a los inconvenientes de una apertura turística.

Esta dificultad es la planteada en primera instancia por la administración local ante la propuesta realizada por el Plan Turístico de Grandes Ciudades para una valorización turística de los patios de Córdoba, tal y como se contemplada en uno de sus objetivos del Plan<sup>89</sup>. Por ello, la respuesta municipal ha sido recuperar dos patios emblemáticos de su propiedad, San Juan de Palomares 11 y Trueque 4, para dar respuesta a este objetivo y pretendiendo una valorización de los mismos de acuerdo a los contenidos de la Declaración, para conocimiento y salvaguardia de sus valores identitarios y no con la simple visita recreativa del patio.

Con referencia al resto de los patios potencialmente a valorizar se han tenido conversaciones previas con los vecinos sobre la posible apertura de los mismos en la medida y dimensión que permite un trabajo de índole académica, la respuesta en general ha venido precedida de cierta viabilidad, siempre que se atiendan a los requerimientos de los mismos, requerimientos que no han sido precisados en orden a mantener las reservas solicitadas.

La viabilidad del itinerario pasa por la incorporación de estos patios, aunque no necesariamente de todos los patios valorizados. Por consiguiente se traduce en la necesidad de llegar a futuros acuerdos con sus vecinos, sobre las condiciones exigibles para su apertura en horario turístico, de forma total o restringida y que a su vez implique una permanencia en el tiempo, a fin de que resulte viable y sostenible las inversiones previas a realizar para su valorización y su permanencia como recurso turístico.

Otra opción planteada es la posibilidad de que entre los propietarios de patios se constituya una entidad empresarial que gestione directamente estos recursos y decidan entre ellos cómo deben proceder, como así se está contemplando en otras rutas de patios ya en funcionamiento, como la del barrio de San Basilio. Esta opción resulta menos viable para conformar un itinerario turístico- cultural integrado con todos los recursos disponibles en el área y no se garantizaría conseguir una adecuada interpretación de los valores que han sustentado la declaración inmaterial y consecuentemente su correcta interpretación.

---

<sup>89</sup> Conocidos durante el desarrollo del presente trabajo, el cual ya contaba con la valoración turística de los patios aludidos.

En la medida en que se recuperen con ayudas públicas las casas patio y casas de vecinos que supongan un patrimonio identitario del área, debería vincularse su apertura limitada al uso público.

- **Convenios con congregaciones religiosas y obispado para la apertura del patrimonio monumental eclesiástico.**

Tras la evaluación efectuada del patrimonio monumental existente, más de un 50% corresponde al eclesiástico, entre el que se hallan iglesias y conventos.

La valorización turística del mismo pasa por la formalización de convenios entre la institución pública local y el obispado o congregación religiosa según sea la propiedad de los mismos.

Esta valorización será siempre parcial y el uso turístico deberá ser compartido y supeditado al culto religioso que se haga de los mismos. En el caso de las Iglesias durante los días laborables sólo existe una actividad religiosa matinal y otra llegada la tarde, el resto del tiempo permanecen cerradas al público en general, a excepción de la iglesia de San Rafael y San Lorenzo, salvo ocasiones. Ineludiblemente la apertura al público de este patrimonio pasa por el establecimiento de acuerdos o convenios con sus responsables eclesiásticos y por la implicación e interés de la administración local en conseguir pactos coherentes para ambas partes, en relación a su apertura pública y en el entendimiento común de que la cultura y el patrimonio en un bien colectivo y que la comunidad debe ser la beneficiaria directa del mismo.

Sería deseable de que todos los monumentos abrieran sus puertas y de que estuvieran correctamente interpretados para el público en general. No obstante para que funcione en un principio la dinámica turística en el área, se prevén convenios a corto plazo con los edificios monumentales que se hallan dentro del itinerario turístico, que en principio son los que se hallan abiertos o con menos dificultad para su apertura turística. Para el resto de edificios monumentales sería también deseable su apertura mediante convenios a medio o largo plazo, en función de los índices de prosperidad de la dinámica social que se genere, implicando con ello la vitalización cultural completa del área.

En el caso de los Conventos, actualmente tienen sus puertas abiertas al público, algunas partes de los edificios como el Patio Compás e Iglesia, algunos en horario matinal, otros, algunos días de la semana. Los acuerdos entre la administración local y las congregaciones religiosas, tendrían que flexibilizar y ampliar el horario con las prestaciones a que hubiera lugar.

En cualquier caso la Ley 16/1985 del Patrimonio Histórico Español, obliga a la apertura pública a los Bienes de Interés Cultural, en las condiciones que se estimen de gratuidad al menos cuatro días al mes y en horas y días previsiblemente señalados.

#### **7.4. Instrumentos de gestión, participación, fomento y financiación económica de las acciones.**

##### **7.4.1. Instrumentos de gestión y participación.**

La dinámica turística, como cualquier otro proyecto a emprender requiere de unos mecanismos de impulsión para su puesta en marcha, de un seguimiento y evaluación continua que permita la introducción de cambios y su adaptación a las exigencias del mercado turístico y conseguir el factor clave de sostenibilidad turística en todas las épocas y durante el transcurso del tiempo.

“En la estrategia turística de un destino intervienen muchos agentes desde la UNESCO, asociaciones de vecinos, el conjunto de las administraciones públicas de carácter estatal, autonómico y local, la iglesia, los empresarios, otros grupos de presión, que operan a diferente escala ( a veces con puntos contrapuestos). Por consiguiente se implica a un gran número de órganos de gestión de la ciudad: tráfico, empresas de servicios, empresas de comercios etc. (esto forma parte del factor económico secundario que tiene lugar no por la oferta del producto sino por el lugar donde se halla). Todo ello conforma un panorama complejo en el que cada ciudad histórica tiene sus connotaciones distintas”<sup>90</sup>.

Como primer agente que debe implicarse en el proceso de gestión se encuentra el gobierno municipal, quien determinando la viabilidad del proyecto turístico para la ciudad, es el ente idóneo para impulsar su proyección y las acciones de planificación. Para ello cuenta con un órgano mixto de gestión y promoción turística que es el “Consortio de Turismo de Córdoba” así como una delegación o área de promoción turística.

La gestión y planificación turística requiere cada vez más de un factor humano especializado en técnicas, en investigación y en el manejo de los procesos tecnológicos de promoción y marketing turístico. En las circunstancias económicas actuales la administración pública tiende a no cargar la estructura organizativa con

---

<sup>90</sup> DE LA CALLE VAQUERO, M. y GARCÍA HERNÁNDEZ M.: “Fuentes y Técnicas para el estudio del turismo en las ciudades históricas”, *Ería*, nº 47, (1998), p.333.

nuevas contrataciones y sobre todo a economizar en sus presupuestos generales. Por consiguiente lo que se busca son fórmulas para la externalización de los servicios turísticos con empresas privadas.<sup>91</sup>

No es conveniente obviar que el sector privado, principal interviniente en el mercado turístico, puede tener efectos contrarios a los deseados en la dinámica turística de sostenibilidad que se desea imprimir en el área, dado que se rige por intereses sobre todo económicos. *“El turismo ha de redundar positivamente en la comunidad. Si eso no se consigue, no merece la pena la inversión privada, ya que sólo estaremos beneficiando a una determinada parte del sistema social que participa en la actividad turística”*<sup>92</sup>. Ni qué decir tiene que esta posibilidad de gestión no tendría el efecto de recuperación de los futuros beneficios para la población local, ni la participación social activa para el control sostenible del área, tampoco notaríamos los efectos en innovación y técnicas artísticas imaginativas y distintas iniciativas que podrían generarse con una participación activa y abierta de la sociedad. Como mucho se crearía la inercia de negocios vinculados a la explotación turística de forma no planificada ni controlada a nivel social y económico, fórmulas que nos llevarían a un futuro monocultivo turístico.

El modelo de gestión que se propugna debe basarse en un modelo integrado, dando cabida a todos los sectores de la sociedad implicados en la actividad turística. Llegando tanto a los actores con participación directa en el proceso como a los indirectos. La nueva forma de entender la gestión turística no nos lleva a otra fórmula que la de buscar el entendimiento entre todos los actores. Los responsables locales, las empresas, las asociaciones, grupos de interés del área y los ciudadanos deberán estar llamados a entenderse. Esto conlleva un cambio radical en el pensamiento y en las formas de gestión actuales.

No debemos olvidar que la dinámica turística se activa por y para la sociedad: para la salvaguardia de su patrimonio, para su valorización, para conseguir la cohesión entre la población, para crear empleo y así un largo etc. ICOMOS (1990) señaló que debe darse prioridad a los intereses a largo plazo de los residentes y a su vida cotidiana cuando se prevean proyectos de fomento turístico.

---

<sup>91</sup> Políticas actuales del Ayuntamiento de Córdoba en materia turística. Externalización de la gestión turística del Alcázar de los Reyes Cristianos. Posibilidad de externalización de gestión de las oficinas de información, del futuro Centro de Visitantes etc.

<sup>92</sup> OMT.: *Agenda para planificadores locales: Turismo sostenible y gestión municipal*. (1999), p. 128



“La participación de los ciudadanos resulta fundamental en el proceso de toma de decisiones, a fin de que estos se sientan menos alineados y menos segregados de los turistas”<sup>93</sup>

La participación ciudadana se entiende como el factor clave para llegar a conseguir un turismo de calidad y sostenible, considerada esta cuestión en el presente trabajo como uno de los pilares fundamentales a tener en cuenta dentro de la gestión de un destino turístico para que pueda tener el efecto minimizador de los impactos negativos: inflación, sobreexplotación, control de la capacidad de carga, etc., que casi siempre se hallan subyacentes con la dinámica turística, todo ello a efectos de contar con una proyección continuada y hacia un turismo ético y de calidad.

Para la presente propuesta se ha analizado la publicación sobre Modelos de Gestión Turística Local editado por la Federación Española de Municipios y Provincias y Secretaría General del Turismo,<sup>94</sup> definiendo los distintos modelos de gestión turística existentes en el panorama español, con el objetivo, entre otros, de orientar hacia el modelo propicio en cada municipio y destino turístico, e incidiendo en los pros y los contras de cada uno de ellos, desde la forma jurídica elegida, las funciones y competencias de cada modalidad del ente gestor y su forma organizativa y estructural. Según el manual publicado no hay fórmulas ideales o universales, ya que cada modelo, y sobre todo los de más éxito, son fruto de un proceso de adaptación a las circunstancias de cada ciudad.

En principio, la fórmula jurídica elegida como ente de gestión para nuestro sector, es una Asociación Civil, de derecho privado, regulada por la Ley 1/2002 de 21 de marzo. Entendida ésta por una agrupación permanente de personas físicas o jurídicas (públicas o privadas) que persiguen un fin común, en nuestro caso de interés público y sin ánimo de lucro. Esta figura se crea por iniciativa privada sin perjuicio de que se adhieran entidades públicas. No es una fórmula novedosa pues se ha recurrido a ella cuando falta el interés de la iniciativa pública hacia un proyecto concreto. Esta figura, en el ámbito turístico se ha venido denominando “Centros de Iniciativas Turísticas”.

---

<sup>93</sup> Declaración de Zacatecas (1998)

<sup>94</sup> Realizada por la empresa consultora especializada en Desarrollo y Proyectos Turísticos, ROS Development & Planning S.L.

Los Centros de Iniciativas Turísticas “CIT”, se han desarrollado en zonas donde el turismo es emergente y la iniciativa privada es activa y emprendedora<sup>95</sup>, cuentan con la participación del ayuntamiento, asociaciones y el sector privado actuando como promotores de productos y servicios turísticos. En este proyecto de dinamización turística de la Ajerquía Norte, por su conceptualización y en coherencia con los principios desarrollados en el presente estudio, en relación con una dinámica de turismo ético, responsable y sostenible, entiendo que pueda ser la figura más idónea, a falta de otra fórmula de gestión de iniciativa pública que se desarrolle con los principios aludidos. La Asociación podría denominarse, Centro de Iniciativas Turísticas de la Ajerquía Norte “CITAN”, previendo su declaración como Asociación de interés público, deberá garantizar la participación de todos los actores implicados en el desarrollo turístico del área (públicos y privados) y de la población local. Los fines de la Asociación serán los propios de un ente de gestión turística y sus objetivos irán encaminados al fomento de actividades que repercutan en beneficio de la sociedad, en la creación de empleo y en definitiva en la mejora económica del área.

No se descarta en un futuro que la fórmula elegida, con mayor madurez y adaptación a las necesidades del área, derive en otras que permitan más maniobrabilidad y capacidad de financiación.

Los “CIT” tradicionalmente se han venido financiando con las aportaciones de los empresarios privados relacionados con el sector turístico y con implicación directa en el mismo, sin embargo, los nuevos principios y retos en materia turística y la visión social del patrimonio y del negocio turístico nos lleva a plantear la corresponsabilidad financiera con el sector público.

#### **7.4.2. Financiación del ente y dinámica de gestión.**

La operatividad del proyecto pasa por obtener financiación y no se es ajeno al pensar que para conseguirla es necesario atraer al empresariado privado o que el primer impulso cuente con apoyo económico de la administración local, ambas expectativas entrañan, hoy por hoy, grandes dificultades, sobre todo, por la situación extrema que atraviesan las empresas para mantenerse a flote en la presente coyuntura económica y por la falta de recursos, evidente, de todas las

---

<sup>95</sup> Ejemplos como la GARROTXA, implicación de gestores en el turismo sostenible; la Asociación Turística de la Comarca de la Jacetania; La Asociación privada sin ánimo de lucro es una fórmula muy utilizada en Holanda para la promoción turística, algunas participadas con grandes empresas turísticas.

administraciones. Pero no por ello dejaremos de lado el optimismo que embarga el presente proyecto de dinamización turística y socioeconómica, en la creencia de que gran parte de la activación de las políticas económicas actuales van por la vía señalada en relación a los potenciales turísticos de las ciudades históricas, por ello, entiendo, que en los futuros marcos normativos (que se encuentran a la espera de materializarse) tendrán que arbitrarse mecanismos de fomento y ayuda para impulsar estas nuevas políticas de desarrollo, como así ya se ha contemplado en la Ley de 8/2013 de 26 de junio de la Jefatura del Estado, sobre rehabilitación, regeneración y renovación urbana, la cual en su preámbulo dice: *"La rehabilitación y la regeneración y renovación urbanas tienen, además, otro relevante papel que jugar en la recuperación económica, coadyuvando a la reconversión de otros sectores, entre ellos, fundamentalmente el turístico. La actividad turística es clave para la economía de nuestro país y supone más de un 10,2 % del PIB, aportando un 11,39 % del empleo."*

En una primera etapa y como parte fundamental para la viabilidad del proyecto, será la búsqueda constante de posibles fuentes de financiación, no solo en la captación de posibles subvenciones en todos los ámbitos de la administración, sino también como resultado de la explotación de los distintos productos turísticos a obtener, la implicación del sector privado en todas sus formas, y de iniciativas creativas e innovadoras en eventos y actividades que puedan reinvertir parte de sus beneficios en el área.

#### **Fuentes de financiación:**

##### **7.4.2.1. Agentes privados e instituciones privadas inversoras**

La aportación de las empresas en el mejor de los casos no supone un porcentaje alto de financiación a no ser que adquieran beneficios directos. La fidelización de las empresas llega con el tiempo, siempre que los resultados empiecen a visualizarse y se establezcan mecanismos indicadores de una evolución positiva.

Este modelo de gestión participativo con todos los agentes sociales y entre ellos las empresas directamente involucradas con el turismo del área puede recoger las siguientes fórmulas de financiación:

- Cuotas de participación anual, que pueden ser de carácter genérico o en productos o programas específicos.

- Cuotas fijas proporcionales al tamaño e implicación con la actividad turística o como colaboradores del ente de gestión en función de su representatividad o importancia estratégica en la zona.
- La fórmula más frecuente es la coparticipación en proyectos concretos o bien mediante cuotas voluntarias como contraprestación a determinados servicios relativos a publicidad y comercialización.
- Patrocinio, coparticipación en la financiación de un evento concreto en el que la empresa obtendrá un beneficio o notoriedad.
- Existen algunos ayuntamientos que tienen establecidas unas cuotas fijas a través de sus ordenanzas fiscales, que gravan en función de la cercanía o tamaño del negocio turístico.<sup>96</sup>
- Una fórmula también extendida en algunos países es el “Pay-back”, establecida como una contribución voluntaria de los turistas, mediante la sensibilización al turista del sentido de corresponsabilidad.

Como todo ciclo existencial, la actividad turística también desarrolla sus etapas, así pues habiendo superado la etapa previa, atraerá la atención de inversores privados, lo cual sería deseable la participación de inversores locales motivados con los proyectos de la comunidad, y en relación a los inversores externos la prevalencia de los principios de sostenibilidad de destino<sup>97</sup>.

#### **7.4.2.2. Recursos autogenerados.**

- A través de la publicidad con la venta de espacios publicitarios en publicaciones on-line y material documental como folletos, guías etc..
- Venta de los productos turísticos en solitario, agrupando lo mismos y ofreciéndolos con un paquete gastronómico etc..
- Venta de los productos turísticos integrales como son los itinerarios propuestos, comercializados a través de turoperadores.
- Venta de entradas de celebraciones o eventos especiales como conciertos u otros espectáculos.
- Venta de productos artesanales u otros específicos que se generen en el área “merchandising”, que producen ingresos y repercuten en la imagen de destino.

---

<sup>96</sup> No existe este modelo en España

<sup>97</sup> Lo cual hace imprescindible una normativa específica que regule la implantación de servicios turísticos en aras a evitar los impactos negativos que ocasiona un turismo no planificado.

### **7.4.3. Marco de apoyo y fomento de las acciones por parte de las Administraciones Públicas.**

**7.4.3.1.** La participación de las Administraciones superiores (Estado, CC.AA) se hace a través de programas de financiación específica. Hasta la fecha se han promovido los planes de Excelencia o Planes de Dinamización para la mejora de los destinos. En el 2013 para el caso de Córdoba, la Consejería de Turismo y Comercio de la Junta de Andalucía firmará un programa específico con el Ayuntamiento de Córdoba dentro del Plan Turístico de Grandes Ciudades.

**7.4.3.2.** En programas concretos se establecen medidas de apoyo y fomento para la promoción de productos turísticos, infraestructuras turísticas o también para formación e innovación.

**7.4.3.3.** Asignación específica dedicada a un proyecto, programa o evento o actividad determinada mediante un convenio-programa.

#### **7.4.3.1. Participación a nivel estatal y/o autonómico, con planes o programas específicos. El Plan Turístico de Grandes Ciudades para el caso de Córdoba.**

- **A nivel Estatal.**

En el marco legislativo actual del Estado del Ministerio de Fomento, en su política de mejora de la calidad y de regeneración y recuperación del entorno urbano, actuaciones que según se definen podrán tener un efecto positivo sobre el sector turístico como palanca imprescindible del desarrollo económico de España, permitiendo actuaciones sobre determinados destinos turísticos.<sup>98</sup>

En la figura del Real Decreto 233/2013 de 5 de abril del Ministerio de Fomento se estructuran varios programas de apoyo al alquiler, rehabilitación de viviendas y regeneración urbanas, existiendo un programa innovador en la línea de fomentar las ciudades sostenibles y competitivas.

El programa a efectos de su aplicación debe ser convenido y cofinanciado entre todas las administraciones, estatal, autonómica y local. La financiación prevista por el Ministerio es del 40% máximo del coste subvencionable de la actuación. El régimen de concesión es por concurrencia competitiva, mediante la apertura de un plazo anual.

Dentro de las líneas estratégicas temáticas del programa para el fomento de ciudades sostenibles y competitivas se hallan los centros y cascos históricos, las

---

<sup>98</sup> Ley 8/2013 de 26 de junio de rehabilitación, regeneración y renovación urbana (BOE nº 153-27/06/2013).

actuaciones se definen "...predominantemente de regeneración en centros históricos urbanos y cascos rurales, incluyendo actuaciones de rehabilitación de edificios residenciales y otro uso que cuenten con algún grado de protección patrimonial, mejora del espacio público e impulso de la cohesión social y la revitalización económica."<sup>99</sup> Sin duda los objetivos perseguidos son los que se fundamentan en el presente estudio, referidos a la creación de una dinámica turística sobre los factores de sostenibilidad social, económica y ambiental, con los efectos deseados que nos permita conseguir la rehabilitación y conservación del patrimonio identitario del área y asimismo la calidad urbana, y todo ello en aras a conseguir los beneficios y activación económica de la población local. La delimitación y fundamentación necesaria para su tramitación estaría contemplada en el programa de actuación del área de rehabilitación declarada, figura contenida en un marco legislativo anterior y que actualmente ha quedado sin cobertura económica.

-Las actuaciones que pueden encuadrarse en este ámbito son las referidas al patrimonio de casas de vecinos, la rehabilitación y recuperación de estos edificios y tradicionales modos de vida, como patrimonio arquitectónico identitario del área. Inclusive incorporando o complementando con otros usos destinados a la explotación económica como locales para comercios artesanales o talleres. (Recuperación de la casa-patio Montero 12, Humosa 5, entre otras.)

-De igual modo pueden ser objeto de actuación dentro de este programa los edificios catalogados o con valores patrimoniales que sin duda a nivel edilicio y ambiental tendrán un efecto positivo para la recuperación del área.

-El programa referido incluye actuaciones a realizar de mejora de los espacios públicos, cuya aplicación para este ámbito conllevaría la posibilidad de eliminación de gran parte de los impactos ambientales reconocidos en esta propuesta de dinamización turística del área.

- **A nivel Autonómico.**

**-Consejería de Fomento y Vivienda.**

Se halla en fase de elaboración un Plan Marco de Vivienda de la Junta de Andalucía, ajustado al Plan Estatal y posiblemente dando cobertura a otros programas de vivienda autonómicos. Del avance de este Plan Marco y en relación con el ámbito ciudad, recoge la figura encontrada en el marco legislativo superior, con un ligero cambio de nombre y se refiere a la "rehabilitación urbana sostenible".

---

<sup>99</sup> MINISTERIO DE FOMENTO. Real Decreto 233/2013, de 5 de abril, Capítulo IX, p. 26650

De este modo, los proyectos RE(U)SO,<sup>100</sup> podrán complementar su financiación con el programa estatal para el fomento de ciudades sostenibles y competitivas. Las subvenciones para estos proyectos integrales podrían llegar desde un mínimo del 30 % al 70% del presupuesto global. Por otro lado se requiere compromiso de financiación municipal entre un 30% mínimo y un 50%.

Las finalidades para las que se aplicarían las subvenciones y que tendrían concordancia con nuestra propuesta de dinamización del área serían las siguientes:

- La mejora del espacio público.
- La rehabilitación y actualización del parque de edificios.
- El fomento y la sostenibilidad del medio ambiente urbano.
- Provisión de equipamientos de uso colectivo, priorizando para ello la rehabilitación de edificios de interés arquitectónico.
- Mejora de la accesibilidad y movilidad sostenible
- Mejora de las condiciones económicas a través de actuaciones que fomenten el comercio y el turismo sostenibles.

Gran parte de las finalidades planteadas se hallan desarrolladas en la presente propuesta e identificadas como actuaciones necesarias para conseguir el despegue económico y social del área a través de la mejora medioambiental y el desarrollo de la actividad turística.

#### **-Consejería de Turismo y Comercio.**

El Plan General de Turismo Sostenible en Andalucía aprobado por Decreto 261/2007 de 16 de octubre, con vigencia 2008-2011 ( actualmente se halla en fase de revisión). En este marco tenía cabida unos instrumentos de planificación y gestión turística con implicaciones socioeconómicas y medioambientales. Se instrumentaba a través de programas con distintas formas de planificación turística territorial y con objetivos distintos.

Uno de sus instrumentos de intervención es el Programa acogido a la Iniciativa de Turismo Sostenible<sup>101</sup>, que se articula a través de una figura denominada “promotor de turismo sostenible”, el cual puede presentar su correspondiente Programa en el marco de la Estrategia de Turismo Sostenible (Orden 9 de noviembre de 2006 por la que se articula la Estrategia de Turismo Sostenible de Andalucía y se

---

<sup>100</sup> RE(U)SO: Rehabilitación urbana sostenible.

<sup>101</sup> Programa que podría encajar en referencia a sus objetivos y líneas estratégicas con la propuesta de dinamización del Área.

instrumentan medidas para su desarrollo). Los programas que tienen cabida en esta iniciativa deben surgir desde el propio territorio, de forma que los agentes público-privados sean los verdaderos protagonistas de la planificación. Se establece una convocatoria pública al principio de cada anualidad para la selección del Promotor de Turismo Sostenible y del Programa elaborado para un territorio concreto.<sup>102</sup> En los programas deberá preverse como mínimo la cofinanciación por el promotor público de al menos el 40% del importe de los proyectos específicos. Asimismo los proyectos que tengan cabida dentro del Programa aprobado de Turismo Sostenible podrán solicitar las subvenciones previstas en las sucesivas órdenes de convocatorias.

- **El Plan Turístico de Grandes Ciudades. (Programa de financiación específico entre administraciones para el municipio de Córdoba).**

Nos encontramos con otro instrumento de planificación y gestión turística con implicaciones socioeconómicas y medioambientales, que se halla dirigido a municipios de más de 100.000 habitantes, cuyo principal objetivo es la diversificación de la oferta, ampliando el espacio turístico y desarrollando nuevos y atractivos productos. Estos planes de actuación son convenidos entre la administración autonómica y local, teniendo en cuenta las estrategias sobre el turismo que desean fomentar y desarrollar por ambas administraciones en los municipios referidos. Hasta ahora, se había firmado este Plan en Granada, Jaén, Sevilla, Cádiz y Málaga, pretendiendo incorporar a Córdoba para finales de 2013.

Dentro de este Plan para Córdoba, aún en vías de desarrollo, se pretende realizar una valorización turística de los patios populares que forman parte de la Declaración por la UNESCO, y dentro de esta línea se halla la creación del Centro de la Cultura Inmaterial del Patio, como centro para la correcta interpretación, salvaguardia y difusión de los valores que se han sido objeto de la Declaración.

Se ha propuesto, por consiguiente, incluir dentro de este Plan, la puesta en valor turístico-cultural del patio de Trueque nº 4, complementándose el mismo a efectos culturales con el patio de San Juan de Palomares 11 (ambos de propiedad municipal).

---

<sup>102</sup> El Programa elaborado debe presentarse de acuerdo con el formato establecido de la Dirección General de Planificación y Ordenación Turística de la Consejería de Turismo de la Junta de Andalucía.



#### **7.4.3.2. En programas concretos para la promoción de productos, infraestructuras, formación e innovación.**

##### **-Consejería de Turismo y Comercio**

Se está a la espera de aprobarse un nuevo Plan General de Turismo que posiblemente introduzca cambios en pro de la austeridad que los tiempos requieren y consecuentemente aporte menos inversiones en materia de infraestructuras o en la creación de nuevos productos turísticos. De cualquier modo se trata de conjeturas y habrá que esperar a conocer los posibles cambios. No obstante, analizando la Orden de 14 de junio de 2011, actualmente vigente, que establece las bases reguladoras de las subvenciones, y en las sucesivas convocatorias abiertas hasta la fecha, ha existido un amplio abanico de modalidades de ayudas: infraestructuras turísticas; creación de nuevos productos (modalidad 2-ITP); fortalecimiento del tejido empresarial (modalidad 4-FTE) ; sistemas de calidad (modalidad 5-SCT); formación e investigación (modalidad 6-FFI) ,etc., siempre con un porcentaje de cofinanciación en base a la modalidad o línea de financiación y según que la entidad solicitante sea referida a la entidad local o PYMES.

En la convocatoria más reciente de ayudas, la Orden de 15 de julio de 2013, (cerrado el plazo de presentación de solicitudes a finales de agosto del mismo año), recoge los proyectos subvencionables de la primera modalidad de ayudas ITP: fomento de servicios turísticos y creación de nuevos productos y limita el agente solicitante a microempresas, pequeñas y medianas empresas- PYMES. Dentro de sus proyectos subvencionables tendrían incidencia para el área los siguientes:

- La creación de establecimientos de restauración con gastronomía típica andaluza (en zonas emergentes desde el punto de vista turístico).
- La creación de rutas o circuitos turísticos ligados, en nuestro caso, a la cultura.
- La creación de un proyecto concreto tendente a aumentar los índices de ocupación en las temporadas bajas.

En el primer caso, en nuestra propuesta se potenciaría la creación de nuevas tabernas o restaurantes de gastronomía típica en el entorno. En el proyecto de creación de rutas o circuitos se englobaría la mejora ambiental del circuito, la señalética general, la accesibilidad, los puntos de información, así como la

información documental y el diseño del contenido histórico y argumentativo en cada elemento visitable y en todo el recorrido.<sup>103</sup>

En el tercer proyecto subvencionable tendría cabida el itinerario religioso previsto, con vistas a atraer a la población cercana y a la tercera edad, lo que sin duda contribuiría a mejorar la ocupación en temporadas bajas.

La subvención máxima para estos proyectos es del 30% del costo subvencionable y con un máximo de 200.000 € por proyecto.

En lo referente a las medidas de apoyo a la artesanía se encuentra igualmente un marco normativo basado en un Plan Integral para el fomento de la Artesanía en Andalucía, dependiendo de la Consejería de Turismo y Comercio. Al igual que en materia de turismo existen diversas modalidades de ayudas, entre ellas orientadas a la mejora de la calidad, modernización e innovación en equipos y gestión, procesos de promoción y comercialización de productos etc., medidas, todas ellas, de aplicación a los establecimientos existentes pero no van destinadas a la implantación de nuevos talleres. No obstante, serían de aplicación para la adecuación y la posible apertura pública de los establecimientos artesanos existentes en el área de estudio.

#### **7.4.3.3. Asignación específica destinada a un proyecto, evento o actividad determinada mediante un convenio-programa.**

Esta línea de posible financiación entraría en el marco territorial del municipio, mediante apoyos financieros municipales, del área de cultura municipal, de promoción turística; de entidades bancarias, fundaciones o empresas directamente relacionadas con la actividad de que se trate. Las actividades o eventos pueden ser muy variados, desde exposiciones con temáticas variadas, conferencias, actividades de ocio, actividades relacionadas con el mundo artístico en general , actos festivos etc. Actividades en general que puedan atraer el interés de agentes públicos o privados, pretendiendo con ello una finalidad de interés social-cultural o para conseguir una notoriedad social del agente que participa.

---

<sup>103</sup> Para acogerse a esta subvención el ente de gestión propuesto deberá contar con PYMES asociadas.

## **7.5. Acciones de promoción y comercialización.**

### **7.5.1. Estrategias de marketing basadas en un producto novedoso y de autenticidad socio-cultural.**

“El marketing promocional debe negociarse entre gestores culturales y turísticos; el divorcio entre ambas instancias es demasiado común e impropio de una optimización económica de la gestión patrimonial para la ciudad”. (MARCHENA GÓMEZ, M., 1998)

Las acciones de diseño del producto, publicidad y promoción, canales de distribución, comercialización y venta deben estar basadas en la estrategia de conseguir y transmitir un producto novedoso y de autenticidad socio-cultural.

Desde el propio diseño del producto se debe cuidar la imagen del mismo, para ello se contempla:

#### **7.5.1.1. La creación de una “marca” de identidad propia para la Ajerquía Norte, teniendo a los patios como principal recurso, complementaria a la marca de Córdoba.**

La marca de los patios populares se encuentra generada con la declaración de Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad debiendo integrarse en la marca que identifique a la Ajerquía Norte y ésta a su vez dentro de la Marca Córdoba.

El producto, en los canales comerciales, debe presentarse como novedoso y tendente a cubrir las expectativas en relación a las tendencias actuales del turismo cultural, combinando en un solo atractivo el patrimonio material con el simbólico, uniendo la historia de los monumentos, personajes históricos y sitio, con el bagaje cultural de los tiempos actuales y sobre todo, con la incorporación de los patios, mostrados con el significado y transmisión de los valores declarados como Patrimonio Inmaterial de la Humanidad. Por consiguiente todo ello exige:

#### **7.5.1.2. Campaña promocional de diferenciación del producto, potenciando los valores de autenticidad histórica.**

Para llegar a los potenciales compradores se hace necesario establecer una buena política de comunicación de la oferta turística, tanto interna como externa, con el fin de facilitar el conocimiento de los bienes que se pretenden ofertar e inducir a la compra del producto turístico, que en nuestro caso es el itinerario turístico-cultural propuesto, así como el resto de los bienes patrimoniales de la Ajerquía Norte y de los servicios turísticos complementarios.

La promoción empieza con la comunicación del producto a los consumidores potenciales, considerados en primera instancia la población local y a continuación

los visitantes. La promoción a la población local empieza por la información, la formación educacional y la concienciación de la importancia de nuestro patrimonio histórico y cultural, que este pueda verse como un factor de desarrollo y al mismo tiempo de estima y consideración de lo propio.

La promoción asimismo debe contemplarse en el ámbito urbano con las estrategias de imagen y de mejora del medio ambiente, así como en la utilización de métodos e instrumentos de comunicación interna, considerando para ello:

- La colocación de paneles informativos de la Ajerquía Norte, tanto del itinerario como del potencial patrimonial visitable o no, así como de los servicios complementarios turísticos: hoteles, restauración, paradas del bus turístico, taxis etc. Estos paneles se situarían en las cabeceras del itinerario y en puntos estratégicos del Área.
- Señalización adecuada del itinerario y elementos que se visitan.
- Información histórica y actual de los elementos patrimoniales visitables, disponiendo en el sitio de folletos, guías o paneles expositores, en varios idiomas, eligiendo el método más adecuado de trasmisión en cada caso.
- Información mediante códigos QR de calles, plazas y personajes de interés histórico y cultural.
- Creación de dos puntos de información turística zonal en las cabeceras del itinerario: Patio de San Juan de Palomares 11 y Torre de la Malmuerta.

No hay mejor promoción que dar un producto de calidad, tanto en la presentación del producto como en los contenidos históricos y las distintas temáticas, que deben ser cuidadosamente elaboradas e interpretadas para los distintos públicos, asimismo la información oral debe contar con guías de calidad, sensibilizados en la transmisión adecuada de los conocimientos y motivados con su trabajo. Si la experiencia del turista es satisfactoria es una buena forma de comercializar el producto, mediante la comunicación oral directa entre personas.

Dentro de los mecanismos publicitarios, la elaboración de un folleto del itinerario, conteniendo información: explicación de cada elemento patrimonial y recorrido urbano, así como del paquete promocional, combinados y demás servicios turísticos, complementándose con precios, horarios, y la forma de adquisición. Así mismo se incorporaría la información del itinerario en ediciones y guías turísticas sobre el

patrimonio histórico de Córdoba, también con material complementario como catálogos, reproducciones, fotos, o material visual como CD, etc.

### **7.5.1.3. Creación de productos específicos artesanales o de contenido patrimonial como instrumentos promocionales y de difusión del patrimonio.**

La comercialización de productos específicos artesanales o de contenido patrimonial forman parte de los instrumentos promocionales y de difusión de nuestro patrimonio. En los puntos destinados para ello, se contará con material editado en general sobre el patrimonio de Córdoba, fotografías, guías, catálogos, posters, libros de bolsillo, bibliografía en general sobre el patrimonio de Córdoba, así como material editado sobre los patios y sobre la Ajerquía, productos de artesanía propios y otros productos que se hagan ex profeso para el patrimonio que se valoriza. La gama puede ser muy amplia pero debe llevar la marca de identidad de los patios

### **7.5.2. Gestión relativa a la difusión, divulgación externa y comercialización.**

Se realizaría a través del órgano de gestión local: Consorcio de Turismo de Córdoba, así como del Patronato Provincial de Turismo de Córdoba y otros medios instrumentales de difusión a nivel provincial, autonómico, nacional e internacional.

Para la promoción y comercialización, a su vez, contamos con un elemento de peso que son las tecnologías de telecomunicación. Las tecnologías se imponen para todos, la información, promoción y comercialización no pueden considerarse al margen de este proceso, proceso con continuos cambios y avances, que obliga a periódicas actualizaciones, a innovar y a realizar inversiones continuadas si se quiere estar en un nivel de competitividad adecuado con el resto de los destinos turísticos.

Como primera acción promocional externa se hace necesaria la creación de una página web específica de la Ajerquía Norte y del itinerario turístico, con la potenciación del recurso patios, teniendo presente los objetivos de la campaña, “diferenciación y autenticidad del producto ofrecido”, producto que deberá atender al turismo cultural, con experiencias únicas y completas de la ciudad histórica, en el conocimiento de los valores histórico-culturales, y en la transmisión de los aspectos inmateriales del recurso “patios”, declarado Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad.

La página se integraría en el portal promocional del Consorcio de Turismo de Córdoba 2.0. así como en otros portales para la promoción y comercialización de distintos productos de la ciudad o provincia como “Córdoba a la Carta”.

A través del portal del Consorcio de Turismo así como el acceso a la web desde otros posibles portales, se prestaría el soporte técnico a las organizaciones empresariales y oficinas de turismo, para la comercialización del itinerario, mediante un apoyo telemático de central de reservas y sobre los distintos productos a comercializar.

Las técnicas operativas que podrán realizar los entes de gestión para la promoción y comercialización del itinerario turístico son variadas y van a depender si se dirigen directamente al consumidor o a los operadores turísticos.

Al consumidor de forma directa, nos podemos dirigir con campañas de TV., radio y publicaciones, así como la promoción y comercialización directa a través de las agencias de viajes On Line y de distribución de viajes por Internet.

La promoción “workshop” pasa por contactar directamente con los operadores turísticos emisores y agencias de viajes de los principales mercados emisores; se recurre también a presentaciones a profesionales, viajes de familiarización con agencias y con los medios de comunicación que editen páginas con relación al turismo.

Como producto integrado dentro del Patrimonio Monumental de Córdoba debe estar presente en la comercialización de destino turístico de Córdoba a través de los entes de gestión, en ferias y eventos destinados a su proyección nacional e internacional.

## **7.6. Resultados de las acciones selectivas a desarrollar para la creación de la dinámica turística en el área.**

### **7.6.1. Sobre los recursos turísticos:**

- Potenciar los valores de autenticidad e integridad del patrimonio material e inmaterial.
- Propiciar la conexión y complementariedad de los distintos recursos patrimoniales y culturales de la zona y entre ésta y el resto de entornos turísticos de la ciudad.
- Inclusión de elementos de atracción y atractividad de los recursos turísticos para que el visitante adquiera una experiencia placentera y satisfactoria.

### **En el itinerario base:**

- Puesta en valor de los seis patios previstos en el itinerario, con valores identitarios de la Fiesta de los Patios de Córdoba.

- Creación del Centro Cultural Inmaterial en uno de los patios previamente seleccionado.
- Creación de un Centro Cultural dedicado a San Rafael, a su significación y simbolismo en la ciudad de Córdoba, ubicado en las dependencias de la Iglesia de San Rafael.
- Contenidos interpretativos de la visita de la Iglesia de San Rafael.
- Contenidos interpretativos de la visita de la Iglesia de San Agustín.
- Contenidos interpretativos de la muralla de la Ajerquía.
- Apertura de la Torre Albarrana “de la Malmuerta” al público como mirador de la Ajerquía y dotándola de contenido relativo a las defensas de Córdoba.
- Contenidos interpretativos históricos de calles y plazas, de figuras relevantes. Significación de las figuras del “toreo” en el barrio de Santa Marina.
- Constitución de un fondo documental y museográfico para la puesta en valor de los recursos señalados.

#### **En el itinerario religioso:**

- Contenido argumental de la imaginaria de la Iglesia de los Trinitarios.
- Valorización de dos patios clave en el itinerario: San Juan de Palomares 11 y el Centro de la Cultura Inmaterial del Patio.
- Significación histórica del Padre Roelas y su vinculación a la figura de San Rafael.
- Contenidos interpretativos de la Iglesia de San Agustín y de Ntra. Sra. de las Angustias.
- Contenido histórico del Beato Padre Cristóbal cuyos restos se encuentran en la Iglesia de Jesús Nazareno, beatificado en el 2012. Contenidos interpretativos de las tallas previstas para su visita.

#### **7.6.2. Sobre la mejora del entorno físico, calidad ambiental y paisajística**

- Mejora del viario en Calle Roelas, calle Juan Rufo y del itinerario base en general.
- Plan de ornato en fachadas y solares de toda el Área, empezando por el itinerario.
- Mejora del cableado aéreo, sobre todo en cruces de calles y donde se crean impactos.

- Mejora de recolocación de antenas vistas desde el espacio público y aparatos de aire en fachadas.
- Posibilidad de soterramiento de contenedores o ubicación en locales, en los recorridos turísticos como ya se ha procedido en puntos estratégicos del área.
- Restauración de tramos de lienzo de muralla, especialmente la del Marrubial.
- Mejora y/o rehabilitación de la Plaza de San Agustín.<sup>104</sup>
- Eliminación de estacionamiento en plazas y rincones de interés.
- Plan de adecuación de rótulos y escaparates a la normativa vigente.
- Eliminación del estacionamiento y mejora urbanística de la Plaza del Corazón de María<sup>1</sup>.
- Mejora urbanística del eje del Realejo, San Lorenzo y María Auxiliadora<sup>1</sup>
- Incorporación de elementos vegetales, elementos artísticos en rincones y ensanches de calles, donde sea factible su incorporación.
- Posibilidad de crear iluminación artística en determinados elementos en los que se quiera atraer la mirada, de especial significación o evocación.
- Posibilidad de incorporar arte efímero en la calle.

### **7.6.3. Sobre accesibilidad y movilidad.**

- Información adecuada para todos los públicos
- Adecuar los recursos para el acceso a personas con discapacidad física.
- Eliminación de barreras arquitectónicas en el entorno y edificios visitables.
- Construcción de un parking de residentes y de rotación previsto en Ronda del Marrubial o el previsto en Lepanto; o en otro caso, la adecuación de solares para uso de aparcamiento, consiguiendo con ello la reducción de impactos ambientales.
- Determinar en las cabeceras del circuito un estacionamiento para autocares.
- Ordenación del estacionamiento interno de forma que no tenga una ubicación indiscriminada.
- Continuar con la peatonalización del Área.
- Eliminar el autobús incorporando el microbús, debido a la escasa dimensión de las calles, evitando con ello estrés al peatón.
- Establecimiento de paradas del bus turístico y microbús turístico en puntos del itinerario propuesto.

---

<sup>104</sup> Según lo previsto en el Plan de Actuación de la Ajerquía Norte



- Posibilidad de utilización de vehículos ecológicos y/o bicicletas.

#### **7.6.4. Acciones de señalética.**

- Colocación de paneles interpretativos de la Ajerquía en la Plaza del Corazón de María, Torre de la Malmuerta, en los extremos del circuito así como en los distintos puntos de entrada peatonales al área.
- Complementación de las señales informativas en monumentos y plazas
- Mejora de la señalización orientativa de los recursos y equipamientos de interés: Punto de Información Turística zonal, Patio de la Cultura Inmaterial, Iglesia de San Rafael, Iglesia de San Agustín, Palacio de Viana etc..
- Introducción de Códigos QR en calles, sitios de interés y monumentos con contenidos informativos ampliables.

#### **7.6.5. Acciones de información, formación y participación.**

- Realizar una campaña de difusión y sensibilización de las posibilidades del sector turístico y patrimonial en el área a través del ente de gestión turística del área.
- Creación de un foro de participación ciudadana de la Ajerquía Norte canalizado a través del futuro ente de gestión que tendrá un carácter eminentemente asociativo sin ánimo de lucro.
- Cuidar la transmisión e interpretación de los conocimientos mediante la adecuada sensibilización y motivación del personal que los imparten.
- Asegurar la participación activa e implicada del turista en la oferta turística diseñada en la zona y no solo observadora o meramente contemplativa.
- Animar a la población local en la participación de eventos o actividades culturales, creativas y/o recreativas que dinamicen el área desde la perspectiva social, cultural y económica. (Concursos sobre trabajos artísticos, exposiciones culturales, participación en el desarrollo de eventos como musicales o actividades comerciales).

#### **7.6.6. Acciones de apoyo y fomento de las administraciones públicas, para la conservación del patrimonio identitario del área y actividades comerciales.**

- Medidas de apoyo y fomento para la recuperación de edificios casas patio y casas de vecinos, para mantenimiento de su uso residencial y/o combinación con otros usos: establecimientos turísticos, apartamentos, hoteles con encanto,

restauración. (Posible recuperación de la casa-patio Montero 12, Humosa 5, etc.).

- Medidas de apoyo y fomento de la Administración Pública, que implique en lo posible la regeneración del patrimonio arquitectónico de edificios catalogados, con posibilidad o no de compatibilizar los usos residencial, comercial y/o restauración.
- Medidas de apoyo y fomento para la ubicación en los citados edificios de locales y/o talleres de uso artesanal, mediante posible reducción de impuestos, subvenciones al alquiler y a equipos de trabajo etc..
- Impulso para la recuperación de la tradición comercial en el Compás y Plaza de San Agustín, con la implantación de comercios artesanales y productos de la tierra.
- Medidas de apoyo y fomento para creación de nuevos establecimientos de cocina tradicional, en edificios de interés, que suponga la recuperación de las tipologías tradicionales.
- Apoyo a iniciativas innovadoras o eventos culturales con vocación en el área, que impliquen valoración y promoción de los bienes materiales e inmateriales y con garantía de sostenibilidad.

#### **7.6.7. Gestión y financiación de las acciones.**

- Creación de un órgano o institución para la gestión del área de carácter asociativo, creando los mecanismos de participación de los agentes implicados en el desarrollo turístico y con la población residente, igualmente con la participación, coordinación y cooperación de la administración local.
- Se realizarán convenios con los particulares para la apertura y mantenimiento de los patios previstos en el itinerario.
- Establecimiento de acuerdos y convenios con congregaciones religiosas, obispado o particulares a cargo de los recursos que podrán valorizarse para su visita.
- Establecimiento de líneas de apoyo y fomento de las Administraciones Públicas: ayudas locales, sectoriales y del Plan Turístico de Grandes Ciudades, actualmente en fase de estudio.

#### **7.6.8. Acciones de promoción y comercialización.**

- Campaña promocional de diferenciación del producto, potenciando los valores de autenticidad y de identidad cultural de Córdoba, con los patios como principal recurso.
- Creación de un punto de información turística zonal en uno de los patios al inicio del itinerario, ya seleccionado.
- Política de comunicación tanto interna como externa con el fin de facilitar el conocimiento de los bienes patrimoniales del área.
- Creación de una página web específica de la Ajerquía Norte con enlaces al portal del Consorcio de Turismo de Córdoba y portales de promoción y comercialización de distintos productos de la ciudad o provincia como “Córdoba a la Carta”.
- Difusión y divulgación externa a través del Consorcio de Turismo.
- Creación de productos específicos artesanales o de contenido patrimonial como instrumentos promocionales y de difusión del patrimonio.
- Apoyo telemático de distribución eficiente que preste servicio a las organizaciones empresariales para la comercialización de los distintos productos.

#### **7.7. Mapa de actores.**

La nueva conceptualización del turismo requiere de una participación dinámica de los actores que conforman el panorama turístico de un territorio, sólo así se concibe la efectividad en el desarrollo económico.

El modelo clásico de funcionamiento turístico en manos de turoperadores y en busca de destinos turísticos de primera línea ha entrado en una etapa de decadencia. Hoy la demanda potencial turística encuentra otros canales de conocimiento a través de los diferentes medios de información y comunicación, abriendo horizontes nuevos para otros destinos turísticos. Este nuevo panorama ha implicado que los gustos y los deseos del turista sean más específicos y se encaminen hacia el conocimiento en general de las culturas y pueblos que aporten diferencias respecto al mundo global del que formamos parte y adquirir así otro tipo de experiencias.

“El nuevo escenario turístico (caracterizado por los procesos de desintermediación) y los nuevos parámetros de la demanda turística,...imponen nuevos retos para los espacios turísticos... En este nuevo contexto, la gestión de la acción turística ya no

recae en los turoperadores encargados de <empaquetar> un producto en un determinado ámbito territorial, sino que se está produciendo un proceso de traslado de la responsabilidad al propio territorio, imponiendo nuevos retos a los actores que intervienen en el espacio turístico concreto”. (MERINERO, R., 2009)

Por ello, las nuevas tendencias del turismo requieren que la comunidad local adquiera el protagonismo en materia turística, que hasta ahora había estado en manos de agentes externos. La adaptación a esta nueva forma de entender la dinámica turística no va a resultar fácil para los actores que deben implicarse, sobre todo en lo que se refiere a los actores públicos que han mantenido hasta ahora la inercia en el modelo clásico vigente. La forma y desarrollo de la dinámica turística que se quiere imprimir en este territorio turístico emergente de la Ajerquía Norte, se basa en estos nuevos parámetros, resultando novedosa para Córdoba, pero es la que debe regir los nuevos destinos turísticos, si con ello queremos empezar a hablar de un turismo diferente, sostenible y de calidad. La comunidad local, por consiguiente, será la protagonista del nuevo escenario turístico y la intervención y relaciones entre los diferentes actores que componen la escena de la actividad turística, debe ser cada vez más participativa e integrada, buscando la cooperación y el entendimiento entre todos ellos.

En sucesivas ocasiones hemos referido que la dinámica turística es un fenómeno muy complejo, entre otras cuestiones y refiriéndonos a los agentes implicados, por la multitud de actores que intervienen y por las complejas relaciones que se dan entre ellos, derivadas de la segmentación y del carácter transversal de la propia actividad turística.

Sin lugar a dudas, la planificación de este modelo turístico resulta más compleja que en el modelo clásico, (aunque este último en su momento álgido acabe absorbiendo a la ciudad y no seamos conscientes de ello). El modelo de la presente propuesta, requiere de un diseño previo y de una participación continua y coordinada de todos los actores para que al incorporar la nueva actividad en sus múltiples aspectos y en paralelo con el carácter poli funcional de la ciudad, se integre y forme parte de la población de acogida.

Los actores turísticos se hallan definidos por su posicionamiento, es decir, por el lugar que ocupan en la dinámica turística, también por las acciones que desarrollan

y relaciones que se establecen entre ellos. Cada vez adquieren más presencia en los sistemas productivos locales los Clústeres Productivos, siendo un ejemplo de cooperación e integración de diversos actores con fines similares, complementando sus acciones y las relaciones entre ellos.

La identificación de los actores puede ser más o menos compleja pero lo es aún más la determinación de las relaciones entre ellos. En nuestra propuesta de creación de la dinámica turística intervienen los actores públicos con un papel de liderazgo fundamental, las empresas de servicios turísticos y grupos con interés empresarial, las personas o entidades con recursos turísticos, las asociaciones culturales, los entes locales de promoción turística, el ente de gestión de la dinámica del área y la población local que desee implicarse.

Para que pueda tener la consideración de actor debe pertenecer a alguno de los grupos indicados y a su vez que realice funciones que afecten al nuevo destino turístico y/o al sistema turístico local en su conjunto. En definitiva, *“...tener la capacidad de atender a estas dinámicas colaborativas reales que se producen entre los actores públicos y privados que operan en el territorio es el elemento clave para comprender el papel que la gestión activa del turismo tiene en el desarrollo del mismo en el territorio concreto en que se produce”*. (MERINERO, R., 2009).

**ACTORES EXTERNOS:**

<b>ACTORES</b>	<b>MARCO DE ACTUACIÓN</b>	<b>FINALIDAD</b>	<b>RELACION ACTORES</b>
<b>ADMINISTRACIONES PÚBLICAS:</b>			
<b>CONSEJERÍA DE TURISMO Y COMERCIO</b>	Marco legislativo que regula los Programas o Planes de acción turística.	-Planificación turística del territorio. -Convenios con entidades locales sobre programas turísticos concretos. (Plan Turístico de Grandes Ciudades para Córdoba). -Medidas de apoyo y fomento para creación de nuevos productos, infraestructuras turísticas, servicios turísticos, formación e innovación.	-Ayuntamiento de Córdoba -Entidad gestora de la dinamización turística de la Ajerquía -Pequeñas o medianas PYMES. -Asociaciones civiles y empresariales.
<b>CONSERJERÍA DE FOMENTO Y VIVIENDA</b>	Marco legislativo que regula Programas específicos de rehabilitación de viviendas y áreas urbanas.	-Ayudas a particulares para la conservación de edificios patrimoniales. - Plan de rehabilitación urbana para edificios residenciales y equipamientos y calidad medioambiental.	-Ayuntamiento de Córdoba. -Entidades colaboradoras. -Propietarios de viviendas.
<b>CONSEJERÍA DE CULTURA</b>	Convenios con propietarios de bienes patrimoniales: Obispado, congregaciones religiosas.  Convenios con Ayuntamiento en materia de conservación patrimonial.	-Intervención directa en materia de conservación y restauración del patrimonio. - Actividades culturales, jornadas, encuentros, etc.	-Ayuntamiento de Córdoba. -Instituciones eclesiásticas. -Asociaciones civiles.
<b>EMPRESAS PRIVADAS:</b>			
<b>Turoperadores y agencias turísticas.</b>	Paquetes promocionales de productos elaborados.	-Adquisición del producto turístico o productos. -Adquisición de servicios turísticos.	-Consortio de Turismo -Agencias turísticas receptoras de Córdoba. -Entidad gestora Ajerquía. -Hoteles y otros alojamientos. -Plataformas locales de comercialización: "Córdoba a la Carta".

**ACTORES INTERNOS:**

Agentes propios del territorio

ACTORES	MARCO DE ACTUACIÓN	FINALIDAD	RELACION ACTORES
<p><b>AYUNTAMIENTO DE CORDOBA:</b></p> <p>Delegación de turismo y cultura</p> <p>Delegación de tradiciones populares, fiestas y festejos.</p> <p>Empresa de Vivienda</p> <p>Delegación de Infraestructura</p> <p>Oficina del Casco Histórico</p> <p>Gerencia de Urbanismo</p>	<p>Convenios específicos con las administraciones públicas en líneas de apoyo y fomento en materia turística y de patrimonio.</p> <p>Líneas de apoyo a la dinámica turística a través de medios materiales y humanos con participación activa del Consorcio de Turismo. Oficinas de Información Turística. Delegación de Turismo y Cultura.</p> <p>Empresas vinculadas a la vivienda y desarrollo urbano.</p>	<p>-Captación de recursos de los planes y programas autonómicos y estatales en materia turística.</p> <p>-Gestión de la cooperación y coordinación de los diferentes actores.</p> <p>- Acciones para la participación del sector privado.</p> <p>- Apoyo y fomento para el establecimiento de empresas turísticas y comerciales en el área.</p> <p>- Rehabilitación del patrimonio identitario del área.</p> <p>- Creación de infraestructura turística urbana: señalética, contenidos direccionales e informativos, aparcamientos, mejora ambiental del área.</p> <p>-Convenios para la apertura turística de bienes particulares.</p> <p>- Planificación, participación y cooperación en actos y eventos culturales en el área.</p> <p>- Organización de la movilidad y del sistema de transporte.</p>	<p>-Administraciones públicas.</p> <p>-Órgano de gestión del área.</p> <p>-Organismos y empresas vinculadas con alguna - competencia en la materia.</p> <p>-Empresariado turístico.</p> <p>-Pequeñas y medianas empresas.</p> <p>-Asociaciones civiles del área.</p> <p>-Particulares.</p> <p>-Instituciones eclesiásticas y congregaciones religiosas.</p> <p>-Asociaciones de participación ciudadana.</p>
<p><b>CENTRO DE INICIATIVAS TURÍSTICAS DE LA AJERQUÍA NORTE</b></p>	<p>Como organismo colaborador en planes y programas de apoyo y fomento en materia turística del área.</p> <p>Gestión correspondiente a la dinámica turística sostenible a crear en el área.</p>	<p>-Creación, promoción, comercialización de productos turísticos en el área, coordinación y acciones de participación con las entidades públicas-privadas.</p> <p>-Diseño de paquetes turísticos, receptivo turístico, servicio de guías turístico.</p>	<p>-Ayuntamiento de Córdoba.</p> <p>-Consorcio de Turismo</p> <p>-Agencias turísticas externas e internas.</p> <p>- Empresariado turístico.</p> <p>-Pequeñas y medianas empresas.</p> <p>-Asociaciones civiles del área.</p> <p>-Particulares.</p> <p>-Instituciones eclesiásticas y congregaciones religiosas.</p> <p>-Asociaciones de participación ciudadana.</p>
<p><b>GRUPOS Y EMPRESAS TURÍSTICAS:</b></p> <p>Alojamientos turísticos: hoteles, pensiones, apartamentos.</p> <p>Restaurantes, tabernas, bares, cafeterías.</p> <p>Comercios minoristas y talleres artesanales</p>	<p>Apertura de locales de negocio en base al uso o explotación prevista.</p>	<p>-Puesta en el mercado turístico de sus productos</p>	<p>-Administración pública.</p> <p>-Ayuntamiento y órganos de promoción turística.</p> <p>-Órgano de gestión turística del área.</p> <p>-Agencias turísticas y canales de comercialización del producto turístico.</p> <p>-Empresas del mismo</p>

Centros recreativos y de ocio			sector o creando paquetes de promoción de productos combinados.
Museos privados, exposiciones y centros culturales.			
Empresas y profesionales de servicios de guías de turismo.	Grupos concertados. Contratación de servicios por terceros.	-Información y difusión sobre el patrimonio. -Participación en actos o eventos turísticos.	- Turoperadores y anteriores actores.
<b>EMPRESAS DE TRANSPORTE TURÍSTICO</b>	Establecimiento de circuitos y paradas en la ubicación de los recursos.  Medios de transporte ecológicos  Bus turístico	-Mejora de la movilidad. -Puesta en el mercado turístico de sus productos.	-Ayuntamiento y órganos de promoción turística. -Órgano de gestión turística del área. -Consortio de Turismo
<b>PROPIETARIOS DE RECURSOS TURÍSTICOS</b>  De patios  De patrimonio eclesiástico y conventos	Convenios específicos con Ayuntamiento, Ente de Gestión, o asociación privada para la apertura de estos bienes con adecuación de los mismos para la visita turística.	-Valorización del patrimonio identitario del área para su visita turística y dinamización social, económica y ambiental del área.	-Ayuntamiento y órganos de promoción turística. -Órgano de gestión turística del área. -Congregaciones religiosas. -Asociaciones privadas para la explotación del recurso.
<b>ASOCIACIONES CULTURALES</b>  De patios, peñas etc.	Medios de difusión que se consideren adecuados.  En foros o mesas de debate.	-Organización y participación en acciones y eventos de índole cultural. - Actuando como grupos de opinión en los valores culturales e identitarios a conservar.	-Ayuntamiento. -Órgano de gestión turística del área. -Con otras Asociaciones. -Empresarios y PYMES.
<b>ENTES LOCALES DE PROMOCIÓN TURÍSTICA</b>  Consortio de Turismo de Córdoba  Patronato Provincial de Turismo de la Diputación	Páginas web.  Ferias de promoción.  Presentaciones profesionales.	-Campañas de promoción y comercialización del producto.	-Ayuntamiento. -Diputación Provincial. -Órgano de gestión turística del área. -Turoperadores. -Agencias turísticas. -Empresas de servicios turísticos.
<b>POBLACIÓN LOCAL</b>  Particulares	Medios de difusión que se consideren adecuados.  En foros o mesas de debate.	-Participación en acciones y eventos de índole cultural. - Participando en opinión.	-Ayuntamiento. -Órgano de gestión turística del área. -Con otras Asociaciones. -Empresarios y PYMES.



## **CONCLUSIONES.**

La Ajerquía Norte comprende casi una cuarta parte del Conjunto Histórico de Córdoba, se encuentra situada en el extremo nororiental del mismo. Sobre la misma existe una declaración como Área de Rehabilitación Concertada, aun en vías de desarrollo, debido a un cúmulo de deficiencias y problemáticas detectadas a nivel urbanístico y social. Tras la Declaración de los Patios de Córdoba como Patrimonio Inmaterial de la Humanidad, se abre un horizonte nuevo para el área delimitada, si conceptuamos que en la misma se dan los factores de necesidad planteados, siendo este recurso “patios” en sí mismo y con el resto del patrimonio monumental y del Conjunto, un potencial, que mediante su aprovechamiento turístico puede ofrecer oportunidades para la recuperación física y socioeconómica de la Ajerquía Norte.

En la propuesta de dinamización turística se ha planteado como primer objetivo la valorización de los patios en base a los factores inmateriales e identitarios valorados en la Declaración, y para ello se crea el Centro de la Cultura Inmaterial de los Patios, en uno de los patios más emblemáticos de la tradición festiva. Asimismo se valoran desde los fundamentos de la Declaración otros cinco patios desde la singularidad de sus valores populares y etnográficos, de un total de 25 patios que se presentan al concurso anual. Estos patios suponen el atractivo más singular, hoy por hoy, para el área.

El Centro de la Cultura Inmaterial del Patio considero que es uno de los logros más importantes de esta propuesta turística-cultural, (se halla prevista su realización en el Plan Turístico de Grandes Ciudades para Córdoba. En primer lugar, porque se conseguirá una aproximación a la correcta forma de entender los valores que han sido objeto de la Declaración de los Patios como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad, así como para su transmisión y salvaguardia y, en segundo lugar, el hecho de que este Centro se halle en la Ajerquía, puede significar la pieza clave para el despegue turístico de este sector, al conformarse como un centro de atracción turística de gran interés.

Como patrimonio identitario del área se ha realizado una valoración del estado actual de las casas de vecinos, nuestro patrimonio etnográfico, con resultados muy preocupantes en cuanto al escaso interés prestado al mismo por los agentes sociales con responsabilidad en la materia, traducido en cifras de descenso de este patrimonio en los últimos años, desde el estudio realizado del Programa de Actuación del Plan de la Ajerquía Norte. Es necesario basarnos en la concienciación

de que tiene mucho que ver con el patrimonio cultural inmaterial del área y que resulta de interés crear los mecanismos necesarios para la conservación y recuperación de los escasos ejemplos que aún perviven, si nuestra intención es mostrar “algo que nos diferencie de otros destinos locales”.

Sin duda, hoy son los patios el atractivo más singular y el potencial que atraerá a la demanda de turista. No obstante las tendencias actuales del turismo en relación con el patrimonio cultural, nos viene a decir que el turista requiere de experiencias completas en relación con la ciudad que visita, por lo que el conocimiento de la ciudad en su conjunto tanto en su patrimonio (material y simbólico), como en su gastronomía, ocio y de relación con la comunidad anfitriona, no viene sino a complementar y a enriquecer el recurso “patios”.

El modelo turístico propuesto en este estudio mantiene notables diferencias con el modelo turístico tradicional aplicado en Córdoba. Estas diferencias son de tipo conceptual, de planificación y de métodos utilizados. La presente propuesta de dinamización turística de una parte del Conjunto Histórico viene a contemplar un cambio profundo en la forma de entender qué es el patrimonio, el turismo y lo que ambos deben representar para la sociedad cordobesa, en último término.

En el primer caso, relativo al modelo tradicional, se nos presenta una visión sesgada del patrimonio y de los recursos turísticos, con sólo algunos atractores de gran interés y con una finalidad eminentemente económica. En nuestra propuesta, en cambio, se nos presenta el patrimonio con una visión amplia e integral del mismo; recursos materiales e inmateriales, bienes inmuebles, historia, cultura, tradiciones y formas de vida... Y ello con unos planteamientos basados en la implicación social, en una dinámica económica ajustada a la población y en la mejora ambiental, todo ello procurando el beneficio de la comunidad de la que forma parte.

Se presenta el itinerario turístico como el modelo más idóneo para la integración de los diferentes productos patrimoniales, materiales e inmateriales, gastronómicos y de ocio-recreativos del área, como contenedor y transmisor de la identidad compleja de un conjunto patrimonial. Del potencial patrimonial analizado en el área, el 63 % se halla recogido en el itinerario, destacando la Iglesia de San Rafael por su simbolismo en Córdoba, la Iglesia de San Agustín como joya del barroco cordobés y el Palacio de Viana, plazas catalogadas e hitos históricos conforman el recorrido, así como todos los patios del concurso con valores identitarios. La forma de comunicación al turista se realiza mediante guías preparados para la trasmisión de la seña de

identidad del área, con acciones experienciales encaminadas hacia la participación del mismo. Será necesario la constitución de un fondo documental desde donde se seleccionen los contenidos argumentativos y las acciones participativas que deberán incorporarse al itinerario. Esta forma de conocimiento del patrimonio no excluye la visita al patrimonio aislado, si bien éste deberá contar con la información adecuada para su interpretación.

Tras el análisis realizado de los recursos patrimoniales, se ha notado la presencia e interés de la significación dada a la iconografía religiosa y hacia personajes con un simbolismo religioso de trascendencia dentro del área, San Rafael, Beato Padre Cristóbal y tallas de imaginería de gran fervor popular, por lo que se ha desprendido la conveniencia del trazado de un segundo itinerario “religioso”, dirigido hacia segmentos de la población más específicos, que puede representar un componente de desestacionalización del turismo en épocas de menor afluencia del turismo cultural, aparte del reconocimiento de lo que puede representar la significación de estos valores religiosos intrínsecos para la población en general.

Ambos itinerarios se complementan con un tercer itinerario, “el gastronómico”, con bares y tabernas típicas de cocina tradicional, la mayoría de ellas ubicadas en edificios de interés patrimonial.

Las inversiones a realizar para la creación de la dinámica turística inicial no serían cuantiosas, por cuanto nos encontramos en una parte de la ciudad con las infraestructuras hechas y/o pertenecientes al resto de la ciudad; el potencial patrimonial inmueble es muy extenso y en condiciones físicas inmejorables y en general con usos parciales, a excepción de las casas-patio, lo que permite su compatibilización con el uso cultural y turístico. Como siempre en estos casos, donde entran en juego los bienes de titularidad privada, hay que realizar un esfuerzo de concienciación en estos titulares, en el entendimiento del carácter social y cultural de estos bienes patrimoniales. La posible disposición de los mismos se hará a través de los convenios público-privados necesarios.

La participación ciudadana se entiende como el factor clave para llegar a conseguir un turismo de calidad y sostenible, considerada esta cuestión en el presente trabajo como uno de los pilares fundamentales a tener en cuenta dentro de la gestión de nuestro destino turístico. Por consiguiente, en coherencia con este principio y de acuerdo a la argumentación realizada en este proyecto de dinamización turística, se entiende que la figura de gestión e impulsión de esta dinámica turística como más

idónea, a falta de otra fórmula de gestión de iniciativa pública que se desarrolle con los principios aludidos, sería una Asociación sin ánimo de lucro y de interés público, que podría denominarse, Centro de Iniciativas Turísticas de la Ajerquía Norte "CITAN".

Dentro de las acciones operativas para crear la dinámica turística, al margen de los recursos patrimoniales para su conversión en productos turísticos, es necesaria una operación de mejora de imagen del sitio, sobre todo en lo concerniente a la eliminación de impactos ambientales y visuales de entidad, así como una señalización adecuada y la creación de un punto de información turística zonal. En cuanto a los recursos "paraturísticos o de incidencia turística" habría que potenciar el mercado artesanal, en su doble vertiente de comercios y talleres, incidiendo en la implantación en casas patrimoniales de interés, proponiéndose un zoco artesanal en la casa-patio de Chaparro 9 y especialmente en la Plaza de San Agustín, como lugar histórico comercial por excelencia y epicentro del itinerario turístico.

La financiación se realizará a través de la comercialización de los recursos generados, contando asimismo con la participación pública-privada en eventos que sean de interés o buscando fórmulas de patrocinio. Será precisa una investigación continuada y la elaboración documental para atraer financiación de las distintas Administraciones Públicas, que basen sus programas de apoyo y fomento en actuaciones en el patrimonio o en productos derivados de la actividad turística.

Las estrategias de promoción y comercialización hay que basarlas en un producto novedoso y de autenticidad socio-cultural, creando una marca de identidad propia. Se deberá contar con una página web específica teniendo presente que el objetivo de la campaña promocional es "diferenciación y autenticidad del producto elegido". La gestión relativa a la difusión, divulgación externa y comercialización se realizaría a través del órgano de gestión local: Consorcio de Turismo de Córdoba, así como del Patronato Provincial de Turismo de Córdoba y otros medios instrumentales de difusión a nivel provincial, autonómico, nacional e internacional. Se deberá prestar el soporte técnico a las organizaciones empresariales y oficinas de turismo para la comercialización del itinerario, contando con un apoyo telemático de central de reservas sobre los distintos productos.

Por último indicar que los objetivos pretendidos como puntos de partida en la presente propuesta, tienen su razón de ser con la dinámica turística creada, por lo que tendrá un efecto positivo para el turismo de Córdoba y ayudará a derivar,

diversificar y desconcentrar el flujo de visitantes de la zona de "Patrimonio de la Humanidad", y a difundir la imagen exterior de Córdoba como un conjunto patrimonial en toda su extensión, que va mucho más allá del triángulo "Judería, Mezquita-Catedral y Sinagoga", contribuyendo a una mayor estancia media del turista en la ciudad.

Pero, "la extensión del tema tratado no puede desvirtuar el horizonte", y por lo que viene bien a cuento las siguientes palabras de Sebastián Cuevas *"...contando así esta historia, al hablar de la Casa de los Muchos, se habla de la gente que vive en este refugio cordobés y, en siguiendo sus pasos, acabamos contando toda la ciudad,..."*<sup>105</sup>, pues bien, en nuestro caso y a la inversa, al explorar este trozo de ciudad, se llegaría a conocer sus valores simbólicos, inmateriales, de convivencia entre sus gentes, para llevarnos a la forma de vida de sus Patios, que en definitiva es el objetivo fundamental que argumenta la dinamización turística y la potenciación del resto de valores patrimoniales de autenticidad en la Ajerquía Norte. Por ello, la Declaración de la UNESCO de "la Fiesta de los Patios como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad."

Córdoba, diciembre de 2013.

Fdo.: María Victoria de Larriva Ortega.

---

<sup>105</sup> CUEVAS, S.: *La casa de los Muchos*. Ediciones la Posada. Ayuntamiento de Córdoba. Córdoba, (1989), p.14.

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES Y TABLAS

Página

<b>Figura 1.</b> Delimitación contemplada en la Declaración de Área de Rehabilitación Concertada de la Ajerquía Norte (2006).....	21
<b>Figura 2.</b> Delimitación plano con el potencial patrimonial inmueble de la Ajerquía Norte.....	61
<b>Tabla 1a.</b> Información sobre el patrimonio monumental tangible.....	63
<b>Tabla 1b.</b> Información sobre el patrimonio monumental tangible.....	64
<b>Gráfico 1.</b> Potencial turístico 25 monumentos.....	65
<b>Tabla 2.</b> Información sobre los hitos catalogados en el área.....	68
<b>Tabla 3.</b> Información sobre las plazas y espacios urbanos de interés dentro del área.....	70
<b>Tabla 4.</b> Información sobre los equipamientos culturales o de ocio-recreativos del área.....	72
<b>Figura 3.</b> Plano de localización de casas de vecinos en la Ajerquía Norte.....	76
<b>Tabla 5a.</b> Situación analizada sobre el estado actual del potencial casas de vecinos.....	77
<b>Tabla 5b.</b> Situación analizada sobre el estado actual del potencial casas de vecinos.....	78
<b>Gráfico 2.</b> Clasificación del estado actual de las 66 casas de vecinos analizadas.....	79
<b>Gráfico 3.</b> Estado de los veinticuatro edificios que hoy se mantienen como casas de vecinos.....	79
<b>Gráfico 4.</b> Estado potencial sobre 54 casas de vecinos.....	79
<b>Figura 4.</b> Plano de localización de treinta y nueve patios presentados al festival de patios.....	84
<b>Tabla 6.</b> Patios presentados en los diez últimos años y alguna vez en los últimos tres años.....	85
<b>Tabla 7.</b> Patios presentados en los últimos diez años, no presentados en los tres últimos años. Otros patios-equipamientos fuera de concurso.....	86
<b>Tabla 8.</b> Selección de patios en base a los conceptos que mejor definen a estos edificios de acuerdo con la Declaración Inmaterial.....	87
<b>Tabla 9.</b> Patios susceptibles de valorización turística y de apertura por sus propietarios.....	88
<b>Figura 5.</b> Plano esquemático de accesibilidad de la Ajerquía Norte.....	94
<b>Fotografías 1 y 2.</b> La primera C/Roelas corresponde al pavimento original de estas calles, la segunda corresponde al pavimento renovado en C/ Queso.....	95
<b>Fotografías 3 y 4.</b> Aparcamiento de vehículos en plazas y entornos monumentales.....	95
<b>Figura 6.</b> Plano de aparcamientos previstos en la Ajerquía Norte.....	96
<b>Fotografías 5 y 6.</b> Estado de los solares en general en el área. Fotos pertenecientes a C/Frailes nº 7, C/Jesús Nazareno 8. ....	100
<b>Fotografías 7 y 8.</b> Estado de algunos edificios del área con impacto en la calidad ambiental y falta de ornato, C/ Montero 2, C/Jesús Nazareno 8.....	100
<b>Fotografías 9 y 10.</b> Cruces aéreos de varias compañías de instalaciones, inclusive en entornos monumentales. C/Ciegos, Iglesia de San Rafael.....	101
<b>Fotografías 11 y 12.</b> Hilera de contenedores situados en espacios urbanos y plazas.....	102
<b>Fotografías 13 y 14.</b> Impactos urbanísticos de la tipología tradicional del casco histórico.....	102
<b>Tabla 10.</b> Datos referidos a los alojamientos del área.....	104
<b>Gráfico 5 :</b> Evolución mensual del número de pernотaciones en establecimientos hoteleros del Municipio de Córdoba.....	105
<b>Figura nº 7.</b> Itinerario turístico principal del Área de la Ajerquía Norte.....	119
<b>Figura nº 8.</b> Itinerario religioso de la Ajerquía Norte. ....	121
<b>Figura nº 9.</b> Itinerario gastronómico complementario del itinerario turístico principal.....	123
<b>Fotografías 15 y 16:</b> Patio de Trueque 4, pozo central y vista general .....	125
<b>Figura 10.</b> Propuesta de distribución de los usos generales del futuro Centro de la Cultura Inmaterial del Patio.....	128
<b>Fotografía 17.</b> Señal orientativa monumental.....	139
<b>Fotografía 18.</b> Señal informativa.....	140
<b>Fotografía 19.</b> Señal informativa.....	140
<b>Fotografía 20.</b> Panel informativo.....	140

## BIBLIOGRAFÍA Y OTRAS FUENTES DOCUMENTALES.

### FUENTES BIBLIOGRÁFICAS:

AA.VV.: "Indicadores para las ciudades históricas". *Architectura, City and Enviroment*. (2008). 20 pp.

AA.VV.: *Guía arqueológica de Córdoba*. Seminario de Arqueología de la Universidad de Córdoba. Plurabelle, (2003)

AA.VV.: *Las plazas del Casco Histórico de Córdoba*. Universidad de Córdoba 2007. Oficina para la capitalidad cultural 2016. Ayto. de Córdoba (2007).

BRITO M.: *Las ciudades históricas como destinos patrimoniales: potencialidades y requisitos*. Universidad Complutense de Madrid, (2008).

CARDOSO JIMÉNEZ, C.: "Turismo sostenible: una revisión conceptual aplicada". *El periplo sustentable*, nº 11, México, (2006), pp. 5-21.

CAZES, G. y POTIER, F.: *Le tourisme urbain*. PUF. París, (1996).

CHIAS SURIOL, J.: "Del Recurso a la Oferta Turístico Cultural: Catálogo de Problemas". *Estudio Compartido sobre Turismo y Cultura publicado en el Portal Iberoamericano de Gestión Cultural*. (2002) (Últm. Rev: 23/09/2011) URL: [http://www.gestioncultural.org/ficheros/1\\_1316770271\\_JChias\\_Turismo\\_y\\_Recursos\\_Cult.p](http://www.gestioncultural.org/ficheros/1_1316770271_JChias_Turismo_y_Recursos_Cult.p)

CORTES PUYA, T.: *La recuperación del patrimonio cultural urbano como recurso turístico*. Tesis doctoral. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, (2002).

CUEVAS, S.: *La casa de los Muchos*. Ediciones la Posada. Ayuntamiento de Córdoba. Córdoba, (1989).

DE GREGORIO HURTADO S.: "Herramientas para la recuperación urbana desarrolladas por el Gobierno Central en España desde la perspectiva de la participación de la comunidad local". *Ciudades 15 (1)*, Valladolid, (2012), pp. 191-214.

DE LA CALLE, M. y GARCIA, M. "Fuentes y Técnicas para el estudio del turismo en las ciudades históricas", *Ería*, nº 47, (1998), pp. 326-333.

DE LA CALLE, M.: "El turismo y las políticas urbanas. Aproximación a la situación de las ciudades españolas". Grupo de investigación *-Patrimonio, turismo y desarrollo-*. Plan Nacional I+D+I. U.C.M. (2006-2008).

DEBRECZENI, E.: "Gestión del turismo sostenible y patrimonio cultural". Estudio Compartido sobre Turismo y Cultura. *Portal Iberoamericano de Gestión Cultural*. (2003). (Últm. Rev.: 23/09/2011).URL:

[http://www.gestioncultural.org/ficheros/1\\_1316770834\\_EDebreczenit\\_GestionTuristica.pdf](http://www.gestioncultural.org/ficheros/1_1316770834_EDebreczenit_GestionTuristica.pdf)

DIEZ SANTOS, D.: "La planificación estratégica en espacios turísticos del interior: claves para el diseño y formulación de estrategias competitivas". *Investigaciones Turísticas nº 1*, (2011), pp. 69-92.

ESTEBAN CURIEL, J.: *La demanda del Turismo Cultural y su vinculación con el medio ambiente urbano: los casos de Madrid y Valencia*. Tesis doctoral. Universidad Complutense de Madrid. Madrid, (2007).

GARCIA, M. y DE LA CALLE, M. : "Ciudades Históricas: patrimonio cultural y recurso turístico", *Ería*, nº 47, (1998), pp. 249-266.

GONZÁLEZ SANTAMARÍA, P.: "El producto turístico"... (Últm. rev.: 23/05/2013). [www.yumpu.com/es/document/view](http://www.yumpu.com/es/document/view). Pdf

GUEDE A.: "Turismo cultural en España". *Hosteltur*, (2005), pp. 1-20

JAVIER ESCALERA. " La fiesta como Patrimonio". *Boletín 21*. IAPH, p. 54.

LLORENÇ PRATS: "La viabilidad turística del patrimonio". *Pasos*, Vol. 9, nº 2, Barcelona, (2011), pp. 249-264.

MARCHENA GOMEZ, M.: *Turismo urbano y patrimonio cultural: una perspectiva europea*. Sevilla, Diputación de Sevilla, (1998).

MERINERO RODRIGUEZ, R., ZAMORA ACOSTA, E.: "La colaboración entre los actores turísticos en ciudades patrimoniales. Reflexiones para el análisis del desarrollo turístico", *Pasos*, Vol.7,nº 2, (2009), pp. 219-238.

MERINERO RODRIGUEZ, R.: "Redes de Actores y desarrollo turístico: Estudio de casos en Portugal". *Revista de Análisis turístico nº 11*. AECIT. Asociación española de expertos científicos en turismo. (2011), pp. 1-15.

MORA BARRIENTOS, C.M. *Turismo y planificación: Diagnóstico turístico de la ciudad de Victoria; Entre Ríos: Una mirada del presente, un aporte a su futuro*". Tesis licenciatura. Universidad abierta Interamericana. Buenos Aires (2010).

OLIVERA A.: "Patrimonio Inmaterial, recurso turístico y espíritu de los Territorios". *Cuadernos de Turismo nº 27*, Universidad Autónoma de Madrid, (2011), pp.663-697.

RICHARDS G.: "Cultural Tourism in Europe". *CAB Internacional*, Wallinford, 1996. ATLAS 2005. (Últm. rev.:10/06/2013). [http://www.tram-research.com/cultural\\_tourism\\_in\\_europe.PDF](http://www.tram-research.com/cultural_tourism_in_europe.PDF)

RIOBOO F. y LARRIVA V.: *Córdoba interior: la vida desde el patio*. Ayuntamiento de Córdoba (2009).



RIVERA MATEOS M. y LANQUAR R.: "El Proyecto "Tres" y la "Declaración de Córdoba" (España): una apuesta por la articulación de estrategias de turismo responsable y solidario desde Europa". *Pasos*, Vol. 4, nº 4, pp. 673-687.

ROS DEVELOPMENT & PLANING S.L.: *Modelos de gestión turística local. Principios y prácticas*. Federación Española de Municipios y Provincias y Secretaría General de Turismo. (2008).

SANCHEZ LUQUE, M. : *La gestión municipal del patrimonio cultural urbano en España*. Tesis doctoral. Dto. Historia del Arte. Universidad de Málaga, Málaga, (2005).

SANTA MARTA, J.: "Turismo y medio ambiente: el turismo es hoy la mayor industria mundial y una de las que más afecta al medio ambiente", *World.Watch*, (2000), pp. 52-54.

TORRES MARQUEZ, M. : "El impacto de los modelos turísticos dominantes en los destinos urbano-culturales: reflexiones a propósito de Córdoba (España)". En RIVERA MATEOS, M. y RODRIGUEZ GARCIA, L. (Coord.): *Turismo responsable, sostenibilidad y desarrollo local comunitario*. Capítulo VII, Córdoba, Universidad de Córdoba, (2012), pp. 145-220.

TOSELLI C.: "Turismo cultural, participación local y sustentabilidad. Algunas consideraciones sobre la puesta en valor del patrimonio rural como recurso turístico en Argentina". Estudio Compartido sobre Turismo y Cultura. *Portal Iberoamericano de Gestión Cultural*. (2003) (Últm. Rev: 21/06/2013). [Web:www.salvador.edu.ar/ui220-2-04.htm](http://www.salvador.edu.ar/ui220-2-04.htm)

TROITIÑO VINUESA, M. A.: "Turismo y desarrollo sostenible en las ciudades históricas". *Ería*, nº 47, (1998), pp. 211-227.

TROITIÑO Y AA.VV.: "Toledo: Problemática e implicaciones urbanas del turismo". *Eria nº 47*, (1998), pp.299-325.

TROITIÑO VINUESA, M. A.: "Ciudades históricas y turismo: los desafíos de la sostenibilidad". Mérida, Ciudad y Patrimonio. *Revista de Arqueología, Arte y Urbanismo*, 4, (2000), pp. 93-108.

TROITIÑO VINUESA, M. A.: "Las Ciudades Patrimonio de la Humanidad: Desafíos de interpretación, planificación y gestión turística". En Blanquer Criado, D. (Director): *Ordenación y gestión del territorio turístico*. Fundación Cañada Blanch. Valencia. (2002), pp. 351-405.

TROITIÑO VINUESA M.A.: "Patrimonio cultural: Valorización económica y reutilización funcional". Jornadas de Gestión Cultural. *Culturinnova*. (2003).

TROITIÑO, M.A.: “Centros Históricos: Nuevos procesos y actividades económicas: Turismo y estrategias de cualificación y dinamización”. Cuenca, (2006). 17 pp.

TROITIÑO M. Y VV.AA.: “Las actividades turísticas recreativas en los Planes de Gestión de los sitios Patrimonio Mundial. El caso de Aranjuez, Paisaje Cultural de la Humanidad.” Universidad Complutense de Madrid. *Cuadernos de Turismo*, 27, (2011), pp. 907-929.

VELASCO GONZÁLEZ, M.: “Gestión Turística del Patrimonio Cultural: enfoques para un desarrollo sostenible del turismo cultural”. *Cuadernos de turismo*, nº 23, Murcia, (2009), pp. 237-253.

VENTORINI E.J.: “Patrimonio cultural, turismo y desarrollo local: el camino de las estancias Jesuíticas de Córdoba”. *Aportes y transferencias*. Vol. I. Universidad Nacional de Córdoba. Argentina. (2003).

#### **OTRAS FUENTES DOCUMENTALES:**

AYTO. DE CORDOBA. *Plan Especial de Protección del Conjunto Histórico de Córdoba*. Ayuntamiento de Córdoba, (2003).

AYTO. DE CORDOBA.: *Plan General de Ordenación Urbana*. Texto refundido. Ayuntamiento de Córdoba, (2003).

AYTO. DE CORDOBA. *Plan de Actuación del Área de Rehabilitación Concertada de la Ajerquía Norte*. VIMCORSÁ, (2006).

AYTO. DE CORDOBA: *Plan de accesibilidad del Conjunto Histórico de Córdoba*. Dpto. de Movilidad, (2012).

AYTO. DE CORDOBA: *Expediente de la Candidatura de los Patios de Córdoba a la UNESCO*. Córdoba, (2012).

AYTO DE CORDOBA: *Ordenanza de la Inspección Técnica de Edificios*. (BOP 31/12/2012).

AYTO DE RONDA: *Plan de destino turístico de Ronda*. Plan marco para el desarrollo de la calidad y sostenibilidad del turismo de Ronda. *Corditur*, S.L. (2007).

CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, INNOVACIÓN, CIENCIA Y EMPLEO.: Encuesta de Coyuntura Turística en Andalucía. (Últm. Rev: 21/05/2013). <http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia/turismo/index.htm>

CONSORCIO DE TURISMO: *Plan Estratégico de Turismo de Córdoba*. Memoria Ejecutiva 2009. Córdoba (2009).

DECLARACIÓN DE ZACATECAS: *Declaración de Zacatecas*. Congreso. Ciudad de Zacatecas, México, (1998).

DIPUTACIÓN DE BADAJOZ: *Plan de dinamización de productos turísticos de tierra de Barros-Zafra-Rio Bodión*. Extremadura (2007)

DIPUTACIÓN PROVINCIAL DE CORDOBA: *Guía de promoción y planificación turística municipal*. ECONLANB, *Investigación y marketing*. Córdoba.

ESECA (Sociedad de Estudios Económicos de Andalucía): *El libro blanco del Observatorio Turístico de Córdoba*. Ayuntamiento de Córdoba, (2002)

ICOMOS: *Carta del Turismo Cultural*. Bruselas (1976)

ICOMOS: *Carta Internacional del Turismo Cultural. La Gestión del Turismo en los sitios Patrimonio Significativo*. 12ª Asamblea General de México (1999).

ICOMOS: *Carta de Itinerarios Culturales*. Comité Científico Internacional de Itinerarios Culturales. (CIIC), del ICOMOS, ratificada en la 16ª Asamblea General del ICOMOS. Québec (Canadá) (2008).

INSTITUTO DE ESTUDIO TURÍSTICOS: "Turismo y desarrollo sostenible en las ciudades históricas con patrimonio arquitectónico-monumental". *Estudios Turísticos nº 137*, (1998), pp. 5-53.

INSTITUTO DE TURISMO DE ESPAÑA: *Turismo cultural de turistas extranjeros en España*. Estudio de productos turísticos. *Turespaña*, Madrid, (2012).

JUNTA DE ANDALUCÍA: *Plan integral para el fomento de la artesanía*. (Últm. Rev: 22/09/2013).

<http://www.juntadeandalucia.es/presidencia/portavoz/resources/files/2010/9/30/1269246003601plan%20artesanía.pdf>

O.I.T.: *Informe anual 2012*. Observatorio Turístico de Córdoba. (Últm. Rev: 12/06/2013).

[http://www.turismodecordoba.org/84/gdocumental/l6\\_a27\\_c1/informe\\_anual2012.pdf](http://www.turismodecordoba.org/84/gdocumental/l6_a27_c1/informe_anual2012.pdf)

OMT: *Carta del Turismo Sostenible*. Conferencia Mundial del Turismo Sostenible. Lanzarote, (1995).

OMT: *Código ético mundial para el turismo*. Resolución A/RES/406 (XIII). Decimotercera asamblea general de la OMT. Santiago de Chile (27/12-1/10/1999).

OMT: *Agenda para planificadores locales: Turismo sostenible y gestión municipal*. OMT Madrid, (1999).

OMT: *Turismo concepto y definiciones*. Capítulo II, OMT, (2002)

OMT.: *Apuntes de metodología e investigación en turismo*. OMT. Madrid, (2002).

PLAN NACIONAL E INTEGRAL DE TURISMO 2012-2015. Secretaría de Estado de Turismo. Gobierno de España, (2012)

TURISMO, S. G. : *Plan de Turismo Español Horizonte 2020*. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. Madrid, (2007).

UNESCO: *Convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural*. Conferencia General de la ONU para la Educación, la Ciencia y la Cultura, 17ª reunión. París, 17/10-21/11, (1972) (Últm. Rev: 22/03/2013).  
<http://www.mcu.es/patrimonio/CE/PatrMundial/Unesco/Definicion.html>

UNESCO: *Convención para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial*. UNESCO, París, (2003).

UNESCO: *Recomendación relativa a la Salvaguardia de los Conjuntos Históricos o Tradicionales y su Función en la Vida Contemporánea*. Conferencia General de la ONU para la Educación, la Ciencia y la cultura, 19ª reunión. Nairobi, 26-30/10, (1976). (Últm. Rev: 09/03/2013).  
[http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL\\_ID=13133&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=13133&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html)

UNESCO: *El patrimonio Cultural Inmaterial, espejo de la Diversidad Cultural*. III Mesa Redonda de Ministros de Cultura. Estambul, 16-17/09 (2002). (Últm. Rev: 09/03/2013).  
<http://formacaompr.files.wordpress.com/2010/03/2002-declaracao-de-istambul.pdf>

VIMCORSÁ (documento técnico inédito): *Estudio sobre las viviendas colectivas*. Grupo de investigación de la Universidad Politécnica de Madrid: Nuevas técnicas, arquitectura y ciudad. (2010).

VIMCORSÁ.: *Plan de aparcamientos para la ciudad de Córdoba*. Ayuntamiento de Córdoba, (2011)

### **FUENTES LEGISLACIÓN:**

DECRETO 202/2002 de 16 de julio, de Oficinas de Turismo y de la Red de Oficinas de Turismo de Andalucía. (BOJA nº 85-20/07/2002).

DECRETO 149/2003 de 10 de junio, por el que se aprueba el Plan Andaluz de Vivienda y Suelo 2003-2007 y se regulan las actuaciones contempladas en el mismo. (BOJA nº 117-20/06/2003).

DECRETO 261/2007 de 16 de octubre, por el que se aprueba el Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía 2008-2011 (BOJA nº 230-22/11/2007).

LEY ORGÁNICA 1/2002, de 22 de marzo, reguladora del Derecho de Asociación. (BOE nº 73-26/03/2002).

LEY 14/2007 de 26 de noviembre de Patrimonio Histórico Andaluz (BOJA nº 248-19/11/2007 y BOE nº 38-13/02/2008).

LEY 13/2011 de 23 de diciembre del Turismo en Andalucía. (BOJA nº 255-31/12/2011; BOE nº 17-20/01/2012).

LEY 8/2013, de 26 de junio, de rehabilitación, regeneración y renovación urbanas. (BOE nº 153-27/06/2013).

ORDEN de 6 de noviembre de 2006, por la que se declara Área de Rehabilitación Concertada de la Ajerquía Norte de Córdoba. COPT. (BOJA nº 228-24/11/2006).

ORDEN de 9 de noviembre de 2006, por la que se articula la Estrategia de Turismo Sostenible de Andalucía y se instrumentan medidas para su desarrollo. (BOJA nº 239-13/12/2006).

ORDEN de 12 de noviembre de 2009 de bases reguladoras de subvenciones en materia de turismo (BOJA nº 233-13/11/2009).

ORDEN de 11 de julio de 2011, por el que se aprueba la revisión del Plan Integral para el fomento de la Artesanía en Andalucía para el periodo 2011-2013. (BOJA nº 47-28/07/2011).

ORDEN de 14 de junio de 2011, por la que se aprueban las bases reguladoras para la concesión de subvenciones en régimen de concurrencia competitiva en materia de Turismo y se convocan las mismas para el ejercicio 2011 en la línea de fomento de servicios turísticos y creación de nuevos productos (modalidad ITP). (BOJA nº 129-04/07/2011).

ORDEN de 15 de julio de 2013, por la que se modifica la de 14 de junio de 2011, por la que se aprueban las bases reguladoras para la concesión de subvenciones... (modalidad ITP). (BOJA nº 148-30/07/2013).

REAL DECRETO 1/2002 de 11 de enero, sobre medidas de financiación de actuaciones protegidas de vivienda y suelo del Plan 2002-2005 (BOE nº 11-12/01/2002).

REAL DECRETO 233/2013 de 5 de abril por el que se regula el Plan Estatal de fomento al alquiler de viviendas, la rehabilitación edificatoria y la regeneración y renovación urbanas 2013-2016. (BOE nº 86-10/04/2013).