

<http://dx.doi.org/10.12795/RAA.2018.15.06>

## **PATRIMONIO CULTURAL Y ACTIVIDADES TURÍSTICAS: APROXIMACIÓN CRÍTICA A PROPÓSITO DE LA FIESTA DE LOS PATIOS DE CÓRDOBA**

### **CULTURAL HERITAGE AND TOURISTIC ACTIVITIES: CRITICAL APPROXIMATION TO THE *FIESTA DE LOS PATIOS* OF CÓRDOBA**

**José María Manjavacas Ruiz**  
**Universidad de Córdoba**

#### **Resumen.**

La Fiesta de los Patios retrocede como celebración local de carácter comunitario y se afianza, particularmente tras su inclusión en el Listado UNESCO del PCI, como un producto turístico orientado a la atracción de visitantes. Esta *turistización*, que no obstante debe considerar un amplio conjunto de matices, no es casual: obedece a una meditada estrategia empresarial, con sólidos apoyos políticos y mediáticos, y encuentra entre la población acogidas dispares que van desde la conformidad o la resignación a las servidumbres del turismo como mal menor hasta expresiones de malestar y oposición crítica.

El estudio de este caso, soportado en un dilatado trabajo de campo etnográfico, aporta al análisis patrimonialista antropológico base empírica para el debate sobre los usos de las declaraciones patrimoniales y sus efectos, la compleja y problemática relación entre actividades turísticas y salvaguardia del patrimonio inmaterial o las limitaciones de las políticas locales en su abordaje del binomio patrimonio/turismo.

El texto incide en los fundamentos de la Fiesta de los Patios como expresión etnológica andaluza y como representación del patrimonio inmaterial de la Humanidad, en las principales contradicciones y efectos de su orientación hacia el turismo de masas y en determinadas interpretaciones y actuaciones políticas, esbozando una propuesta para su recuperación como celebración festiva.

**Palabras clave.**

Fiestas, Patios de Córdoba, Patrimonio Etnológico de Andalucía, Patrimonio Inmaterial y Turismo.

**Abstract.**

Since the Fiesta de Los Patios was included in the UNESCO's List of ICH, it has gradually lost its communal and local character in order to become a mere product for the attraction of tourists. Many factors play a role in this touristification, none of them unpremeditated: This process is the result of an entrepreneurial strategy, supported both by politicians and the media, which evokes contradictory emotions among the citizens. Some wholly agree with the marketing strategy, while others tolerate it as a lesser evil. Some citizens, however, have expressed strong disagreement with a situation they view as unendurable.

This case analysis, supported by exhaustive ethnographic fieldwork, aims to provide a solid empirical basis for anthropological patrimonial research, promoting a debate on the uses and the consequences of the declaration of World Heritage; we would also like to discuss the complex and problematic relationship between tourist activities and the safeguarding of a city's intangible heritage, as well as the limitations of local policies faced with the dilemma of choosing between heritage and tourism.

This study stresses the foundations of the Festival of the Patios as an Andalusian ethnological manifestation recognized as Intangible Heritage of Humanity; furthermore, it provides an analysis of the main contradictory effects caused by mass tourism, and of certain interpretations and political actions, outlining a proposal for the recovery of the Patios as a festive, unique celebration.

**Key Words.**

Festival, Patios de Córdoba, Andalucía's Ethnological Heritage, Intangible Heritage and Tourism

## 1. INTRODUCCIÓN

Tras su inclusión por la UNESCO en el Listado Representativo del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad, en diciembre de 2012, la Fiesta de los Patios de Córdoba, en general la *marca* “Patios de Córdoba”, ha redoblado su proyección para la promoción turística de la ciudad. Este hecho debe ser contextualizado en una estrategia más amplia, empresarial y política con amplia repercusión mediática, de posicionamiento de Córdoba como destino competitivo de *turismo cultural*; estrategia que pone la generalidad de expresiones patrimoniales culturales al servicio de la actividad turística.

En este proceso, que en los últimos años se ha extendido y consolidado, se hace pertinente, y ese es el objetivo central de este trabajo, un debate crítico y constructivo sobre la situación en que se encuentra la Fiesta de los Patios. En primer lugar sobre los fundamentos mismos de su catalogación como bien cultural etnológico y como representación del patrimonio inmaterial de la Humanidad; asimismo, sobre la complejidad, en el actual contexto, para desarrollar actividades turísticas compatibles con criterios de sostenibilidad, responsabilidad y respeto hacia los usos y costumbres socioculturales; y, en tercer lugar, sobre sus derivadas políticas, en particular sobre la conveniencias de una mayor participación y protagonismo social y ciudadano en el diseño, toma de decisiones y gestión de la fiesta.

Bajo estas premisas ETNOCÓRDOBA Estudios Socioculturales (Universidad de Córdoba) ha impulsado varios proyectos docentes y de investigación que se unen a trabajos realizados por otros estudiosos sociales y que argumentan las consideraciones expuestas en el presente texto<sup>1</sup>. Nuestra metodología combina el estudio crítico bibliográfico y documental con el trabajo de campo etnográfico, poniendo particular énfasis, además de en aspectos históricos y formales relacionados con los patios, en el análisis etnológico de la fiesta desde una óptica amplia y contextualizada -patrimonialista, turística y política-, considerando desde esta aproximación multilateral los discursos de los actores

---

1. “Patios de Córdoba: tradición y cambios, usos y costumbres socioculturales” (Delegación de Cultura, Ayuntamiento de Córdoba, 2013), “ETNOCÓRDOBA: Estudio sobre los patios de Córdoba” (Prácticas de Patrimonio Cultural Etnológico. Grado de Turismo UCO, 2013/2014), “ETNOCÓRDOBA: Patrimonio Inmaterial, actores y discursos” (Prácticas de Patrimonio Cultural Etnológico. Grado de Turismo UCO, 2015/2016), “Actividades turísticas en la ciudad de Córdoba: impactos y propuestas para la gobernanza democrática local” (UCO – G.M. Ganemos Córdoba. 2016-2017). Deben ser asimismo reseñados los Trabajos de Fin de Grado, tutorizados por José María Manjavacas, de las estudiantes de Turismo de la UCO Consuelo Benítez y M<sup>a</sup> Dolores Sújar (2014), María Rodríguez (2015), Noelia Pilo (2016), Lourdes Cruz (2017) y Claudia Pulgar (2018). Por otra parte, trabajos relevantes sobre los patios y la Fiesta de los Patios han sido desarrollados desde el IESA-CSIC, el Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico y Cultura de la Junta de Andalucía en Córdoba, desde la empresa municipal VIMCORSa, la Universidad Loyola o, más recientemente, desde PAX Patios de La Axerquia. En este sentido deben ser citados los estudios realizados por Pedro Pascual, Irene López-Navarro y Luis Rodríguez-Morcillo (2009), Victoria de Larriva y Francisco Riobóo (2009), Isabel Fernández, Mónica Alonso, Fuensanta Plata, Leonor Camorra y Rafael Barón (2010), Rosa Colmenarejo (2015) y la actual propuesta PAX coordinada por Gaia Redaelli.

directamente vinculados al objeto de estudio: tejido asociativo de patios y vecinal y ciudadano, autoridades políticas, representantes empresariales y sindicales, y estudiosos y expertos en patrimonio y turismo. Para ello se han desarrollado, entre 2013 y 2018, numerosas entrevistas en profundidad y grupos de discusión, protocolos sistematizados de observación y se han obtenido registros gráficos y audiovisuales propios.

## 2. LOS PATIOS DE CÓRDOBA Y EL ESTUDIO ANTROPOLÓGICO DEL PATRIMONIO CULTURAL

En el casco histórico de Córdoba y en otros barrios al Sur y Sureste de la ciudad construidos a mediados del siglo XX hay numerosos patios: espacios abiertos en edificaciones residenciales de una o dos alturas engalanados con plantas y flores y otros elementos ornamentales que suelen incluir expresiones muebles e inmuebles de rememoración vernácula.

Diversos estudios refieren los orígenes locales de esta disposición frecuente en la vivienda mediterránea a la Córdoba romana y medieval musulmana si bien los patios de vecindad, tal y como se mantienen en el imaginario y en la recreación festiva, se configuraron a fines del siglo XIX y en las primeras décadas del XX ante la escasez de vivienda y los flujos migratorios desde entornos rurales próximos. Así, *los patios* refieren no solo un fenómeno espacial o arquitectónico y estético sino un producto de las contradicciones sociales y urbanas y de las respuestas culturales de las clases subalternas en contextos comunitarios de intensa sociabilidad vecinal<sup>2</sup> (Pascual, López-Navarro y Rodríguez-Morcillo, 2009; Luque-Romero y Cobos, 2012; Manjavacas, 2014).

Con ser innegable la dimensión patrimonial de “la vida en los patios” y sus singulares relaciones de sociabilidad y usos tradicionales de sostenibilidad urbana, nuestro interés se centra en la Fiesta de los Patios en tanto ritual festivo, que es el fenómeno incluido en la Lista Representativa UNESCO del PCI y que centra en la actualidad el debate que nos ocupa sobre la relación entre patrimonio inmaterial y actividades turísticas (Prats, 2012; Hernández-Ramírez, 2015; Quintero y Sánchez-Carretero, 2017; Jiménez de Madariaga y Seño-Asencio, 2018; Ferreiro y Fernandes, 2018).

---

2. Varios informes elaborados por el IESA-CSIC en 2009 para el Ayuntamiento de Córdoba, en el contexto de la promoción de la candidatura de la Fiesta de los Patios para su inclusión en el Listado del Patrimonio Inmaterial de la Humanidad, exponen estas consideraciones históricas y sociológicas sobre los patios de Córdoba. El proyecto de investigación fue dirigido por Manuel Pérez Yruela y contó con la participación de Luis Rodríguez-Morcillo, Pedro Pascual e Irene López Navarro. Informe de Síntesis de Investigación en <http://www.iesa.csic.es/proyectos/300120150.pdf>.

**Imagen 1, 2.- Patio cordobés. Marroquíes, 6**



**Fuente: Archivo ETNOCÓRDOBA  
Estudios Socioculturales**

**Imagen 3.- Detalle de cartel festivo del Mayo cordobés. 1918**



**Fuente: Archivo Municipal. Ayuntamiento de Córdoba**

La documentación oficial sitúa el origen de la fiesta en 1918, probablemente como celebración espontánea de la propia vecindad, oficializándose un primer concurso de patios en 1921 sin demasiado eco popular y volviéndose a celebrar a partir de 1933. Interrumpido durante la guerra sería retomado en 1944 quedando fijados a principios de los años cincuenta unos criterios para el concurso que en buena medida continúan vigentes: “arquitectura, decoración y tipismo”<sup>3</sup>. En 1956 se institucionalizaría el Festival de Patios.

3. Fiesta de los Patios. Historia del Concurso. Delegación de Promoción de la Ciudad del Ayuntamiento de Córdoba. 2018

## Imagen 4.- Cartelería festiva que incorpora el Concurso de Patios. 1933, 1934



Fuente: Archivo Municipal. Ayuntamiento de Córdoba

Algunas informaciones recabadas durante el trabajo de campo apuntan a celebraciones festivas, en el primer tercio del siglo XX, vinculadas a un concurso de patios comunales habitados por familias humildes que, en primavera, eran engalanados y abiertos a vecinos y otros visitantes<sup>4</sup>. Por su parte, el estudioso y bloguero crítico Manuel Harazem (2014) expone una tesis más nítidamente impregnada por las contradicciones de clase:

*“la voluntad de un grupo de burgueses amantes de los vinazos populares decididos a entronizar los patios de vecinos en los que vivían los obreros como lugares de peregrinación anual, de juega cíclica, con la excusa de la exaltación de la supuesta alma eterna del pueblo al que explotaban secularmente sus familias. (...) En las casas de los ricos, con patios especialmente hermosos, sólo podían entrar los dueños y sus sirvientes. Y en el Festival que inventaron permanecieron estrictamente privados, no concursables, no visitables. En los otros, en los que se hacinaban decenas de familias en condiciones infrahumanas, siempre pudo entrar cualquiera. Eran públicos. El fin era la explotación social, política, económica y estética de ese primitivismo decorativo de la cal y la gitanilla, del pueblo sencillo y dócil que entretiene el hambre regando macetas con una lata atada a un palo”<sup>5</sup>.*

4. Esta explicación de corte costumbrista es sostenida entre otros por M.A. Roldán, presidente de la Asociación de Amigos de los Patios Cordobeses, entidad de reconocida relevancia en el mantenimiento y reproducción de la tradición festiva.

5. Harazem, M. (2014) “Patios cordobeses: una visión insorrible”. Supersticiones. 5 de mayo. <http://manuelharazem.blogspot.com.es/2014/05/patios-cordobeses-una-vision-insorrible.html> [Última consulta: 22/04/2018].

En las últimas décadas del siglo XX, la Fiesta de los Patios, unida al Concurso, se configuró como uno de los genuinos acontecimientos festivos del *mayo cordobés*. Y como afirma el Informe del IESA (2009), a pesar de los cambios urbanos y socioculturales y de la diversidad generacional o de otro tipo, esta fiesta se mantuvo como referente identitario de primer orden entre la población local, consideración refrendada por otros especialistas:

*“Nos identifica tanto o casi tanto como la Mezquita. El ritual se vive desde dentro, tienes un patio, cuidas un patio durante todo un año para abrirlo en los días de mayo, los días señalados, para que el resto de la ciudad lo pueda admirar. Y por otra parte tú, como cordobés, como cordobesa, viviendo en el centro de Córdoba o viviendo en la periferia, vienes a volver a sentirte cordobés o cordobesa en unos momentos que se comparten entre todos”* (Fuensanta Plata, antropóloga y técnica de la D.G. de Bienes Culturales. Octubre de 2013, en Manjavacas, 2014: 02’32”).

El análisis antropológico del patrimonio cultural pretende trascender aproximaciones elitistas y restrictivas que han valorado los bienes culturales, principalmente, o exclusivamente, por su materialidad, excepcionalidad, criterios estéticos y artísticos o por su antigüedad. Éstos pueden ser elementos relevantes pero la antropología atiende, más allá de tales valoraciones, a las significaciones simbólicas que las expresiones culturales tienen para la memoria y la tradición, para la identidad de los grupos humanos (Escalera, 1997; Agudo, 2012), acogiendo expresiones culturales significativas para las gentes que las heredan, las recrean y las transmiten a otras generaciones. No es un ejercicio de romanticismo o exaltación de una representación fosilizada o anclada en otro tiempo sino una construcción dinámica, entre la tradición y la innovación y el cambio<sup>6</sup>.

La Teoría de los Bienes Culturales planteó que el valor de un bien cultural material, mueble o inmueble, “proviene de su valor simbólico y del hecho de ser testimonio de una cultura presente o pasada” (Carrera, 2009: 23), confiriéndole significado en un determinado contexto cultural e histórico. Constituye un precedente de aproximaciones aperturistas que se han plasmado, aun con lagunas, en el marco legal andaluz. La primera Ley de Patrimonio Histórico de Andalucía (1991), relacionó “patrimonio etnográfico” con “cultura y modos de vida propios del pueblo andaluz” y la ley actual considera el Patrimonio Histórico expresión “de la identidad del pueblo andaluz”, de su trayectoria histórica y diversidad cultural. En su clasificación del patrimonio, supera la denominación

6. IAPH. Patrimonio Cultural. Consejería de Cultura. Junta de Andalucía (<http://www.iaph.es/web/canales/patrimonio-cultural/>).

“patrimonio etnográfico”, asociada a los datos y, con mayor sentido analítico, vincula “patrimonio etnológico” a “formas de vida, cultura, actividades y modos de producción propios de la comunidad de Andalucía” (Ley 14/2007, de 26 de Noviembre, de Patrimonio Histórico de Andalucía).

Este patrimonio etnológico puede clasificarse en patrimonio inmueble, mueble y actividades de interés etnológico. Destacan entre los bienes inmuebles los “lugares de interés etnológico”, que incluyen paisajes culturales, manifestaciones de arquitectura vernácula u otros espacios productivos, rituales o de sociabilidad; así como “zonas patrimoniales” con un conjunto patrimonial diverso y componentes paisajísticos y ambientales.

Las expresiones etnológicas muebles refieren utensilios, ajuares, productos artesanales, elementos decorativos, documentos bibliográficos u otros registros. Y son actividades de interés etnológico aquellas propias de la vida sociocultural andaluza (conocimientos o saberes y usos tradicionales, cosmovisiones o formas de interpretar y transmitir la realidad, modos de expresión, artesanías y oficios tradicionales, o acciones simbólicas y rituales como fiestas u otras celebraciones).

Los patios de Córdoba acogen las tres expresiones combinadas: inmueble, atendiendo a sus elementos estructurales y constructivos; de tipo mueble (ornamentación, vegetación, mobiliario u otros complementos); y actividades de interés etnológico (sociabilidad vecinal, comensalismo, transmisión de saberes, mantenimiento y cuidados...), albergando un ritual festivo de extraordinaria significación en el imaginario e identidad locales (Fernández *et al.*, s.f.; Manjavacas, 2014, 2016; Colmenarejo, 2015).

### **3. LOS PATIOS COMO PATRIMONIO INMATERIAL DE LA HUMANIDAD**

La inclusión de *los patios* en el Listado UNESCO del PCI no siempre ha sido correctamente interpretada. La propuesta institucional, que fue rechazada en varias ocasiones, estuvo orientada por una finalidad mercantilizadora, tomando *patrimonio UNESCO* como *marca* para la promoción turística (Ryan y Silvanto, 2009; Jiménez de Madariaga y Seoño-Asencio, 2018).

En una de las fases de nuestro trabajo de campo (primavera de 2016), se celebraron entrevistas con representantes de entidades y colectivos locales. La selección de informantes fue muy amplia: miembros de asociaciones de patios (Amigos de los Patios, Claveles y Gitanillas, Marroquies 6), de otras entidades ciudadanas, (Federación Vecinal Al-Zahara y Federación de Peñas) y de grupos ecologistas (Ecologistas en Acción y Equo). También representantes empresariales y sindicales de hostelería, turismo y comercio, técnicos de Cultura de la Junta de Andalucía, miembros de grupos políticos municipales,

Cabildo Catedralicio y redactores de medios de comunicación<sup>7</sup>.

Entre otros objetivos perseguíamos conocer el nivel de comprensión del concepto de “Patrimonio Cultural Inmaterial” de estos actores, sus valoraciones sobre la relación entre patrimonio inmaterial y turismo y cómo entendían que las actividades turísticas podrían o no impactar en la Fiesta de los Patios. Observamos un débil conocimiento del propio concepto de “Patrimonio Cultural Inmaterial” y sus fundamentos, con frecuentes referencias a “los patios”, que no a la Fiesta de los Patios, a “su belleza”, “su historia” o, en algún caso, a “una forma de vida tradicional”.

Del análisis de las entrevistas se deduce la existencia de dos ópticas distintas: una, dominante, podemos calificarla como *turístico-céntrica*; la otra, menos extendida, la denominaremos *patrimonialista*. Entre ambas, existen posicionamientos intermedios.

La posición *turístico-céntrica* se manifiesta con nitidez entre actores empresariales y representantes políticos conservadores que entienden “la declaración de los patios” como una oportunidad para la atracción de visitantes y “la creación de riqueza y empleo”, argumento igualmente presente, cierto que con matices, entre representantes de las organizaciones sindicales más institucionalizadas (Manjavacas, Lara y De la Rosa, 2017).

*“Cuando se declararon los patios patrimonio inmaterial fue una revolución. No sabes la incidencia que tiene para el turista destinos que sean y que tengan declaraciones materiales e inmateriales por la UNESCO”* (Representante de asociación de hosteleros y restauradores. Marzo de 2016).

Se trata de una visión más amplia que observa el espacio urbano y las expresiones socioculturales desde su potencial contribución al negocio turístico y de ocio, tomado como epicentro del desarrollo socioeconómico local.

En el polo opuesto, sectores asociativos vecinales, activistas sociales y algunas personas del asociacionismo de patios expresan, desde distintos posicionamientos *patrimonialistas*, malestar ante la “presión turística” y la deriva de *los patios* y otras fiestas de primavera<sup>8</sup>.

---

7. Quintero y Sánchez-Carretero (2017) hacen, a propósito de la referencia a “comunidades, grupos y en algunos casos individuos” de la Convención UNESCO sobre PCI, algunas consideraciones sobre la transformación que puede suponer la amplia participación de los actores patrimoniales.

8. La conversión de las cruces, otra celebración de mayo junto con los patios y la Feria, en barras de venta de bebidas, provoca quejas vecinales. La Federación Vecinal Al-Zahara denunció que “se está convirtiendo en un pretexto para conseguir pingües beneficios económicos por parte de algunas organizaciones supuestamente sin ánimo de lucro y de entidades empresariales encubiertas que compran las cruces, con la pasividad del Ayuntamiento” (Paradigma, 02/05/2018). Por otra parte, Rafael Barón, presidente de Claveles y Gitanillas, llamó “a los cordobeses a tomar la Fiesta de los Patios, a que hagan suyo el evento, que es una fiesta popular antes que para los turistas” (Diario Córdoba, 01/05/2018).

No es fácil calibrar este malestar, hasta hace poco tiempo disperso y sin reflejo en los medios locales de comunicación, aunque puede estar aumentando incluso en círculos ciudadanos que reivindican la “defensa de la tradición” y la “autenticidad” de las expresiones *cordobesistas*<sup>9</sup>.

*“Los patios de Córdoba van a morir de éxito, los cordobeses y cordobesas ya no vamos a los patios”* (G.C., miembro de Ecologistas en Acción. Abril de 2016).

*“Córdoba está sufriendo, hace años ya, un deterioro de su espacio público, de su patrimonio y lo más importante, de sus formas de relación y convivencia (...) El turismo, o la economía del ocio en general, transforman profundamente territorios y sociedades, especialmente en los cascos históricos de las ciudades. Ciertamente que inciden positivamente en el PIB, en el empleo -aunque precario-, y como arrastre de otros sectores económicos, lo que los convierte en una pieza clave de las políticas públicas. Pero la otra cara es su impacto sobre los paisajes, el medio ambiente, el régimen de propiedad y el uso de nuestro patrimonio, las culturas locales y, también, las haciendas públicas”*<sup>10</sup>.

El concepto de “patrimonio inmaterial” responde a lo dispuesto por la Convención UNESCO celebrada en París, en 2003. Inspirada en derechos fundamentales de las personas y los pueblos y en recomendaciones culturales internacionales<sup>11</sup>, relaciona el patrimonio inmaterial, a su vez indisociable de sus concreciones materiales, con la promoción de la diversidad, la creatividad y el desarrollo sostenible, reclamando respeto y entendimiento entre los seres humanos frente a la intolerancia y otros riesgos de deterioro o desaparición de las expresiones socioculturales. Es definido como

*“... usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas -junto con los*

---

9. Durante años, tratar sobre la Fiesta de los Patios o los impactos indeseados de algunas actividades turísticas en términos distintos al discurso oficial, estaba abocado a la marginalidad y la descalificación. El Día de Córdoba (31/10/2011) reseña que el profesor de la UCO Fernando Lara alertó en una mesa redonda de que “los Patios corren el riesgo de desaparecer como reclamo turístico en los próximos seis años por su masificación”. El comentario obtuvo la airada respuesta del entonces alcalde, José Antonio Nieto: “si se tiene interés en ayudar, es mejor callarse”. Según la crónica: “El primer edil incidió en que es mejor ‘estar callado’, antes que hacer ningún tipo de declaración como la de Lara”.

10. Asociación Vecinal La Axerquía. Foro por el Derecho a la Ciudad. Junio de 2018.

11. Declaración Universal de Derechos Humanos (1948), Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales (1966) y Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos (1966). Asimismo, Recomendación UNESCO para la salvaguarda de la cultura tradicional y popular (1989), Declaración Universal UNESCO sobre Diversidad Cultural (2001) y Declaración de Estambul de 2002.

*instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes- que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural...”. (Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial UNESCO, 2003)*

Y se manifiesta en tradiciones y expresiones orales, incluido el idioma como vehículo del patrimonio cultural inmaterial, artes del espectáculo, usos sociales, rituales y actos festivos, conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo, y técnicas artesanales tradicionales (*ibid.*, 2003)

**Imagen 5.- Cuidados y mantenimiento del patio**



**Fuente: Archivo ETNOCÓRDOBA Estudios Socioculturales**

Aunque la denominación “inmaterial” podría inducir separación de dos dimensiones interrelacionadas, la materialidad e inmaterialidad de las expresiones socioculturales, su definición aporta varios extremos de interés. Así, los “usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas”, subsumiendo a sus concreciones materiales. También que los sujetos reconozcan como propias estas expresiones del patrimonio cultural. En tercer lugar, el dinamismo del patrimonio, transmitido “de generación en generación” y recreado en función de condicionamientos socio-históricos. Y, por último, su vinculación a la identidad y continuidad comunitaria respetando la diversidad cultural.

#### 4. FIESTAS E IDENTIDADES. EL ESTUDIO DE LOS RITUALES FESTIVOS

El carácter patrimonial de los bienes culturales radicaría en su significación identitaria y simbólica, en su valor de uso social; y no, de manera nuclear al menos, en su espectacularización y explotación –valor de cambio- en el mercado (Teixeira, 2009). Es pertinente insistir en ello desde Córdoba, donde a menudo se enfatiza su impacto económico y turístico.

*“El impacto económico de los Patios crece un 50% y supera los seis millones. [...] El director general de Calma Ingenieros Consultores, Jesús Martín, aseguró que la designación como Patrimonio Inmaterial ‘ha sido todo un éxito’ para los Patios ya que ha tenido una repercusión sin precedentes (...) Durante el mes de mayo crece de forma significativa la proporción de turistas extranjeros que recalán en Córdoba, que poco a poco se van acercando a los turistas nacionales”<sup>12</sup>*

*“En mayo de 2016 visitaron la ciudad un total de 106.671 turistas, 23.845 más que en mayo de 2005, es decir, un incremento del 22,35%. (...) El número de visitantes extranjeros creció en un 41%. La principal reflexión que hace Adeitur es que el aumento en la llegada de turistas extranjeros se debe a la declaración de Patrimonio Inmaterial de los Patios. [...] El resultado final es que en mayo, los turistas han gastado 16.084.319 euros y los excursionistas 5.047.155 euros, lo que hace un total de 21.131.474 euros de ingresos directos”<sup>13</sup>.*

*“Lo que hay que hacer es de tu patio una empresa y, si tu patio no genera lo suficiente para mantenerlo como empresa, es lícito asociarte con otros (...) Yo animo a los patios a que ordenen su producto y lo saquen al mercado” (Empresario, representante de hoteleros locales. Febrero de 2017, en Manjavacas, Lara y De la Rosa, 2017: 99).*

En sentido opuesto se expresan algunos especialistas:

*“El patrimonio tiene diversas funciones. El patrimonio no tiene porqué recuperarse con propósitos turísticos. Los beneficios no sólo tienen que ser de*

---

12. Anabel Calero (El Día de Córdoba, 28/05/2013), citando un estudio presentado en el Ayuntamiento.

13. Alfonso Alba (Cordópolis, 01/15/2017). ADEITUR refiere datos de diferentes organismos públicos y privados.

*carácter económico, pueden ser pedagógicos, investigadores, etcétera” (Martín Torres. Geógrafo, profesor de la UCO. Enero de 2017, en Manjavacas, Lara y De la Rosa, 2017: 121).*

*“Más que buscar la reproducción económica de la comunidad que lo realiza se pone el énfasis en la reproducción simbólica de esa comunidad. Por tanto, quienes participan lo deben hacer de forma integrada. Hay que perseguir más la participación integrada de la comunidad que lo produce que la participación turística” (Gema Carrera, antropóloga y técnica del IAPH. Octubre de 2013, en Manjavacas, 2014: 30’02”).*

Las fiestas constituyen expresiones simbólicas de la vida social, de su estructura y su sistema cultural, contribuyendo a definir con numerosos matices un “nosotros” comunitario y aportando mensajes ideáticos y emocionales sobre la realidad social (Moreno y Agudo, 2012). Siguiendo a Moreno (1993), cabe superponer a la división normativa de los bienes etnológicos cuatro dimensiones de los rituales festivos: simbólica, de significados explícitos o profundos; sociopolítica, respecto del orden social y político dominante; económica, relacionada con gastos ceremoniales y con su papel reequilibrador o no; y estética, de significantes concretos según sus estímulos sensoriales y emocionales. Analizar estas dimensiones puede proporcionar una ingente información sobre elementos identitarios, funciones sociopolíticas y significaciones culturales (Moreno, 1993; Ballesteros y Manjavacas, 2017).

El estudio de las fiestas trasciende su consideración, desde luego no irrelevante, como actos de divertimento, tomándolos como complejos fenómenos que forman parte de las identidades e identificaciones colectivas, y que se transmiten y recrean en contextos y mediante canales de extraordinaria relevancia vivencial y emocional (Manjavacas y Tom, 2016). Como expone Hernández,

*“No es solo una actividad de jolgorio, una actividad de diversión, que también lo es y eso está muy bien, sino que las fiestas fundamentalmente son vehículos de transmisión de la identidad. Estamos hablando de algo muy serio” (Javier Hernández, antropólogo y profesor de la Universidad de Sevilla. Octubre de 2013, en Manjavacas, 2014: 02’10”).*

## 5. “VESTIR EL PATIO”, “ABRIR EL PATIO”, “IR DE PATIOS”... LA CUESTIÓN DE LA PRESIÓN TURÍSTICA

*“Tampoco se trata de tocar la campana: ‘Venga, todo el mundo a Córdoba’... Se corre el peligro, lo primero, de una cosa de bajar a los barrios y recorrer grupos de amigos y tal, se corre el peligro, y ya lo hemos visto este año, de hacer un fenómeno de masas: patios atiborrados, con colas...” (Pepe Campos, paisajista. Noviembre de 2013, en Manjavacas, 2014: 19’49”).*

La ficha del Atlas del Patrimonio Inmaterial de Andalucía sobre la Fiesta de los Patios (Fernández *et. al.*, s.f.) la define como un ritual festivo comunal, en el casco histórico, en casas-patio abiertas a la visita y en calles y plazas adyacentes, con expresiones de cante, baile y comensalismo colectivo. “Vestir el patio”, “abrir el patio” e “ir de patios” constituyen momentos clave según se viva la fiesta desde dentro o desde fuera.

“Abrir el patio” es la culminación de preparativos y esfuerzos de familiares y vecinos (“vestir el patio”), con particular dedicación de las mujeres y los más mayores, en un acto hospitalario hacia el resto de una población para la que “ir de patios” conlleva pasear con familiares y amigos, en ambiente festivo, recalando por tabernas y patios a concurso, admirándolos y reconociendo a sus cuidadoras y cuidadores.

*“Los patios es generosidad, hospitalidad, convivencia, esfuerzo y sacrificio y reconocimiento del resto de la ciudad hacia los propietarios de los patios. Es una fiesta muy característica donde el esfuerzo de unos pocos hace el orgullo del resto de la ciudad. También es algo muy sacrificado, tiene detrás un gran esfuerzo, tanto físico, humano y económico” (Carmen González, concejala de Promoción de la Ciudad. Abril de 2018)*

La afluencia de *forasteros* no es algo nuevo. Las narraciones refieren, “desde siempre”, “personas de fuera” y “extranjeros”; de hecho, ya en los años cincuenta las autoridades observaron su potencial turístico: visitantes extranjeros quedaban admirados y entablaban amistad con vecinos, mantenían correspondencia desde sus lugares de origen e incluso repetían la visita en años siguientes. Pero no era un fenómeno masivo.

La *turistificación*<sup>14</sup> de la Fiesta de los Patios se corresponde con un fenómeno distinto, con la orientación turística de la fiesta en un contexto global de “turismo cultural masivo y de bajo coste [que] ha trastocado las relaciones entre las ciudades y el turismo”, “una nueva era en el urbanismo del turismo, para el que las ciudades carecen de medios y de

14. Lo utilizamos para referir masificación turística.

preparación técnica”, una “carrera de explotación y saqueo de rentas y derechos de la mayoría de los ciudadanos”, donde operan nuevas “marcas de ciudad” y se reasigna un “nuevo papel del patrimonio y los monumentos” (Hernández-Pezzi, 2018: 9-15).

*“Los patios corren el peligro de morir de éxito por culpa de un ayuntamiento que es incapaz de acabar con la masificación creciente. Quien masifica los patios son los turoperadores pues le supone una mañana de distracción de grupos de forma gratuita. (...) Y cuando llegan a los patios se encuentran lugares completamente saturados”* (Consultor turístico. Marzo de 2017, en Manjavacas, Lara y De la Rosa, 2017: 120).

La masificación es una de las principales consecuencias de la transformación de la fiesta en producto turístico. Los núcleos de la celebración, los patios a concurso, tienen superficie limitada y están en calles estrechas y plazuelas por lo que desde la propia óptica de la gestión turística debería considerarse su capacidad de carga<sup>15</sup>.

*“¿Alguien ha pensado en calcular la capacidad de carga de los patios o de otros eventos? El efecto de la masificación está provocando la expulsión de la fiesta de la ciudadanía local”* (Alberto de los Ríos, ex concejal de Ganemos Córdoba. Marzo de 2017, en Manjavacas, Lara y De la Rosa, 2017: 111).

*“Es necesario reflexionar sobre cuestiones relacionadas con la masificación en mayo y los inconvenientes que crea en los vecindarios. Hay que preguntarse hasta dónde queremos llegar y promocionar patios fuera de temporada de concurso”* (Jesús Ligeró, director general de Turismo, Ayuntamiento de Córdoba. Enero de 2017, en Manjavacas, Lara y De la Rosa, 2017: 110).

*“La realidad del festival... diría que está masificado, porque desde el reconocimiento de Patrimonio Inmaterial de la Humanidad fue un estallido de la fiesta ya que de repente nos situó en un plano internacional donde hace que vengan a ver los patios personas de todo el mundo. Al principio tuvo un*

---

15. Referimos una acepción actualizada de “capacidad de carga” que excede un cálculo numérico e incluye percepciones de usuarios u otros actores (García-Hernández y De la Calle, 2013). Asimismo distinguimos “producto turístico” de “recurso turístico”, entendiendo el primero -“producto”- como una construcción para la puesta en valor de cambio en el mercado frente a los potenciales usos sociales y culturales, también económicos, de los recursos turísticos.

*efecto: que el visitante cordobés se echó atrás y los cordobeses dejamos de ir a ver nuestros patios” (Carmen González, concejala de Promoción de la Ciudad. Abril de 2018, en Manjavacas, 2014: 26’53”).*

### **Imagen 6, 7.- Colas para acceder a los patios**



**Fotografía: Archivo ETNOCÓRDOBA Estudios Socioculturales**

La sobreexplotación turística provoca otros efectos y malestares. Por ejemplo que los importantes beneficios empresariales generados no reviertan en los principales protagonistas de una fiesta cuya reproducción es, además, muy costosa; así como que se resienta la propia fiesta alterándose su carácter local y popular.

*“Quien se beneficia de los patios son los que están haciendo la campaña turística para atraer al turismo pero ellos no se implican en el concurso” (Carmen Álvarez. Marroquíes, 6. Octubre de 2013).*

*“El esfuerzo es de los cuidadores, el Ayuntamiento hace la inversión y el beneficio y el retorno económico los tienen las arcas privadas, sobre todo la hostelería. Esos son los que se nutren... Entonces, ellos tienen el beneficio del esfuerzo que hacen otros, por lo que entiendo que eso debería estar más equilibrado” (Carmen González, concejala de Promoción de la Ciudad. Abril de 2018).*

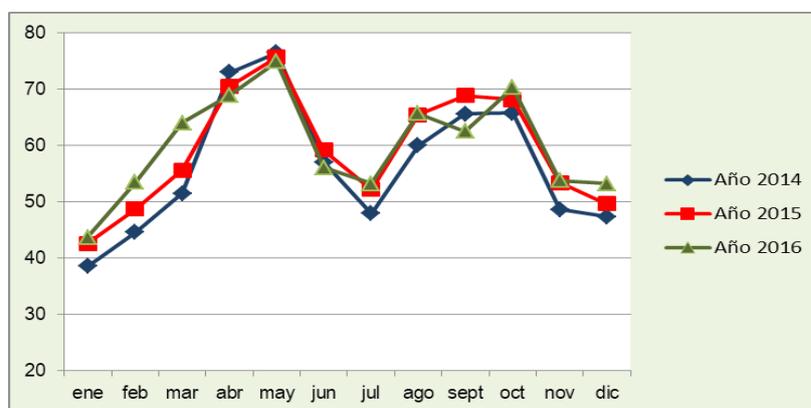
En marzo de 2018 el IESA-CSIC y la Cadena SER organizaron el foro “¿Qué hacemos con los patios?”. La pregunta lleva implícita la constatación de que la *turistización* de la fiesta la ha abocado, en palabras de Isidoro Moreno, a “ese proceso peligroso de pasar de ser fiestas a ser espectáculos” (Isidoro Moreno, antropólogo. Catedrático de la Universidad de Sevilla. Octubre de 2013, en Manjavacas (2014: 33’47”).

## 6. ACTIVIDADES TURÍSTICAS Y PATRIMONIO INMATERIAL: CONTROVERTIDA COEXISTENCIA, DIFÍCIL EQUILIBRIO

En su balance de *los patios* de 2018 la prensa local ha destacado una vez más, de manera unánime, el “éxito” de afluencia de visitantes, sirviendo Promoción de la Ciudad una cifra definitiva superior al millón de visitas. Esta atención a las cifras fue acompañada los días de celebración con números de pernoctaciones en establecimientos turísticos, de visitantes en distintas rutas y barrios, de procedencias de turistas y excursionistas y con comparaciones con años anteriores.

En Córdoba, en una situación de crisis y retroceso de indicadores e inversiones sociales, las actividades turísticas han llegado a suponer alrededor del 12% del P.I.B. provincial. Entre 2011 y 2015 la capital fue, en viajeros alojados, la séptima de los 17 principales destinos urbanos españoles y las pernoctaciones aumentaron un 18,49%. Entre 2014 y 2015, el crecimiento fue del 4,24%, por encima Salamanca, Santiago o Toledo. Ese último año, los centros turísticos, monumentos y museos sumaron casi tres millones y medio de entradas, 365.000 más que en 2014, con un incremento del 12,02%. La Mezquita es el principal atractivo y también se consolidan como espacios más visitados la Sinagoga, el Alcázar, el Museo Arqueológico y el Palacio de Viana<sup>16</sup>.

**Imagen 8.- Evolución mensual del grado de ocupación por plazas disponibles en establecimientos hoteleros. Córdoba ciudad, 2014, 2015 y 2016**



**Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera**

**Elaboración: propia**

En 2016, la provincia registró una ocupación hotelera del 46,9%, 1,2 puntos por encima del año anterior, y solo en hoteles se contabilizaron 1.317 contrataciones, un 3,6% más

16. “Informe técnico-social. Modelo de gestión de las competencias municipales sobre el turismo en Córdoba”. Comisión Permanente de Desarrollo de la Gestión del Servicio Público de Información y Promoción Turística de Córdoba. Ayuntamiento de Córdoba, 2016.

que en 2015<sup>17</sup>. Son cifras que deben ser analizadas en un contexto local de debilidad económica y escasa diversificación del tejido productivo.

Cuanto ha sido expuesto nos sitúa ante varios elementos de interés para la Antropología del Turismo. Javier Hernández (2015), en un análisis actualizado de la principal producción antropológica sobre turismo en el Estado Español, se interroga sobre los focos de atención de la disciplina, destacando artículos científicos con palabras clave como “Patrimonio” y “Patrimonio Cultural”, “Identidad” e “Identidades”, “Turismo Cultural”, “Fiesta” y “Cultura”. De 84 artículos, 20, el 23,8%, tratan sobre fiestas y rituales, relaciones del patrimonio con el turismo o de ambos con el desarrollo (Hernández-Ramírez, 2015: 313-314)<sup>18</sup>.

Recurriendo a Santamarina (2005), Hernández confronta los compuestos “patrimonio-identidad” y “patrimonio-venta-consumo”, concluyendo que

*“lo que se está produciendo hoy es que ambas ecuaciones coexisten y se conjugan, alcanzando un mayor protagonismo la segunda fórmula que transforma al patrimonio en producto. La asociación del patrimonio a la identidad y, al mismo tiempo, la demanda de cultura por parte del turismo generan contradicciones, conflictos, malentendidos, instrumentalizaciones, pero también sinergias y retroalimentaciones. Podría decirse que en la actualidad el patrimonio cultural difícilmente puede concebirse sin sus relaciones con el turismo, porque desde hace tiempo el primero ha dejado de ser una carga para las arcas públicas gracias al turismo que garantiza su sostenibilidad; pero, al mismo tiempo, las distintas modalidades de turismo cultural difícilmente podrían ser rentables sin recurrir al patrimonio”* (Hernández-Ramírez, 2015: 314-315).

Hernández analiza varias etnografías y contrasta cómo para Marcos (2010) la mercantilización impulsada por comunidades locales puede favorecer el desarrollo endógeno y la reafirmación de las identidades colectivas, mientras en otros casos, la

---

17. Turismo en Córdoba. Empresa Pública para la Gestión del Turismo y el Deporte en Andalucía. Junta de Andalucía. 03/04/2017. En 2018 se registra una ligera disminución de pernoctaciones en establecimientos regulados pero aumentan las visitas a museos y monumentos lo que invita a pensar que el descenso obedece al aumento en otros alojamientos no regulados ([http://www.andalucia.org/media/tinyimages/file/perfil\\_prof\\_cordoba\\_feb17.pdf](http://www.andalucia.org/media/tinyimages/file/perfil_prof_cordoba_feb17.pdf)).

18. El análisis de Hernández considera las dos revistas internacionales de turismo con mayor impacto académico en 2012, según los parámetros JCR en la categoría “Hospitality, Leisure, Sport and Tourism” y de SCImago Journal & SJR en “Tourism, Leisure and Hospitality management”: revistas *Annals of Tourism Research* y *Journal of Sustainable Tourism*. A partir de datos de IN-RECS de 2011, seleccionó las cuatro publicaciones españolas en puestos más altos: AIBR, *Revista de Antropología Social*, *Gazeta de Antropología* y *Pasos*.

reelaboración del Camino de Santiago sería un ejemplo, la mercantilización adapta la tradición a la “cultura del consumo” (Herrero, 2011).

El análisis etnológico de las fiestas y su relación con el turismo demostraría, a juicio de un grupo de autores, que la turistización transforma los rituales en objeto de consumo cultural (Berlanga, 2004; Santamarina, 2008; Jiménez de Madariaga, 2011), mientras otros, el propio Hernández-Ramírez (2010) entre ellos, observan mayor complejidad entre valores de uso (identidad) y de cambio (turismo) no siempre excluyentes. En este marco, prosigue Hernández, se hace preciso un mejor conocimiento del fenómeno turístico, profundizando en el estudio de los procesos de patrimonialización, de las relaciones entre vecinos y turistas, las expectativas y prácticas de los visitantes, los mecanismos de construcción de la imagen de los destinos o la gobernanza turística.

Desde una argumentación, aunque matizada, *pragmática*, Prats constata la contradicción entre la *hiperpatrimonialización* y la reducción de la inversión patrimonial del Estado en los países más afectados por la crisis, razón por la que propone repensar cómo el patrimonio puede “contribuir al bienestar social”, entendiendo que su relación con el turismo puede ser una alternativa: “un sector que, aparte de otras virtualidades específicamente relacionadas con el patrimonio, resiste mejor la crisis que otros” (Prats, 2012: 81).

Más allá de estas consecuencias económicas, Jiménez de Madariaga y Seño-Asencio (2018) refieren varios autores (Santana 2003; Prats y Santana, 2005; Toselli, 2006) que observan potencialidades, también en el plano sociocultural, en la interacción entre desarrollo turístico y patrimonio cultural. Son resumidas en el siguiente cuadro:

**Cuadro 1.- Potencialidades del binomio turismo-patrimonio cultural**

| <b>Potenciales efectos positivos del turismo sobre el patrimonio cultural</b>  |
|--|
| Aumento de concienciación en las sociedades locales sobre el valor que posee su patrimonio cultural.                                       |
| Refuerzo de la identidad cultural y del interés por conocer la propia cultura, su historia y su patrimonio.                                |
| Preocupación por la defensa del patrimonio cultural propio, en particular de aquel en riesgo de desaparición.                              |
| Contribución del turismo a recuperar y mantener bienes patrimoniales que se podrían haber destruido u olvidado.                            |
| Estímulo del turismo cultural para revalorizar y recuperar expresiones culturales que caracterizan e identifican a las sociedades locales. |

**Fuente: Jiménez de Madariaga y Seño-Asencio (2018)<sup>19</sup>**

19. Los autores refieren expresamente a Santana (2003), Prats y Santana (2005) y Toselli (2006).

En su reciente trabajo, Jiménez de Madariaga y Seño-Asencio abordan esta relación entre turismo y patrimonio inmaterial advirtiendo que la instrumentalización del patrimonio para su comercialización presenta problemáticas y riesgos y destacando, entre las preocupaciones de los antropólogos, la *turistificación*, “que puede modificar la naturaleza del PCI mediante acciones inadecuadas de difusión y promoción” (2018: 352). No obstante, señalan, el patrimonio inmaterial refuerza la vivencia turística -“una experiencia turística total”- añadiendo autenticidad y particularidad (2018: 360).

La propia Organización Mundial del Turismo editó en 2013 en castellano el documento “Turismo y patrimonio cultural inmaterial”. Entre otras perspectivas, expone las de gestores del patrimonio inmaterial quienes apuntan “riesgos y dificultades” relacionados con la “autenticidad” de las expresiones culturales locales y la “sobremercantilización”, reconociendo contradicciones entre “la presentación del patrimonio inmaterial a los turistas y la preservación de las culturas vivas de los efectos del turismo”, y proponen “límites aceptables” que incluyan “que los actores turísticos entiendan el patrimonio cultural inmaterial como algo más que un producto comercial” (UNWTO, 2013: 13). La OMT recomienda la convergencia de actores implicados, legislar sobre salvaguardia, apoyar el estudio del patrimonio inmaterial y las *buenas prácticas*, repartir beneficios turísticos en las comunidades y fomentar productos y formas de comercialización y consumo respetuosas y responsables (UNWTO, 2013: 91-92), aunque estas aportaciones “en la mayoría de las ocasiones se quedan solo en ‘palabras escritas’ que, escasamente, se llevan a la práctica” (Jiménez de Madariaga y Seño-Asencio, 2018: 362-363).

En resumen, parte de la producción antropológica actualizada enfatiza las potencialidades del turismo como recurso para la salvaguardia del patrimonio cultural y para un desarrollo sostenible y responsable mientras, por otro lado, se destacan los impactos *negativos* de transformar las expresiones socioculturales en productos turísticos para un mercado masivo.

Estos efectos pueden actuar asimismo de manera negativa sobre la propia oferta turística. Y debe considerarse que la masificación turística en varias ciudades andaluzas, y las contradicciones que esto genera, difícilmente pueden ser abordadas con unas “recomendaciones” generales enunciadas cuando aún no había tenido lugar la actual *explosión -o burbuja-* turística. De hecho, las políticas locales siguen combinando, más allá de diferencias de matiz, la promoción con la puesta en el mercado de todos los recursos culturales disponibles, el apoyo a sectores empresariales y los intentos de rentabilización política de un fenómeno con dinámicas propias y ajenas a las actuaciones de las autoridades que pretenden capitalizarlo.

## Cuadro 2.- Impactos y efectos del binomio turismo-patrimonio cultural

| Efectos negativos de la masificación turística y de una gestión inadecuada  |
|---|
| Banalización del patrimonio, obviando su significación simbólica e identitaria.   |
| Comercialización del patrimonio por parte de grandes touroperadores.  |
| Acciones inadecuadas de difusión y promoción.   |
| Transformación de bienes “vividos y sentidos” por las sociedades locales en bienes de consumo para una parte de la sociedad y los turistas. |
| Idealización del destino a través de operaciones “cosméticas” urbanas emprendidas por gestores locales y empresas turísticas.               |

Fuente: Jiménez de Madariaga y Seño-Asencio (2018)

En este contexto la “salvaguardia del patrimonio” o la “sostenibilidad turística” actúan como *palabras fetiche*, con tintes propagandísticos y *políticamente correctos*, empresariales y partidistas, pero también, en no pocas ocasiones, vacías de contenido real.

### 7. ¿BUENAS PRÁCTICAS? NUEVAS TECNOLOGÍAS PARA GESTIONAR LOS FLUJOS DE VISITANTES, CENTRO DE INTERPRETACIÓN Y ENCARGO DE DIAGNÓSTICO A UN LOBBY EMPRESARIAL. SOBRE LAS DIFERENCIAS CUANDO SE GOBIERNA Y CUANDO SE ESTÁ EN LA OPOSICIÓN

Tiene interés contrastar las recomendaciones de la Organización Mundial del Turismo con algunas actuaciones del Ayuntamiento de Córdoba en los últimos años. Hemos seleccionado tres acciones relacionadas con *los patios*: una ejecutada por el gobierno conservador entre 2011 y 2015, otra a caballo de los dos períodos de gobierno, entre 2014 y 2016, y una tercera, en 2016, del actual gobierno de izquierdas<sup>20</sup>.

Sería simplista e inapropiado negar diferencias en las actuaciones de estos gobiernos municipales pero, al mismo tiempo, cabe constatar, en el tema que nos ocupa, significativas continuidades. Sacamos a colación el intento por gestionar la afluencia de visitantes a la Fiesta de los Patios con una plataforma digital (2013-2014), la reforma y apertura del Patio Trueque 4 (2014-2016), y el encargo de un estudio diagnóstico sobre *los patios* al clúster empresarial FIDES (2016).

20. Entre 2011 y 2015 el ayuntamiento fue gobernado por el Partido Popular. En las elecciones locales de mayo de 2015 este partido fue desplazado por una nueva mayoría de izquierdas que impulsó un gobierno local de PSOE e Izquierda Unida con apoyo crítico del grupo municipal Ganemos Córdoba.

El actual gobierno local combina el discurso *patrimonialista* con la promoción de la *marca* Patios de Córdoba como producto turístico. Como exponíamos en un reciente informe,

*“Al mismo tiempo que manifiestan su preocupación por las problemáticas generadas en el casco histórico o en determinados eventos socioculturales, apoyan abiertamente algunas acciones promocionales empresariales de potenciales efectos contradictorios. O esgrimen un discurso en favor de la salvaguarda del patrimonio cultural para, a renglón seguido, vincularlo de manera privilegiada a su puesta en valor en el mercado turístico (...) El gobierno local, desde una posición de cierta inseguridad y acción limitada, parece abordar esta complejidad dando una de cal y otra de arena”* (Manjavacas, Lara y De la Rosa, 2017: 129).

Una actuación polémica fue la contratación, entre 2012 y 2014, de una herramienta digital para, proporcionando información en tiempo real a través de dispositivos móviles, controlar los accesos a los patios generando reservas y pases y distribuyendo flujos de personas por diferentes rutas con el objetivo de evitar puntos de masificación.

Tanto el ayuntamiento como la empresa concesionaria presentaron “la plataforma” como “la solución” a una masificación entendida casi como un hecho fortuito derivado, mecánicamente, de la inclusión en el listado PCI de la UNESCO, en ningún caso como consecuencia de la multiplicación de llamamientos promocionales a acudir a *los patios de Córdoba*. Las valoraciones sobre estas “nuevas tecnologías aplicadas a *los patios*” fueron dispares y sus resultados muy discutidos, con poca aceptación y numerosas críticas entre asociaciones y personas vinculadas a los patios y la fiesta.

*“La plataforma quisieron hacerla bien pero las criaturas o no se lo calcularon bien... que no ha salido bien”* (Rosario Cantillo. Parras, 6. Octubre de 2013, en Manjavacas, 2014: 21’50”).

*“Ha sido caótico (...) Yo la plataforma en ningún momento la vi como una solución para evitar la masificación de los patios. Cuando el ayuntamiento nos planteó que iban a hacer la plataforma, yo como representante de la asociación en todo momento me opuse”* (Carmen Álvarez. Marroquies, 6. Octubre de 2013, en Manjavacas, 2014: 22’08”).

En realidad, la actuación, además de poco eficaz, no se dirigió a gestionar una fiesta popular sino a la gestión de las visitas a un producto turístico de masas.

Lo ocurrido entre 2014 y 2015 con el Patio Trueque 4 es también ilustrativo. El inmueble, una casa patio de la Axerquia Norte, fue adquirido por la empresa municipal de vivienda VIMCORSA y rehabilitado como “Centro de interpretación de la Cultura Inmaterial”<sup>21</sup>.

Para la ejecución, financiada por el Plan Turístico de Grandes Ciudades, fue contratada una asistencia técnica que encontró unas obras prácticamente concluidas y un proyecto absolutamente cerrado de recuperación del patio y adecuación de pequeñas salas expositivas, entre ellas una para la venta de *souvenirs*. Ni los criterios técnicos ni los plazos de ejecución, muy forzados para su inauguración antes de las elecciones municipales de 2015, eran los más adecuados. Y no fue tenida en cuenta una propuesta de proceso participativo con asociaciones de patios y la vecindad del barrio. La asistencia técnica renunció al encargo.

Ya en el actual período municipal de izquierdas se ha registrado otra actuación controvertida. El único estudio sobre *los patios* encargado por el ayuntamiento, financiado en 2016 por la delegación de Turismo gobernada por Izquierda Unida, fue ejecutado por la asociación empresarial FIDES, un *clúster estratégico* local vinculado al turismo, la restauración, la hostelería y el comercio, hoy desaparecido debido a contradicciones del propio sector empresarial local. Fundado por Comercio Córdoba, Hostecor, Asociación de Agencias de Viajes de Córdoba y Córdoba APTC, FIDES se definió como

*“un foro de encuentro entre asociaciones y empresarios del comercio, la hostelería, el turismo, la cultura, los servicios y actividades afines, con objeto de generar la inteligencia estratégica necesaria para propiciar un desarrollo más amplio de sus actividades”<sup>22</sup>.*

En la práctica fue un intento de parte del empresariado por posicionarse como grupo de presión ante las instituciones públicas.

El Informe *Diagnosis Patios de Córdoba*, aunque elaborado por FIDES rubricado por el propio Ayuntamiento aun a pesar de la disconformidad de sus técnicos en Turismo y Patrimonio, constituye un documento, tan costoso como deficiente, orientado a la atracción de aún más turistas hacia unos espacios y un ritual festivo ya de por sí masificados y en proceso de degradación. El texto, que no ha sido publicado, trata los

---

21. La propia denominación “cultura inmaterial” encierra una visión confusa del patrimonio cultural inmaterial y del propio concepto de cultura.

22. Más información sobre FIDES en <https://www.fidescordoba.com/>

patios como un recurso económico susceptible de generar varios *productos* (rutas), alrededor de una *imagen de marca* a promocionar en diversos países. Un “consorcio público-privado” tendría como objetivos, entre otros, “comercializar los Patios de Córdoba”, prestar “especial atención al sector turístico”, impulsar un “producto Patios de Córdoba durante todo el año”, organizar un concurso anual y su difusión, mejorar “los servicios al visitante”, gestionar la “marca Patios de Córdoba”, organizar “eventos” y desarrollar “productos y servicios”, así como “el fomento de la formación sobre el significado de los Patios”<sup>23</sup>.

Las tres actuaciones apuntadas no hacen sino impugnar, por la vía de la práctica y siempre en el caso que nos ocupa, los llamamientos a la coexistencia o el equilibrio entre actividades turísticas y patrimonio inmaterial. Cabe afirmar de manera rotunda que *los patios* y su *declaración como patrimonio inmaterial* han sido utilizados, desde el sector empresarial y desde gobiernos locales de distinto signo, como un producto turístico, resultando otras consideraciones discursivas de tipo patrimonialista añadidos cosméticos de una estrategia mercantilizadora con importante eco en los medios locales más influyentes.

El tratamiento del binomio turismo-patrimonio por parte de los representantes políticos locales sugiere también un apunte sobre cómo éste puede diferir según se enuncie desde la oposición o el gobierno. En el caso de Córdoba el delegado de Turismo, Pedro García, miembro de Izquierda Unida, probablemente esté acometiendo actuaciones que nunca imaginó que ejecutaría pues, desde IU, cuando formaba parte de la oposición municipal, se abogaba por paralizar la promoción turística de la Fiesta de los Patios. Hoy, en la coalición de gobierno con el PSOE, su actuación es otra, a su vez criticada por Podemos cuyo portavoz, miembro de la corriente anticapitalista, se muestra disconforme con la política local de promoción turística. Esta oposición contrasta con la defensa que otros relevantes miembros anticapitalistas de Podemos hacen, desde el gobierno del Ayuntamiento de Cádiz en este caso, del Carnaval como “atractivo turístico”, “referente turístico” o “aliciente para el comercio y la hostelería”<sup>24</sup>.

---

23. “Diagnosis Patios de Córdoba”. Ayuntamiento de Córdoba. No publicado, elaborado por FIDES en 2016. Informaciones obtenidas durante el trabajo de campo apuntan que la dirección política de la Delegación de Turismo (IU) no comparte las conclusiones del Informe y que su financiación pudo obedecer a equilibrios en el interior del equipo de gobierno. Otras informaciones refieren como objetivo histórico de este sector empresarial asumir la promoción turística de los patios y de la ciudad, con financiación pública, demanda a la que no habrían cedido las actuales autoridades del gobierno PSOE-IU.

24. Los entrecomillados refieren palabras textuales de la concejala de Fiestas del Ayuntamiento de Cádiz María Romay ([www.elmira.es](http://www.elmira.es), 31/07/2018) o del propio alcalde, José María González ([www.portaldecadiz.com](http://www.portaldecadiz.com)).

## 8. CONSIDERACIONES FINALES: PROPUESTAS EN LA ENCRUCIJADA

Sería unilateral concluir que la inclusión de la Fiesta de los Patios en el Listado UNESCO del PCI solo ha reportado consecuencias negativas vinculadas a su turistificación. *La declaración de los patios* ha generado también cierta conciencia en la sociedad civil, las autoridades y la ciudadanía en general sobre el valor del propio patrimonio cultural y el interés por conocerlo y preservarlo. De la misma forma, la proliferación de actividades turísticas de carácter patrimonial constituye una contribución, aun todo lo discutible que se desee, al desarrollo económico de la ciudad y al mantenimiento del propio patrimonio, además de estimular cierto *orgullo local* y una sugerente mirada comunitaria, como sociedad, a la ciudad frente a asentadas tendencias a la atomización y el desapego de los asuntos colectivos.

Pero la Fiesta de los Patios se encuentra en una encrucijada que incide de lleno en varios debates interrelacionados: el derecho a la ciudad, la inserción de las actividades turísticas y sus beneficios y costes e impactos en el medio urbano, o la participación social y ciudadana. También, y ese ha sido nuestro principal objeto de atención, sobre el concepto mismo de patrimonio cultural inmaterial y su salvaguardia ante las actividades turísticas.

Cuanto observamos en la Fiesta de los Patios de Córdoba es en gran medida un reflejo, pensamos que aumentado, de cómo las fiestas se ven condicionadas por la mercantilización de la generalidad de órdenes de la vida social y cultural y por intentos de instrumentalización por parte de instituciones y corporaciones políticas y empresariales, promoviendo su espectacularización y alterando su tradicional contenido popular, restando protagonismo ciudadano y modificando su carácter de celebración festiva local.

La cuestión es si en la Fiesta de los Patios los ciudadanos y ciudadanas de Córdoba son participantes o son espectadores. En los espectáculos diseñados para turistas los asistentes son llamados a contemplar y admirar desde un rol de espectadores o, si se prefiere, en algunos casos, de espectadores invitados a vivir determinadas experiencias; en cambio, un ritual festivo se define por su dimensión participativa y vivencial: en un espectáculo hay espectadores, en una fiesta hay participantes.

En todas las celebraciones festivas existen grupos y personas que participan más activamente y otros (visitantes, grupos de determinadas edades, curiosos) más distantes o retraídos. Pero en el caso de la Fiesta de los Patios, aunque hay situaciones diversas, la evolución dominante es hacia una suerte de espectáculo dirigido a espectadores que se superpone a su dimensión festiva y protagonizada por la ciudadanía. Y así como esta evolución, entendida como degradación de la fiesta, genera malestar y críticas en determinados sectores ciudadanos, otros sectores parecen admitirlo con normalidad, ya

sea por conformismo o por la creencia de que los beneficios socioeconómicos asociados a las actividades turísticas compensan sus servidumbres e inconvenientes.

Superar esta encrucijada, en las actuales circunstancias y tras un recorrido durante años errático, no resultaría, aún en el supuesto de que se apostara decididamente por ello, sencillo. Si el objetivo fuera realmente, que no está claro que lo sea, recuperar la fiesta como celebración local, desde luego abierta a quienes quieran visitarla y compartirla, se haría imprescindible un amplio consenso social y político en favor de esta recuperación abordando cuatro líneas estratégicas.

La primera es reafirmar de manera prioritaria su carácter de expresión del patrimonio cultural local en los términos expuestos. En segundo lugar, limitar su promoción turística y reforzar su dimensión local, lo que conllevaría paralizar unas actividades promocionales de “los Patios en Mayo” que han llegado a ser desmedidas y de efectos discutibles. Una tercera línea de actuación debería reconstruir su carácter festivo, promoviendo las actividades definitorias de la fiesta -“abrir el patio”, “vestir el patio” e “ir de patios”- con particular difusión entre niños y niñas y jóvenes. Y, en cuarto lugar, fomentar un amplio debate con participación y protagonismo social, sobre todo de las asociaciones de patios pero también de otros actores vecinales y ciudadanos que en la ciudad de Córdoba cuentan con estructuras sólidas y activas, con tradición de interlocución y capacidad propositiva.

Como iniciativa concreta podría impulsarse, en función de estos ejes estratégicos, un concurso de proyectos o ideas para la recuperación de la Fiesta de los Patios de Córdoba. Se trata de una cuestión de convicción y voluntad política y, también, de disposición y voluntad de la sociedad civil y del conjunto de la ciudadanía.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ballesteros, Gloria y Manjavacas, José María (2017) “Fiesta, identidad local y exaltación simbólica de la utopía. Los Locos de Fuente Carreteros”. *Ámbitos. Revista de estudios de ciencias sociales y humanidades* 37, pp. 25-39.
- Benítez, Consuelo (2014) *Festival de Patios de Córdoba: impacto en el desarrollo socioeconómico local*. TFG Grado de Turismo UCO (Dir: José María Manjavacas).
- Berlanga, María Jesús (2004) “Turismo y poder. Las transformaciones de una fiesta popular en Marruecos”. *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural* 2 (1), pp. 25-45.
- Carrera, Gema (2009) “Atlas del Patrimonio Inmaterial de Andalucía. Puntos de partida, objetivos y criterios técnicos y metodológicos”. *Revista PH* 71, pp. 18-41.
- Colmenarejo, Rosa (2015) *Fundamentos para una gestión turística sostenible de la fiesta de los patios en Córdoba*. Córdoba: Servicio de Publicaciones UCO.
- Cruz, Lourdes (2017) *Proyecto Adagio. Rehabilitación de una casa patio en el casco histórico de Córdoba*. TFG Grado de Turismo UCO (Dir: José María Manjavacas).
- Escalera, Javier (1997) “La fiesta como patrimonio”. *PH Boletín del Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico* 21, pp. 53-58.
- Fernández, I.; Alonso, M.; Plata, F.; Camorra L. y Barón, R. (s.f.) “Fiesta de los Patios”. Atlas del Patrimonio Inmaterial de Andalucía. Ficha no publicada.
- García-Hernández, María y De la Calle, Manuel (2013) “Capacidad de carga turística y gestión de flujos de visitantes en espacios patrimoniales de dominante histórico-patrimonial”. En Francisco Javier Melgosa (coord.) *Turismos de interior: planificación, comercialización y experiencias*. Madrid: Ediciones Pirámide, pp. 389-406.
- Harazem, Manuel (2014) “Patios cordobeses: una visión insorrible”. <http://manuelharazem.blogspot.com.es/2014/05/patios-cordobeses-una-vision-insorrible.html>. [Consultado el 22 de abril de 2018].
- Hernández-Pezzi, Carlos (2018) *Turismo: ¿truco o trato? Políticas públicas y urbanas para el turismo de masas*. Madrid: Los libros de la Catarata.
- Hernández-Ramírez, Javier (2010) “Riesgo y ventura de una actividad tradicional. Ritualización y turismo en la saca de las yeguas de Doñana”. *Gazeta de Antropología* 26 (2), artículo 36.
- Hernández-Ramírez, Javier (2015) “El Turismo como Objeto de Estudio. Análisis de la Producción Bibliográfica de los Antropólogos Españoles del Turismo”. *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural* 13 (2), pp. 305-331.
- Herrero, Nieves (2011) “La posmodernización de la tradición. Nuevos retos para la gestión del patrimonio”. *Revista de Antropología Social*, 20, pp. 293-307.

Jiménez de Madariaga, Celeste (2011) “Rituales festivos y confrontación social. Cruces de mayo de la provincia de Huelva”. *Gazeta de Antropología*, 27 (2), artículo 31.

Jiménez de Madariaga, Celeste y Seño-Asencio, Fermín (2018) “Patrimonio cultural de la Humanidad y turismo”. *International Journal of Scientific Management and Tourism* 2(4), pp. 349-366.

Larriva, Victoria y Riobóo, Francisco (2009) *Córdoba interior. La vida desde el patio* Córdoba: Ayuntamiento de Córdoba y El Páramo.

Luque-Romero, Francisco y Cobos, José (2012) “Fiestas, costumbres y tradiciones en los patios de Córdoba. Una evocación desde la etnografía”. *Cuaderno de los amigos de los museos de Osuna* 14, pp. 136-139.

Manjavacas, José María (2014) *Patios y gentes*. Córdoba: Séneca.

Manjavacas, José María (2016) “El Sur, los patios, la gente. Patrimonio cultural, participación ciudadana e integración social urbana”. En R.A Castejón; V. Luque y E. Padilla (coords.) *Del olvido a la vanguardia*. Córdoba: Ayuntamiento de Córdoba – URBAN Sur.

Manjavacas, José María y Tom, Miye (2016) “Orality and Memory in the Carnival of Cádiz, Spain: Identity, Urban Space, and Socio-Political Transgression”. *Streetnotes. Ethnography, poetry and the documentary experience* 25, pp. 139-152.

Manjavacas, J.M.; Lara, F. y De la Rosa, J.M. (2017) *Actividades turísticas en la ciudad de Córdoba. Principales indicadores, empleo, impacto en el espacio urbano y gobernanza democrática local*. Informe de investigación, no publicado.

Marcos, Javier (2010) “El patrimonio como representación colectiva. La intangibilidad de los bienes culturales”. *Gazeta de Antropología* 26 (1), artículo 19.

Moreno, Isidoro (1993) *Andalucía: identidad y cultura*. Málaga: Editorial Librería Ágora.

Moreno, Isidoro y Agudo, Juan (2012) “Las fiestas andaluzas”. En Juan Agudo y Isidoro Moreno (coords.) *Expresiones culturales andaluzas*. Sevilla: Aconcagua, pp. 166-217.

Pascual, P.; López-Navarro, I. y Rodríguez-Morcillo, L. (2009) *Los Patios de Córdoba: estudio sociológico sobre aspectos culturales, festivos, económicos y de vida cotidiana*. Córdoba: IESA-CSIC.

Pereiro, Xerardo y Fernandes, Filipa (2018) *Antropología e Turismo: Teorías, métodos e praxis*. Tenerife: Pasos.

Pilo, Noelia (2016) *Los Patios de Córdoba como expresión del patrimonio cultural inmaterial*. TFG Grado de Turismo UCO (Dir: José María Manjavacas).

Prats, Llorenç (2012) “El patrimonio en tiempos de crisis” *Revista Andaluza de Antropología* 2, pp. 68-85.

Pulgar, Claudia (2018) *Festival de Patios de Córdoba: patrimonio inmaterial y masificación turística*. TFG Grado de Turismo UCO (Dir: José María Manjavacas).

Quintero, Victoria y Sánchez-Carretero, Cristina (2017) “Los verbos de la participación social y sus conjugaciones: contradicciones de un patrimonio ‘democratizador’”. *Revista Andaluza de Antropología* 12, pp. 48-69.

Rodríguez, María (2015) *El asociacionismo ciudadano en los Patios de Córdoba*. TFG Grado de Turismo UCO (Dir: José María Manjavacas).

Ryan, Jason y Silvanto, Sari (2009) “The World Heritage List: The making and management of a Brand”. *Place Branding and Public Diplomacy*, 5(4), pp. 290–300.

Santamarina, Beatriz (2008) “Moros y cristianos. De la batalla festiva a la discursiva”. *Gazeta de Antropología* 24 (1), artículo 16.

Santana, Agustín (2003). “Turismo cultural, culturas turísticas”. *Horizontes Antropológicos* 9 (20), pp. 31-57.

Sújar, María Dolores (2014) *Análisis de las políticas institucionales en el Festival de Patios de Córdoba*. TFG Grado de Turismo UCO (Dir: José María Manjavacas).

Teixeira, José (2009) *Diccionario crítico de política cultural: cultura e imaginario*. Barcelona: GEDISA.

Toselli, Claudia (2006) “Algunas reflexiones sobre el turismo cultural”. *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural* 4 (2), pp. 175-182.

UNWTO (2012). *Tourism and Intangible Cultural Heritage*. Madrid: World Tourism Organization.