

MANUEL RIVERA MATEOS
ROCÍO MUÑOZ BENITO
(Directores)

EL TURISMO EN CÓRDOBA: VISIONES, RETOS Y PERSPECTIVAS EN EL ESCENARIO POST-COVID



UNIVERSIDAD
DE
CÓRDOBA



ANIVERSARIO
PATRIMONIO
COLECTIVO



fundaciones
cajasur



CIVITAS



THOMSON REUTERS

Primera edición, 2022



THOMSON REUTERS PROVIEW® eBooks

Incluye versión en digital

Esta publicación ha sido posible gracias a la subvención concedida por la Junta de Andalucía (Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local) a la Universidad de Córdoba a través de la Cátedra de Turismo Cultural y Patrimonial de Andalucía. Asimismo, este libro colectivo es resultado parcial del "Programa de Transferencia de Conocimiento, Investigación Aplicada y Dinamización Empresarial del sector turístico" (Ref. FCO21084), acogido al Convenio de Colaboración entre la Universidad de Córdoba (CAPT-UCO) y las Fundaciones Cajasur-Convisur de fecha 1 de enero de 2022.

El procedimiento de selección de originales de trabajos de esta publicación se ha ajustado a los criterios específicos de los campos 7 (Ciencias Sociales), 8 (Ciencias Económicas y Empresariales) y 10 (Historia, Geografía y Artes) de la CNEAI para los sexenios de investigación, en los que se indica que la admisión de los trabajos publicados en capítulos de libros, actas de congresos, jornadas o compilaciones de publicaciones deben responder a criterios de calidad equiparables a los exigidos para las revistas científicas. Todos los trabajos publicados en este libro han sido sometidos a la evaluación de expertos del Comité Científico del Grupo de Trabajo de Turismo y del Centro de Análisis y Prospectiva del Turismo de la Universidad de Córdoba, así como a revisión por pares anónimos por parte de evaluadores externos.

El editor no se hace responsable de las opiniones recogidas, comentarios y manifestaciones vertidas por los autores. La presente obra recoge exclusivamente la opinión de su autor como manifestación de su derecho de libertad de expresión.

La Editorial se opone expresamente a que cualquiera de las páginas de esta obra o partes de ella sean utilizadas para la realización de resúmenes de prensa.

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra solo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley. Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra (www.conlicencia.com; 91 702 19 70/93 272 04 45).

Por tanto, este libro no podrá ser reproducido total o parcialmente, ni transmitirse por procedimientos electrónicos, mecánicos, magnéticos o por sistemas de almacenamiento y recuperación informáticos o cualquier otro medio, quedando prohibidos su préstamo, alquiler o cualquier otra forma de cesión de uso del ejemplar, sin el permiso previo, por escrito, del titular o titulares del copyright.

Thomson Reuters y el logotipo de Thomson Reuters son marcas de Thomson Reuters

Civitas es una marca de Thomson Reuters (Legal) Limited

© 2022 Thomson Reuters (Legal) Limited/Manuel Rivera Mateos y Rocío Muñoz Benito (Dirs.)

© Portada: Fundación Profesor Uría.

Editorial Aranzadi, S.A.U.
Camino de Galar, 15
31190 Cizur Menor (Navarra)
ISBN: 978-84-1125-617-9
DL NA: 2240-2022

Printed in Spain. Impreso en España
Fotocomposición: Editorial Aranzadi, S.A.U.
Impresión: Rodona Industria Gráfica, SL
Polígono Agustinos, Calle A, Nave D-11
31013 - Pamplona

Comité científico

Ricardo Córdoba de la Llave

Decano de la Facultad de Filosofía y Letras UCO

HUMBERTO GOSÁLBEZ PEQUEÑO

Prof. Dr. Derecho Administrativo

MARÍA DE LOS ÁNGELES JORDANO BARBUDO

Directora Académica del Master de Gestión del Patrimonio UCO

RICARDO DAVID HERNÁNDEZ ROJAS

Prof. Doctor Economía Financiera y Contabilidad

FERNANDO LARA DE VICENTE

*Prof. de Economía Aplicada Director de la Cátedra
de Turismo Cultural y Patrimonial UCO*

TOMÁS LÓPEZ GUZMÁN

Prof. Dr. Ciencias Económicas y Empresariales

SALVADOR MORAL CUADRA

Prof. Dr. Administración y Dirección de Empresas

RAFAEL MORENO ROJAS

Director de la Cátedra de Gastronomía de Andalucía

ROCÍO MUÑOZ BENITO

Prof. Dra. Economía Aplicada

VIRGINIA NAVAJAS ROMERO

Prof. Dra. Organización de Empresas

M.^a DE LOS ÁNGELES RECIO RAMÍREZ

Prof. Dra. Derecho Financiero y Tributario

MANUEL RIVERA MATEOS

Prof. Dr. Geografía Humana

Sumario

	<u>Página</u>
PRÓLOGO	23
CAPÍTULO I	
REVISIÓN DE LA LITERATURA CIENTÍFICA SOBRE TURISMO EN LA PROVINCIA DE CÓRDOBA (ESPAÑA) EN EL PERIODO 2013-2022	29
REVIEW OF THE SCIENTIFIC LITERATURE ON TOURISM IN THE PROVINCE OF CÓRDOBA (SPAIN) IN THE PERIOD 2013-2022	
TOMÁS LÓPEZ-GUZMÁN	
MANUEL RIVERA MATEOS	
ROCÍO ARTEAGA SÁNCHEZ	
JOSÉ ENRIQUE RAMOS RUIZ	
1. Introducción	31
2. Tesis doctorales	31
3. Artículos científicos	32
3.1. <i>Turismo y Patrimonio Material</i>	33
3.2. <i>Turismo y Patrimonio Inmaterial</i>	33
3.3. <i>Gastroturismo</i>	34
3.4. <i>Enoturismo y Oleoturismo</i>	35
3.5. <i>Turismo Idiomático</i>	36
3.6. <i>Turismo Rural y de Naturaleza</i>	36
3.7. <i>Turismo Colaborativo</i>	36
3.8. <i>Turismo y Flamenco</i>	37

3.9. <i>Otras Investigaciones</i>	37
4. Conclusiones y recomendaciones	38
5. Referencias bibliográficas	39

CAPÍTULO II

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO Y MOTIVACIONES DEL TURISTA QUE VISITA LA CIUDAD DE CÓRDOBA (ESPAÑA) ...	51
--	-----------

SOCIODEMOGRAPHIC PROFILE AND MOTIVATIONS OF THE TOURIST VISITING THE CITY OF CÓRDOBA (SPAIN)

MINERVA AGUILAR-RIVERO

JOSÉ VALVERDE-RODA

LUCÍA CASTAÑO-PIETO

JAIME ROLDÁN-NOGUERAS

1. Introducción	53
2. Estado de la cuestión y contextualización	53
2.1. <i>Turismo patrimonial</i>	53
2.2. <i>Perfil socioeconómico del turista</i>	55
2.3. <i>Motivaciones de los turistas</i>	56
3. Metodología y herramientas de trabajo	59
3.1. <i>Cuestionario y procedimiento</i>	59
3.2. <i>Muestreo y error muestral</i>	60
4. Resultados y discusión	61
4.1. <i>Perfil sociodemográfico del turista</i>	61
4.2. <i>Motivaciones de los turistas extranjeros</i>	62
5. Conclusiones	63
6. Agradecimientos	64
7. Referencias bibliográficas	64

CAPÍTULO III

POSICIONAMIENTO ACTUAL Y PERSPECTIVAS DEL DESTINO "CÓRDOBA" EN EL SEGMENTO DEL TURISMO MICE: LECCIONES APRENDIDAS PARA LA RECUPERACIÓN POST-PANDEMIA	71
---	----

POSITIONING AND VISIBILITY OF THE "CÓRDOBA" DESTINATION IN THE MICE TOURISM SEGMENT: LESSONS LEARNED FOR POST-PANDEMIC

MANUEL RIVERA MATEOS

1. Introducción	73
2. Metodología y herramientas de trabajo	76
3. Resultados y discusión	79
4. Conclusiones y reflexiones finales	89
5. Referencias bibliográficas	91

CAPÍTULO IV

LA COCINA TRADICIONAL COMO FACTOR EN LA LEALTAD DEL TURISTA A UNA CIUDAD PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD: EL CASO DE CÓRDOBA	95
--	----

TRADITIONAL CUISINE AS A FACTOR IN TOURIST LOYALTY TO A WORLD HERITAGE CITY: THE CASE OF CÓRDOBA

RICARDO D. HERNÁNDEZ-ROJAS

NURIA HUETE-ALCOCER

MIGUEL ÁNGEL VALERO-TÉVAR

1. Introducción	97
2. Revisión de la literatura científica	98
2.1. <i>El impacto de la cocina tradicional en destinos</i>	98
2.2. <i>Satisfacción con los restaurantes de cocina tradicional</i>	99
2.3. <i>Satisfacción con el destino turístico</i>	100
2.4. <i>Lealtad al destino: satisfacción con el destino y satisfacción con los restaurantes de gastronomía tradicionales</i>	101

	<u>Página</u>
3. Modelo conceptual	102
4. Metodología y resultados	104
4.1. <i>Modelo de medida</i>	104
4.2. <i>Modelo estructural</i>	107
5. Discusión	109
6. Conclusiones	110
7. Referencias bibliográficas	111

CAPÍTULO V

SATISFACCIÓN GASTRONÓMICA DEL TURISTA. PERCEPCIÓN DE LOS RESTAURADORES EN CÓRDOBA Y OXFORD	119
---	-----

TOURISTS' SATISFACTION WITH GASTRONOMY: PERCEPTIONS OF RESTAURATEURS IN CÓRDOBA AND OXFORD

ANA M.^a CASTILLO CANALEJO

SANDRA M.^a SÁNCHEZ CAÑIZARES

GUZMÁN ANTONIO MUÑOZ-FERNÁNDEZ

CÉSAR MORA MÁRQUEZ

1. Introducción	121
2. Estado de la cuestión/contextualización	122
2.1. <i>Relación motivación y satisfacción con la gastronomía</i>	123
2.2. <i>Conocimiento del destino y satisfacción con la gastronomía</i>	124
2.3. <i>Apoyo institucional al turismo gastronómico y satisfacción del turista</i>	125
3. Metodología y herramientas de trabajo	126
3.1. <i>Áreas de estudio, Córdoba y Oxford</i>	126
3.2. <i>Metodología y encuestas</i>	127
3.3. <i>Muestra y datos</i>	128
4. Resultados y discusión	130
4.1. <i>Procedimiento, validez y fiabilidad del modelo de medida</i>	130
4.2. <i>Estimación y evaluación del modelo estructural</i>	132

4.3. Comprobación de hipótesis	133
4.4. Efecto de la variable Ciudad	134
5. Conclusiones	135
5.1. Implicaciones	136
5.2. Limitaciones y futuras líneas de investigación	137
6. Referencias bibliográficas	137

CAPÍTULO VI

ESTUDIO SOBRE LOS ESTABLECIMIENTOS DE RESTAURACIÓN TURÍSTICA DE CÓRDOBA CAPITAL EN UN ENTORNO POST-COVID	141
---	-----

STUDY OF TOURIST CATERING ESTABLISHMENTS IN THE CITY OF CORDOBA IN A POST-COVID CONTEXT

RAFAEL MORENO ROJAS

ALICIA MORENO ORTEGA

ISABEL VELASCO RUIZ

RICARDO HERNÁNDEZ ROJAS

1. Introducción	143
2. Estado de la cuestión	145
2.1. Estudios sobre el coronavirus y restauración	145
2.2. Estudios durante y poscoronavirus en restauración	146
3. Metodología	148
3.1. Toma de datos	148
4. Resultados y discusión	149
5. Conclusiones y limitaciones	154
6. Referencias bibliográficas	155

CAPÍTULO VII

ENOTURISMO, PATRIMONIO Y SUMILLERÍA MUSEOGRÁFICA: UNA PROPUESTA DE PRODUCTO TURÍSTICO-CULTURAL Y EXPERIENCIAL EN EL PALACIO DE VIANA (CÓRDOBA)

WINE TOURISM, HERITAGE AND MUSEOGRAPHIC SOMMELIERY: A PROPOSAL FOR A TOURIST-CULTURAL AND EXPERIENTIAL PRODUCTO IN THE PALACE OF VIANA (CÓRDOBA)

LEOPOLDO IZQUIERDO FERNÁNDEZ

MANUEL RIVERA MATEOS

1. Introducción	16
2. Estado de la cuestión y antecedentes	16
3. Metodología y herramientas de trabajo	16
4. Resultados y discusión	16
4.1. <i>Los recursos patrimoniales de soporte y cualificación de la experiencia</i>	16
4.2. <i>La aplicación de la técnica de sumillería museográfica en el Palacio de Viana</i>	17
5. Conclusiones	17
6. Referencias bibliográficas	17

CAPÍTULO VIII

EL TURISMO GASTRONÓMICO EN VILLANUEVA DE CÓRDOBA Y EL "MEJOR JAMÓN DEL MUNDO" EN LA ETAPA POST-COVID. UNA PERSPECTIVA DESDE EL DERECHO PÚBLICO

GASTRONOMIC TOURISM IN VILLANUEVA DE CÓRDOBA AND "THE BEST HAM IN DE WORLD" IN POST-COVID STAGE. A PUBLIC LAW'S PERSPECTIVE

FRANCISCO JOSÉ GARCÍA SALAS

1. Introducción y planteamiento general	18
---	----

2. Turismo gastronómico: consideraciones previas y aproximación conceptual	182
3. Las medidas sanitarias adoptadas en un escenario post-COVID	185
4. Aproximación al régimen jurídico del "mejor jamón del Mundo"	186
5. Reflexiones finales	191
6. Referencias bibliográficas	192
7. Otros documentos utilizados	195

CAPÍTULO IX

PERSPECTIVA E IMPACTOS DE LA VIVIENDA CON FINES TURÍSTICOS EN CÓRDOBA FRENTE A LOS DESAFÍOS DEL CAMBIO CLIMÁTICO	199
---	------------

PERSPECTIVE AND IMPACTS OF TOURIST ACCOMMODATIONS IN CÓRDOBA IN THE FACE OF THE CHALLENGES OF CLIMATE CHANGE

TERESA CUERDO VILCHES

MIGUEL ÁNGEL NAVAS MARTÍN

1. Introducción	200
2. Estado de la cuestión/contextualización	203
3. Metodología y herramientas de trabajo	212
4. Resultados y discusión	213
4.1. <i>Situación de las viviendas con fines turísticos (VFT) en Andalucía</i>	213
4.2. <i>Muestra seleccionada de VFT para la ciudad de Córdoba</i>	214
4.3. <i>Limitaciones</i>	217
5. Conclusiones	217
6. Referencias bibliográficas	218

CAPÍTULO X

LA ACTUALIDAD DEL TURISMO IDIOMÁTICO EN CÓRDOBA. RETOS Y OPORTUNIDADES	223
---	------------

THE CURRENT SITUATION OF LANGUAGE TOURISM IN CÓRDOBA: CHALLENGES AND OPPORTUNITIES

MARÍA AMALIA TRILLO HOLGADO

INMACULADA PIÉDROLA ORTIZ

1. Introducción	224
2. La situación del turismo idiomático en Córdoba desde la perspectiva de los expertos	225
3. Metodología y herramientas de trabajo	229
4. Resultados y discusión	229
5. Conclusiones	231
6. Referencias bibliográficas	232

CAPÍTULO XI

LA FIESTA DE LOS PATIOS DE CÓRDOBA. UN PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL EN POSTPANDEMIA	233
--	------------

THE FESTIVAL OF THE PATIOS OF CÓRDOBA. AN INTANGIBLE CULTURAL HERITAGE IN POST-PANDEMIC TIMES

MINERVA AGUILAR-RIVERO

TOMÁS LÓPEZ-GUZMÁN

MIGUEL ÁNGEL SOLANO-SÁNCHEZ

SALVADOR MORAL-CUADRA

1. Introducción	235
2. Estado de la cuestión/contextualización	235
3. Metodología y herramientas de trabajo	238
4. Resultados y discusión	240
5. Conclusiones	245
6. Referencias bibliográficas	247

CAPÍTULO XII

LOS CEMENTERIOS CORDOBESES COMO ELEMENTOS DE TURISMO PATRIMONIAL Y DE TURISMO OSCURO: ANÁLISIS DE LA OFERTA	251
--	-----

CÓRDOBA CEMETERIES AS ELEMENTS OF HERITAGE TOURISM AND DARK TOURISM: ANALYSIS OF THE OFFER

M.^a GENOVEVA DANCAUSA MILLÁN

M.^a GENOVEVA MILLÁN VÁZQUEZ DE LA TORRE

1. Introducción	252
2. Los cementerios como atractivos turísticos	255
3. Metodología y herramientas de trabajo	257
4. Resultados y discusión	263
5. Conclusiones	269
6. Referencias bibliográficas	270

CAPÍTULO XIII

UNA HERRAMIENTA PARA EL RELANZAMIENTO TURÍSTICO DE LAS SIERRAS SUBBÉTICAS CORDOBESAS EN EL ESCENARIO POST-COVID: EL II PLAN DE DESARROLLO SOSTENIBLE (2022)	273
--	-----

A TOOL FOR THE TOURISM RELAUNCH OF THE SUBBÉTICAS MOUNTAINS (CÓRDOBA, SPAIN) IN THE POST-COVID SCENARIO: THE II SUSTAINABLE DEVELOPMENT PLAN (2022)

ALFONSO MULERO MENDIGORRI

BEGOÑA ESCRIBANO SALMORAL

1. Introducción	274
2. El Parque Natural de las Sierras Subbéticas: claves físico-naturales y humanas de su interés turístico	278
2.1. <i>Principales atractivos de tipo físico-natural</i>	281
2.2. <i>La singularidad de la geografía humana del Subbético cordobés</i> ...	282
3. El I Plan de Desarrollo Sostenible y su insuficiente contribución al desarrollo turístico de las Sierras Subbéticas	283

	<i>Página</i>
4. La aportación potencial del II Plan de Desarrollo Sostenible (2022) al relanzamiento turístico de las Subbéticas en el escenario post-COVID	284
5. Conclusiones	289
6. Referencias bibliográficas	290

CAPÍTULO XIV

ALGUNAS REFLEXIONES SOBRE EL ECOTURISMO EN EL GEOPARQUE DE LAS SIERRAS SUBBÉTICAS CORDOBESAS ...	293
---	------------

SOME REFLECTIONS ON ECOTOURISM IN THE GEOPARK OF THE SIERRAS SUBBÉTICAS CORDOBESAS

MARTA AYLLÓN CUEVAS

1. Introducción	294
2. Estado de la cuestión y contextualización del estudio	295
3. La oferta turística comarcal de soporte para las actividades de ecoturismo	298
4. Reflexiones y conclusiones finales	300
5. Referencias bibliográficas	302

CAPÍTULO XV

LA DIGITALIZACIÓN ARQUEOMÉTRICA Y EL MODELADO 3D COMO INSTRUMENTO CIENTÍFICO, RECURSO DIDÁCTICO O HERRAMIENTA DE DIVULGACIÓN DE LA (PRE) HISTORIA EN UN MUNDO GLOBALIZADO POST-COVID: SU APLICACIÓN A RECURSOS PATRIMONIALES CORDOBESAS	303
--	------------

ARCHAEOOMETRY DIGITIZATION AND 3D MODELING AS A SCIENTIFIC INSTRUMENT, TEACHING RESOURCE OR TOOL FOR DISSEMINATION OF (PRE)HISTORY IN A GLOBALIZED POST-COVID WORLD: ITS APPLICATION TO CORDOBA HERITAGE RESOURCES

JOSÉ ANTONIO CARO GÓMEZ

JUAN MANUEL GARRIDO ANGUITA

JOSÉ ANTONIO RIQUELME CANTAL

	<i>Página</i>
1. Introducción	305
2. Estado de la cuestión	306
3. Propuesta post-COVID desde un estudio multidisciplinar y sus metodologías de aplicación	309
3.1. <i>Labor inicial de gabinete</i>	310
3.2. <i>Análisis paleontológico</i>	311
3.3. <i>Análisis tecnotipológicos y traceológicos</i>	312
3.4. <i>Análisis morfométrico</i>	313
3.5. <i>Proceso de reconstrucción 3D del objeto</i>	314
3.6. <i>Implementación de la información científica y el contenido didáctico bilingüe a una plataforma web</i>	315
3.7. <i>Selección de piezas y reproducción en impresora 3D</i>	315
4. Conclusiones	315
5. Referencias bibliográficas	316

CAPÍTULO XVI

TURISMO PATRIMONIAL EN CÓRDOBA Y SU PROVINCIA. LAS RUTAS Y EXPEDICIONES DE ARQUEOLOGÍA SOMOS TODOS	323
---	-----

HERITAGE TOURISM IN CORDOBA AND ITS PROVINCE. THE ROUTES AND EXPEDITIONS OF ARQUEOLOGÍA SOMOS TODOS

ANA RUIZ OSUNA

BELÉN VÁZQUEZ NAVAJAS

1. Introducción	324
2. Estado de la cuestión y contextualización	327
3. Metodología y herramienta de trabajo	330
4. Resultados y discusión	336
5. Conclusiones	341
6. Referencias bibliográficas	343

CAPÍTULO XVII

LA FORMACIÓN PARA LA CALIDAD EN EL EMPLEO TURÍSTICO: A PROPÓSITO DE LA NUEVA FP EN EL CONTEXTO DEL "PLAN GENERAL DE TURISMO SOSTENIBLE DE ANDALUCÍA META 2027"	347
---	-----

TRAINING FOR QUALITY IN TOURISM EMPLOYMENT: ABOUT THE NEW FP IN THE CONTEXT OF THE GENERAL "PLAN FOR SUSTAINABLE TOURISM IN ANDALUSIA META 2027"

STEFANO BINI

1. Introducción	348
2. Turismo y sociedad en transformación: nuevas necesidades formativas	350
3. El nuevo modelo de Formación Profesional: la Ley Orgánica 3/2002	351
4. El "Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía META 2027"	357
5. La formación de las personas como prioridad estratégica para un turismo sostenible: a modo de conclusión	359
6. Referencias bibliográficas	361

CAPÍTULO XVIII

RADIOGRAFÍA DE LOS GRADOS DE TURISMO DE ANDALUCÍA: UN ANÁLISIS DE LA GESTIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA	363
--	-----

RADIOGRAPHY OF TOURISM DEGREES IN ANDALUSIA: AN ANALYSIS OF THE MANAGEMENT OF THE UNIVERSITY OF CORDOBA

VIRGINIA NAVAJAS-ROMERO

CRISTINA PEDROSA-JESÚS

CARMEN CORPAS REINA

JOSÉ CARLOS CASAS ROSAL

1. Introducción	364
2. Metodología y herramientas de trabajo	367

	<u>Página</u>
3. Resultados	368
4. Conclusiones	376
5. Referencias bibliográficas	378

Thomson Reuters ProView. Guía de uso

Capítulo XVI

Turismo Patrimonial en Córdoba y su provincia. Las rutas y expediciones de *Arqueología Somos Todos*¹

Heritage Tourism in Cordoba and its Province. The Routes and Expeditions of *Arqueología Somos Todos*

ANA RUIZ OSUNA²

BELÉN VÁZQUEZ NAVAJAS³

Resumen

Más allá de la Mezquita Aljama y la ciudad palatina de Madinat -Zahra, los programas turísticos y divulgativos centrados exclusivamente en el legado histórico-arqueológico de Córdoba y su provincia, eran casi inexistentes hasta hace poco más de una década. Fue entonces cuando el Grupo de Investigación *Sísifo* de la Universidad de Córdoba, a través de su Proyecto de difusión científica *Arqueología Somos Todos*, comenzó a diseñar rutas culturales para –entre otras actividades– dar a conocer el extraordinario patrimonio. El principal objetivo de estos itinerarios es conectar los resultados derivados de la investigación universitaria con

Este trabajo se integra en el marco del "Proyecto Estrabón. El Patrimonio arqueológico como seña de identidad, agente de desarrollo sostenible y motor turístico. La cuenca del Guadalquivir como laboratorio", concedido por la Junta de Andalucía con apoyo de Fondos Feder en 2021 (Ref. PYC20 RE 013 UCO).

Profesora Ayudante Doctora, Grupo de Investigación *Sísifo*, Universidad de Córdoba, correo electrónico: ana.ruiz.osuna@uco.es.

Personal contratado con cargo a proyecto, Grupo de Investigación *Sísifo*, Universidad de Córdoba, correo electrónico: belenvazquez@arqueocordoba.com.

la sociedad cordobesa y foránea, adaptados a distintos ámbitos sociales y niveles educativos, pero sin perder nunca la base científica. A través de diversos análisis y encuestas, se ha ido comprobando cómo la participación ciudadana y el interés por estas rutas culturales se ha incrementado con el paso de los años, hasta que, lamentablemente, la pandemia provocada por el SARS-CoV-2 a principios de 2020 paralizó por completo la actividad del proyecto. No obstante, *Arqueología Somos Todos* ha sabido salir reforzada frente a tal adversidad y crear itinerarios que, adecuados a los nuevos tiempos y normativas sanitarias, vuelven hoy a formar parte de la oferta patrimonial y turística de Córdoba y su provincia. En el presente trabajo se da buena cuenta de este largo e intenso recorrido.

Palabras Clave: Turismo, patrimonio, rutas culturales, visitas arqueológicas, difusión.

Abstract

Beyond the Great Mosque and the palatine city of Madinat al-Zahra, tourist and dissemination programs focused exclusively on the historical-archaeological legacy of Córdoba and its province, were almost absent until just over a decade ago. It was then when the *Sisifo* Research Group of the University of Córdoba, through its Scientific Dissemination Project *Arqueología Somos Todos*, began to design cultural routes –along with other activities– for spreading this incredible heritage. The main purpose of these itineraries was to connect the results derived from university research with Cordovan and foreign society, adapted to different social and educational levels, but without losing the scientific basis. Various analyses and surveys prove how the citizen participation and the interest in these cultural routes was increasing over the years, until, unfortunately, the pandemic caused by SARS-CoV-2 in early 2020 stopped the project. However, *Arqueología Somos Todos* has been able to emerge reinforced from this adversity, creating itineraries that, adapted to new times and sanitary regulations, are one again integrated in the today patrimonial and tourist offer of Córdoba and its province. The present study gives a good account of this long and intense path.

Keywords: Tourism, Heritage, Cultural Routes, Archaeological Visits, Dissemination.

1. INTRODUCCIÓN

Desde que en el siglo XVII se pusiera de moda que los jóvenes aristócratas ingleses llevaran a cabo un viaje por Europa como complemento a su

formación el Turismo Cultural –o Patrimonial– se ha ido conformando hasta nuestros días para definirse como aquel “en el que la motivación esencial del visitante es descubrir, experimentar, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico” (Organización Mundial del Turismo, 2019). Así pues, los turistas culturales suelen ser personas interesadas en conocer las historias de otras civilizaciones y aprender de ellas, abogando, además, por su preservación.

Entre los destinos que conformaban el bautizado por Richard Lassels (1670) como *Grand Tour* se encontraban algunos de eminente carga arqueológica, como Roma o Nápoles, en cuyas cercanías comenzarían a mediados del siglo XVIII las excavaciones de las ciudades romanas de Pompeya y Herculano. Desde entonces el interés por la arqueología fue aumentando, pasando de ser una actividad propia de las grandes élites económicas e intelectuales a un sentimiento comunitario fruto de la herencia colectiva de los pueblos (McGimsey, 1972; Ascherson, 2001; Henson, 2009; Almansa, 2010), siendo hoy día una de las tipologías más atractivas a nivel mundial dentro del Turismo Cultural o Patrimonial.

El Turismo Arqueológico sería, pues, aquella modalidad de turismo bajo la que se presentan propuestas y productos culturales en los que la arqueología es el ingrediente principal (Tresserras, 2004: 2). Pero más allá de visitar yacimientos arqueológicos, museos y colecciones, el Arqueoturismo comprende asistir a festivales y conciertos celebrados en recintos arqueológicos, participar en eventos de recreación histórica, ir a restaurantes con menús históricos, comprar artesanía tradicional y souvenirs de determinados monumentos, o adquirir guías, mapas y publicaciones científicas (Tresserras, 2009; Ortega y Collado, 2018: 609); es parte, pues, de un paquete integral de beneficios que incluye tanto visitar espacios históricos y arqueológicos, como conocer una determinada zona y disfrutar de sus atractivos locales, gastronómicos y paisajísticos (Pérez Naranjo, 2020: 129).

En el caso de España, el Arqueoturismo sigue siendo bastante desconocido, tanto para la propia ciudadanía como para los turistas que nos visitan (Tresserras, 2008), más tendentes a la oferta de sol y playa; quizá en ello tenga algo que ver el hecho de que, pese al interés mostrado por ciertos eruditos y aristócratas extranjeros, los viajes tipo *Grand Tour* nunca llegaron a alcanzar la notoriedad obtenida en otros países europeos (Vázquez, e. p.). Hace pocos años, Morère y Jiménez (2007) plantearon un primer estudio por Comunidades Autónomas en el que se manifestaba cómo en algunas de ellas se habían desarrollado proyectos de investigación y

puesta en valor del patrimonio arqueológico que permitían y facilitaban la accesibilidad a una buena parte de estos bienes, con una proyección cultural, social y educativa no sólo dirigida al ámbito nacional, sino también al internacional. Por otro lado, contamos con multitud de estudios de caso en los que, igualmente, se han analizado los procesos de conservación del patrimonio arqueológico y su adecuación a la visita pública para convertirlo en recurso turístico de primer orden (Ballart, 2002; López-Menchero, 2012; López-Menchero, 2013; Coig-O'Donnell y Morín, 2015; Pérez-Juez, 2016).

Si tenemos en cuenta, además, que nuestro país es el tercero en la lista de reconocimientos de Patrimonio Mundial, tras China e Italia, este nicho de mercado debería ser entendido como un gran potencial. De ahí que desde la Universitat de Barcelona se pusiera en marcha el proyecto Arqueotur, en colaboración con la Red IBERTUR, destinado a generar y compartir experiencias –tanto desde el ámbito público como privado– relativas al Arqueoturismo, incluyendo la promoción y creación de nuevos productos, así como la comercialización y difusión de los ya existentes, caso de algunas rutas arqueológicas (como la de los teatros romanos en Andalucía, la de los íberos en el Bajo Aragón, la de los íberos de Cataluña, la de los castros vetones en Ávila y Salamanca, la de Washington Irving, la del Califato, la del Arte Rupestre del Arco Mediterráneo o el Viaje al Tiempo de los Íberos en Jaén) y festivales o eventos de recreación histórica (*Tarraco Viva*, *Emerita Ludica*, *Carthagineses y Romanos*, *Fiestas Ibero Romanas de Cástulo*, *Guerras Cántabras*, *Arde Lucus*, *Mercaforum*, entre otros).

Un hito reciente en la materia fue la publicación de la *Guía Arqueológica de la Península Ibérica – España* (2016), seguida de *Rutas Históricas por la Península Ibérica* (2019), ambas de Luis del Rey Schnitzler. El primero se configura como una guía de viaje y turismo, con referencias a museos, yacimientos y lugares históricos, que incluye mapas, planos y callejeros, así como información técnica y práctica para organizar las visitas. El segundo, por su parte, describe cuatro itinerarios que tienen como protagonistas a los eremitorios rupestres, el fascinante mundo de Tartessos, los teatros romanos y los vestigios de la misteriosa orden del Temple.

Sin duda, Internet se ha convertido en los últimos años en el gran aliado del Turismo Arqueológico, tanto dentro como fuera de nuestras fronteras, y es que la red ofrece una serie de ventajas frente a los medios de comunicación tradicionales⁴, como la interactividad, la flexibilidad, la

4. Servicios online como traductores simultáneos, webs de transportes, agencias de viajes virtuales o páginas de previsiones meteorológicas, facilitan enormemente al turista arqueológico –y de cualquier tipo– la organización y desarrollo del viaje (Ruiz Carrera y Vega, 2017).

reducción de costos o la posibilidad de acceder de forma rápida y eficaz a la “literatura de ayuda” (Carrera y Vega, 2017: 480). Cada vez son más numerosos los *sites*, aplicaciones y blogs de viajes con contenido histórico y arqueológico. En muchas ocasiones, las imágenes y descripciones –a menudo narradas en primera persona– son acompañadas por consejos útiles para los posibles viajeros (horarios, tarifas, direcciones, etc.), un extra que, más allá de facilitar el viaje o desplazamiento, fomenta el interés por conocer nuevos destinos. A ello hay que sumar las webs de administraciones e instituciones públicas que, cada vez más conscientes del valor de la divulgación, incluyen en sus perfiles información sobre los principales espacios y bienes patrimoniales de sus respectivas ciudades y regiones⁵. Tampoco podemos olvidar los mapas online proporcionados por Google Maps, OpenStreetMap o Herewego, en los que, junto con callejeros y cálculos de distancias, se puede acceder a los comentarios y fotografías proporcionadas por otros internautas, incluyendo los relativos al patrimonio arqueológico.

Pero si hay un fenómeno que ha revolucionado por completo nuestro modo de acercarnos al Arqueoturismo, son las redes sociales, especialmente a través de Instagram y Facebook. Gracias a la elaboración de *posts* especializados, el futuro viajero descubre monumentos, yacimientos y piezas arqueológicas desconocidas o de difícil acceso (*Vid.* Martínez, 2020). Existe un alto porcentaje de cuentas privadas dedicadas, sin ningún tipo de pretensión, a generar este tipo de contenidos por el puro placer de comunicar, así como otras tantas de agentes vinculados al turismo (museos, empresas culturales, proyectos de investigación, etc.) que, o bien comparten historias similares como parte de una estrategia de marketing (Ivars, Solsona y Ginés, 2016: 341), o bien buscan crear sentimientos identitarios y poner en valor patrimonios en vías de extinción (*Vid.*, por ejemplo, Polo, 2021).

2. ESTADO DE LA CUESTIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN

A priori, podríamos asumir que el Turismo Arqueológico en Córdoba ha estado ligeramente latente en las últimas décadas dada la existencia de dos conjuntos históricos de excepcionales características: la Mezquita Aljama y la ciudad palatina de Madinat al-Zahra. Sin embargo, lo cierto es que a

5. Por razones de espacio resulta imposible hacer una selección aquí de los mejores blogs y webs de turismo arqueológico. No obstante, si nos gustaría resaltar un buen ejemplo a seguir: el sitio <https://cultura.castillalamancha.es/>, en el cual existe un cuidado y detallado apartado dedicado al patrimonio arqueológico de dicha comunidad.

principios del siglo XXI Córdoba carecía de verdaderos programas divulgativos y turísticos acordes a su importancia histórica y patrimonial que explicasen de forma diacrónica sus transformaciones sociales y urbanísticas, sin discriminar etapas o vestigios arqueológicos de menor entidad.

Ante tal situación, el Grupo de Investigación *Sísifo* de la Universidad de Córdoba, dirigido por el Catedrático Desiderio Vaquerizo, con un largo historial investigador en torno al origen y evolución de la capital cordobesa, se preocupó por poner al servicio de la sociedad el amplísimo volumen de información arqueológica generado a lo largo de los años a través de múltiples plataformas, como su propia página web www.arqueocordoba.com, uno de los portales de difusión histórica más visitados del panorama nacional; publicaciones divulgativas como la *Guía Arqueológica de Córdoba* (Vaquerizo, 2003), agotada en su primera edición; y, muy especialmente, por medio de su proyecto de difusión científica *Arqueología Somos Todos*, un proyecto iniciado en el año 2011 con el fin de acercar los últimos avances arqueológicos y el patrimonio histórico a la sociedad (Vaquerizo y Ruiz Osuna, 2013; 2014; Vaquerizo, 2016; Ruiz Osuna y Vaquerizo, 2016).

El proyecto *Arqueología Somos Todos* ha supuesto un antes y un después en la difusión arqueológica de Córdoba. Desde sus orígenes, se ha centrado en transferir el conocimiento histórico de forma activa; despertar en la ciudadanía el interés científico y el compromiso patrimonial; reforzar el papel de la Universidad como agente de dinamización del entorno social donde desarrolla su labor; consolidar un modelo de divulgación capaz de establecer sinergias entre organismos públicos y empresas privadas; y favorecer la creación de industrias culturales y turísticas capaces de retroalimentarse y generar empleo de calidad.

No obstante, el camino recorrido no ha sido sencillo, puesto que *Arqueología Somos Todos* nunca ha contado con un apoyo financiero estable, sosteniéndose principalmente gracias a los recursos propios del Grupo *Sísifo* y a las inyecciones de capital público y privado recibidas en ciertos momentos como reconocimiento a nuestro trabajo en forma de premios⁶ o

6. Locales: Premio Juan Bernier de Arqueología, otorgado por la Asociación Arte Arqueología e Historia de Córdoba (2011); Premio a la Recuperación del Patrimonio Histórico-Artístico de Córdoba, convocado por la Fundación Caja Rural en 2011; Premio Averroes de Oro Ciudad de Córdoba a las Ciencias (2011); Premio Córdoba Joven del Instituto Andaluz de la Juventud (2012); Premio Transferencia del Conocimiento a la Sociedad del Consejo Social de la Universidad de Córdoba (2013). Nacionales: Fundación Obra social "La Caixa" (2013) y Premios Vaccea del Centro de Estudios Vacceos 'Federico Wattenberg' (2014). Internacionales: Mención especial de los Premios Europa Nostra en su categoría de Educación, Formación y Sensibilización (2014).

subvenciones⁷, de la mano, entre otros, del Ministerio de Economía y Competitividad, el Ministerio de Cultura y Deporte, la Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología, la Fundación Obra social “La Caixa”, la Universidad de Córdoba, la Diputación de Córdoba, el Ayuntamiento de Córdoba, la Fundación Caja Rural de Córdoba, el Ayuntamiento de Puente Genil y Casa Árabe. A estas instituciones se suman asociaciones, colectivos, profesionales libres y ciudadanos que, ocasionalmente y de forma desinteresada, nos han ayudado a solventar cuestiones cotidianas como la búsqueda de infraestructuras para el desarrollo de nuestras actividades.

Este panorama nos hizo entender pronto la necesidad de hacer más participativo nuestro proyecto, abriéndolo a la sociedad en todos sus términos. En coherencia con ello, a principios del año 2014 pusimos en marcha la Asociación Cultural homónima, dentro de la cual desarrollamos el proyecto de mecenazgo *Amigos de la Arqueología Cordobesa*. De este modo, creamos un modelo administrativo más flexible y horizontal, que permitió a la sociedad civil apoyar, a cambio de una serie de prebendas, la investigación, la protección, la difusión y la rentabilización del patrimonio arqueológico de Córdoba, en la medida de sus posibilidades, con distintos grados de implicación, y, por supuesto, sin ningún ánimo de lucro.

La puesta en marcha de esta línea mixta de trabajo en la que se combinaba investigación y transferencia de conocimiento nos ha permitido desarrollar en los últimos años varios proyectos de I+D+i en los que ha colaborado un amplísimo grupo de profesionales de diferentes áreas⁸ (Educación y Turismo, principalmente), con los que hemos ido estableciendo las bases teóricas de un modelo de Arqueología Integral y creando herramientas divulgativas de carácter histórico-arqueológico, algunas de alto impacto turístico, que están proporcionando a la sociedad en su conjunto y al tejido empresarial un material científico útil y perdurable, caso de:

- Visor de Rutas Arqueológicas, el cual ofrece recorridos históricos virtuales de la Córdoba romana e islámica sobre un mapa interactivo (www.arqueocordoba.com/rutas/).

7. “Arqueología somos todos: reinventando el futuro” (2012-2013); “Patrimonio Arqueológico de Córdoba y su provincia. Factor de dinamización y desarrollo” (2013); “Arqueología, turismo y nuevas tecnologías: de la tierra al ciberespacio” (2013-2014); “Arqueología somos todos: formando el futuro” (2013-2014); “Descubre la Córdoba romana” (2014); “Córdoba en la Historia” (2015); “Los orígenes de Córdoba” (2015).

8. “RESCATE: Del Registro Estratigráfico a la Sociedad del Conocimiento: el patrimonio Arqueológico como agente de desarrollo sostenible” (Ciudad y Territorio) (2014-2015); “PATTERN: Patrimonio Arqueológico, Turismo, Nuevas Tecnologías y Educación: un nexo necesario” (2016-2019) y “ESTRABÓN. El Patrimonio arqueológico como seña de identidad, agente de desarrollo sostenible y motor turístico. La cuenca del Guadalquivir como laboratorio” (2021-2022).

- Rutas Arqueológicas por Córdoba, un conjunto de diez guías didácticas derivadas de los recorridos diseñados para el visor online, con pequeños textos, planimetrías, recreaciones 3D y pasatiempos, que permiten a locales y foráneos conocer distintas etapas históricas de la ciudad.
- App VirTimePlace, una experiencia gratuita de inmersión virtual para smartphones y tablets que conduce al usuario a un mundo tridimensional en el que se puede contemplar la imagen pasada de Córdoba y Madinat al-Zahra.
- Centro de Interpretación Histórico-Arqueológico La Axerquía en el tiempo, ubicado cerca del Palacio de Orive y sufragado por el Ministerio de Cultura y la Delegación de Cultura del Ayuntamiento de Córdoba.

3. METODOLOGÍA Y HERRAMIENTA DE TRABAJO

Desde la puesta en marcha del proyecto *Arqueología Somos Todos*, el formato de rutas y expediciones arqueológicas, junto a conferencias, exposiciones, jornadas y talleres didácticos, se convirtió en una de las principales líneas de trabajo, con gran éxito entre el público profano, tal como puede comprobarse en la Tabla 1.

Los datos recopilados entre 2011 y 2019 ponen de manifiesto la realización, en concreto, de un total de 200 rutas, con más de 4.700 participantes, las cuales nos han permitido visitar unos 60 vestigios arqueológicos conservados en la ciudad, especialmente, de época romana e islámica, aunque también tardoantigua y bajomedieval cristiana.

Las primeras rutas diseñadas desde *Arqueología Somos Todos*, entre los años 2011 y 2012, portaban los nombres de los principales eruditos vinculados a la arqueología cordobesa (Santos Gener; Velázquez Bosco; Félix Hernández; y Rafael Castejón) y planteaban itinerarios por diversos sectores de la ciudad.

Tras estas primeras experiencias configuramos una serie de rutas cronológico-temáticas de época romana e islámica (Tabla 2), los períodos por los que el público mostraba mayor interés. En estas últimas era habitual encontrar hitos repetidos o ya insertos en otras rutas, dando cuenta de la versatilidad del patrimonio arqueológico de Córdoba, capaz de ajustarse a múltiples discursos históricos. De igual forma, en esta segunda fase incluimos un recorrido específico por la ciudad palatina de Madinat al-Zahra (Medina Azahara).

Tabla 1. Estadísticas de actividades realizadas entre los años 2011 y 2019 en el marco del proyecto *Arqueología somos todos* y número de asistentes

NÚMERO DE ACTIVIDADES	2011	2012	2012 2013	2013 2014	2014 2015	2015 2016	2016 2017	2017 2018	2018 2019	TOTAL
Conferencias	32	31	15	12	12	6	9	31	13	161
Rutas	62	16	17	30	6	9	9	32	19	200
Talleres infantiles	28	-	32	42	8	23	18	19	24	194
Exposiciones	9	1	-	1	-	2	-	-	-	13
Jornadas abiertas	-	-	-	5	1	7	1	2	1	17
Expediciones	-	-	-	-	3	7	9	9	6	34
NÚMERO DE ASISTENTES	2011	2012	2012 2013	2013 2014	2014 2015	2015 2016	2016 2017	2017 2018	2018 2019	TOTAL
Conferencias	1.746	1.543	940	915	805	285	385	1550	650	8.819
Rutas	1.153	426	492	786	135	218	220	800	475	4.705
Talleres infantiles	525	-	1.034	1.703	445	797	831	380	480	6.195
Exposiciones	-	-	-	3.977	-	1.700	-	-	-	5.677
Jornadas abiertas	-	-	-	1.270	300	1.516	595	300	200	4.181
Expediciones	-	-	-	-	165	370	350	450	300	1.635

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 2. Rutas cronológico-temáticas configuradas por *Arqueología Somos Todos*

NOMBRE	OBJETIVO DE LA RUTA
Del suburbio a la urbe	Comprender los principales espacios que configuraron la Córdoba romana, tanto dentro como fuera de sus murallas.
Capital del río <i>Baetis</i>	Acercar al visitante a las distintas realidades (comercial, doméstica, lúdica) que conformaron la Córdoba romana y que, de un modo u otro, la convirtieron en una de las urbes más prósperas del Imperio.
Vivir en la Córdoba romana	Visitar los vestigios de diferentes viviendas y espacios cotidianos de la vida diaria de los habitantes de <i>Colonia Patricia Corduba</i> .

NOMBRE	OBJETIVO DE LA RUTA
Morir en la Córdoba romana	Aproximar a la ciudadanía a la arquitectura funeraria de la Córdoba romana, así como a las principales costumbres y creencias en torno a la muerte de la antigua Roma.
Pan y circo	Dar a conocer los edificios de ocio y espectáculos romanos de la ciudad (anfiteatro, teatro y circo)
Murallas de la Córdoba romana	Realizar un recorrido por los numerosos tramos de muralla romana conservados en la ciudad para comprender su construcción y significado.
El agua en la Córdoba romana	Explicar los sistemas de abastecimiento, la red de alcantarillado y los espacios termales existentes en la Córdoba romana.
Mosaicos de la Córdoba romana	Mostrar los principales mosaicos romanos conservados <i>in situ</i> o <i>in loco</i> en Córdoba, explicando su funcionalidad y simbología.
Qurtuba, capital de al-Andalus	Visitar los edificios más representativos de la Córdoba islámica, y conocer las características de la medina y los motivos que la convirtieron en capital de al-Andalus.
Fortalezas para tiempos inciertos	Poner en valor las construcciones defensivas que existen aún en pie pertenecientes a las distintas etapas históricas de Madinat Qurtuba.
El agua en Qurtuba	Conocer cuáles fueron los sistemas y espacios hidráulicos más importantes de la Córdoba islámica, como baños, lavatorios o aljibes.
Las mezquitas de Qurtuba	Fomentar el conocimiento de la religión islámica a través de su elemento más característico: las mezquitas, especialmente de los oratorios secundarios que configuraron los barrios de Madinat Qurtuba.
La Axerquía	Pasear por las calles que conformaron este antiguo barrio suburbano de Madinat Qurtuba y conocer sus vestigios arqueológicos más representativos.
Los arrabales occidentales	Dar a conocer el esplendor de los barrios suburbanos que se abrieron paso al oeste de la medina cordobesa, bien documentados gracias a las excavaciones arqueológicas llevadas a cabo en la zona.
Medina Azahara	Recorrer la ciudad palatina desde una perspectiva arqueológica e histórica.

Fuente: Elaboración propia.

Estas rutas se pudieron ofrecer de forma gratuita gracias a las subvenciones recibidas desde distintas administraciones e instituciones, así como al programa de mecenazgo *Amigos de la Arqueología Cordobesa*, para un máximo de 25 personas, con un recorrido estipulado de 2 a 3 horas. Para facilitar la presencia de público, así como no interferir en la vida laboral de los profesionales que se encargaban de las explicaciones, los itinerarios se planteaban mayormente los sábados o domingos por la mañana, excepto los meses de junio, julio y agosto, que ante la llegada del período vacacional y las altas temperaturas, quedaban suspendidos.

Gracias a una encuesta realizada a través de Google Forms (con 203 participantes) entre los años 2018 y 2019, se comprobó que la media de edad de los asistentes se situaba entre los 50 y 75 años, principalmente jubilados con un alto nivel intelectual, muchos de ellos alumnos de la Cátedra Intergeneracional "Profesor Francisco Santisteban" de la Universidad de Córdoba, con cierto poder adquisitivo y tiempo libre. Si bien nuestras actividades siempre han estado abiertas a la sociedad en su conjunto, durante los primeros años casi la totalidad de los asistentes eran cordobeses o afincados en la ciudad. La encuesta verificó, además, que la participación por género fue bastante equitativa: un 58% de mujeres frente a un 42% de hombres. A lo largo de una década de trabajo hemos comprobado también que muchos usuarios repitieron experiencia en más de una ocasión, con el afán de recordar contenidos o aprender nuevos, valorando muy positivamente las explicaciones de los guías académicos que, en la mayoría de los casos, eran arqueólogos e investigadores vinculados a la Universidad de Córdoba, expertos en las materias tratadas.

Bajo el nombre de Expediciones Arqueológicas quisimos diferenciar un tipo de actividad que conllevaba la salida de la capital cordobesa hacia otros destinos cercanos que requerían más tiempo para su desarrollo y mayor nivel de organización. Las realizadas dentro de la provincia de Córdoba ocupaban una jornada completa, exclusivamente los sábados, con parada técnica para el desayuno y tiempo para almorzar. Este último solía ser libre, si bien en alguna ocasión se contrató un almuerzo para el 100% de los asistentes, que rondaban las 50 plazas. Al igual que las rutas por Córdoba, las Expediciones Arqueológicas eran gratuitas siempre y cuando estuvieran subvencionadas, solicitando sólo el pago del autobús en los casos en los que no contáramos con apoyo financiero suficiente.

Las primeras Expediciones se configuraron en 2013 dentro el proyecto "El patrimonio arqueológico de Córdoba y provincia", financiado por la Diputación de Córdoba⁹, desarrollándose dos propuestas para el norte de la provincia (*Cuenca del Guadiato y Arqueología del Guadiato, un patrimonio milenario*) y otras dos para el sur (*Vida cotidiana en la villa romana de Fuente Álamo y Villa romana de Fuente Álamo, centro productor de la Bética*).

Concluido este proyecto, continuamos con otras experiencias arqueoturísticas en la provincia de Córdoba. Uno de los primeros destinos elegidos fue Baena, con especial atención en el yacimiento arqueológico de Torreparedones y el Museo Histórico Local. También visitamos Monturque, que alberga una de las obras de ingeniería hidráulica romana más importantes de la Península Ibérica, junto a un castillo medieval. Esta última visita se repitió acompañada de otros destinos cercanos, caso de Lucena, donde nos acercamos al Museo Arqueológico –instalado en el Castillo del Moral– y a su famosa necrópolis judía; o de Puente Genil, con la Villa romana de Fuente Álamo a la cabeza. Otra Expedición Arqueológica realizada en más de una ocasión fue la que combinaba los restos arqueológicos de Almedinilla, representados por el poblado íbero del Cerro de la Cruz y la Villa romana del Ruedo, y Zuheros, donde teníamos la oportunidad de conocer la Cueva de los Murciélagos y el castillo de la localidad.

Las Expediciones por la provincia cordobesa fueron objeto de una encuesta de satisfacción voluntaria que se proporcionaba a los asistentes a las mismas en el autobús, durante el viaje de vuelta, lo que permitió valorar del 1 al 5 distintos aspectos de las actividades realizadas (Figura 1), siendo 1 el grado de valoración más bajo y 5 el más alto. Gracias a este sistema de evaluación obtuvimos datos estadísticos que nos han ayudado a conocer mejor el perfil de nuestros participantes, con una media de edad de 63,88 años. Las 88 encuestas completadas reflejaban resultados bastante satisfactorios en todos los apartados (siempre por encima de 4), siendo el peor valorado el ítem relativo al precio, con un 4, dando cuenta de que el ciudadano cordobés no es aún muy consciente de los costes derivados de las actividades arqueoturísticas, al menos, de aquellas desarrolladas cerca de su lugar de origen.

En cuanto a la difusión de las rutas por Córdoba y de las expediciones por la provincia, esta se hacía a través de correo electrónico (con

9. Convocatoria de subvenciones a entidades culturales sin ánimo de lucro de la Provincia de Córdoba, para la realización de actividades culturales de iniciativa ciudadana durante el año 2013.

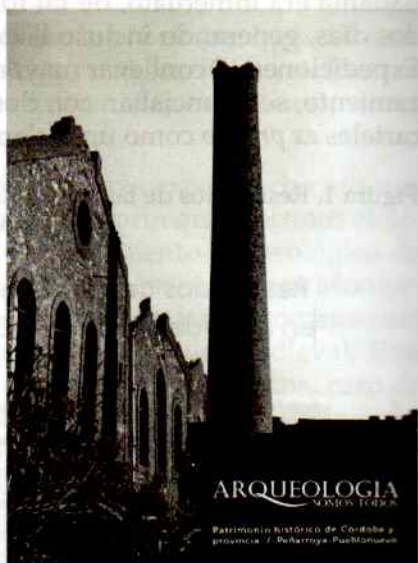
un mailing de casi 3000 direcciones) y de las redes sociales propias del Grupo de Investigación *Sísifo* (Instagram y Facebook). El interés de la ciudadanía era inmediato, de tal forma que el cupo solía cubrirse en uno o dos días, generando incluso listas de espera. Para el caso concreto de las Expediciones, al conllevar mayor inversión de tiempo y gastos de desplazamiento, se anunciaban con dos semanas de antelación y se elaboraban carteles *ex profeso* como un reclamo más para su difusión (Figura 2).

Figura 1. Resultados de las encuestas de satisfacción llevadas a cabo durante las Expediciones Arqueológicas



Fuente: Elaboración de Javier Sevilla.

Figura 2. Distintos carteles diseñados para publicitar las Expediciones Arqueológicas de *Arqueología Somos Todos*



Fuente: Elaboración propia.

La experiencia gestora acumulada por los miembros del Proyecto *Arqueología somos todos* y los buenos resultados obtenidos en las Rutas por Córdoba y las Expediciones por la provincia nos han motivado estos últimos años a seguir ampliando nuestra oferta fuera de nuestro entorno más cercano. De este modo, nos hemos acercado a conocer el patrimonio arqueológico de municipios como Écija, Osuna, Carmona, Sevilla o Jaén; hemos realizado escapadas de fin de semana (Madrid, Huelva, Ronda, Antequera, Granada, Cádiz, Almería) o más días (Castilla La-Mancha, Levante, Sur de Portugal) para sumergirnos en la historia de otras regiones peninsulares; e incluso nos hemos embarcado en increíbles viajes arqueológicos internacionales tan conocidos como Roma, Nápoles, Sicilia, Croacia y Grecia.

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Pese a este amplio bagaje arqueoturístico, en ningún momento hemos perdido de vista nuestra principal razón de ser: la difusión del patrimonio arqueológico cordobés (Vaquerizo y Ruiz Osuna 2014). Por ello, la creación de nuevas herramientas e itinerarios culturales ha sido una constante que ha seguido dando sus frutos en las etapas más recientes. En este sentido,

debemos destacar, en el marco del proyecto I+D+i *PATTERN: Patrimonio Arqueológico, Turismo, Nuevas Tecnologías y Educación: un Nexo necesario*, la creación de un Mapa Arqueológico de Córdoba en colaboración con varias profesoras de la Facultad de Ciencias del Trabajo de la Universidad de Córdoba, en formato desplegable y con una clara orientación turística, que incluía una breve historia de la ciudad, la geolocalización de 66 restos arqueológicos sobre un plano de la misma y un paquete de visitas estructuradas en tres bloques temáticos (Tabla 3).

Tabla 3. Propuesta de visitas recogidas en el Mapa Arqueológico de Córdoba

CÓRDOBA EN EL TIEMPO	<ul style="list-style-type: none"> - Córdoba Romana: Reflejos de Roma - Córdoba Tardoantigua: Entre Mártires y Obispos - Córdoba Islámica: Capital de los Omeyyas - Córdoba Bajomedieval: Cristiana y Señora
CÓRDOBA MONUMENTAL	<ul style="list-style-type: none"> - Mezquita-Alcázar - Medina Azahara - Murallas de Córdoba
CÓRDOBA AL NATURAL	<ul style="list-style-type: none"> - Río Guadalquivir - <i>Aqua Augusta</i> - <i>Aqua Nova Domitiana</i>

Fuente: Elaboración propia.

Con esta propuesta quisimos dar la oportunidad al visitante foráneo de hacer recorridos independientes y autónomos según sus intereses personales, el tiempo de estancia en la ciudad o la proximidad a los lugares destacados. Por una parte, mantuvimos las rutas tradicionales de corte cronológico (Córdoba en el tiempo), a las que, junto con las etapas romana e islámica, sumamos los períodos tardoantiguo y bajomedieval, menos difundidos a nivel turístico, pero que en Córdoba cuentan con grandes elementos representativos como el yacimiento arqueológico de Cercadilla, las iglesias fernandinas o los molinos del río. Igualmente, incluimos en el Mapa las visitas a los grandes monumentos de la ciudad (Córdoba monumental), caso de la Mezquita-Catedral, el Alcázar de los Reyes Cristianos, Madinat al-Zahra y las Murallas de Córdoba. Por último, dentro del Turismo Patrimonial más activo y experiencial, diseñamos tres itinerarios conjugando cultura y naturaleza (Córdoba al natural); de ahí, las rutas *Aqua Augusta*, *Aqua Nova Domitiana* y Río Guadalquivir. Las dos primeras nos llevarían al sector occidental y oriental de Sierra Morena, siguiendo el rastro de los antiguos acueductos romanos, pero incluyendo también canteras, puentes, torres y calerines.

Estas propuestas fueron planteadas desde una perspectiva más empresarial, por lo que no serían gratuitas y tendrían mayor duración, entre 3 y 4 horas, ofreciendo un servicio de calidad más personalizado. Lamentablemente, el producto no llegó a lanzarse al gran público ante la rápida expansión de la pandemia provocada por el virus SARS-CoV-2 en marzo de 2020. Aun así, la complejidad de sus recorridos, fuera de los circuitos habituales, hacía que en un principio estuvieran destinadas a grupos cerrados que contrataran el servicio de forma previa, lo que implicaría grandes inversiones en publicidad. Como contrapartida al coste y como un atractivo más para los usuarios, las rutas incluirían incentivos especiales como visitas exclusivas a lugares habitualmente cerrados al público (túmulos funerarios de Puerta de Gallegos, cloacas romanas de la calle Secretario Carretero, convento de Santa Clara, molino de Martos, Centro de Interpretación La Axerquía en el Tiempo), descuentos en establecimientos turísticos (Baños Hammam, Restaurante Cuevas Romanas) o autobús para los traslados en aquellas rutas que así lo requiriesen. Por último, y en línea con las Nuevas Tecnologías imprescindibles en nuestros tiempos para el desarrollo del turismo¹⁰ (Williams y Hobson, 1995; Hannam *et alii*, 2014; Kim y Kim, 2017; Young y Khoo-Lattimore, 2017), se incluían experiencias virtuales a través de la *app* de inmersión virtual gratuita VirTimePlace que cada usuario podría descargarse en su teléfono móvil o tablet, facilitándole –por nuestra parte– gafas VR para una experiencia todavía más real en determinados puntos del recorrido.

Finalizado el confinamiento determinado por el Gobierno de España, empezamos a plantearnos el futuro. Teníamos claro que el esfuerzo de tantos años no podía caer en vano y que, adaptándonos a las nuevas circunstancias y normativas sanitarias, debíamos continuar nuestra labor, por lo que retomamos nuestras actividades en otoño de 2020. Las primeras rutas post-COVID-19 se llevaron a cabo en Córdoba capital como parte de los programas culturales promovidos por el Instituto Municipal de Turismo de Córdoba, en los que habitualmente hemos participado. Pero esta nueva etapa comenzó con cambios muy significativos. Por un lado, una acusada falta de recursos económicos; las inyecciones de capital público se habían congelado, al tiempo que, conscientes de la insólita situación

10. Así, por ejemplo, en una encuesta realizada a los visitantes del Museo Arqueológico de Córdoba (Rodríguez Zapatero, 2018, Tabla 1), se puso de manifiesto que el contenido audiovisual e interactivo era calificado como el máximo entusiasmo, mientras que los atributos restantes aparecían como básicos o básicos sin importancia (la identificación de piezas arqueológicas, la organización y disposición del recorrido museístico, el programa de visitas guiadas, la accesibilidad, las actividades complementarias, el programa educativo para niños, la biblioteca, la sala de investigación, etc.).

que estábamos viviendo, decidimos dejar de percibir las cuotas de nuestra Asociación Cultural y, por tanto, cesar su actividad. En consecuencia, buena parte de los miembros del equipo que, gracias a las subvenciones y los recursos propios del Grupo *Sísifo* habían formado parte de *Arqueología Somos Todos* tuvieron que buscar alternativas laborales¹¹.

Este panorama provocó que el funcionamiento del Proyecto *Arqueología Somos Todos* tomara un nuevo rumbo. Centramos nuestro trabajo en una vertiente más turística, apostando por las visitas, rutas y viajes arqueológicos frente a la realización de otras actividades como talleres didácticos y ciclos de conferencias, aparcados, entre otras razones, por la falta de capital y personal. Desde el primer momento establecimos recorridos con grupos reducidos, en espacios amplios o al aire libre que facilitasen mantener las distancias de seguridad, así como un uso responsable de la mascarilla, con independencia de su obligatoriedad. También implantamos el uso de sistemas de radioguías en los casos necesarios. Por este motivo, los paseos por Córdoba y el senderismo arqueológico por la sierra fueron una de nuestras prioridades (Figura 3). En la misma línea, nos acercamos a algunas excavaciones en *open area* dentro de la ciudad para conocer las últimas novedades arqueológicas.

Conforme se flexibilizaron las normas sanitarias volvimos a explorar la provincia de Córdoba. Las Expediciones Arqueológicas fueron, una vez más, muy bien acogidas por el público, si bien bajo un nuevo formato; para garantizar el cumplimiento de las medidas COVID, facilitar la gestión de pagos y contar con el soporte de una empresa de turismo referente en el sector, establecimos una colaboración permanente con Viajes El Corte Inglés¹². El diseño, la planificación y la realización de las rutas han seguido siendo obra de los arqueólogos e investigadores que conforman hoy *Arqueología Somos Todos*, pero el apoyo logístico de una agencia profesional ha mejorado la calidad de las rutas y ha proporcionado a los participantes la confianza que necesitaban para volver a viajar (cfr. Andreu, Palomo y Stojanovic, 2020).

11. En este sentido, según los datos de afiliados a la Seguridad Social, en marzo de 2020 el número de trabajadores vinculados a las empresas de turismo, viajes y patrimonio en España descendió una media de 9,9% respecto al mismo mes del año anterior (Mur, 2020). En algunas provincias costeras la pérdida de filiación anual fue incluso superior al 25% (Gago-García *et alii*, 2021: 14), lo cual demuestra que esta pérdida de empleo no fue exclusiva de nuestro marco de trabajo, sino que afectó ampliamente a este sector laboral.
12. Nuestra colaboración con Viajes El Corte Inglés venía de años atrás, ya que había sido la agencia encargada de gestionar algunos de nuestros viajes arqueológicos durante la era pre-COVID-19.

A falta de una encuesta que verifique nuestras percepciones, los asistentes a las últimas rutas y visitas planteadas presentan, en principio, características similares a las de antes de la pandemia; es decir, personas de una media de edad en torno a los 60-70 años, jubiladas y con cierto nivel cultural y poder adquisitivo. Queda igualmente pendiente comprobar el grado de satisfacción de los asistentes, aunque la reiterada participación de muchos de ellos es una clara señal de conformidad.

En los dos últimos años hemos repetido visitas a municipios altamente demandados por su patrimonio, como Lucena, Almedinilla y Monturque, pero hemos ofrecido también rutas más rurales, lejos de los clásicos circuitos turísticos, que han posibilitado a la sociedad acceder a patrimonios poco conocidos, promocionando, además, un turismo más seguro y sostenible. De este modo, nos hemos acercado a yacimientos como Maja-daiglesia, en El Guijo, a los dólmenes de Belmez y a los balnearios decimonónicos ubicados en Espiel y Villaharta (Figura 3).

Figura 3. Rutas y Expediciones Arqueológicas realizadas tras la pandemia por la COVID-19



Fuente: Fotografías de *Arqueología Somos Todos*.

La reactivación de nuestras actividades fue fruto de una decisión meditada tras vivir una extraña situación mundial; una inesperada adversidad que, sin embargo, nos permitió parar, coger aire y volver renovados; que nos ha brindado la oportunidad de probar fórmulas nuevas que continuamos aplicando en 2022 por sus buenos resultados, como viajar siempre con grupos de no más de 25-30 personas. Para conmemorar este hecho,

decidimos refrescar nuestro logo corporativo (Figura 3) y crear una web propia del proyecto (www.arqueologiasomostodos.es), inexistente hasta la fecha.

En este proceso de reactivación ha sido también imprescindible la correcta utilización de las redes sociales, una estrategia de interacción clave para la rápida y efectiva recuperación de las empresas turísticas (Martínez, 2020: 149-150). Desde inicios de 2021 se ha mejorado la calidad y la periodicidad de los artículos y posts publicados en las plataformas del proyecto (Instagram y Facebook), a través de las cuales se difunden las próximas propuestas y contenidos histórico-arqueológicos relativos a Córdoba y a las visitas y viajes hechos o pendientes de ejecutar. Asimismo, se ha recuperado nuestro *mailing* para volver a contactar por correo electrónico con nuestros seguidores, un listado que semanalmente se amplía con nuevas solicitudes.

5. CONCLUSIONES

Arqueología Somos Todos comenzó su andadura como un modesto proyecto de difusión científica que, con el paso de los años, ha alcanzado un gran reconocimiento a nivel local y nacional. Su papel como generador de discursos patrimoniales y propuestas turísticas de calidad no solo ha jugado en su propio beneficio, sino que ha favorecido la consolidación de industrias culturales en Córdoba, capaces hoy de ofertar rutas e itinerarios más extensos y complejos de los existentes hace una década. Tanto es así, que incluso en varias ocasiones hemos tenido la oportunidad de desarrollar visitas para la mejora y formación exclusiva de los guías oficiales de la ciudad, solicitadas desde el propio Instituto Municipal de Turismo de Córdoba.

Es evidente, pues, nuestro compromiso con la divulgación histórica y nuestro firme deseo de continuar dicha labor (Ruiz y Vaquerizo, 2016); un compromiso que hace tiempo traspasó las fronteras andaluzas para materializarse en otras regiones de la Península Ibérica y el continente europeo. Pero no se trata sólo de ofertar, sino de generar una demanda social constante, acorde con los intereses y necesidades del potencial turista o consumidor de contenidos arqueológicos.

Hasta hace unos años la bibliografía especializada nos planteaba un perfil del turista arqueológico menor de 50 años, protagonizado por mujeres y parejas de poder adquisitivo y nivel de formación medio-alto, no estacional, más dados a una organización autónoma, con acceso a la información a través de internet y guías turísticas. No obstante, este tipo de Turismo Patrimonial ha evolucionado mucho en los últimos tiempos,

más aún tras la pandemia provocada por la COVID-19; de ahí la importancia de elaborar encuestas de mercado y de público que nos permitan conocer mejor el perfil de los consumidores. En esta línea se encuentra el trabajo que llevaron a cabo M. García y M. Calle (2010) en Madinat al-Zahra, en el que se encuestó a varios visitantes para saber qué les había motivado a acudir al yacimiento y si tenían conocimientos previos sobre el mismo. Lo más sorprendente de sus respuestas fue que prácticamente la mitad de los encuestados (un 45%) reconocían no saber nada –o casi nada– sobre la ciudad palatina antes de visitarla.

A este panorama sumamos las recientes apreciaciones realizadas por L. Pérez Naranjo (2020, 127-149) y M. Rodríguez Zapatero (2020, 143-152) sobre el turista arqueológico. Sus estudios han permitido comprender que la principal barrera que afecta significativamente a la demanda por esta clase de turismo son las

condiciones de accesibilidad.

M. GARCÍA, M. y CALLE, M. (2010): "Uso y lectura turística de los grandes conjuntos arqueológicos. Reflexiones a partir del Estudio de Público de Medina Azahara/Madinat al-Zahra (Córdoba)", *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 8(4), pp. 609-626.

HANNAM, K.; BUTLER, G. y PARIS, C. M. (2014): "Developments and key issues in tourism mobilities", *Annals of Tourism Research*, 44(1), pp. 171-185. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2013.09.010>.

por la Junta de Andalucía con apoyo de Fondos Feder en 2021), que en su primera edición se está centrado en la definición de los Paisajes Culturales presentes en el valle del Guadalquivir, fundamentales para su conservación, puesta en valor y disfrute.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALMANSA, J. (2010): "Pre-editorial: Towards a Public Archaeology", *AP: Online Journal in Public Archaeology*, 0, pp. 1-3, <http://dx.doi.org/10.23914/ap.v1i1.2>.
- ANDREU, L.; PALOMO, J. y STOJANOVIC, I. (2020): "Recuperar la confianza de los turistas. Medidas a implementar" en BAUZÁ, F. J. y MELGOSA, F. J. (Dirs.): *Turismo post-COVID-19. El turismo después de la pandemia global. Análisis, perspectivas y vías de recuperación*, Universidad de Salamanca, Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo, Salamanca, pp. 95-112, <https://doi.org/10.14201/0AQ0296>.
- ASCHERSON, N. (2001): "Editorial", *Public Archaeology*, 1(1), pp. 1-4, <https://doi.org/10.1080/14655187.2016.1339504>.
- BALLART, J. (2002): *El patrimonio histórico y arqueológico. Valor y uso*, Barcelona.
- CARRERA, F. A. y VEGA, V. (2017): "Impacto de Internet en el sector turístico", *UNIANDÉS EPISTEME. Revista de Ciencia, Tecnología e Innovación*, 4.4, pp. 477-490.
- COIG-O'DONNELL, E. DE y MORÍN DE PABLOS, J. (2015): *11 experiencias prácticas de difusión de patrimonio arqueológico para tiempos de crisis*, Zaragoza.
- GAGO-GARCÍA, C. et alii (2021): "Impacto de la crisis de la COVID-19 en el empleo del sector turístico en España: perspectiva territorial y de género", *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 91, <https://doi.org/10.21138/bage.3162>.
- GARCÍA, M. y CALLE, M. (2010): "Uso y lectura turística de los grandes conjuntos arqueológicos. Reflexiones a partir del Estudio de Público de Medina Azahara/Madinat al-Zahra (Córdoba)", *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 8(4), pp. 609-626.
- HANNAM, K.; BUTLER, G. y PARIS, C. M. (2014): "Developments and key issues in tourism mobilities", *Annals of Tourism Research*, 44(1), pp. 171-185. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2013.09.010>.

- HENSON, D. (2009): "Friend or enemy? Community Archaeology in the United Kingdom", *Treballs d'Arqueologia*, 15, pp. 43-49, <https://raco.cat/index.php/TreballsArqueologia/article/view/242114>.
- KIM, D. y KIM, S. (2017): "The role of mobile technology in tourism: Patents, articles, news, and mobile tour app reviews", *Sustainability*, 9(11). <https://doi.org/10.3390/su9112082>.
- LASSELS, R. (1670): *Voyage of Italy*, París.
- LÓPEZ-MENCHERO, V. M. (2012): *Manual para la puesta en valor del patrimonio arqueológico al aire libre*, Trea, Gijón.
- LÓPEZ-MENCHERO, V. M. (2013): *La musealización del patrimonio arqueológico in situ: el caso español en el contexto europeo*, BAR Publication, Oxford.
- MARTÍNEZ MARÍA-DOLORES, S. M. (2020): "Redes sociales y Big Data. Una oportunidad para la recuperación de los mercados turísticos", en BAUZÁ, F. J. y MELGOSA, F. J. (Dirs.): *Turismo post-COVID-19. El turismo después de la pandemia global. Análisis, perspectivas y vías de recuperación*, Universidad de Salamanca, Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo, Salamanca, pp. 147-165, <https://doi.org/10.14201/0AQ0296>.
- MCGIMSEY, CH. (1972): *Public Archeology*, Academic Press, Nueva York.
- MORÉRE, N. E. y JIMÉNEZ, J. (2007): "Análisis del turismo arqueológico en España. Un estado de la cuestión", *Estudios Turísticos*, 171, pp. 115-139.
- MUR, M. (2020): "Situación del empleo después de la crisis", en BAUZÁ, F. J. y MELGOSA, F. J. (Dirs.): *Turismo post-COVID-19. El turismo después de la pandemia global. Análisis, perspectivas y vías de recuperación*, Universidad de Salamanca, Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo, Salamanca, pp. 273-291, <https://doi.org/10.14201/0AQ0296>.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (2016): *Alianza entre turismo y cultura en el Perú – Modelos de colaboración entre turismo, cultura y comunidad*, Madrid, <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284417575>.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (2019): *Definiciones de turismo de la OMT*, Madrid, <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858>.
- ORTEGA, D. y COLLADO, Y. (2018): "Arqueoturismo ¿un fenómeno en auge? Reflexiones acerca del turismo arqueológico en la actualidad",

- PASOS: *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 16(3), pp. 599-615, <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2018.16.044>.
- PACIFICO, D. y VOGEL, M. (2012): "Archaeological sites, modern communities, and tourism", *Annals of Tourism Research*, 39(3), pp. 1588-1611, <https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.04.002>.
- PÉREZ-JUEZ, A. (2006): *Gestión del Patrimonio Arqueológico. El yacimiento como recurso turístico*, Editorial Ariel, Barcelona.
- PÉREZ NARANJO, L. (2020): "Escaneando al turista arqueológico", en RUIZ OSUNA, A.; MEDINA, S. y PÉREZ NARANJO, L. (Coord.): *Educación y divulgación del patrimonio arqueológico. La socialización del pasado como reto para el futuro*, Editorial Comares, Granada, pp. 127-140.
- POLO, L. A. (2021): "Redes sociales y arqueología en la España vaciada: Proyecto Arqueosequera", *Revista PH. Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico*, 102, pp. 189-190. <https://doi.org/10.33349/2021.102.4824>.
- REY SCHNITZLER, L. DEL (2016): *Guía Arqueológica de la Península Ibérica - España*, Marcial Pons, Madrid.
- REY SCHNITZLER, L. DEL (2019): *Rutas históricas por la Península Ibérica*, La Esfera, Madrid.
- RODRÍGUEZ ZAPATERO, M. (2020): "En busca del sweet-spot en el turista arqueológico", en RUIZ OSUNA, A.; MEDINA, S. y PÉREZ NARANJO, L. (Coord.): *Educación y divulgación del patrimonio arqueológico. La socialización del pasado como reto para el futuro*, Editorial Comares, Granada, pp. 141-152.
- RUIZ OSUNA, A. y VAQUERIZO, D. (2016): "Sísifo al rescate del patrimonio arqueológico", *La Linde*, 6, pp. 11-38.
- TOM, M. C., JUNG, T. y HAN, D. I. (2016): "Mapping requirements for the wearable smart glasses augmented reality museum application", *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 7(3), pp. 230-253. <https://doi.org/10.1108/JHTT-09-2015-0036>.
- TRESSERRAS, J. J. (2004): "El arqueoturismo o turismo arqueológico: un paso más para la valorización del patrimonio arqueológico", *Boletín GC: Gestión Cultural*, 9, https://nanopdf.com/download/el-arqueoturismo-o-turismo-arqueologico-un-paso-mas-para-la-valorizacion-del-pat_pdf.
- TRESSERRAS, J. J. (2008): "Turismo arqueológico", en LÓPEZ, J. y PULIDO, J. I. (Eds.): *La actividad turística española en 2007*, Editorial Universitaria Ramón Areces, Castellón, pp. 676-690.

- TRESSERRAS, J. J. (2009): *Turismo arqueológico no Parque Nacional da Serra da Capivara (Piauí – Brasil): Estudio da demanda nacional e internacional*, Editora IABS, Brasilia.
- VAQUERIZO, D. (Ed.) (2003): *Guía Arqueológica de Córdoba*, Plurabelle, Córdoba.
- VAQUERIZO, D. (2016): “Arqueología somos todos, el triunfo de Sísifo”, en VAQUERIZO, D.; RUIZ OSUNA, A. y DELGADO, M. (Eds.): *RES-CATE. Del registro estratigráfico a la sociedad del conocimiento: el patrimonio arqueológico como agente de desarrollo sostenible*, Córdoba, Vol. I, Universidad de Córdoba, Córdoba, pp. 155-187.
- VAQUERIZO, D. y RUIZ OSUNA, A. (2013): “Arqueología somos todos..., o la necesidad de (re)inventarse”, en ALMANSA, J. (Ed.): *Arqueología pública en España*, JAS Arqueología, Madrid, pp. 221-247.
- VAQUERIZO, D. y RUIZ OSUNA, A. (2014): “¿Socializar el Patrimonio? Arqueología somos todos, un modelo de cultura científica en (por y para) Córdoba, ciudad histórica”, *Hispania Nostra. Revista para la defensa del patrimonio cultural y natural*, 17, pp. 56-41.
- VÁZQUEZ NAVAJAS, B. (e. p.): “Volver al pasado. Origen y evolución de los viajes arqueológicos por Andalucía” en VAQUERIZO, D.; RUIZ OSUNA, A. y VÁZQUEZ NAVAJAS, B. (Eds.): *Claves para la definición de un paisaje cultural. Arqueología, patrimonio, didáctica y turismo en el Valle del Guadalquivir*, Archaeopress Oxford.
- YUNG, R. y KHOO-LATTIMORE, C. (2017): “New realities: a systematic literature review on virtual reality and augmented reality in tourism research”, *Current Issues in Tourism*, 22(17), pp. 2056-2081, <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1417359>.