

El ideario romántico en la construcción patrimonial de la ciudad de Córdoba. Aportaciones para una interpretación de su contexto turístico-cultural

Romanticism and heritage construction in the city of Córdoba. Contributions to an interpretation of its cultural and touristic context

Lourdes Royo Naranjo 

Profesora titular

Escuela Técnica Superior de Arquitectura

Universidad de Sevilla

lroyo@us.es

Ángela Laguna Bolívar 

Licenciada en Historia del Arte

Universidad de Córdoba

angela.laguna1989@gmail.com



Resumen

La configuración del escenario patrimonial de las ciudades andaluzas tiene una estrecha vinculación con los cambios acaecidos durante el Romanticismo y las nuevas concepciones históricas y estéticas que se dieron con este nuevo período a nivel nacional. En nuestro caso de estudio, la ciudad de Córdoba constituye un buen ejemplo de ciudad ideal para los primeros turistas románticos. Su visita y como consecuencia de ello, los testimonios que describen el espacio urbano cordobés, terminarán calando de forma significativa en la imagen del panorama turístico de la ciudad, influenciando a las campañas de *marketing* realizadas hasta nuestros días y provocando que la visión foránea mantuviera un peso importante en la definición patrimonial de la ciudad. Este artículo presenta una somera revisión de los estudios realizados, así como los primeros resultados investigadores dentro de una tesis doctoral que definieron y configuraron una serie de clichés e ideas preestablecidas sobre la ciudad de Córdoba y su actividad patrimonial, reflejándose de manera directa en la actividad turística actual, que deben ser revisados e interpretados para su correcta contextualización patrimonial en clave de futuro.

Palabras Clave

Patrimonio, Turismo, Romanticismo, Córdoba, Viajeros.

Abstract

The heritage scene configuration in the cities of Andalucía has a stretch correlation with the new historical and aesthetic conceptions that Romanticism brought to the country. The city of Córdoba becomes a case of study in this investigation and an example of the ideal city for the first romantic tourists. Their testimonies describing the urban space from Córdoba will end up leaving a significant feature in the configuration of the tourism panorama. This fact will influence the marketing campaigns done until today, causing a major weight of the foreign view than the acts from the local historians and experts. This article presents a summary study review and the first results of a thesis investigation focused on the configuration of clichés and pre-established ideas about the city of Córdoba and its heritage activity, and how they are reflected in the current touristic activity. A series of datum that should be reviewed and interpreted for its future heritage contextualization.

Keywords

Heritage, Tourism, Romanticism, Córdoba, Travelers.

1. Introducción

La idea de ciudad como constructo patrimonial surge de un fenómeno que se desarrolló durante prácticamente todo el siglo XIX y que está estrechamente relacionado con elementos como la nueva concepción de la Historia o la puesta en valor de periodos “olvidados” rescatados por académicos que pondrán el foco de atención en espacios urbanos que antes no habían sido atendidos o estudiados (García Alcázar: 2011), provocando una atracción turística significativa desde principios del siglo XIX. Los espacios urbanos empezaron a considerarse desde una óptica monumental, y la protección y difusión de dichos ambientes inició una labor administrativa que llega hasta nuestros días. Córdoba no será ajena a ese panorama, es más, la configuración de su dinámica patrimonial se reconoce en la configuración de los paradigmas románticos y los viajeros que empezaron a llegar a nuestras ciudades para difundir valores y clichés que mantienen una fuerte carga en el imaginario turístico de nuestras capitales.

Dicha situación provocó la difusión de un escenario patrimonial generado por los viajeros, cuyas guías y escritos calarán y chocarán, de algún modo, con el trabajo de los historiadores vinculados al ámbito de la cultura que trataban (y tratan) de recomponer una ciudad maltratada que en aquellos momentos no disfrutaba de su mejor aspecto. Estas figuras¹ decidieron actuar mediante las diferentes Comisiones de Monumentos para proteger y conservar los edificios principales de la ciudad en respuesta a las opiniones vertidas por esos primeros viajeros. Actualmente, existen canales de promoción y difusión turística que siguen muy ligados a determinados clichés del Romanticismo. Como una vía para presentar los orígenes de la promoción turística del panorama patrimonial cordobés, este artículo encuentra su objetivo basado en la realización de un análisis a los diferentes canales de difusión que se han empleado a lo largo de los últimos doscientos años para que Córdoba se convierta en el destino turístico que es hoy en día, así como exponer los diversos agentes que promovieron la situación de ese “*marketing* romántico”.

La metodología empleada forma parte de una investigación mayor que trata de revisar antecedentes bibliográficos vinculados a la temática de la tesis que estamos llevando a cabo y que versa sobre la construcción patrimonial de la ciudad de Córdoba en el siglo XIX desde testimonios foráneos y desde la protección que iniciaron los conservadores del Ochocientos. Tanto en dicha investigación como en el presente artículo, las referencias bibliográficas poseen un largo recorrido en el mundo académico y precisan de nuevas consideraciones que ayuden a traer un objeto de estudio histórico al panorama

1. La investigación en curso se centra en el estudio y puesta en valor de figuras representativas en la construcción patrimonial de las ciudades andaluzas del XIX, en este destacan historiadores y eruditos que trabajarán desde las comisiones para velar por la protección y restauración de monumentos. Especialmente reseñable es el caso de Rafael Romero Barros (1862- 1895), director del museo de Bellas Artes de Córdoba y secretario de la Comisión de Monumentos que dedicará su vida a luchar por la conservación del patrimonio de la ciudad sin importar tipología u origen. Dicho interés lo revelará en su ingente producción literaria que llevará a cabo a partir de la publicación de artículos en prensa y su trabajo desde la propia academia y, por último, aunque incompleto a causa de su fallecimiento, desvelará sus inquietudes acerca de la Mezquita-Catedral en la “*Córdoba monumental y artística*” (Romero Barros, 1892).

actual. Una parte de nuestro caso de estudio trata de vincular mediante testimonios de diferentes artículos, libros y monografías, dicha construcción del panorama patrimonial de Córdoba en el siglo XIX con las diferentes promociones que se han dado de la misma durante todo el siglo XX hasta la actualidad, con unos primeros resultados investigadores que confirman la significativa continuidad del ideario romántico en la promoción turística de la capital.

2. Algunas consideraciones sobre los valores del romanticismo en el origen de la construcción patrimonial

La percepción de los escenarios patrimoniales urbanos en época contemporánea está estrechamente ligada a la aparición del movimiento romántico y los nuevos valores que este período planteaba. La idea que hoy en día tenemos de los monumentos y de la consecuente difusión de los mismos obedece en gran medida a los cambios acaecidos en el panorama histórico y estético de principios del siglo XIX, así como diversos cambios políticos y sociales que durante el Ochocientos marcaron profundamente la visión artística del momento, reformulando los estamentos marcados por las academias y dejando paso a uno de los periodos más complejos y a su vez más ricos del momento como fue el Romanticismo (Hernando, 1995: 14). Si bien es un movimiento de la Historia del Arte que resulta tremendamente interesante analizar y desarrollar, nos centraremos en aquellas características que afectan a la consideración de los monumentos, centrándonos principalmente en el caso cordobés.

El período romántico traerá cambios en la historia y el arte que provocarán consecuencias en diversos ámbitos, empezando por el patrimonio arquitectónico, la creación artística y llegando hasta el mundo de los viajes. Uno de los aspectos más destacados y que influirá en ciudades como la nuestra será la revalorización de periodos históricos que previamente habían sido denostados, en especial por los gustos ilustrados. El nuevo concepto de “historicismo romántico” ayudará a entender la historia no como un desarrollo de capítulos estancos, sino como una cadena de secuencias donde no se podrá reconocer el presente sin comprender lo ocurrido en periodos anteriores. Filósofos como Rousseau o Herder serán los que idearán esa concepción histórica a modo de “proceso” (Hernando, 1995: 113) y gracias a ello, se pondrá el foco de atención en episodios de la historia que hasta el momento se habían considerado como bárbaros o poco interesantes para los académicos, estos últimos más apegados a aquellos estilos y épocas que se basaban en la imitación de los ideales grecorromanos. Gracias a este cambio de mentalidad, uno de los periodos que se verá más favorecido será la Edad Media, cuyo interés no había llamado la atención a los eruditos hasta el momento y que se convertirá

en muchas ocasiones en el estandarte de presentación de muchos escritores y pensadores del XIX. En nuestro país se recuperarán períodos artísticos como el Gótico o el poco conocido arte de Al-Ándalus, gracias a lo cual se empezará a estudiar para, posteriormente, restaurar y poner en valor las manifestaciones artísticas adscritas a estos periodos medievales.

Dentro del desarrollo del concepto de la Historia, habrá dos maneras de concebirla que se verán reflejadas en la forma de comprender los monumentos: por un lado, la idea de Historia como ciencia, que dará unas primeras descripciones sobre las construcciones de carácter más didáctico y, por otro, la concepción de Historia como sentimiento, añadiendo un valor poético e ideal a la arquitectura. En esta última, la visión de la arquitectura se configurará como la depositaria de los valores de una nación, será el contenedor que simbolizará los ideales de un periodo concreto y que por tanto definirá la idea que ya planteó Goethe en su ensayo dedicado a la catedral de Estrasburgo: la conservación de los edificios históricos conllevará la preservación de los valores que simbolizan, así como del periodo histórico que representan (García Alcázar, 2011: 199). Con esta idea, la arquitectura alcanzaría un nuevo significado para la comunidad de un lugar, un valor simbólico que ya no se basa en lo que representa para un colectivo concreto² sino lo que ese edificio significaba históricamente para la sociedad. Ejemplos de esa recuperación de monumentos y su vinculación ideológica los tendremos también en otro de los escritos de Goethe sobre la Catedral de Colonia, donde denunciará su pésimo estado de conservación con una metáfora sobre la reconstitución de la nación alemana o la reivindicación velada que Víctor Hugo hará de la catedral parisina en la novela "Nuestra Señora de París" (González-Varas, 2018: 34).

Al mismo tiempo, el nacimiento de la arqueología concebida como una doctrina independiente terminará por conceder la importancia debida a los espacios monumentales. Los hallazgos de los yacimientos de Herculano (1713) y Pompeya (1748) se constituirán como punto de partida para dar valor a una disciplina como la arqueología, que inició su andadura como apoyo a la labor historiográfica de los historiadores y que acabaría constituyéndose en poco más de un siglo como una materia autónoma en labor e importancia. La arqueología investigará las civilizaciones de esos países, en algunas ocasiones "lejanos" para los propios investigadores, para luego ir conformándose como una disciplina que ayudará a comprender el propio pasado de los territorios más cercanos: de estudiar los vestigios de Grecia y Roma o la mítica ciudad de Babilonia. Los arqueólogos ampliarán con el paso del tiempo sus espectros de estudio, por ejemplo, hacia la arqueología medieval, en casos como el

2. A nivel europeo, Francia será de los primeros países en regular la protección de sus monumentos debido a los avatares sufridos durante la Revolución Francesa de 1789. Tras la cantidad de edificios que padecerán daños durante el conflicto, una de las primeras medidas que tomará el nuevo gobierno será la de intentar proteger y conservar aquella arquitectura que no había sido devorada por las revueltas y el expolio. El problema radicaba en la significación que tenían dichos edificios para el pueblo: en muchas ocasiones destruían iglesias y palacios a modo de protesta, como una forma simbólica de deshacerse de los estamentos vinculados a dichos edificios (y que terminaron llevando a cabo con dicha revolución) (González-Varas, 2018: 33). Es por ello que, en materia de patrimonio, resulta esencial comprender el momento en el que esa concepción cambia y los edificios pasan de considerarse un bien que simboliza a un sector exclusivo de la sociedad para entender que los objetos patrimoniales representan a la comunidad, la época y el lugar que los concibió.

de nuestro país y, más concretamente en Córdoba, con ejemplos como el yacimiento de Medina Azahara y las excavaciones llevadas a cabo principalmente por el arquitecto y arqueólogo Ricardo Velázquez Bosco a finales del XIX³.

En el ámbito de la restauración, el propio Velázquez Bosco será pionero en Córdoba a la hora de llevar a cabo los primeros trabajos de recuperación de la Mezquita y prácticamente en paralelo, otro ejemplo clave en el panorama andaluz de estudio y restauración de monumentos islámicos será la Alhambra de Granada. Como apunte peculiar, el propio Velázquez Bosco redactará una memoria de conservación del edificio con el fin de evitar restauraciones excesivas dentro del mismo, si bien los arquitectos de las primeras décadas del siglo XX hicieron caso omiso de dichas directrices. No será hasta que llegue Leopoldo Torres Balbás cuando se comiencen a aplicar los preceptos de una restauración científica, donde primará la conservación del original por encima de pastiches y falsos históricos. Ambos arquitectos beben de una doctrina que deberá partir del conocimiento que sobre la marcha se iba llevando a cabo de esta arquitectura, una restauración científica a caballo entre la controvertida restauración en estilo de Violet-le-Duc y los preceptos histórico-científicos que aportaban los estudios arqueológicos de los monumentos (González-Varas, 2018: 230)⁴.

Todos estos nuevos cambios acaecidos con el inicio de la centuria y el movimiento romántico vendrán de la mano de un espíritu de difusión para la cultura. El ideal del Romanticismo se basará en querer llevar el conocimiento al mayor público posible siguiendo este pensamiento, en nuestro país, no será hasta la muerte de Fernando VII cuando se podrá llevar a cabo (Hernández Hernández, 1998: 232). Los eruditos del momento empezarán a escribir sobre temas relacionados con la arqueología y elaborarán descripciones de monumentos medievales desconocidos hasta el momento. Será entonces cuando podremos empezar a ver la aparición de catálogos de arquitectura, revistas sobre arte y filosofía o artículos que traten sobre artistas del Barroco español, cuya temática consideraban muchos autores antecesora al realismo social de la pintura del XIX. De esta manera, el amor hacia la historia y la arquitectura nacional, unido al ideal pedagógico del Romanticismo iniciará las bases para la creación de la literatura artística, las revistas sobre patrimonio y los libros sobre ciudades históricas

3. Si bien la formación de Velázquez Bosco será principalmente en arquitectura, también realizará trabajos en las excavaciones de Medina Azahara a finales del siglo XIX como director de las mismas, así lo expone en las memorias que recoge acerca de estas intervenciones arqueológicas (Velázquez Bosco, 1923: 4).

4. Torres Balbás será el arquitecto que realice las principales restauraciones de la Alhambra entre 1923 hasta 1936, aportando una doctrina basada en la restauración científica y que tratará de alejarse de los excesos practicados a principios de la centuria, así lo plantea en su testimonio:

“Fueron de estricta conservación y máximo respeto a todo lo antiguo, con un criterio sustentado desde hacía tiempo en España, y generalizado en el mundo culto, acorde con el interés arqueológico y con el artístico, practicado sin dogmatismos ni intentos de aplicar hasta sus últimas consecuencias teorías fabricadas a priori a un monumento tan complejo y vital. Cada viejo edificio presenta un problema diferente en su conservación y debe ser tratado de distinta manera, dentro, claro está, de la tendencia conservadora; cada aposento o parte de la Alhambra plantea nuevos problemas que conviene resolver para cada caso particular. Conservar y reparar casi siempre, restaurar tan sólo en último extremo y de tal manera que la obra moderna se distinga claramente de la vieja, huyendo de toda falsificación y superchería, condenable por inmoral, anticientífica y nunca artística.” (Torres Balbás en Rivera Blanco, 2013: 45-46).

(Palencia Cerezo, 1995:17). Esta serie de nuevos valores confluirán en el ambiente artístico y se unirán al afán divulgador de la época, generando un escenario óptimo para la aparición de una serie de personajes clave para comprender la conformación de la imagen patrimonial de las ciudades.

3. Córdoba en el XIX, la postal de una ciudad

Córdoba se convirtió en el destino perfecto de eruditos de la época, al asumir como ciudad donde reconocer y reforzar los ideales transmitidos por la nueva doctrina romántica. La aparición de los viajeros y la consecuente producción escrita y artística generada durante la segunda mitad del Ochocientos terminará jugando un papel determinante en la identidad de sus espacios urbanos. Mediante la representación gráfica o las descripciones de los libros de viajes, se configurará una visión adulterada basada en unos ideales propios de aquellas ciudades que visiten, y Córdoba no quedará exenta de ello. La antigua capital omeya se convirtió, de la noche a la mañana, en el ideal de ciudad para todo aquel que quisiera encontrar “la urbe romántica por excelencia”. Un espacio urbano en decadencia, fuertemente malogrado por las guerras y las desamortizaciones y cuyo patrimonio se encontraba prácticamente abandonado. Una ciudad que, por otro lado, conservaba el exotismo y el encanto propio para la atracción de estas figuras. Su urbanismo cumplía también con dichos requisitos, sus callejas y la evocación de paraísos orientales hacían de Córdoba un lugar ideal para acoger a los turistas del XIX. Por tanto, la capital se volvió una visita obligada para estos personajes, ya que comprendía muchos de los ingredientes que buscaba el viajero romántico como el *“exotismo y evasión en el tiempo, arabismo [...], monumentalismo pintoresco y, contrastando con todo ello, la amarga realidad del momento [...] que aporta el acíbar, sin el cual, tampoco hay romanticismo.”* (López Ontiveros, 1991: 38).

Los viajeros verán en la ciudad una acusada personalidad (Ortega Cantero, 2002: 237), esa singularidad pintoresca que la convertía en una urbe diferente a lo que estos escritores estaban acostumbrados. Para los románticos, aquella ciudad que había mantenido su impronta personal le añadía un valor especial a los espacios que no habían sabido ver los primeros viajeros, más apegados al ideario ilustrado. Lo que para los turistas de finales del XVIII eran calles estrechas e incómodas, para los románticos se convirtieron en recovecos de influencia islámica y sabios aislantes térmicos; el intransitable caserío sin fachadas monumentales pasará a verse como placenteras casas-patio donde poder habitar y pasar el verano de forma agradable. Por otra parte, edificios como la Mezquita-Catedral aportaban un fuerte componente estético que a vincular con el periodo islámico, convirtiéndola además en ejemplo extraordinario de superposición de culturas.

Es conocida también la vertiente artística de muchos de estos primeros turistas, y justamente esas representaciones serán las que marquen significativamente el carácter identitario de Córdoba en su

imagen patrimonial hacia el exterior. Dibujantes como Richard Ford o pintores como David Roberts reflejarán mediante un “realismo subjetivo”, los hitos más famosos de la capital: evidentemente la Mezquita ocupará los principales dibujos y pinturas, seguidos del puente romano y sus famosas callejas. Un título que reunirá algunas de las representaciones gráficas más significativas es el *Voyage pittoresque et historique de l'Espagne* de Alexandre Laborde, donde su obra será principalmente una compilación de dibujos de ciudades con textos en castellano, francés e inglés (Brandis, 2009: 82) y que nos ofrece imágenes muy interesantes, previas al proceso de restauración y de los cambios acaecidos en edificios como la Mezquita-Catedral a partir del XIX. Uno de sus dibujos más célebres nos muestra el interior de la antigua sala de oración con los característicos arcos encalados, completamente blancos, rompiendo con la evocación arquetípica de las dovelas blancas y rojas que todos los turistas tienen en mente cuando piensan en la Mezquita y que el turismo, los comercios locales e incluso muchos de los edificios que posee la ciudad se han encargado de explotar hasta la saciedad.

Aunque algunos autores querrán reflejar una imagen más o menos fiel de lo que se encontraron, es evidente que todos ellos se vieron influenciados por el gusto estético del Romanticismo, así como por las demandas de los propios clientes. Tal es el caso del pintor belga Bossuet y su “Vista de Córdoba” (1840-1845) quien ofrecerá una imagen de la ciudad desde la ribera donde podemos apreciar la Mezquita-Catedral reinterpretada por el artista, quien es capaz de cambiar la torre del campanario por un alminar, aportando un toque todavía más oriental y quizá cumpliendo con las expectativas de lo que cabría esperar de una ciudad como Córdoba. En palabras de Dolores Brandis: “*Las representaciones urbanas son una lectura en clave romántica de ideas preconcebidas, pues los autores no se desplazan desde la nada, sino con una cesta de imágenes previas, algunas de ellas de origen secular*” (Brandis, 2009: 82).

Si bien es cierto que la representación de las ciudades en los libros de viajes hunde sus raíces en los primeros libros de vistas del Renacimiento, con el auge de la literatura de viajes se difundirán las vistas de ciudades románticas destacando en muchas de ellas un denominador común: el estado de decadencia que presentaban los monumentos figurados. La sensación de dejadez provocada por las ruinas que copaban las calles y el atraso debido a la falta de una actividad industrial sólida también será una constante en los escritos de estos personajes y su valoración por las “ruinas”. Algunos de los testimonios dejaban claro el declive que Córdoba estaba sufriendo en aquellos momentos, como ocurre con la descripción del francés Godard:

“Córdoba es una ciudad decadente, donde sin embargo me gustaría vivir. Sin duda el ruido ensordecedor de la industria moderna, la agitación fabril de comercio y de los negocios que animan nuestras populosas ciudades, son consecuencia de un progreso real, un signo de riqueza

y vida. Pero yo no encuentro menos atrayentes estas villas silenciosas, medio dormidas en medio de los monumentos de su grandeza pasada.” (López Ontiveros, 1991: 58).



IMAGEN 1.

Vista general del interior de la Mezquita de Córdoba (1812), Alexandre Laborde, grabado.

Fuente: Archivo de la Biblioteca Municipal de Córdoba.

En nuestro país destacarán una serie de autores que aunarán el esfuerzo por querer divulgar el arte y los monumentos a partir de colecciones que reunirán los edificios y lugares más destacados de España, en un intento por desligarse de las opiniones dibujadas por estos viajeros y declarando abiertamente la importancia y el valor patrimonial de nuestras ciudades. Podemos reseñar algunas publicaciones de tanta magnitud (por su importancia y por su complejidad) como la colección de dibujos de los “*Monumentos arquitectónicos de España*” (1859), los “*Recuerdos y bellezas de España*”, muy criticada por su inexactitud en algunas de sus representaciones (Hernández Hernández, 1998: 239) y la “*España artística y monumental*” del célebre pintor Genaro Pérez Villaamil, que constituirá uno de los libros de referencia para las publicaciones locales que surgirán posteriormente. Además de estas obras de carácter más general, en estos momentos se iniciará la producción de libros donde se ahondará de forma más específica en la historia y el patrimonio de las ciudades de nuestro país, tal es el caso de libros dedicados a la “*Tarragona monumental ó sea, Descripción histórica y*

artística de todas sus antigüedades y monumentos” publicada en 1849 con un estudio histórico y de los restos arqueológicos de la zona, con posterioridad contaremos también con el libro dedicado a la “*Sevilla monumental y artística*” (1892) por José Gestoso Pérez o, con fecha más tardía se escribirá “*Mérida monumental y artística*” (1913) o la propia “*Córdoba monumental y artística*” (1892) de Rafael Romero Barros, que tratará de recopilar los monumentos más insignes de la capital. Estos ejemplos se pueden constituir como los antecedentes a la llegada de las guías artísticas y de viaje como hoy en día los conocemos, así como creemos que constituyen también un valioso testimonio de las primeras descripciones de monumentos de nuestro país en manos de historiadores locales y alejadas de opiniones sesgadas como las de los viajeros del XIX.

Si a todo este auge literario le añadimos la llegada de la cámara fotográfica, podemos deducir que la construcción iconográfica de la ciudad se irá marcando poco a poco y adquiriendo un protagonismo fundamental en la definición identitaria de su patrimonio. La aparición de la fotografía reforzó más esta idea de ciudad romántica y oriental, gracias al manejo de los encuadres, la luz y la perspectiva, que como resultado construían imágenes idealizadas de ciudad, al igual que se venía haciendo en la pintura, provocando que las fotografías fueran piezas mucho más atractivas al gusto burgués, ya que este estamento se convirtió en el principal consumidor de este tipo de material (Brandis, 2009: 86).

Entre finales del XIX y principios del XX, Córdoba contará con un personaje local que ayudará a que la fotografía como reclamo recale en la capital, fue el caso de Rafael Señán, con su famoso estudio ubicado en la Plaza del Triunfo. Después de separarse de su socio, Rafael Garzón, quien se quedó trabajando en la ciudad de Granada, Señán llegó a Córdoba para fundar “*la Casa del Kalifa*” (Verdú Peral y González, 2017: 29), un estudio fotográfico donde pondría de moda el conocido “retrato morisco”, además de realizar fotografías de los rincones más típicos de Córdoba, en célebres instantáneas de la ciudad. Es entonces cuando dicho “retrato morisco” tomará una fama considerable entre los visitantes de Córdoba, explotando de forma más acusada el “falso” carácter oriental. La Casa antes descrita y donde tenía el estudio el fotógrafo contaba con un taller ambientado que imitaba la popular Mezquita y, a los participantes se les otorgaba atuendos orientales para hacer la representación todavía más acorde al estilo. Con la construcción de estas imágenes, se generaron muchos clichés y una exagerada y fingida imagen oriental aplicada a una idea de ciudad inventada o perseguida que llegará a confundir en muchas ocasiones lo árabe con lo andaluz. Si ya con los autores románticos se explotó la imagen de Córdoba y Andalucía como la oportunidad de visitar “Oriente en Occidente”, con este tipo *souvenirs* dicha ecuación terminó por asentarse como la confirmación de una realidad efímera pero deseada por el visitante, arrastrando esta confusión hasta los turistas de hoy en día.

Señán se convertiría en uno de los mayores creadores de postales tras su invención. La aparición de la fotografía postal vendrá también de la mano de los avances de la época⁵, entrando en auge entre finales del siglo XIX y durante prácticamente toda la primera mitad del siglo XX. Un tipo de estampas que llegaron a convertirse en sinónimo de promoción de un lugar, donde se reflejaba entonces la esencia

de lo que nos debíamos llevar del sitio visitado, cumpliendo esos clichés y expectativas. Pero no sólo de dibujos y postales vivirá el viajero, en muchas ocasiones, los propios países de destino de estos personajes se encargarán de reforzar tales “clichés turísticos” utilizados a conveniencia en ferias de turismo primero y en la industria cinematográfica después, para explotar la imagen de Andalucía cómo sinónimo de encanto oriental, flamenco y fiesta, principalmente.

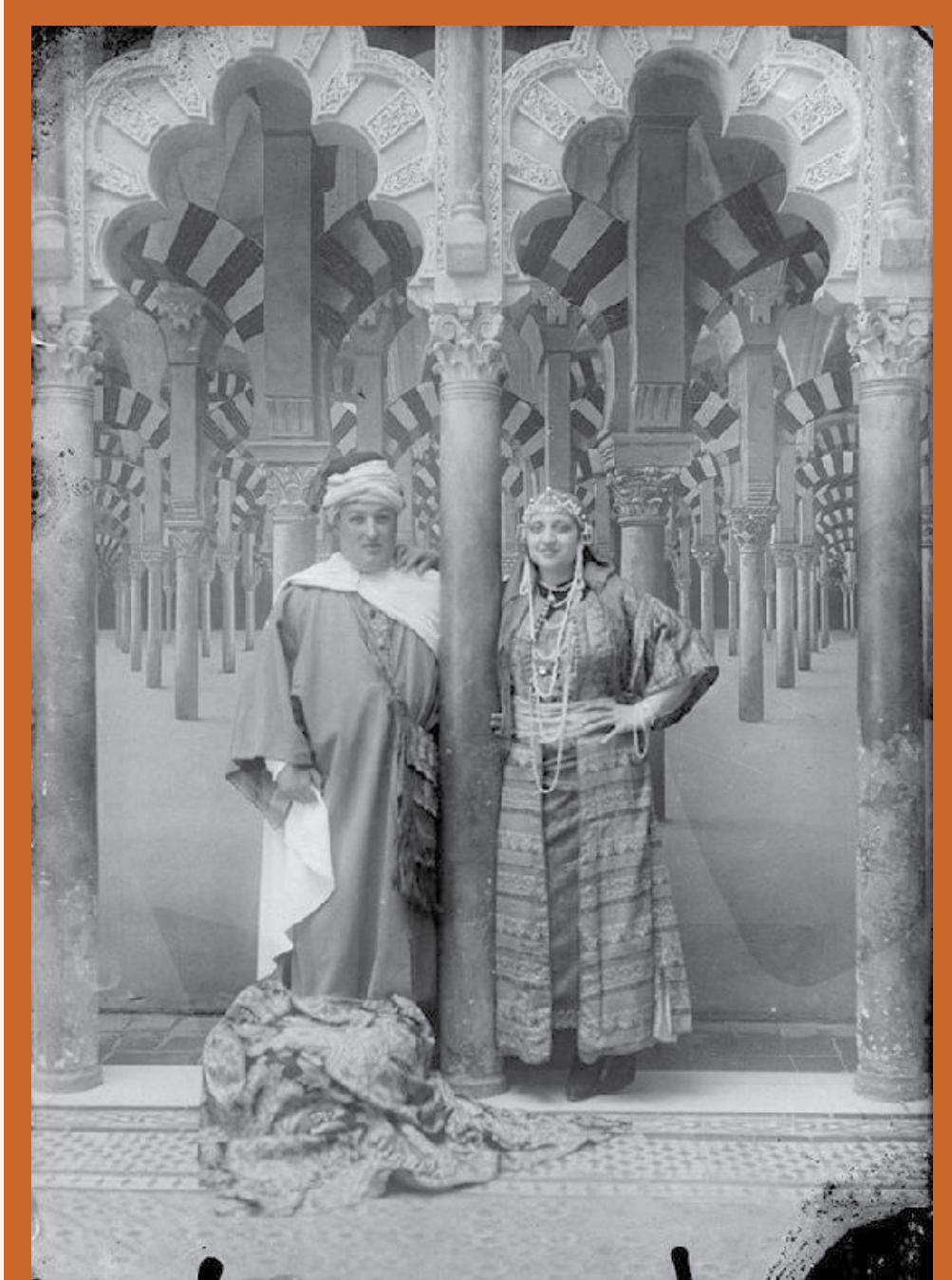


IMAGEN 2.

Retrato morisco. Una pareja en el estudio de Córdoba (1925). Rafael Garzón. Colección Estudio Garzón.

Fuente: Archivo Municipal de Córdoba.

5. Con la invención de la fototipia, este nuevo sistema abarató los costes, pero manteniendo la misma calidad en las reproducciones de postales, lo que permitió reproducir imágenes de forma masiva y a un bajo precio. (González, 2009: 31).

En Francia contarán con una serie de eventos que ejemplifican muy bien lo referido, como fue el caso de la atracción preparada para la Exposición de París de 1900 titulada “*L’Andalousie au temps des maures*”, una suerte de parque de atracciones de principios de siglo donde se manifestaron de forma exagerada los estereotipos de Andalucía. La exposición adolecía de una falta de contextualización importante, mezclando elementos del Magreb con monumentos andaluces tales como una copia a escala de la Giralda de Sevilla. Desafortunadamente, se le dotó también de una visión colonialista que mostraba el sur de España como una región atrasada, llena de tópicos sobre sus habitantes como personajes de etnia gitana que montaban saraos flamencos en los teatros preparados para ello. Fue un completo éxito para los visitantes franceses, no tanto para los de origen español (Sazatornil Ruiz, 2019) que lo consideraron “*españolismo abigarrado que debiéramos esconder como se esconde una úlcera [...]*” (Del Mar en Sazatornil Ruiz, 2019: 148).

Como consecuencia directa, el ideario definido por los viajeros primero y por las exposiciones universales después, se convertirá en la bandera identitaria que impulsará en el transcurso del siglo XX a las futuras comisiones de turismo nacional, tanto es así que llegará también a reflejarse en el cine francés de principios del siglo XX. Lo que se ha llamado la “*andalusianificación*” del séptimo arte, mostrando panorámicas repetidas en fotografías, pinturas y descripciones durante el siglo XIX que se perpetuarán para el público moderno (Puche Ruiz, 2019: 177).

No cambiará mucho la situación con el auge de las guías turísticas durante el siglo XX, que se dedicarán a promocionar destinos como Córdoba mediante la toma de imágenes típicas, en nuestro caso, Mezquita, entorno del río y las famosas callejas de la judería. Así como un discurso donde el arraigo de las tradiciones, el flamenco y un sutil velo de encanto hacia lo arcaico llenarán el ideario de las guías para futuros visitantes. Palabras como “*tradición*”, “*folclore*”, “*solera*”, son apelativos que se le han aplicado a Córdoba, y a muchas capitales de Andalucía, buscando en “*el encanto de lo castizo*” la forma de llamar la atención. A partir de los años ochenta, con el auge de la declaración de las ciudades Patrimonio de la Humanidad, se promocionarán las guías turísticas con imágenes de gran formato que lo impregnaban todo y que en muchas ocasiones adolecían de una falta de rigor científico (Brandis, 2009: 93), al exponer repetidamente clichés y costumbres anquilosados en el ideario del viajero desde los tiempos del Romanticismo.

3.1) La Imagen cultural de Córdoba desde la perspectiva local

En contraposición a todos esos relatos proyectados a lo largo del XIX sobre la ciudad que ayudaron en su mayoría a construir una imagen cultural adulterada, encontramos a un grupo de personajes que protagonizaron esfuerzos de reivindicación y reconocimiento del patrimonio más monumental de la ciudad. En España, debemos mencionar el trabajo de las Academias artísticas y, posteriormente, la creación de las Comisiones de Monumentos durante el reinado de Isabel II como control del

patrimonio, principalmente como una manera de inspeccionar la ingente cantidad de inmuebles eclesiásticos desamortizados por el Estado. Desafortunadamente, fue una titánica tarea que no se llegó a completar, si bien existen inventarios de muchas localidades, como es el caso de Córdoba, donde el historiador Ramírez de las Casas-Deza trabajaría en la redacción de dicho catálogo. A pesar del esfuerzo de la administración por intentar controlar y evitar el deterioro de dichos inmuebles, faltará un espíritu de conservación preventiva y muchos de los edificios en mal estado serán derribados (García Alcázar, 2009: 90).

La ciudad de Córdoba contará con una serie de personajes que dedicarán su vida a intentar proteger el patrimonio para no caer en el olvido administrativo, al mismo tiempo que se esforzaron por alejarlo de la imagen que se había ido gestando a partir de los testimonios de los viajeros románticos. Ese afán divulgador trajo además una serie de publicaciones para la ciudad donde se intentó promover la salvaguarda de los monumentos, especialmente de la Mezquita, con libros como la *“Descripción de la Santa Iglesia Catedral de Córdoba”* (1866), escrito por Luis María Ramírez de las Casas-Deza, donde ya reclama la restauración de varios elementos del edificio como las letrinas, las puertas exteriores o algunas capillas y retablos (Ramírez de las Casas-Deza, 1866: 172) y que posteriormente se llevarán a cabo de la mano del arquitecto Ricardo Velázquez Bosco. También contamos con otra publicación, de corte menos formal historiográficamente hablando, pero que resulta interesante para conocer el estado de conservación de muchos edificios y el hallazgo de restos arqueológicos en la ciudad. Hablamos de la obra de Teodomiro Ramírez de Arellano *“Paseos por Córdoba”* (1873). Si bien el manuscrito no se terminó, este documento reflejó el estado de conservación de todo tipo de inmuebles y espacios urbanos para dejar constancia de estos, salvándolos de ese olvido y poniéndolos en conocimiento del público. El autor entendía que podía llevar a cabo una labor crucial para que las administraciones empezaran a mover su ficha a la hora de emprender trabajos de restauración y conservación de los edificios de los cuales dejó constancia.

Pero quizás, la figura más importante en este lugar de reconocimiento patrimonial para la ciudad de Córdoba la protagonizó Rafael Romero Barros. Este pintor onubense llegó a la ciudad para ocupar el cargo de director de Museo de Bellas Artes y gracias a su polifacética labor, dedicó su vida a proteger y poner en valor los edificios de la capital. Ocupando en 1869 un puesto en la Comisión de Monumentos de Córdoba, Romero Barros se encargará de estudiar la historia y de reivindicar el patrimonio de la ciudad. Desde 1875 y como secretario de la Comisión, veló por la conservación de todo monumento urbano, que en aquellos momentos no presentaban su mejor cara, si bien se centrará en la Mezquita-Catedral, el más importante e igualmente más dañado. Un ejemplo de la presión que ejercerá su figura es que gracias a una campaña en la prensa y a las gestiones de Rafael Conde y Luque⁶, el Gobierno español concedería una cantidad de 100.000 pesetas para arreglar tejados, contrafuertes y cañerías⁷ de la Mezquita-Catedral durante el último cuarto del XIX. Quizás

uno de los hitos de los que más orgulloso estaba fue la declaración como Monumento Nacional de la Mezquita-Catedral en 1882 y de la Sinagoga en 1885 (Mudarra Barrero, 1990: 65), fruto de su ardua labor como defensor de ambos edificios y sobre todo gracias a la presión que ejerció sobre las administraciones.

Rafael Romero Barros destacará, sobre todo, por la cantidad de artículos y publicaciones que realizó entre 1865-1895⁸ intentando poner en conocimiento del público la importancia que tenían los vestigios del pasado para conocer la historia de la ciudad y la singularidad de la Mezquita-Catedral, gracias a libros como la *“Córdoba monumental y artística”* con el que podrá realizar una descripción pormenorizada del edificio. Desafortunadamente el fallecimiento del autor hizo que sólo llegara a nuestros días la primera parte del proyecto, si bien ha servido de testimonio para sacar a la luz la opinión del artista sobre el templo, así como exponer el profundo conocimiento que éste tenía sobre el mismo.

Otro ejemplo de las peticiones que realizó a la administración para la protección de monumentos será el artículo que dedicará a la “redescubierta” sinagoga, bajo el título *“La sinagoga de Córdoba, hoy ermita dedicada al culto bajo la advocación de San Crispín”* (1884) para el Boletín de la Real Academia de la Historia. El templo había sido reutilizado como capilla desde la expulsión de los judíos y se cubrió con retablos para darle ese nuevo uso. Tras un accidente, como se expone en el artículo, los retablos dejaron al descubierto la decoración original del edificio y se retiraron para sacar a la luz la antigua sinagoga de la ciudad. Entonces, será el propio Romero Barros quien se convierta en el defensor de la conservación del edificio, y buena cuenta de ello lo reflejará en sus artículos, donde lo describe:

“Excitados, pues, por nuestro amor á las artes, ó interesados por el buen nombre de esta ciudad, por sus pasados timbres tan privilegiada; y afiliados á una corporación respetable, á la que los altos poderes tienen confiada la conservación y custodia de todos nuestros importantes monumentos, nos creemos obediente á la ley imperiosa del deber al elevar nuestra voz con las de todos los amantes de las glorias nacionales, secundando las gestiones practicadas por la corporación

6. *“Rafael Conde y Luque (1835-1922) fue un respetado teólogo, jurista, político conservador, catedrático universitario y académico cordobés que alcanzó altos puestos en la administración del Estado y en la Universidad, siendo finalmente reconocida su labor por el rey Alfonso XIII al otorgarle el título de conde de Leyva.”* RAMÍREZ JEREZ, P. (2012). “Rafael Conde y Luque, Conde de Leyva, miembro de la Real Academia de Ciencias Morales y Políticas”. Boletín de la Real Academia de Córdoba de Ciencias, Bellas Letras y Nobles Artes, Córdoba, p. 191. Asimismo, su hermano Tomás Conde y Luque fue alcalde de Córdoba durante el momento en el que se efectuaron tales gestiones de restauración para la Mezquita, por lo que no es de extrañar que tales contactos ayudaran a Romero Barros en sus gestiones con la administración central.

7. En el “Diario Córdoba”, 14 de mayo de 1878 y en “La Época” el 22 de mayo y el 6 de junio de 1879 citado por NIETO CUMPLIDO, M.: “La arqueología medieval cordobesa en el siglo XIX” p.96. Esta nota al pie a su vez pertenece a BALDELLOU, M.A. (1990) *Ricardo Velázquez Bosco*. Madrid: Ministerio de Cultura, p. 118.

8. Destacarán sus artículos para Diario Córdoba, donde expondrá sus ideales románticos acerca de la protección de monumentos, así como aquellos textos que denunciaban los posibles derribos de murallas y palacios en aras del desarrollismo de la capital. Para consultar el listado de artículos que realizó para la prensa local recomendamos la siguiente lectura: PALENCIA CEREZO, J.M. (1996). “La obra escrita de Rafael Romero Barros”. En: Joaquín Criado Costa (coord.), *Actas de las Jornadas sobre Rafael Romero Barros y la Córdoba de su tiempo* (20,21 de diciembre de 1995). Córdoba, pp. 103-114.



IMAGEN 3.

Córdoba - sinagoga (ca. 1928) María Señán Aldeondo. Talleres fotográficos Guilera, Barcelona.

Fuente: Archivo Municipal de Córdoba.

expresada, solicitando para la restauración de este pequeño templo [...] el eficaz y poderoso apoyo, así de nuestro dignísimo prelado, [...] como el de los incansables cuerpos provincial y municipal, que tan manifiestas pruebas vienen dando de su inteligencia y patriotismo.” (Romero Barros, 1884: 263).

En muchas ocasiones, las demandas realizadas por personajes como Rafael Romero Barros se traducían como respuestas directas a las opiniones vertidas por viajeros que visitaban la capital. Muchos de estos escritores lo dejaban bien claro en sus textos, como así lo hiciera José Amador de los Ríos en una “Memoria comprensiva de los trabajos verificados por las Comisiones de Monumentos Históricos y Artísticos del Reino” donde solicitaba tender “*una mano a los despedazados monumentos, y [...] vindicarnos de las acusaciones que continuamente nos dirigen los extranjeros, fundados en nuestra proverbial indolencia.*” (González-Varas, 2018: 174).

Gracias a estos pequeños pero importantísimos esfuerzos se fueron completando, paso a paso, lo que sus reivindicaciones llevaban exigiendo durante largo tiempo: la decisión de la administración para iniciar labores de restauración y protección en los diferentes monumentos de Córdoba ante el peso de cuantas descripciones extranjeras se habían impuesto en el imaginario popular de aquel tiempo.

4. La influencia del ideario romántico en las promociones turísticas de Córdoba

La construcción del escenario patrimonial de la ciudad se vería condicionado por las dos fuerzas principales que la determinaron en los inicios de la actividad monumental: por un lado, la imagen que los visitantes transmitieron al exterior y, por otro, el esfuerzo de eruditos locales que intentaron descartar todo tipo de nociones erróneas e ideas mal formuladas sobre la capital cordobesa. Como consecuencia, la supeditación de una serie de expectativas convertidas en discursos oficiales de promoción terminaría por componer una serie de ideales de difusión turística, que terminaron deformando y conformando la imagen e interpretación de una marca de ciudad que dar a conocer y reconocer fácilmente. Dicha estrategia de marketing patrimonial y cultural será muy reconocible en Toledo o en ciudades andaluzas como Granada o Málaga, las cuales asumirán de manera significativa con la promoción turística de los destinos nacionales ya en pleno S. XX, la construcción propagandística de un destino, no ya patrimonial, sino profundamente turístico. (Royo, 2013)

No deja de ser importante señalar que en este recorrido, la literatura viajera no pretendió generar ningún daño, pero los resultados obtenidos se tradujeron en una marcada enfatización de prejuicios a conveniencia, promoviendo una imagen de Córdoba en particular sesgada, ajustada a sus ideales, pero no a nuestra realidad y que la publicidad turística que se ha dado de España en general y de Andalucía en particular se ha encargado de mantener en las diferentes campañas de promoción de la región durante el siglo XX. Todas estas imágenes terminarán por configurar la difusión turística de Córdoba en las primeras décadas del S. XX, siendo muy dirigida oficialmente desde sus inicios en la promoción del turismo. Córdoba se convirtió en una ciudad que cumplió los condicionantes demandados por los viajeros de la época romántica y donde los requisitos decimonónicos eran su principal atractivo. La construcción patrimonial de Córdoba se planteó como esa pugna entre lo que el exterior conoce de ella y lo que los estamentos locales intentan mejorar, y debemos comprender que, si bien esa lucha puede resultar enriquecedora si resulta complementaria, en algunos aspectos no podemos permitir que los valores negativos promovidos por algunos de esos agentes pesen más que la labor que se intenta llevar a cabo desde los estamentos locales para desprendernos de etiquetas como la “decadencia” o la “ruina” que se espera encontrar en Córdoba.

El discurso que se venía empleando desde el Ochocientos marcó profundamente el desarrollo de la imagen patrimonial andaluza y cordobesa. Las campañas de promoción turística a lo largo del siglo XX, dirigidas por el Patronato Nacional de Turismo se dedicaron a alargar la sombra del Romanticismo en sus discursos, basando la promoción de una España “andaluzificada” donde el valor de la antigüedad y de las ruinas eran el elemento que evocar. Existen carteles de las primeras décadas del siglo XX en los cuales podemos comprobar cómo se mantienen frases y dichos de viajeros como el que muestra

el cartel del Patronato Nacional de Turismo donde reza la famosa expresión “The Romance of the East with the comforts of the West” con una imagen del palacio del Generalife de la Alhambra. La idea que promueve el cartel es una noción asumida por los viajeros del XIX, el famoso dicho “visitar Oriente con la seguridad de Occidente”, una línea mágica que establecían aquellos primeros turistas donde “África empezaba en Despeñaperros” (López Ontiveros, 1991: 38).

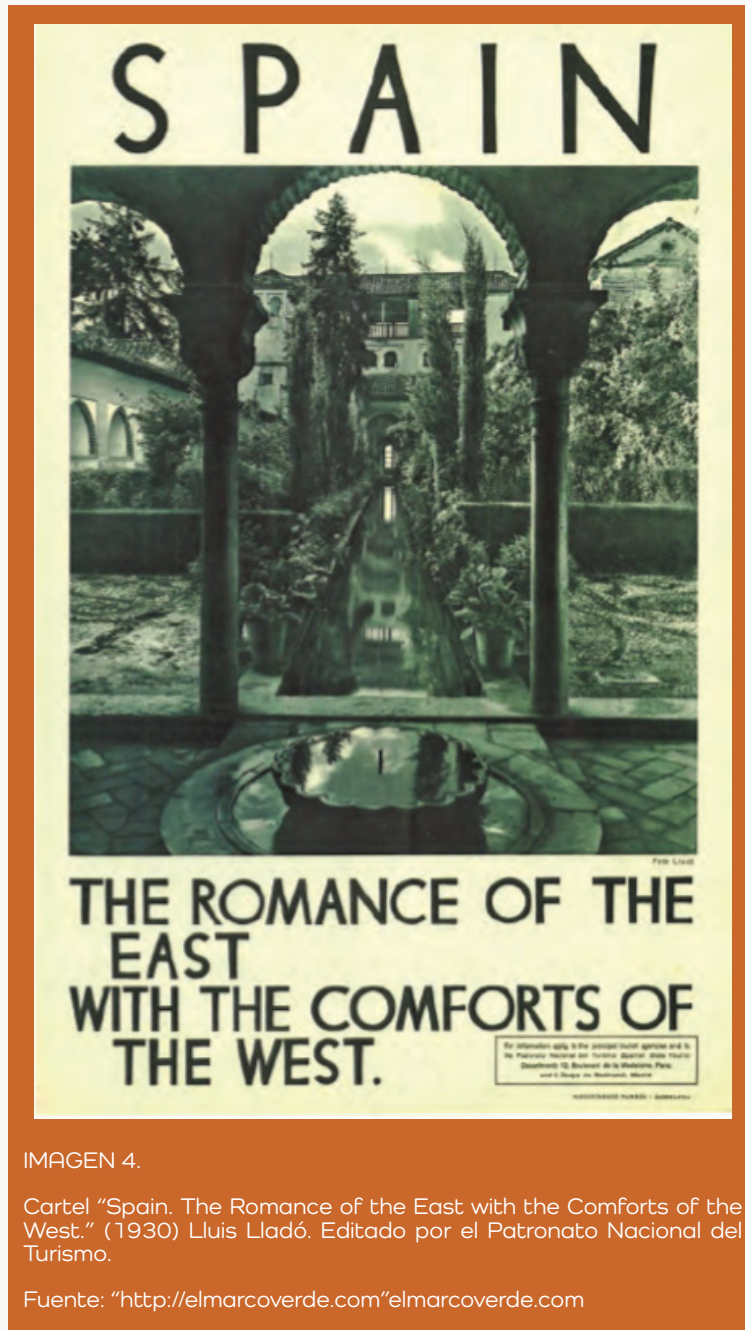


IMAGEN 4.

Cartel “Spain. The Romance of the East with the Comforts of the West.” (1930) Lluís Lladó. Editado por el Patronato Nacional del Turismo.

Fuente: “<http://elmarcoverde.com>”elmarcoverde.com

Ese panorama creado por y para el turista se verá también reflejado en los arquetipos populares, donde la confusión de “lo andaluz” y “lo español” se mezclará hasta tal punto que no se distinguirá lo regional de lo nacional. Todo ello con un telón de fondo en común: la tradición como el elemento más singular de promoción de la región (y por ende, del resto de España), aludiendo a elementos decimonónicos como el exotismo oriental de nuestro pasado, lo pintoresco en el paisaje urbano y

la explotación de los arquetipos femeninos como la flamenca o la gitana, con ferias y fiestas como atractivo constante⁹. En suma, una herencia donde se ha tendido a extender la percepción romántica como una forma fácil de *marketing* para el visitante, hasta bien entrado el s.XX. Un estilo de campañas donde prima lo estético del folclore y la tradición, unido al encanto oriental de los monumentos.

Aún a día de hoy, sigue existiendo un peso considerable de la imagen viajera sobre la local y de lo romántico sobre lo real, en la explotación del denominado “turismo escénico” entendido éste como la búsqueda emocional de la belleza mediante una experiencia romántica (Urry en García Martínez, 2011: 439) y vendido sobre destinos como Toledo, Granada o de manera más directa, Córdoba. Las imágenes proyectadas por estos visitantes atendían en muchas ocasiones a expresiones de sus estados de ánimo y de sus sentimientos, que encajaban con el estado de ruina y decadencia que estas ciudades mostraban (Ortega Cantero, 2002), empleando en ocasiones opiniones personales, leyendas populares o clichés de viajeros previos como base para sus escritos.

Esa imagen melancólica, se reflejará de manera directa por ejemplo, en las descripciones del viajero italiano Edmundo D’Amicis sobre Toledo:

“La ciudad es pobre, es más que pobre, está muerta (...) no es más que una tumba (...) declina, se destruye poco a poco, sola con sus sueños sobre su triste peñasco, como un esqueleto abandonado sobre un escollo en medio del mar” (D’Amicis en García Martínez, 2011: 447).

Y los propios autores españoles estiraban esa visión pesimista de las ciudades en la literatura de la época:

“-Sí. Esto está muerto – contestó Quintín.

-No, no; eso, no –contestó Springer hijo-. Esto no está muerto; Córdoba es un pueblo que duerme. Todos los reyes la han castigado. Se ha suprimido su civilización natural, su civilización propia, y se ha querido sustituirla violentamente por otra... Y pensar que un pueblo pueda seguir viviendo próspero con ideas contrarias a las suyas, con leyes que pugnan con sus costumbres y sus instintos, es una barbaridad.” (Baroja, 1980, 212).

Es por ello que los viajeros románticos tuvieron (y tienen) una carga muy significativa en la figuración de las experiencias turísticas. A ello hay que añadir el gran poder de atracción que el imaginario romántico ha tenido en la capacidad de atracción de turistas en las últimas décadas frente a la presente globalización, explotando lo singular frente a lo “guiuri” o la experiencia frente al simple viaje. Sin embargo, hay que saber canalizar los mensajes que la visión romántica se encargó de difundir y que en muchas ocasiones construyeron escenarios ideales que poco tienen que ver con la realidad que presenta la capital.

9. Para conocer mejor la evolución de la promoción del panorama turístico en Andalucía, recomendamos la siguiente lectura: HERNÁNDEZ, J. (2008). *La imagen turística de Andalucía*. Sevilla: Centro de Estudios Andaluces.

Los ecos de lo que se decía sobre Córdoba en el siglo XIX todavía suponen la mayoría de las expectativas de muchas de las personas que vienen a visitar nuestra ciudad. Ya sean nacionales o extranjeros, los turistas vienen buscando ese “encanto oriental en Occidente”, ese lugar congelado en el tiempo, esos recovecos y callejas que todavía recuerdan su impronta islámica. Habitualmente, a ese halo de exotismo suele acompañarle epítetos tales como “tradicional” o “castizo” que se transforman en un sinónimo de anquilosamiento, de retardo, manteniendo ese cliché popular (por desgracia común en muchos países) donde hay que encontrar el progreso en el norte y el encanto de lo estanco en el sur. A pesar de todo lo anterior, la ciudad también ofrece un remanso de paz y quietud a sus visitantes, como un lugar tranquilo, ideal para huir del agotamiento de las grandes capitales. Ese “viaje en el tiempo para el descanso” que se sugiere, no deja de volver a ser una imagen velada de atraso y adormecimiento, igual que la que se ofrecía de la ciudad en el Ochocientos.

De manera directa, podemos comprobar cómo en el ámbito profesional el mensaje que se traslada al turista que visita la ciudad de Córdoba no dista mucho de lo que ya buscaban los viajeros del XIX. Muchos de ellos todavía esperan que viendo la Mezquita-Catedral puedan conocer todo el patrimonio que posee la ciudad, se sorprenden del tamaño de su centro histórico o se quedan ciertamente impresionados al comprobar la complejidad patrimonial de su arquitectura, que dista mucho de la simplicidad y reducción de los itinerarios turísticos por sus agotadas casas-patio que caracterizan al entorno monumental.

Una ciudad como Córdoba, que posee un importante y reconocido escenario patrimonial, debería superar esa situación donde las ideas de los turistas que han visitado la ciudad pesan más que el trabajo que realizan los técnicos de patrimonio y de gestión turística, un trabajo que nace del conocimiento e interés por la historia y el rigor documental de cuanto agentes formaron parte en la construcción patrimonial de la ciudad y sus monumentos, alejado de nociones reduccionistas y estancadas en el pasado. Desafortunadamente, a la pugna de las fuerzas locales por intentar desquitar a la ciudad de las etiquetas dotadas por los turistas, hay que sumarle los retos que la propia actividad turística viene planteando a la capital en las últimas décadas: la masificación de los espacios más relevantes, la “disneyzación” (Troitiño y Troitiño, 2016: 11) de los centros urbanos y el “*turismo de postureo*” que las ciudades con una gran oferta cultural vienen sufriendo, siendo este último uno de los inconvenientes más acusados en los últimos años, no ayudan a diversificar el reclamo patrimonial que supone una ciudad como Córdoba, sino todo lo contrario.

El último plan de gestión turística así lo demuestra al identificar cómo la Mezquita-Catedral, el casco histórico y los patios siguen siendo los lugares más visitados por los turistas, experiencias que no distan mucho de los viajes que llevaban a cabo los turistas¹⁰ del Ochocientos y que no hacen sino acrecentar los problemas arriba mencionados. La idealización de nuestro pasado oriental copa las campañas que muestran a Córdoba hacia el exterior provocando que los focos de visitantes se

concentren en puntos como la Mezquita, su entorno y la judería, olvidando otros enclaves igualmente interesantes como las zonas dedicadas a museos o el significativo barrio de la Axerquía.

Creemos necesario, por tanto, una revisión de los valores que se exponen en el reconocimiento como la promoción turística de la ciudad, puesto que Córdoba posee una buena carta de presentación, con patrimonio de peso, así como la trascendencia que supone ser la única capital con cuatro declaraciones de Patrimonio Mundial por la UNESCO (principal reclamo en los últimos años para la acogida de turistas) y la buena prensa de todos aquellos que la visitan.

El turismo cultural vende, pero debe intentar hacerlo sin perder de vista un *“buen modelo de actividad turística que ayude a proteger la cultura, promover el respeto por la misma y que contribuye a su difusión al tiempo que, consigue que los locales se sientan orgullosos de ella”* (Richards en García, 2011: 452).

Es importante conocer las múltiples y enriquecedoras interpretaciones que una ciudad ha tenido en el tiempo, y en el caso de Córdoba el peso del ideario romántico se convierte en algo indispensable para comprender el valor que tiene en el imaginario colectivo. Si bien hoy en día esta perspectiva se emplea desde un punto de vista positivista, debemos analizar dicha promoción desde un enfoque crítico, comprendiendo que se trata de una visión parcial de la rica realidad que ha vivido y de la que sigue disfrutando. Así pues y de manera reciente, las alternativas que en estos últimos años se ofrecen para promocionar el turismo en la ciudad de Córdoba tratan de alguna manera de descentrar la masificación de lo que podríamos denominar los “espacios románticos”, para fomentar la visita del resto de atractivos culturales que ofrece la ciudad.

Las rutas por la Axerquía que realizan empresas privadas y desde el propio ayuntamiento, la entrada complementaria a las iglesias fernandinas impulsada por el Cabildo o la organización de festivales como Flora¹¹, tratan de diversificar la oferta turística para conocer mucho mejor la heterogénea realidad patrimonial que caracteriza a la ciudad de Córdoba.

Si bien este tipo de iniciativas a nivel turístico suponen un necesario reconocimiento de una realidad más completa a nivel patrimonial, lo que resultará un verdadero reto, a nivel social y cultural, será desligar a la ciudad de las imágenes que el Romanticismo vertió sobre el espacio urbano. Como una solución que se intercala en todo este asunto, creemos que la educación de la sociedad será clave para hacer comprender a todos aquellos turistas que quieran venir a visitarnos, que el sur no tiene

10. Datos extraídos del Plan estratégico de turismo 2015-2019 AYTO. DE CÓRDOBA (s/f). Plan estratégico de turismo de Córdoba 2015-2019. En <https://www.turismodecordoba.org/84/gdocumental/115_a42_c7/plan_estrategico_turismo_cordoba2015_2019.pdf> [Consulta: 18.11.2021].

11. El festival Flora nace de la idea del propietario de una cadena hotelera china, Zizai Hotels, Jiaping Fu quien, tras una visita a Córdoba quedó fascinado por sus patios y decidió organizar, en colaboración con el ayuntamiento, un concurso de arte floral que él mismo bautizó como “los Óscar de las Flores”, una desinteresada promoción para la capital que se ha convertido en una cita clave para conocer artistas del arte floral contemporáneo y una buena excusa para visitar patios en octubre. Para más información: festivalflora.com.

por qué ser sinónimo de rezagamiento y que lo tradicional puede convivir la contemporaneidad de nuestro siglo, siendo Córdoba un buen ejemplo de ello.

5. Conclusiones

Con la presente investigación planteamos un reconocimiento y puesta en valor del trabajo realizado a finales del ochocientos en la definición turística de ciudades monumentales andaluzas, cuyo valor patrimonial fue caracterizándose poco a poco desde la literatura romántica y mediante los apuntes elaborados por viajeros y literatos. De esta forma, fue configurándose la definición de una realidad común que permitirá elaborar desde la crítica y la historia del arte, una imagen patrimonial muy codificada tanto de los monumentos como de su peso arquitectónico o estilístico, especialmente en aquellos vinculados a la Edad Media y, en el caso andaluz, al pasado andalusí.

La imagen construida (y proyectada) por las ciudades históricas del XIX en Andalucía plantea la necesidad de un estudio profundo de cuantos condicionantes históricos, culturales y estéticos propiciaron ante los nuevos parámetros románticos representativos a lo largo del 1800, y que afectaron positivamente a la carga simbólica que llegarán a asumir sus monumentos, así como su posterior conservación. España, Andalucía y especialmente la ciudad en la que se centra nuestro estudio, Córdoba, se convierten así en un referente para el desarrollo de este objetivo al plantear cómo dichos condicionantes han servido para escenificar una promoción patrimonial y turística a merced de los testimonios que los viajeros vertieron durante el XIX.

La literatura forjada tanto por estos históricos turistas como por los historiadores locales jugará un papel decisivo en la construcción de la imagen patrimonial de las ciudades históricas, como lo será también en las problemáticas turísticas que enfrentan los propios destinos actualmente turistizados. Como consecuencia, destacamos la necesidad de actualizar y traer al panorama presente un estudio sobre el XIX en ciudades como Córdoba, con el fin de analizar la realidad patrimonial urbana desde diferentes puntos de vista que no se habían conectado previamente: por un lado el escenario que los viajeros del Romanticismo se encargaron de articular con sus textos en torno a las ciudades históricas y como respuesta, los testimonios de divulgación local y la puesta en práctica de acciones de conservación de patrimonio en los monumentos.

Bibliografía y referencias

- ARJONA, A.R. (2017). "El señor Fu y las flores". *Córdoba*. Diario Córdoba. En línea: <<https://www.diariocordoba.com/cordoba-ciudad/2017/05/31/senor-fu-flores-36633029.html>> [Consulta: 22.11.2021]
- AYTO. DE CÓRDOBA (s/f). Plan estratégico de turismo de Córdoba 2015-2019. En <https://www.turismodecordoba.org/84/gdocumental/115_a42_c7/plan_estrategico_turismo_cordoba2015_2019.pdf> [Consulta: 18.11.2021].
- ESCUADERO, A. (Coord.) (s/f). *Historia de los carteles turísticos de España. Ocho décadas vendiendo España en el mundo a través de sus carteles*. Centro Virtual Cervantes. En línea: <<https://cvc.cervantes.es/artes/muvap/sala9/default.htm>> [Consulta: 22.11.2021]
- AGUAYO EGIDO, F. (2018). *Córdoba en los viajeros francófonos del siglo XIX*. Córdoba: Diputación de Córdoba.
- BALDELLOU, M.A. (1990) *Ricardo Velázquez Bosco*. Madrid: Ministerio de Cultura.
- BAROJA, P.: (1980) *La feria de los discretos*. Madrid: Espasa Calpe.
- BRANDIS, D. (2009). "La imagen cultural y turística de las ciudades españolas Patrimonio de la Humanidad". En: Miguel Ángel Troitiño coord., *Ciudades Patrimonio de la Humanidad: Patrimonio, Turismo y Recuperación Urbana*. Sevilla: Universidad Internacional de Andalucía/Junta de Andalucía, pp. 72-99.
- EGEA FERNÁNDEZ-MONTESINOS, A. (Com). (2015). *La imagen de España en los viajeros extranjeros. La colección de libros de viaje del Instituto Cervantes de Londres*. Centro Virtual Cervantes. En línea: <<https://cvc.cervantes.es/literatura/viajeros/default.htm>>. [Consulta: 18.11.2021]
- GÁMIZ GORDO, A. (2010). "Las vistas de España del viajero David Roberts, pintor de paisajes y arquitecturas, hacia 1833", *EGA: revista de expresión gráfica arquitectónica*, nº. 15, pp. 54-65. <https://doi.org/10.4995/ega.2010.992>.
- GÁMIZ GORDO, A.; GARCÍA ORTEGA, A. J. (2012). "La primera colección de vistas de la Mezquita-Catedral de Córdoba en el voyage de Laborde (1812)", *Archivo Español de Arte LXXXV*, 338, pp. 105-124. <https://doi.org/10.3989/aearte.2012.v85.i338.500>.
- GÁMIZ GORDO, A.; GARCÍA ORTEGA, A. J. (2018). "Dibujos de Richard Ford en Córdoba (1831)", *Arte y Ciudad - Revista de Investigación* nº 13, pp. 143-158. <https://doi.org/10.22530/ayc.2018.N13.471>.
- GARCÍA ALCÁZAR, S. (2009). *La ideología romántica en la restauración monumental en España durante el siglo XIX*. Ciudad Real: Universidad de Castilla- La Mancha.
- GARCÍA ALCÁZAR, S. (2011). "La huella romántica en la restauración monumental decimonónica en España", *Anales de historia del Arte*, Volumen Extraordinario, pp. 197-210. https://doi.org/10.5209/rev_ANHA.2011.37457.

- GARCÍA HERNÁNDEZ, M.; DE LA CALLE VAQUERO, 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*. Vol. 8, n.4, pp. 609-626. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2010.08.052>.
- GARCÍA MARTÍNEZ, C. (2011). "La imagen en el turismo urbano: revisitando el Toledo romántico", *Cuadernos de Turismo*, n.27, pp. 437-453.
- GONZÁLEZ, A.J. (2009). *Postales Andaluzas. Rafael Señán y la fotografía turística (1864-1911)*. Córdoba: Catálogo de exposición, Obra Social y Cultural de Cajasur.
- GONZÁLEZ-VARAS, I. (2018). *Conservación de bienes culturales. Teoría, historia, principios y normas*. Madrid: Cátedra.
- HENARES CUÉLLAR, I. (1982). *Romanticismo y teoría del arte en España*. Madrid: Cátedra.
- HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, F. (1998). "Las revistas románticas españolas y su visión del patrimonio arqueológico", *Complutum*, n.9, pp. 231-254.
- HERNÁNDEZ, J. (2008). *La imagen turística de Andalucía*. Sevilla: Centro de Estudios Andaluces.
- HERNANDO, J. (1995). *El pensamiento romántico y el arte en España*. Madrid: Cátedra.
- LAGUNA BOLÍVAR, A.; ROYO NARANJO, L. (2020). "La percepción del escenario turístico en Córdoba (Andalucía, España): orígenes, dificultades y propuestas para una mejor convivencia entre turismo y patrimonio en la era postcovid-19." En: *Ramón Rivera Espinosa coord., Actas del XIV Congreso Internacional Virtual sobre Turismo y Desarrollo*, Málaga: Servicios académicos intercontinentales, pp.464-479.
- LÓPEZ ONTIVEROS, A. (1991). *La imagen geográfica de Córdoba y su provincia en la literatura viajera de los siglos XVIII y XIX*. Córdoba: Monte de Piedad y Caja de Ahorros de Córdoba.
- MUDARRA BARRERO, M. (1990). *Arte y teoría estética del romanticismo al simbolismo: la familia cordobesa de los Romero*. Granada: Universidad de Granada.
- NIETO CUMPLIDO, M. (1984). "La arqueología medieval cordobesa en el siglo XIX.", *Boletín de la Real Academia de Córdoba de Ciencias, Bellas Letras y Nobles Artes*, Córdoba, Año LV, n. 106 (en.-jun. 1984), pp. 71-102.
- NOGUERA GIMÉNEZ, J.F. (2002). "La conservación activa del patrimonio arquitectónico", *Loggia: Arquitectura y restauración* n°13, pp. 10-31. <https://doi.org/10.4995/loggia.2002.3569>.
- ORTEGA CANTERO, N. (2002). "Los viajeros románticos extranjeros y el descubrimiento del paisaje de España", *Disparidades. Revista de Antropología*, Vol 57, n. 2, pp. 225-244. <https://doi.org/10.3989/rdtp.2002.v57.i2.181>.
- PALENCIA CEREZO, J.M. (1995). *Setenta años de intervención en el Patrimonio histórico-artístico cordobés*. Córdoba: Cajasur Obra Social y Cultural.
- PALENCIA CEREZO, J.M. (1996). "La obra escrita de Rafael Romero Barros". En: *Joaquín Criado Costa coord., Actas de las Jornadas sobre Rafael Romero Barros y la Córdoba de su tiempo* (20,21 de diciembre

de 1995). Córdoba: Real Academia de Córdoba, de Ciencias, Bellas Artes y Nobles Letras y Diputación Provincial de Córdoba, pp. 103-114.

PUCHE RUIZ, M.C. (2019). "El sueño de Andalucía en el primer cine francés (1909-1929)". En: *Luis Méndez Rodríguez coord., Arte y turismo: la identidad andaluza en la configuración cultural de Europa*. Sevilla: Universidad de Sevilla, pp. 175-192.

RAMÍREZ DE ARELLANO, T. (1973). *Paseos por Córdoba [1873]. Prólogo de Miguel Salcedo Hierro*. León: Editorial Everest.

RAMÍREZ DE LAS CASAS-DEZA, L.M. (1866). *Descripción de la Iglesia Catedral de Córdoba*. Córdoba: Imprenta de Rafael Rojo y Compañía.

RAMÍREZ DE LAS CASAS-DEZA, L.M. (1976): *Indicador cordobés*. León: Editorial Everest.

RAMÍREZ JEREZ, P. (2012). "Rafael Conde y Luque, Conde de Leyva, miembro de la Real Academia de Ciencias Morales y Políticas", *Boletín de la Real Academia de Córdoba de Ciencias, Bellas Letras y Nobles Artes*, Córdoba, pp. 191-195.

RIVERA BLANCO, J. (2013). "Torres Balbás y la "restauración moderna y científica" en España: un restaurador de nivel internacional". En: *M^a del Mar Villafranca Jiménez coord., Leopoldo Torres Balbás y la restauración científica: ensayos*. Granada: Patronato de la Alhambra y Generalife, Sevilla: Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico, pp. 289-316.

ROBERTSON, Ian (1984). *Los curiosos impertinentes. Viajeros ingleses por España desde Carlos III hasta 1855*. Barcelona: Serbal.

ROMERO BARROS, R. (1883). *Manuscrito del Inventario para el Museo Arqueológico de Córdoba [Papel]. Colección Familia Romero de Torres (Caja 4/6)*. Archivo Histórico Provincial de Córdoba.

ROMERO BARROS, Rafael (1884). "La sinagoga de Córdoba, hoy ermita dedicada al culto bajo la advocación de San Crispín". *Edición digital a partir del Boletín de la Real Academia de la Historia*, Tomo 5, pp. 234-264. En línea: <<http://www.cervantesvirtual.com/obra/la-sinagoga-de-crdoaba-hoy-ermita-dedicada-al-culto-bajo-la-advocacin-de-san-crispn-0/>>. [Consulta: 18/11/2021].

ROMERO BARROS, Rafael (1892). *Córdoba monumental y artística. Edición facsímil con introducción por M. Mudarra Barrero, 1991*. Córdoba: Caja provincial de ahorros de Córdoba.

ROYO NARANJO, L. (2013). *Turismo, desarrollo, arquitectura. La aventura de la modernidad*. Sevilla: Junta de Andalucía Consejería de Fomento y Vivienda.

ROYO NARANJO, L. (2019). "Conflictos y derivaciones de un proceso de "turistización" en el centro histórico de Málaga", *Revista PH*, n. 98, pp. 382-385. <https://doi.org/10.33349/2019.98.3612>.

RUIZ ALCUBILLA, D. (coord.) (1997). *Concepto de Belleza en el pensamiento estético de Rafael Romero Barros. Edición facsímil con estudio de Mercedes Mudarra Barrero*. Córdoba: Diputación de Córdoba.

RUIZ ZAFRA, G. (2020). "El turismo de masas como agente transformador de la ciudad: urbanismo vs. turismo", *Journal of Tourism and Heritage Research* vol 3, n.2, Universidad de Córdoba, pp. 188-206.

SAZATORNIL RUIZ, L. (2019). "L'Andalousie au temps des maures. La explotación de la imagen artística de Andalucía en París, 1900". En: *Luis Méndez Rodríguez coord., Arte y turismo: la identidad andaluza en la configuración cultural de Europa*. Sevilla: Universidad de Sevilla, pp. 141-174.

TROITIÑO, M.A., TROITIÑO, L. (2016): "Patrimonio y turismo: reflexión teórico-conceptual y una propuesta metodológica integradora aplicada al municipio de Carmona (Sevilla, España)", *Scripta Nova, revista electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, vol. XX, núm. 543, pp. 527-551. <https://doi.org/10.1344/sn2016.20.16797>

VELÁZQUEZ BOSCO, R. (1923). *Excavaciones en Medina Azahara : memoria sobre lo descubierto en dichas excavaciones / redactada por D. Ricardo Velazquez Bosco*. Madrid: Junta Superior de Excavaciones y Antigüedades. En línea: <<http://www.bibliotecavirtualdeandalucia.es/catalogo/es/consulta/registro.cmd?id=1014114>> [Consulta 23.11.2022].

VERDÚ PERAL, A.; GONZÁLEZ, A.J. (coord.) (2017). *Los Garzón, kalifas de la fotografía cordobesa*. Córdoba: Ayuntamiento de Córdoba.

ZAPATA PARRA, J.A. (2004). "Rodrigo Amador de los Ríos: la defensa del Patrimonio y la Arqueología", *Revista ArqueoMurcia* n° 2, pp. 1-70.



LOURDES ROYO NARANJO

Profesora titular de Universidad en el Departamento de Historia, Teoría y Composición Arquitectónica de la Escuela Técnica Superior de Arquitectura de la Universidad de Sevilla. En el año 2002 obtiene la Licenciatura en Historia del Arte por la Universidad de Málaga y años más tarde finaliza sus estudios de Grado en Conservación y Restauración de Bienes Culturales por la Universidad de Sevilla. Directora del grupo de investigación HUM-1050 GAP. Grupo de Acción Patrimonial y responsable del proyecto de Investigación en curso “Diseño de una metodología de intervención en los espacios transversales de los cauces urbanos: El caso del Guadalmedina a su paso por Málaga”. Los primeros años de Doctorado los realiza en el Programa de la Universidad de Málaga, *Concepto y Teoría del Arte y del Patrimonio Cultural*. Tras la obtención de una beca FPU del entonces Ministerio de Educación y Ciencia (2005-2010) para la realización de su tesis doctoral en la ETSA de la Universidad de Sevilla: *Málaga 1930-1980. Turismo, desarrollo, arquitectura. La aventura de la Modernidad*, y cuyos contenidos abordan el conocimiento en torno a la historia patrimonial de la Costa del Sol, así como el estudio de su formación urbana. Durante estos años ha realizado diferentes estancias de investigación predoctorales y postdoctorales en Universidades como la Universidad Técnica de Lisboa y la Universidad del Algarve, la Università degli Studi Roma Tre, la Universitat Politècnica de Catalunya y la Universidad de Málaga. Asimismo, ha participado en numerosos Congresos Internacionales sobre urbanismo y ordenación del territorio, turismo, patrimonio, arte y arquitectura del siglo XX. Desde este ámbito de conocimiento se van desarrollando las líneas principales de investigación, siendo el patrimonio, el arte y el fenómeno turístico los ámbitos principales de trabajo desde los que se llevan a cabo aportaciones a la comunidad científica en forma de publicaciones de libros, capítulos y artículos en revistas de elevado impacto científico, así como de carácter nacional e internacional. Es destacable asimismo la transferencia de la investigación realizada, que llega a materializarse en contratos con el Arzobispado de Sevilla, el Ayuntamiento de Málaga, la Confederación Hidrográfica de Andalucía, el Ayuntamiento de Sevilla o instituciones de elevado prestigio en el campo del patrimonio como el Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico.



ÁNGELA LAGUNA BOLÍVAR

Licenciada en Historia del Arte por la Universidad de Córdoba y posee un Máster en Educación Secundaria

Obligatoria por la misma. En 2018 cursó el Máster en Arquitectura y Patrimonio Histórico por la Universidad de Sevilla y desde su realización está vinculada al Departamento de Historia, Teoría y Composición Arquitectónicas donde, junto con su tutora Lourdes Royo Naranjo, lleva a cabo su tesis doctoral basada en la construcción patrimonial de la ciudad de Córdoba durante del siglo XIX, donde analiza los factores externos que condicionaron la visión de la ciudad y el trabajo de los eruditos locales que ayudaron a la salvaguarda de los monumentos. Hace especial incidencia en la visión romántica del viajero y en cómo ésta ha incidido en la percepción del paisaje patrimonial durante el XIX y su desarrollo hasta nuestros días. Asimismo, en el presente curso ha empezado a formar parte del Grupo de Investigación HUM1050 "GAP Grupo de Acción Patrimonial: Arquitectura, Lugares, Turismo y Género" de la Universidad de Sevilla, donde está llevando a cabo comunicaciones y diferentes participaciones en congresos. Actualmente compagina su labor de investigación trabajando como Guía Oficial de la Junta de Andalucía en la ciudad de Córdoba, donde es Intérprete del Conjunto Monumental Mezquita-Catedral de Córdoba.