

LAS FIESTAS QUE POTENCIAN **EL TURISMO CULTURAL** EN LA CIUDAD DE CÓRDOBA DURANTE EL MES DE MAYO: los patios, las cruces, la batalla de las flores y la feria de la salud

RESUMEN:

La ciudad de Córdoba es un escaparate de culturas (árabe, cristiana y judía) con grandes monumentos y actividades relacionadas con ellas, que pueden ser observadas por los turistas. En este artículo se analiza los cuatro eventos principales de la oferta turística en mayo con varios siglos de tradición: la batalla de las flores, la feria, los patios y las cruces (siendo estos dos últimos eventos objeto de concurso y por lo tanto muy visitados), teniendo todos ellos, como característica común el ambiente alegre que rodea a estas fiestas, así como la participación de distintas hermandades, asociaciones y cofradías en la organización de estos festejos que se ofrecen al exterior como un reclamo atractivo de turismo cultural.

Palabras claves:

Turismo cultural, Córdoba, patios, feria, cruces.

THE FESTIVITIES THAT POTENTIALIZE CULTURAL **TOURISM IN CÓRDOBA** CITY IN MAY; THE YARDS, THREE CROSSES, THE FLOWERS BATTLE, THE HEALTH FAIR

Key words:

Cultural tourism, Córdoba, patios, fair, crosses.

SUMMARY:

The city of Córdoba is a showcase of cultures (Arab, Christian and Jewish) with great monuments and activities related to them, which can be watched by tourists. This paper analyzes the four main events of tourism in May with centuries of tradition:

the battle of the flowers, the fair, the patios and the crosses (the latter two events under contest and therefore very visited), all of them, as a common characteristic the cheerful atmosphere surrounding these parties, and the participation of various guilds, associations and guilds in organizing the festivities offered abroad as a cultural tourism attraction claim.

INTRODUCCIÓN

España es un país que cuenta con una vasta cultura acumulada a lo largo de siglos de historia, que se ha visto reflejada en obras arquitectónicas catalogadas como monumentos, bien sean

religiosos (como la catedral de Santiago de Compostela, la Mezquita Catedral de Córdoba, innumerables ermitas¹ que existen repartidas a lo largo de la geografía española, etc.) o civiles, como edificios u obras públicas (acueducto de Segovia, baños califales, etc.), estas obras han sido la expresión de un conjunto de culturas que se han ido yuxtaponiendo y mezclándose hasta la actualidad (ibérica, visigoda, romana, árabe, etc..) forjando la cultura española actual, la cual abarca desde su expresión gastronómica (platos típicos), religiosa (cristiana, musulmana y judía), folclórica (fiestas, ferias) y patrimonial.

Esta variedad de atractivos que pueden ser visitados, degustados u observados hacen que se logre ofertar un turismo cultural variado, el cual será bueno, si los distintos agentes (públicos y privados) que intervienen (conservación, difusión, comercialización) ofrecen un producto de calidad que consiga ser apreciado por el turista (Richards, 2010 y Romero, 2001).

En los tiempos actuales donde la globalización permite que las personas puedan viajar y conocer lugares diferentes al de su residencia habitual, hacen que la ciudad de Córdoba (España), por la mezcla de cultura y de historia que posee, se convierta en un mercado receptor de *turismo cultural*.

Para analizar la oferta de turismo cultural es necesario definir ese concepto siendo una de las conceptualizaciones más apreciadas a nivel internacional² la de SECTUR-CESTUR³ (2002) el cual lo define como "aquel viaje turístico motivado por conocer, 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", por tanto el turismo cultural englobaría varias sub-clasificaciones de turismo (Millán et al. 2011).

Turismo arquitectónico.- El objetivo es visitar y conocer las obras arquitectónicas del lugar, edificios, obras públicas, monumentos, etc. (Troitiño y Troitiño, 2009).

Turismo gastronómico.- El cual se realiza

¹ Capillas o pequeños santuarios situados en un lugar alejado de las poblaciones y dedicado al culto religioso.

² Definición muy citada en textos científicos

³ Secretaría de Turismo (SECTUR) y Centro de Estudios Superiores en Turismo (CESTUR) gobierno de México

para conocer el proceso de elaboración de productos típicos de una zona geográfica (vino, aceite, etc.) y degustación de los mismos.

Turismo de exposición.- La finalidad del viaje es visitar una exposición cultural, pictórica, productos de artesanía, etc.

Turismo religioso.- Es aquel que se realiza por motivos espirituales con el fin último de visitar un lugar religioso.

Turismo industrial.- En este tipo de turismo se visitan empresas que están en desuso (minas) o en activo para conocer el proceso productivo

Turismo de compras.- Es el que se realiza en una determinada zona, cuyo objetivo es la compra de productos, que no tienen por qué ser típicos del lugar sino que pueden ser de otras regiones o países, con la ventaja de ser más baratos para el consumidor final, por ser ciudades puerto franco al no pagar determinados impuestos (Ceuta, Gran Canarias).

Turismo de idiomas.- El objetivo de este tipo de turismo es aprender un idioma y su cultura.

Turismo étnico folclore.- El turista desea conocer el folklore y tradiciones festivas del entorno que visita, siendo este tipo de turismo el que analizaremos en esta investigación.

El Turismo Cultural, por tanto juega un papel muy importante para dar a conocer, preservar y disfrutar el patrimonio cultural y turístico de un país (Amaya, 2006). De ahí la importancia de este estudio que pretende analizar la oferta de turismo cultural en la ciudad de Córdoba en una fecha concreta el "mes de mayo Cordobés", ya que este abarca más del 90% de los eventos folklóricos culturales del año, para que se le dé un tratamiento adecuado desde una perspectiva de mercado, y traiga como consecuencia, la satisfacción del cliente, la conservación del patrimonio de uso turístico, el desarrollo económico y social de la ciudad y que pueda generar empleo en esta época de crisis económica, como indica Toselli (2006) el turismo cultural puede ser un positivo instrumento de desarrollo local y regional.

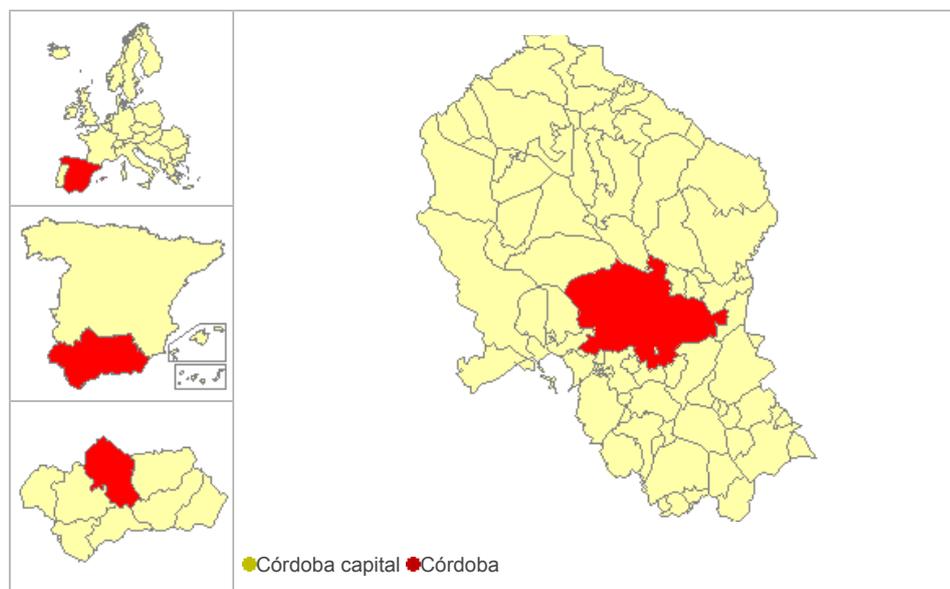
ANÁLISIS SOCIO DEMOGRÁFICO DE LA CIUDAD DE CÓRDOBA

Córdoba es una ciudad de interior ubicada en el sur de España (Comunidad Autónoma Andaluza). Tiene una superficie de 1.255,2 km², cuenta con 328.659 habitantes y una renta media por habitante de 19.205,6 euros/año.

Su actividad principal está ubicada en el sector servicios (comercio, hostelería, educación y sanidad), donde predominan las pequeñas empresas (96,8%, sólo el 3,2% tiene más de 20 empleados), su tasa de empleo y de paro es del 40,17% y 32,67% (INE,2012) respectivamente siendo de las más bajas en empleo y de las más altas en paro de España, necesitando una actividad perteneciente al sector terciario que reavive la economía local, generando riqueza y puestos de trabajo, aprovechando los recursos naturales que posee (Martos y Pulido, 2010, Velasco,2009). Además, su buena comunicación por carretera y tren con el resto de las ciudades y su clima favorable, son las fortalezas principales de esta ciudad que hacen de ella una elección interesante para ser conocida y visitada en cualquier época del año.

Para atender al turismo cuenta con 49 hoteles que ofertan 6.077 plazas hoteleras, siendo el grado de ocupación mayor en el mes de mayo, que gira en torno al 72%, el resto del año la media se sitúa entorno el 39%.

Mapa 1. Localización geográfica de la ciudad de Córdoba



Fuente: SIMA, 2012

Córdoba está catalogada como ciudad de paso en el corredor que une la capital de España con Andalucía, al estar tan cerca de la capital de la Comunidad Autónoma (Sevilla) 132km [cuyo recorrido en tren es de 35 minutos] hacen que la media de pernoctaciones de los turistas sea muy baja [1,3días], se necesita por lo tanto una oferta que permita retener al turista un mayor número de días

lo que supondría más riqueza para la ciudad y lo que se pretende con el mes de mayo es que sea un escaparate festivo para el turista con una buena oferta complementaria de ocio.

Históricamente, la ciudad es conocida por ser la capital de los omeyas⁴ con la mezquita como monumento relevante, el transcurrir de los siglos y el asentamiento de otras culturas como al judía con su sinagoga y barrio judío (popularmente conocido como Judería⁵), proveen al turista (especialmente el norteamericano y japonés) que visita la ciudad la imagen de una ventana abierta a la cultura.

⁴ Tribu árabe descendiente del profeta Mahoma que ejerció el poder califal, primero en Oriente, con capital en [Damasco](#), y luego en [al-Ándalus](#), con capital en [Córdoba](#).

⁵ Declarado Patrimonio de la Humanidad por la Unesco en 1994

El mes de mayo es considerado el período turístico por excelencia para la ciudad de Córdoba (temporada alta), pues a lo largo de los 31 días se dan cita varios festejos arraigados en la cultura popular, ofreciendo un calendario cultural amplio que va desde un espectáculo flamenco, una corrida de toros, una función de teatro, o eventos que se realizan cada año, como cruces, feria, etc., hacen que la escena cultural de la ciudad ofrezca para cada gusto lo adecuado independientemente de la edad del visitante.

La ciudad, además cuenta con una serie de

museos: arqueológico, taurino, pictórico, que refuerzan por tanto, la oferta turística, que se centra principalmente en la mezquita catedral y el alcázar, complementando los eventos folklóricos la oferta cultural del mes de mayo.

Gracias a la buena comunicación y a su clima favorable, una visita a la ciudad o a su provincia es una elección interesante en cualquier época del año, concepto que las entidades públicas y privadas relacionadas con el turismo quieren vender para captar potenciales clientes que la visiten.

LA OFERTA DE TURISMO CULTURAL EN LA CIUDAD DE CÓRDOBA “MES DE MAYO”

Esta es una de las fiestas⁶ más importantes y trascendentes de la ciudad de Córdoba. Su repercusión no sólo es local, provincial o nacional, sino que excede hasta el plano internacional. Numerosas agencias de viajes extranjeras ofrecen esta ciudad, en este período como un reclamo festivo-cultural de gran interés turístico, donde se da lugar una primavera exultante de azahar, luz y buen clima. Como curiosidad y muestra de la idiosincrasia cordobesa la primera celebración se da cita el último domingo de abril. Es la llamada “Batalla de la Flores”, en la que se pueden observar pasacalles llenos de colorido y atrezo cordobés, donde un nutrido número de carrozas recorren la ciudad lanzando flores como símbolo de la peculiar llegada de la primavera cordobesa.

El turista en este encuentro inicial con el mayo cordobés recibe la primera impresión de lo que va a ser esta celebración: alegría y devoción a todo lo que cultural y tradicionalmente representa este período para los cordobeses. Posteriormente y como comienzo el día 1 y hasta el primer fin de semana, se produce otro de los acontecimientos más pintorescos de plazas y rincones recoletos: “Las Cruces”. Sobre un bastidor en forma de cruz cristiana se colocan por lo general vistosos claveles de diversos tonos que ofrecen al visitante un símbolo muy cordobés de la Resurrección y la primavera. Las cruces suelen ser las protagonistas a cielo abierto de lugares emblemáticos turística y culturalmente, donde las fuentes, los parterres

y las macetas comienzan a invitarnos a lo que posteriormente nos ofrecerá el mayo cordobés, como es la Feria de Ntra. Sra. de la Salud.

Concluidas “Las Cruces”, dos acontecimientos comenzarán paralelos. Uno la “Cata de Vino” y otro “Los Patios”. El primero durará una semana y el segundo dos. Tanto uno como otro son de gran interés turístico y hasta comercial como es el caso de La Cata, como coloquialmente se le denomina. En él la promoción de los vinos Montilla-Moriles son los protagonistas, abanderados por las distintas bodegas de la zona. Una oportunidad única para que el turista saboree el espíritu de esta cultura tan cordobesa del vino. La Cata, es un perfecto trampolín para trasladarnos a Los Patios, que como la propia palabra indica son los tradicionales patios de las casas típicas cordobesa, adornados de macetas con claveles, gitanillas⁷, geranios y plantas ornamentales y aromáticas como la dama de noche, que visten de magia sobre todo la noche vernal cordobesa. El turista al visitar el patio percibe toda la riqueza del estilo y costumbres cordobesas: patios refrescados de plantas recién regadas que invitan a la tertulia tranquila y sosegada bajo un maravilloso cielo estrellado. Por supuesto, los patios engalanados compiten unos con otros en sin par duelo de belleza y pintoresquismo.

El final del Mayo Cordobés viene de la mano de la Feria de Ntra. Sra. De la Salud. Es el epílogo y la recapitulación de todas las fiestas que durante este mes le han antecedido. Actual-

⁶ Se considera el mes de mayo una fiesta formada por un conjunto de eventos.

⁷ Variedad de geranio de hoja más suave y color más vistoso

mente celebrada en el recinto de El Arenal, un nutrido grupo de asociaciones entre ellas sindicatos, peñas, partidos políticos, facultades, hermandades... instalan sus casetas con todos los ingredientes de las anteriores fiestas mencionadas: flores, música popular como las sevillanas, guirnaldas, etc... No podemos olvidar del atrezo típico cordobés para esta cita: el traje de gitana para ella y el corto para él. Por supuesto, es una fiesta familiar en donde los pequeños y más jóvenes también tienen su sitio, en las numerosas atracciones que se desarrollan en el amplio recinto. Durante esta última etapa, el número de visitantes es nutrido y numeroso. Turistas provenientes de todos los puntos, no sólo de la provincia, sino del país y del extranjero se visten de alegría, cultura y fiesta durante esta tradicional feria.

A) BATALLA DE LAS FLORES

El "Mayo Cordobés", mes por antonomasia, arranca con la "Batalla de las Flores, fiesta reconocida a nivel nacional y últimamente a nivel internacional debido a la promoción de los operadores turísticos internacionales.

El origen de la fiesta no se conoce con certeza, sin embargo, y quizá por similitud, podría tener un origen similar a los festejos hermanos que se realizan en la ciudad de Valencia o el pueblo de Laredo (Cantabria), cuyo origen se remonta a finales del siglo XIX y principios del XX. También existe constancia de celebraciones parecidas en otras ciudades del mundo; no obstante es difícil determinar el origen de esta fiesta.

En Córdoba la fiesta se registra desde los años 40 del siglo pasado; aunque produciéndose un vacío de varios años. No será hasta mediados de los 80 cuando se vuelva a recuperar, celebrándose continuamente hasta nuestros días.

El escenario en el que se reúnen las más de veinte carrozas que realizan este floral periplo es el Paseo de la Victoria. Allí dichas carrozas lucen el esfuerzo creativo que las ha configurado. Son adornadas con vistosas flores de papel imitando a los elementos típicos cordobeses como arcos de herradura de la Mezquita- Catedral de Córdoba e imágenes de San Rafael, Custodio de la ciudad.



MILLÁN, Concepción. Carroza peña y coro Rociero Ritmo y Compás durante el recorrido por la ciudad en la batalla de las flores 2012

La batalla de las flores es protagonizada por participantes que visten con los atuendos típicos cordobeses: traje de gitana y flamenco. Estos son los encargados de abrir la batalla que dará como resultado el lanzamiento de más de 140.000 claveles variopintos, y que servirán para que los visitantes los vuelvan a lanzar contra las carrozas, obteniendo un espectáculo alegre, divertido y lleno de color que da protagonismo al turismo.

El desfile siempre es acompañado por una banda de música, tras la cual va el vehículo de la Federación de Peñas, entidad encargada de organizar y promover dicho evento. A continuación se disponen una veintena de carrozas representati-

vas de las distintas peñas o asociaciones cordobesas, todas marcadas por el colorido y la plasticidad que le dan las flores de papel creadas por sus socios, en cuyo trabajo pueden invertir más de seis meses creando un ambiente de compañerismo entre los miembros de la peña que culmina en un diseño muy bien elaborado. Algunas de ellas han formado parte de las romerías de Linares y Santo Domingo celebradas en los dos últimos domingos del mes de abril. El colofón viene de la mano de la carroza de las Guapas Oficiales de la Primavera Cordobesa, las cuales han sido elegidas por los propios peñistas en un casting de mujeres cordobesas.



MILLÁN, Concepción. Carroza camino del Santuario de Santo Domingo (al fondo de la fotografía) fin del recorrido de la batalla de las flores 2012

B) CRUCES

Del 1 de mayo hasta el primer fin de semana de este mes se celebran las Cruces de Mayo. El origen de esta celebración obedece a varias hipótesis. Una de ellas es que la fiesta proviene de celebraciones paganas, donde una joven coronada de flores y vestida de blanco, denominada "Maya", en alusión al mes de las flores, daba culto a la primavera. Otros historiadores datan su origen en épocas romanas, ya que el día 3 de mayo Santa Elena halló la Santa Cruz, que fue depositada sobre personas para comprobar su autenticidad y éstas quedaron curadas. Santa Elena, el día de su muerte rogó que los cristianos celebraran el día que se halló la cruz.

Esta fiesta se celebra en muchos países de origen hispano, normalmente el día 3 de mayo, mientras que en Córdoba dura del 27 de abril al 1 de mayo organizándose concursos donde compiten las cruces en diversas modalidades siendo muy visitadas por los turistas.

Tampoco se sabe con exactitud cuándo comenzó a celebrarse esta tradición popular, aunque se tiene testimonio que durante los siglos XVIII y XIX tuvo gran éxito en muchas provincias españolas, quedando reducida en nuestros días a algunas ciudades.

En Córdoba el primer concurso de las Cruces de Mayo organizado por el ayuntamiento se celebró en el año 1953 el cual tuvo lugar conjuntamente con los patios, pues muchas de las cruces estaban ubicadas en ellos, pero al año siguiente se diferenciaron los concursos para darle mayor realce y vistosidad a cada evento.

Fueron las peñas, asociaciones dedicadas a promocionar la cultura cordobesa, las que en los años cincuenta y sesenta animaron esta festividad instalando cruces. Pero es a partir de 1974 cuando hubo constancia de que una hermandad y cofradía (Hermandad del Nazareno) empieza el montaje de una Cruz de Mayo, instalando una barra, que simulando las tradicionales tabernas ofrecen al visitante los caldos típicos de la tierra. Todo ello encauzado a obtener ingresos extras para obras de caridad, mantenimiento y restauración de sus pasos y cubrir parte de los gastos que originan el procesionar sus imágenes en Semana Santa, este hecho dio pie a que otras cofradías siguieran su ejemplo. En la actualidad, son éstas las principales participantes de este evento, pues han desplazado a las peñas que participan especialmente en las romerías. También algunas asociaciones de vecinos empezaron la instalación de Cruces desde mediados de los años setenta.

Por tanto, la festividad está organizada por cofradías de Semana Santa (principalmente), asociaciones y peñas. Todas compiten con sus cruces en el certamen. En el concurso se esta-

blecen tres modalidades de **Cruces: Cruces** en zona histórico-artística, **Cruces** de zonas modernas y **Cruces** en recintos cerrados. En el año 2012, un total de 15 cruces han competido por el primer premio en la categoría de casco histórico cuyo premio ha ascendido a 1.200 euros; 9 lo han hecho por la modalidad de recintos modernos con 900 euros de premio y 11, en recinto cerrado (700 euros). El presupuesto que el ayuntamiento de Córdoba ha destinado a esta fiesta en el año 2012 ha sido de 35.600 euros, los cuales han servido para subvencionar el montaje de las cruces y la publicidad de la fiesta, editándose 1.000 carteles y 10.000 mapas de ubicación de las cruces para que el turista pueda realizar las distintas rutas según los barrios donde se encuentran ubicadas. Este año, además, se ha incorporado un *código QR*⁸ para poder ver en el móvil ese mismo mapa.

El jurado del concurso (formado por representantes de los vecinos, las peñas, las cofradías, y representantes de empresas comerciales) ha sido el encargado de seleccionar las mejores, obteniendo el primer premio la que más adecuadamente represente el espíritu del mayo cordobés, así como de velar por el cumplimiento de las normas del certamen entre las que destacan la limpieza (cómo quedan las zonas de cruces) y la calidad: si una cruz no tiene la suficiente se descalifica (en el año 2012 han sido 17 las eliminadas).



MILLÁN, M^o Carmen. Cruz de la cofradía de la Paz y Esperanza ubicada en la Cuesta el Baillío

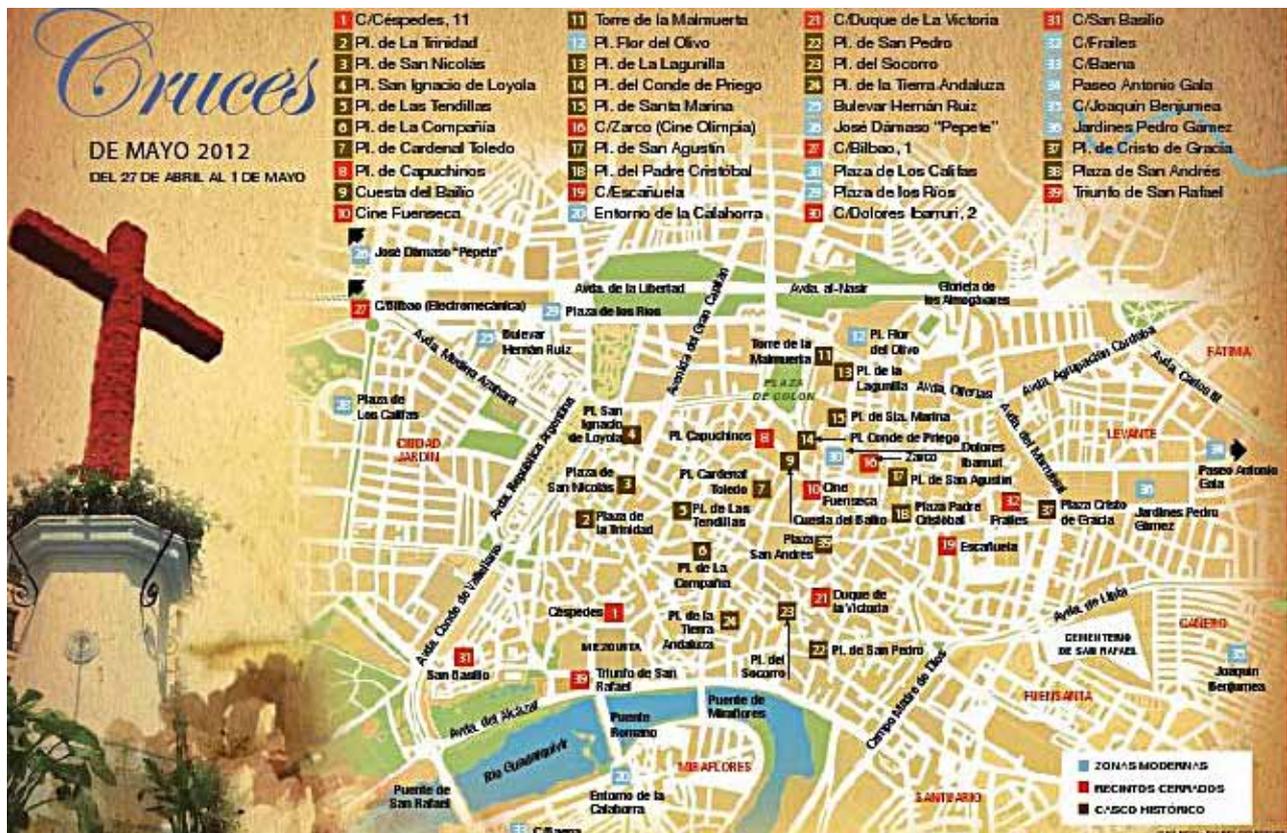
⁸ Módulo para almacenar información en una [matriz de puntos](#) o un [código de barras](#)

En Córdoba, lo tradicional es hacer una cruz de gran tamaño (aproximadamente de 3 metros) forrada con gran cantidad de flores que generalmente suelen ser claveles rojos y blancos. Todo esto acompañado de un elaborado decorado con los elementos más tradicionales del folclore cordobés: una guitarra; un sombrero cordobés; un pozo; una reja y numerosas macetas de gitanillas y geranios, ambas flores típicas cordobesas.

Por supuesto, junto a la cruz no puede faltar una barra o una verbena donde se pueda degustar las tapas más típicas de la ciudad, como son el salmorejo (elaborado a base de tomate

triturado y pan), el flamenquín cordobés o la clásica tortilla de patatas, acompañadas todas ellas por los vinos Montilla- Moriles. Tampoco puede faltar el baile al ritmo de las típicas sevillanas, dando como resultado un ambiente de gran interés turístico. Todo ello engrandecido por el concurso al que concurren las cuarenta cruces en liza, creándose itinerarios en función del tipo de concurso que opta la cruz, donde el turista puede apreciar la belleza creada en torno a la cruz, no sólo ornamental, sino culinario y musical, el conjunto de estos elementos en un ambiente festivo hace que el turista quede maravillado y con ganas de repetir el viaje en años siguientes.

Mapa 2. Localización de las cruces de Mayo en la ciudad de Córdoba



Fuente: Ayuntamiento de Córdoba

El único problema que se está planteando es, que dado el escaso tiempo que se puede disfrutar de esta festividad, no más de 4 días, y si la climatología no acompaña (principalmente la lluvia) como en estos dos últimos años (2011 y 2012) hacen que la mayoría de las cofradías,

asociaciones y peñas tengan pérdidas económicas con esta festividad y se estén planteando no seguir montándolas para el año próximo, a menos que se incrementen el número de días de la festividad, o se eleve la subvención que reciben.

C) LOS PATIOS

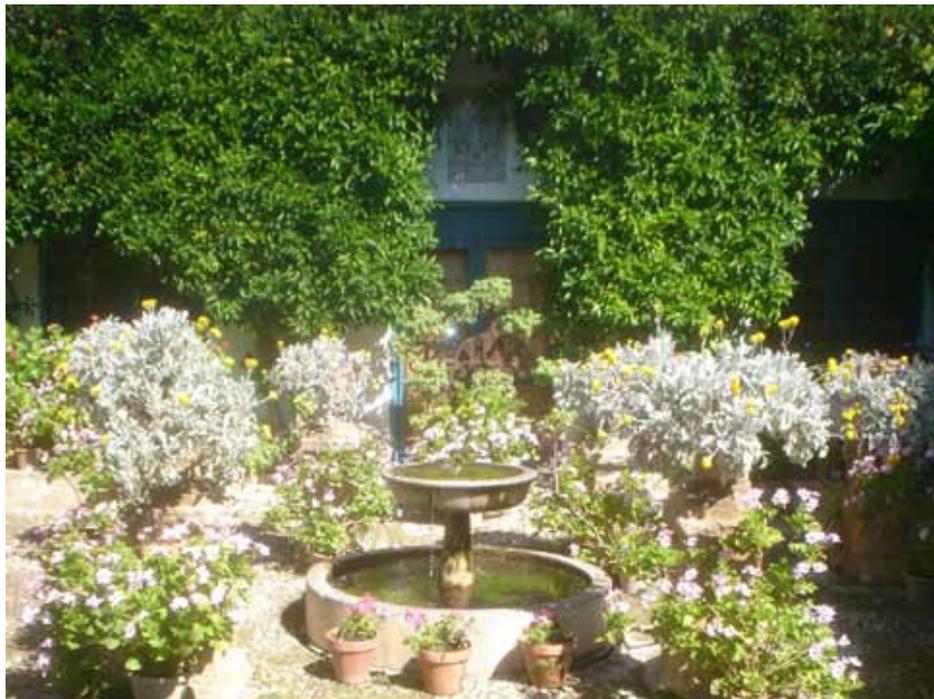
Otro atractivo turístico es el **Festival de los Patios Cordobeses**, fiesta de gran tipismo y colorido en las callejuelas y plazas del centro. Durante la misma se celebra un concurso en que se premiarán a los más destacados por su belleza. Esta tradición que data de 1918 mantiene en pie el gusto y el interés en la decoración de los patios cordobeses, considerados los más bellos de España.



MILLÁN, M^a Carmen. Patio calle moriscos

Esta fiesta dura casi dos semanas del 2 al 11 de mayo. Los patios son engalanados con el esfuerzo de sus propietarios para conseguir los prestigiosos premios que otorga el Ayuntamiento, están abiertos al público para el deleite de sus visitantes, donde la ornamentación floral es fundamental, imitan a las corralas o antiguas casas de vecinos, cuya vida social giraba en torno a un patio central donde se desarrollaba la actividad vecinal.

El Festival de los Patios es una de las fiestas con más repercusión socio-cultural de la ciudad durante todo el año. Estamos ante un Bien Intangible de la Humanidad. No obstante, esto no le quita ni un ápice de frescura a la celebración

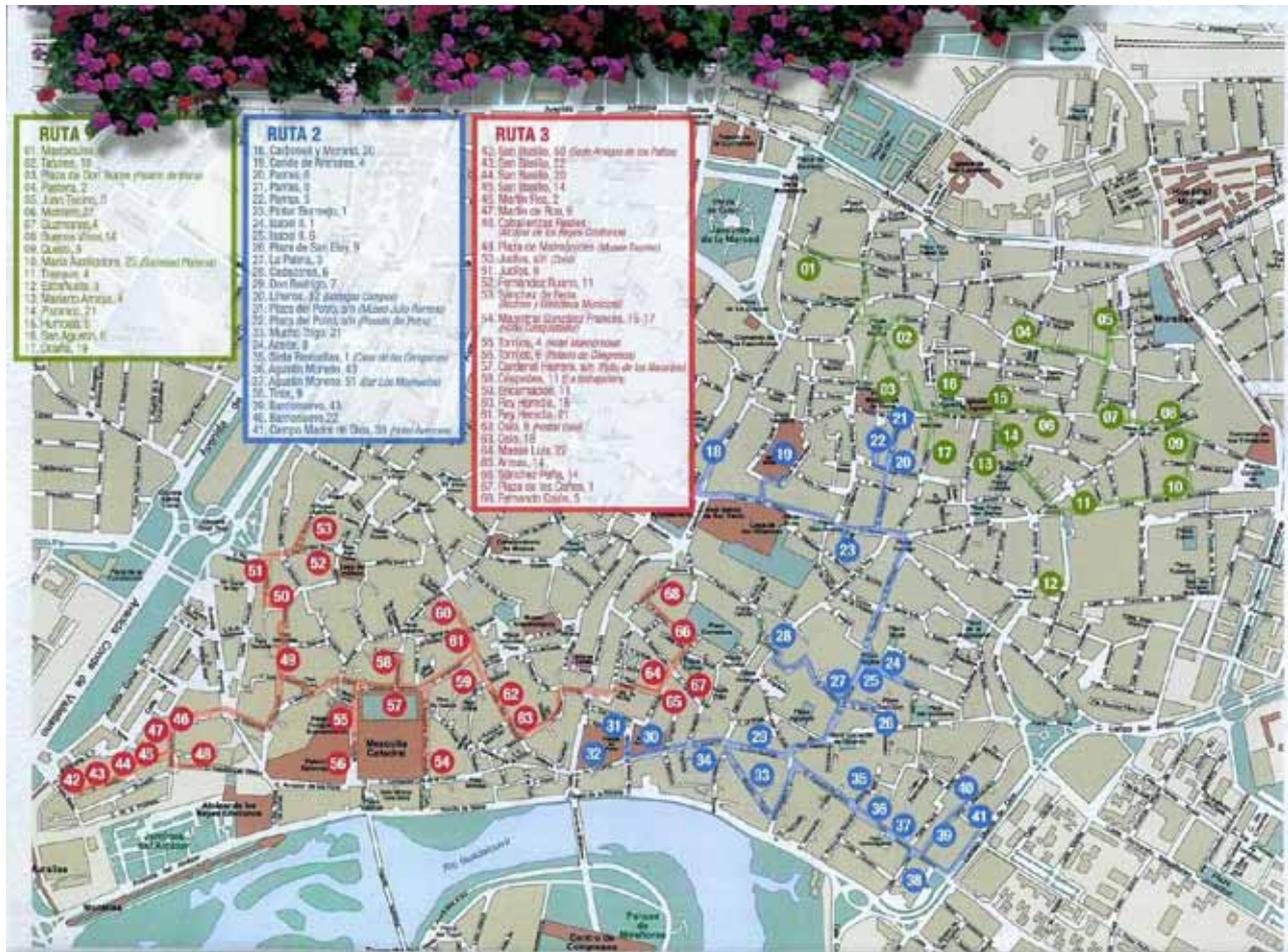


MILLÁN, M^a Carmen. Patio Palacio de Viana.

La mayoría de los patios que se abren al público entran a formar parte del concurso que dará como resultado el premio a los mejores patios. Por supuesto, para complementar la belleza, la plasticidad y el turismo de los patios, en sus alrededores se organizan verbenas donde se puede disfrutar de la amistad, la cocina y los vinos cordobeses. El concurso se organiza en dos tipos de premios: una categoría de Arquitectura Antigua, en la que entran a concurso aquellos patios que no han sido transformados y mantienen sus condiciones antiguas. Una segunda categoría es la denominada Arquitectura Moderna o Renovada, que como su propio nombre indica se trata de aquellos patios que han sido reformados o que reúnen elementos modernistas.

Para potenciar el carácter y la tradición de Los Patios, se organiza otro concurso paralelo titulado Rejas y Balcones. La idea es la misma que en el caso de los patios, esto es, exornar las rejas más típicas. La afluencia turística a todo lo que representa la fiesta de los patios es masiva.

Mapa 3. Localización de los patios en la ciudad de Córdoba



Fuente: Ayuntamiento de Córdoba

En el año 2012 se han presentado en Córdoba alrededor de una setentena de patios que han generado alrededor de 3,3 millones de euros de ingresos por turismo para la ciudad. Más de 28.140 turistas llegaron a la ciudad en mayo con el único fin de conocer estos recintos aunque el número de visitantes totales se cifró en 70.317, la mayoría residentes, y en 843.804 las visitas realizadas. Cada persona visitó varios patios ya que se crearon rutas en función de su proximidad, casi todos se ubicaron en el casco histórico de la ciudad que abarca a los barrios más antiguos: San Agustín, San Basilio, San Lorenzo, San Andrés y el entorno de la mezquita catedral.

D) FERIA NUESTRA SEÑORA DE LA SALUD

Y para finalizar el mes festivo se culmina con la feria de Nuestra Señora de la Salud del 19 al 26 de mayo, donde el turista puede deleitarse con la gastronomía cordobesa servida en las múltiples casetas y con las atracciones de feria.

El origen de esta feria es del siglo XIII (año 1280). Ese año el Concejo de Córdoba recibió el privilegio por parte del Rey Sancho IV de celebrar dos ferias de ganado al año: una en Cuaresma y otra en Cincuesma (Pentecostés), teniendo una duración cada una de 15 días. Fue en 1422 cuando la feria de la Cincuesma comenzó a celebrarse en los primeros días del mes de mayo.

La denominación de Ntra. Sra. de la Salud a la feria se produjo en el año 1665, debido al hallazgo, por parte de dos labradores, de una pequeña imagen de la Virgen en un pozo localizado en frente de la puerta de Sevilla. Las aguas de dicho pozo otorgaban la salud a quien las bebía, según figura en las crónicas de esas fechas. Con motivo del hallazgo se construyó una pequeña ermita en dicho lugar que indujo a la celebración de una feria los primeros días de Pentecostés, en dicha zona.

Desde los años 70 del siglo XX, este mercado de ganado que dio origen a la feria ha desaparecido y en el año 1994, la feria se trasladó definitivamente al recinto ferial de El Arenal, abandonando para siempre el lugar donde se mantuvo casi dos siglos. De la feria original queda sólo el ambiente folklórico y de baile. El turista nada más tiene que pasar la portada que da entrada a la feria (140 metros de largo por 45 de alto, imitación de la fachada de la mezqui-



MILLÁN, M^a Genoveva. Portada de la Feria Nuestra Señora de la Salud, 2012.

CONCLUSIONES

El mes de mayo cordobés es una fuente de riqueza para la ciudad, puesto que puede generar empleo, ya que cada año crece el número de turistas que visitan la ciudad por algunos de los acontecimientos que se ofertan, siendo el más importante de todos el de la Feria de la Salud.

Aunque la crisis ha afectado a las subvenciones (se han visto reducidas en un 35% en el último año), que reciben las distintos entes

(asociaciones, peñas, hermandades y cofradías) que organizan los eventos como los patios, las cruces, el "alma" del pueblo cordobés trata de resistir al envite de los tiempos y se siguen realizando las fiestas aunque reduciéndose el número de participantes pero mejorando la calidad. Según los afectados debería haber un mayor apoyo económico por parte de la corporación local (ayuntamiento) para que el evento tenga la calidad necesaria y que tanto gusta al turista, además solicitan que alguna de

ta –catedral, monumento más emblemático de la ciudad) para transportarse a un mundo festivo donde incluso el vestuario de las personas es diferente (traje de gitana o cordobesa). Esta indumentaria incluye los clásicos vestidos regionales que algunos turistas demandan como recuerdo de su visita por la ciudad.

La feria está dividida en dos partes una destinada a atracciones de feria (calle del infierno) y la otra a casetas. A diferencia de otras ciudades como Sevilla, más conocida a nivel internacional, la entrada a las casetas es libre para el público en general. Éstas son las zonas de reunión principales de la feria, están gestionadas por asociaciones, hermandades de Semana Santa, partidos políticos o instituciones. Tienen un diseño tradicional acorde con su finalidad, en el año 2012 el número de casetas fue de 115, cifra muy inferior a la de años anteriores como en el 1994 donde se llegó al número máximo de 184. La situación de crisis actual y el elevado coste de montaje 18000 euros (es el valor mínimo para casetas de 300 m² que son las de menor tamaño permitido) han sido las causas de su disminución.

La decoración de las casetas busca mantener la tradición de la arquitectura cordobesa, recreando las antiguas casas de vecinos y todos los aderezos presentes en ella: rejas, macetas, espacio de sillas, veladores, así como adornos típicos de la feria como farolillos, bombillas o guirnaldas. Las casetas cuentan con la barra donde se ofrecen platos típicos para el deleite del turista, amenizados con música flamenca.

las fiestas como las cruces se amplíe el plazo festivo, para poder disfrutar más de ellas.

Convendría por lo tanto incrementar el número de ayudas y la cuantía para el desarrollo de los distintos eventos del mes de mayo.

Es necesario que determinados festejos que sólo se realizan en el mes de mayo se puedan efectuar durante todo el año como los patios, pues las cofradías, hermandades, peñas y asociaciones encargadas de ellos, llevan a cabo una labor que dura todo este tiempo, sin embargo el turista actualmente sólo puede apreciarlo únicamente unos días al año. Los patios son el verdadero motor del mayo festivo pues podrían evitar la estacionalidad del turismo al ser visitados en cualquier fecha y crearían más empleos principalmente en el sector de la hostelería y restauración

El turista de estos eventos es principalmente local, aunque se está incrementando cada año ligeramente el nacional e internacional. Algunos turistas opinan que los precios de los alojamientos en la ciudad son muy caros en esas fechas y prefieren pernoctar en ciudades de alrededor o hacer visitas de un solo día, es por tanto el precio una variable que se debería analizar entre los responsables de restauración y alojamiento, y ofrecer un paquete conjunto de varios días a precios más asequibles que atraerían a más turistas.

La ciudad de Córdoba es un escaparate de cultura, gastronomía y belleza, siendo estos atractivos la fortaleza que cuenta esta ciudad para captar turismo especialmente internacional, de ahí la importancia para que las autoridades locales para consigan que la UNESCO reconozca las fiestas de los patios como patrimonio intangible de la humanidad y pueda atraer el turismo necesario para mitigar los niveles de paro de la ciudad.

Cada vez está más claro que Córdoba tiene mucho más que la Mezquita-Catedral, la joya que atrae a más visitantes. Los patios, los recintos y como testimonio de una forma de vida, las cruces en los lugares más emblemáticos de la ciudad, son también tesoros que hay que explotar. Atraen a turistas, logran pernoctaciones y generan beneficios.

BIBLIOGRAFÍA

Amaya, C. (2006): "[Relaciones entre el turismo y la cultura](#): turismo cultural y cultura turística en México y en Colima". [Estudios sobre las culturas contemporáneas](#), nº 24, pp. 9-33.

Martos, M.; Pulido J.I.(2010):"[Una aproximación al análisis de la actividad turística cultural en la ciudad](#)". [Papers de turisme](#), nº 47-48, pp. 38-57.

Millán, M. G.; Castro M.S.; Morales, E.(2011):"El turismo rural en Andalucía: Un análisis FODA". [Rosa Dos Vientos](#), nº 3(3), pp. 38-57.

Richards, G. (2010): "[Tourism development trajectories - from culture to creativity?](#)" [Encuentros Científicos - Tourism & Management Studies](#), nº 6, pp. 9-15.

Romero, C (2001):" [Ciudad, cultura y turismo: calidad y autenticidad](#)". [PH: Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico](#), nº 36, pp. 100-109.

SECTUR-CESTUR, (2002).Estudio Estratégico de Viabilidad de Turismo Cultural, México.

Toselli, c. (2006). "Algunas reflexiones sobre el turismo cultural". [Pasos Revista de Turismo y Patrimonio Cultural](#). nº 4(2), pp 175.182.

Troitiño, M ; Troitiño, L. (2009). "Turismo y patrimonio en Castilla y León: las ciudades patrimonio de la humanidad (Ávila, Salamanca y Segovia) como destinos turísticos de referencia". [Polígonos: Revista de geografía](#), nº 19 [Ejemplar dedicado a: Nuevas contribuciones sobre Castilla y León], pp. 145-178.

Velasco, M. (2009). "[Gestión turística del patrimonio cultural](#): enfoques para un desarrollo sostenible del turismo cultural", [Cuadernos de turismo](#), nº 23, pp. 237-254.

Internet

Instituto de estadística de Andalucía www.iae.es

Instituto Nacional de Estadística www.ine.es

Sistema de Información Multiterritorial de la Junta de Andalucía (SIMA) <http://www.junta-deandalucia>