

Cohesión territorial a través del turismo cultural: el caso de la Ruta de los Omeyas*

A Territorial cohesion through cultural tourism: the case of the Umayyad Route

Isabel M. Torres Martínez
Sustainable Travel International, España
issat@sustainabletravel.org

Recibido: 27-02-2017
Aceptado: 20-03-2017



Resumen

El turismo cultural tiene el potencial de crear múltiples impactos positivos desde el punto de vista socio-cultural; si es gestionado adecuadamente. El fortalecimiento de la identidad cultural y el rescate del patrimonio cultural tangible e intangible son algunos ejemplos. Un estudio de la Comisión Europea y el Consejo de Europa destacó el potencial de las rutas culturales para la generación de pequeños negocios, el diálogo intercultural y la promoción de la imagen de Europa en general. En la última década se han dedicado numerosos proyectos y, en particular, fondos europeos, a la creación de productos turísticos temáticos y rutas culturales. Este es el caso de La Ruta de los Omeyas o "Umayyad Route", que ha sido rescatada a través de un proyecto financiado por la Unión Europea con el propósito de mejorar la cohesión territorial mediterránea a través de la creación del itinerario de turismo cultural transnacional. Está liderada por la Fundación Pública Andaluza El legado andalusí y cuenta con una red de socios en siete países de la cuenca mediterránea: España, Portugal, Italia, Túnez, Egipto, Líbano y Jordania. A través de entrevistas a la entidad coordinadora y a los gestores de las rutas nacionales, este artículo analiza cómo la Ruta de los Omeyas está contribuyendo a realzar el rico patrimonio legado de la dinastía de los Omeyas en su expansión a lo largo del Mediterráneo y a ser un puente de colaboración entre el Este y el Oeste. Describe además los problemas y retos a superar para la promoción del patrimonio compartido y el entendimiento entre culturas y territorios.

Palabras clave: turismo cultural, itinerario cultural, cohesión territorial.

Abstract

Cultural tourism has the potential to create multiple positive impacts from the socio-cultural point of view; if properly managed. The strengthening of cultural identity and the rescue of tangible and intangible cultural heritage are some examples. A study by the European Commission and the Council of Europe highlighted the potential of cultural routes for the generation of small businesses, intercultural dialogue and the promotion of the image of Europe in general. In the last decade, numerous projects and, in particular, European funds have been devoted to the creation of themed-tourism products and cultural routes. This is the case of the Umayyad Route, which has been rescued through a project funded by the European Union with the aim of improving Mediterranean territorial cohesion through the creation of the transnational cultural tourism itinerary. It is led by the Public Andalusian Foundation El legado andalusí and it has a network of partners in seven countries in the Mediterranean basin: Spain, Portugal, Italy, Tunisia, Egypt, Lebanon and Jordan. Through interviews with the coordinating entity and the managers of the national routes, this article analyses how the Umayyad Route is contributing to the enhancement of the rich legacy of the Umayyad dynasty in its expansion along the Mediterranean and to being a bridge of collaboration between the East and the West. It also describes the problems and challenges to overcome for the promotion of shared heritage and for the understanding between cultures and territories.

Key words: Cultural Tourism, Cultural Routes, Territorial Cohesion.

Sumario

1. Introducción | 2. Itinerarios Culturales | 3. La Ruta de los Omeyas | 4. Discusión de resultados | 5. Conclusiones. | Referencias bibliográficas

Cómo citar este artículo

Torres Martínez, I. (2017): "Cohesión territorial a través del turismo cultural: el caso de la Ruta de los Omeyas", *methaodos.revista de ciencias sociales*, 5 (1): 74-83. <http://dx.doi.org/10.17502/m.rcs.v5i1.140>

* La autora quiere agradecer el apoyo de Juan Manuel Cid de la Fundación Pública Andaluza El legado andalusí, João Fernandes de Turismo do Algarve en Portugal, Mohamed Lamine Chaabani de la Asociación 'Liaisons Méditerranéennes' en Túnez, Lucio Tambuzzo de la Asociación 'Circuito Castelli e Borghi Mediovali' Sicilia en Italia, Rachid Chamoun de Lebanese American University en Líbano, y Talal Akasheh de CulTech in Archaeology and Conservation en Jordania.

1. Introducción

El concepto de cohesión territorial aparece por primera vez en 1997 en el Tratado de Ámsterdam en referencia al rol que “los servicios de interés económico general juegan en la promoción de la cohesión social y territorial de la Unión Europea” (Faludi, 2006:673). Tras varios debates sobre las políticas de cohesión entre los estados miembros y el lanzamiento de diversos programas de cooperación comunitaria, en 2008 la Comisión Europea publicó el ‘Libro Verde sobre la cohesión territorial: convertir la diversidad territorial en un punto fuerte [COM(2008) 616 final]’ (Comisión Europea, 2008), en el cual se invitaba a la discusión para clarificar el concepto de cohesión territorial, el alcance de las acciones y los medios necesarios para fomentar la competitividad y el desarrollo sostenible de la Unión Europea.

Aunque hasta la fecha no se ha adoptado una definición formal de cohesión territorial por parte de la Comisión Europea, sí que se ha incorporado en las políticas como una de las dimensiones necesarias para asegurar un desarrollo más equilibrado y sostenible de los ciudadanos europeos. Esto se materializa en la política de Cooperación Territorial Europea y en la Agenda Territorial de la Unión Europea 2020 que resalta la cohesión territorial como un objetivo común “para un estado más armónico y equilibrado de Europa” (Comisión Europea, 2011).

Fernández et al. (2009:160) proponen incorporar la identidad como uno de los aspectos principales de la cohesión territorial, extendiendo así la definición a aspectos más inmateriales como el sentido de pertenencia a un territorio. Se entendería que las comunidades locales de un territorio comparten “un proyecto de vida en común” que fortalece los vínculos de los territorios, aumentando además la competitividad de los mismos (Ibíd.). La Agenda Territorial destaca el papel que juega el patrimonio natural y cultural como parte del capital e identidad de un territorio, en particular la riqueza del patrimonio en las áreas rurales, y el potencial que este valioso patrimonio puede aportar a la competitividad de los territorios (Comisión Europea, 2011).

La cooperación entre países es crucial para asegurar la cohesión territorial y con ello, la competitividad de los territorios. Para ello, se requiere de estrecha cooperación entre los territorios para asegurar que los recursos compartidos se utilicen de una forma apropiada y que los beneficios se repartan. La cooperación transnacional e interterritorial minimiza la fragmentación social y económica (Committee of the Regions, 2006). La Agenda Territorial hizo hincapié en la necesidad de considerar la cooperación en un alcance geográfico más amplio, incluso fuera de los bordes de la Unión Europea (Comisión Europea, 2011). Esto es particularmente importante en el caso del patrimonio natural y cultural, ya que los ecosistemas y el legado histórico no entienden de fronteras políticas o administrativas. Los lazos culturales que se comparten entre territorios están influenciados por la historia, a lo largo de la cual las fronteras de las diferentes civilizaciones han ido cambiando y actualmente no son las mismas. Por ello, un enfoque más integrado debe adoptarse para la gestión y desarrollo del patrimonio natural y cultural, como es el caso del turismo cultural y los itinerarios culturales.

En la década de los 80, el turismo cultural empezó a considerarse como una vía de desarrollo económico para varios destinos y a integrarse en las estrategias de desarrollo culturales para el apoyo del patrimonio cultural (OECD, 2009). Se estima que el turismo cultural representa el 40% del turismo europeo (Council of Europe, 2010a) y este contribuye a la preservación del patrimonio, el desarrollo económico y la creación de empleo, la regeneración física y económica, el fortalecimiento y diversificación de productos turísticos, la permanencia de la población local, el desarrollo de un entendimiento cultural, así como externalidades para la economía local (Ibíd.). El turismo cultural tiene un alto potencial de fortalecer la cohesión entre las regiones, a la vez que fomenta la identidad territorial y celebra la diversidad de patrimonio. A través del turismo, los ciudadanos europeos pueden aprender de la cultura de los otros países miembros y así conocerse y respetar la diversidad cultural de cada territorio (Committee of the Regions, 2006), impactando positivamente tanto a los residentes como a los turistas.

Los impactos socioculturales del turismo han sido ampliamente investigados. Aunque algunos autores remarcan los aspectos negativos como la ‘comodificación’ de las culturas (George y Reid, 2005), otros afirman que “en el turismo, de cualquier tipo, el proceso de comodificación es en realidad inevitable”, argumentando que los productos turísticos, incluidos los culturales, pasan por este proceso de creación y comercialización del producto para ser ofrecidos a los turistas (Sauvage y Gámez, 2013:162). Sheperd (2002) sugiere además ir más allá del debate de la comodificación y explorar las nuevas formas de intercambio de experiencias turísticas y autenticidad. Existen casos de estudio en los cuales se ha visto que

los residentes perciben beneficios socioculturales intangibles en sus vidas y apoyan el turismo en sus comunidades, en especial en las áreas donde el turismo está menos saturado (Ramos et al., 2016). La búsqueda de estos beneficios y del aumento de la competitividad de las regiones ha llevado a la diversificación de la oferta a través de la creación de nuevos productos turísticos, entre ellos los de turismo cultural como los itinerarios culturales.

2. Itinerarios Culturales

Los itinerarios culturales son el resultado de procesos interactivos y dinámicos creados por el movimiento de las personas e intercambios entre estas a lo largo del tiempo, lo cual se manifiesta en el patrimonio cultural (Assi, 2005). Aunque sus orígenes remontan a siglos atrás, es en las últimas décadas que se han rescatado para la preservación del patrimonio o legado histórico-cultural, así como para su promoción con fines turísticos.

Fueron incluidos como una categoría de Sitio Patrimonio Mundial de la UNESCO en 2005 (Suárez-Inclán, 2005) y la Carta de Itinerarios Culturales de ICOMOS, ratificada en 2008 (ICOMOS, 2008:2) los define como:

Toda vía de comunicación terrestre, acuática o de otro tipo, físicamente determinada y caracterizada por poseer su propia y específica dinámica y funcionalidad histórica al servicio de un fin concreto y determinado, que reúna las siguientes condiciones:

- a) Ser resultado y reflejo de movimientos interactivos de personas, así como de intercambios multidimensionales, continuos y recíprocos de bienes, ideas, conocimientos y valores entre pueblos, países, regiones o continentes, a lo largo de considerables períodos de tiempo.
- b) Haber generado una fecundación múltiple y recíproca, en el espacio y en el tiempo, de las culturas afectadas que se manifiesta tanto en su patrimonio tangible como intangible.
- c) Haber integrado en un sistema dinámico las relaciones históricas y los bienes culturales asociados a su existencia.

Se destaca en esta definición la reciprocidad e intercambio de conocimientos y valores en pueblos o países, vinculado con la cohesión territorial; y la creación del patrimonio tangible e intangible, legado de los mismos.

En el 2015 se celebró por primera vez la Conferencia Mundial en Turismo y Cultura en conjunto entre la Organización Mundial del Turismo y la UNESCO que terminó con la adopción de la 'Declaración de Siem Reap sobre Turismo y Cultura: Construyendo un nuevo modelo de cooperación' (UNWTO y UNESCO, 2015). En este documento se reconoce que las rutas culturales "ofrecen oportunidades importantes de desarrollo turístico, integración regional y desarrollo económico a la vez que promueven la revitalización y la promoción de los vínculos culturales y económicos entre las personas y comunidades" y se afirma la importancia de la cooperación más allá de las fronteras nacionales o regionales (Ibíd.:3). La Organización Mundial del Turismo lidera varias iniciativas exitosas de itinerarios culturales transnacionales y productos turísticos temáticos, entre los cuales destaca el Programa de la Ruta de la Seda que inició con la Declaración de Samarkand en 1994 y actualmente cuenta con 33 estados miembros y un Plan de Acción en implementación (World Tourism Organization, 2015).

En el contexto europeo, el programa de Itinerarios Culturales del Consejo de Europa fue lanzado en 1987, en un momento en el cual se vio necesario trabajar por la identidad europea y los valores de la ciudadanía compartida (Council of Europe, 2015). El programa promueve los valores del Consejo de Europa: derechos humanos, diversidad cultural y el mutuo entendimiento e intercambio a través de las fronteras. Precisamente en este último punto es donde juega un papel importante el turismo cultural, ya que es una herramienta para aprender de primera mano sobre el patrimonio compartido europeo y vivir experiencias enriquecedoras sobre diversidad, identidad y ciudadanía compartida (Ibíd.).

El Acuerdo Parcial Ampliado sobre Itinerarios Culturales del Consejo de Europa establecido en 2010 destaca específicamente el potencial de los itinerarios culturales para la cooperación cultural, el desarrollo territorial sostenible y la cohesión social (Council of Europe, 2010b). Desde la certificación del primer itinerario cultural 'El Camino de Santiago de Compostela' en 1987, se ha creado una red de Itinerarios Culturales del Consejo de Europa que en 2016 cuenta con 32 itinerarios certificados, representando una

diversidad de temas y patrimonio. El Instituto Europeo de Itinerarios Culturales es la agencia técnica encargada de la evaluación de las candidaturas para su certificación y el monitoreo de la red de itinerarios certificados, además de realizar actividades de intercambio de experiencias y divulgación entre las organizaciones gestoras de itinerarios y socios académicos.

El Consejo de Europa ha formado también un programa de cooperación con la Comisión Europea, con el fin de que los itinerarios culturales apoyen la estrategia de turismo cultural europea. Un estudio en conjunto entre la Comisión Europea y el Consejo de Europa sobre el impacto de los itinerarios culturales en la competitividad e innovación de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) reveló el enorme potencial de las mismas para la generación de negocios, contribuir a las economías locales, al diálogo intercultural y la cohesión territorial, además de a la promoción de la imagen y los valores de Europa (Council of Europe, 2010a).

Asimismo, la Comisión Europea ha venido apoyando desde el año 2010 la creación de productos turísticos transnacionales sostenibles con el objetivo de fortalecer la cooperación transnacional en materia de turismo sostenible, involucrar a las pequeñas y microempresas y las autoridades locales, y estimular la competitividad del sector turístico europeo (European Parliament, 2012). Inició con una llamada a propuestas para la promoción del turismo de bicicleta con la creación de la ruta ciclista del Telón de Acero, iniciativa que se ha ido expandiendo hasta formar una amplia red de itinerarios europeos llamado 'EuroVelo' (Ibíd.). Los proyectos financiados en los últimos años han incluido temáticas diversas como turismo de deporte o bienestar, turismo náutico o marítimo, turismo rural o de montaña, turismo gastronómico, patrimonio industrial y turismo cultural. Varios de los Itinerarios Culturales del Consejo de Europa se han beneficiado también de estos fondos europeos a través de proyectos. Algunos ejemplos son los itinerarios de peregrinaje como la Via Francigena, Saint Olav Ways o el Camino de Santiago, además de apoyo en formación y desarrollo de competencias, y de actividades para darle mayor visibilidad a los itinerarios certificados, como eventos y la participación en ferias.

La Unión Europea, a través del programa ENPI CBC MED de Cooperación Transfronteriza en la Cuenca Mediterránea, también ha apoyado proyectos encaminados al desarrollo socioeconómico y fortalecimiento de los territorios, la promoción del diálogo cultural y la gobernanza local, y la mejora de condiciones para asegurar la movilidad de personas, bienes y capitales (ENPI CBC MED, 2014). Los proyectos financiados en las áreas de turismo sostenible y patrimonio cultural se centraron en la mejora de gestión, la valorización del patrimonio y su explotación de forma sostenible en conjunto por los países ribereños (Ibíd.).

Uno de estos proyectos, y el cual es objeto de interés de este artículo, es el proyecto Umayyad o Ruta de los Omeyas, que pretende mejorar la cohesión territorial mediterránea a través de la creación del itinerario turístico-cultural.

3. Ruta de los Omeyas

El Califato Omeya fue un imperio musulmán que duró desde el 660 D.C. hasta el 750 D.C., aproximadamente y fue formado por territorios en Arabia, extendiéndose por el Mediterráneo, el norte de África, llegando al sur de la península Ibérica (ENPI CBC MED, 2014). Fue una de las dinastías más poderosas vistas hasta la fecha y la Ruta de los Omeyas creó un puente de relaciones humanas, culturales, artísticas y científicas entre Oriente y Occidente, además de ser la vía de transferencia del legado Greco-Romano a Europa, a través de al-Andalus (Fundación Pública Andaluza El legado andalusí, 2016a). La Ruta de los Omeyas recrea parte del viaje que siguió la dinastía fundada por Muawiya ibn Abi Sufian desde su capital en Damasco, pasando por Jordania, Líbano, Egipto, Túnez y Sicilia en Italia, hasta llegar a las orillas del Mediterráneo en la península Ibérica (Portugal y España), y que dio inicio al Califato de Córdoba, en el cual la civilización hispano-musulmana floreció por varios siglos (Ibíd.).

Los diversos intercambios crearon un crisol de culturas y conllevaron la implantación de nuevos sistemas políticos y culturales, religiones, formas artísticas y técnicas de arquitectura, además de la transmisión de conocimientos y ciencias como la astronomía, botánica o medicina (Ibíd.).

Figura 1. Ruta de los Omeyas



Fuente: Fundación El Legado andalusí.

Dada la ubicación geográfica y las condiciones meteorológicas, los destinos turísticos en la cuenca del Mediterráneo tradicionalmente han ofrecido productos turísticos denominados de 'sol y playa', caracterizados por una alta estacionalidad de la demanda. Uno de los objetivos del proyecto de la Ruta de los Omeyas es proporcionar alternativas y diversificar la oferta, integrando el turismo cultural como una herramienta para contribuir al desarrollo socioeconómico de la región y, a su vez, a la cohesión territorial de los países del Mediterráneo.

El proyecto ha sido financiado mediante el programa ENPI CBC MED entre los años 2012 y 2016 con un presupuesto total de alrededor de 4 millones de euros. Ha sido liderado por la Fundación Pública Andaluza El legado andalusí, y ejecutado junto con una red de catorce socios representantes del sector público, privado, académico y ONG, en siete países de la cuenca mediterránea: España, Portugal, Túnez, Italia, Egipto, Jordania y Líbano.

El presente artículo analiza cómo el proyecto de la Ruta de los Omeyas está contribuyendo a realzar el rico patrimonio legado de la dinastía de los Omeyas en su expansión a lo largo del Mediterráneo y a ser un puente de colaboración entre el Este y el Oeste, aportando además a la cohesión territorial de los países participantes en el proyecto. La metodología utilizada para la recopilación de la información ha incluido la revisión y análisis de documentos del proyecto. Entre estos se encuentran materiales de promoción y divulgación del itinerario como folletos de los países y de paquetes turísticos; programas de foros, seminarios y jornadas de capacitación; planes de acción local de los países; guías de viajes de la Ruta de los Omeyas por país; y publicaciones del proyecto a nivel europeo. Igualmente, se han obtenido datos de fuentes primarias a través de entrevistas semiestructuradas con la entidad coordinadora del proyecto y socios locales de seis de los siete países participantes en el proyecto, a excepción de Alexandria Chamber of Commerce de Egipto. El siguiente cuadro 1 presenta las entidades entrevistadas.

Cuadro 1: Entidades entrevistadas de la Ruta de los Omeyas

Organización	País
Fundación Pública Andaluza El legado andalusí	España
Turismo do Algarve	Portugal
Asociación 'Circuito Castelli e Borghi Mediovali', Sicilia	Italia
Asociación 'Liaisons Méditerranéennes'	Túnez
Lebanese American University	Líbano
CulTech in Archaeology and Conservation	Jordania

Fuente: elaboración propia

Las entrevistas se realizaron en su mayoría por vía telefónica o digital entre los meses de enero y febrero de 2017, a través de Skype, a excepción de una de las entrevistas que fue en persona, aprovechando la participación de uno de los socios en la feria de turismo FITUR en Madrid en enero de este mismo año. Las preguntas de las entrevistas cubrieron los siguientes temas: origen del proyecto y de la participación del socio en el mismo; expectativas al inicio del proyecto; oferta de productos o servicios relacionados con la Ruta de los Omeyas antes del inicio del proyecto; participación del socio y del sector privado en las actividades realizadas; contribución del proyecto a la cohesión territorial; beneficios para los visitantes y las comunidades locales; resultados, dificultades y retos del proyecto; y próximos pasos y futuro de la Ruta de los Omeyas.

Si bien la investigación presenta limitaciones debido al número de limitado participantes en las entrevistas, se cuenta con las consideraciones de representantes o socios locales de seis de los siete países participantes en el proyecto Umayyad. Por lo tanto, los resultados que se muestran son una aproximación cualitativa de los impactos del proyecto, entre ellos la valorización del patrimonio y legado Omeya y su contribución a la cohesión territorial. La siguiente sección presenta los resultados de las entrevistas.

4. Discusión de resultados

La Ruta de los Omeyas es parte de las Rutas de El legado andalusí, o al-Andalus, caminos reales que comunicaban el Reino de Granada con las pequeñas poblaciones en Andalucía, extendiéndose además a otras regiones como Murcia, Portugal y el norte de África; y ha sido certificado como Itinerario Cultural del Consejo de Europa. Estas rutas, que han creado ya una marca reconocida, son gestionadas por la Fundación Pública Andaluza El legado andalusí, adscrita a la Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía. Si bien las Rutas de El Legado Andalusí a nivel nacional en España han recibido más apoyo de promoción turística, y son comercializadas por varias agencias de viajes, las extensiones a otros países y los productos transnacionales no habían tenido auge hasta la fecha.

La idea de la creación de un itinerario mediterráneo surgió a mediados de los noventa por parte de El legado andalusí. En el año 2001 se celebró una gran exhibición titulada 'El Esplendor de los Omeyas', organizada por la Fundación El legado andalusí en el sitio arqueológico Madinat-al-Zahra en Córdoba, que contó con el apoyo de diversas entidades público-privadas españolas, además de los países por los cuales pasaba el itinerario. Inaugurada por los Reyes de España y el presidente de la República Árabe Siria, y con la cesión de numerosos objetos museísticos por instituciones de todo el mundo, incluyendo piezas del Museo del Louvre en París; la exhibición recibió más de 300.000 visitantes durante cinco meses (Fundación Pública Andaluza El legado andalusí, 2001).

Fue a finales de 2012 que la Fundación Pública Andaluza El legado andalusí lanzó la idea de preparar una propuesta en respuesta a la llamada de financiamiento del programa ENPI CBC MED. En la mayoría de los casos, los socios del proyecto fueron instituciones con las cuales ya habían colaborado con anterioridad en iniciativas culturales; sin embargo, se añadieron también asociaciones públicas y privadas principalmente del sector turístico con el fin de conseguir el adecuado balance entre cultura y turismo. En cuanto a las expectativas de los socios al inicio del proyecto, estas incluyen: el deseo de formar parte de un proyecto de cooperación transnacional, con el fin de construir en conjunto un itinerario de envergadura mayor a los esfuerzos nacionales; el establecimiento de una red de turismo cultural a nivel del Mediterráneo; el desarrollo e intercambio de buenas prácticas en turismo cultural; y la promoción turística del patrimonio cultural compartido Omeya. Esto refleja los elementos de cooperación, intercambio e identidad cultural propios de los principios de la cohesión territorial.

En general, el producto de turismo cultural de la Ruta de los Omeyas no estaba creado con anterioridad al proyecto y la mayoría de países solo había realizado actividades de carácter cultural ligadas a los Omeyas como publicaciones, exhibiciones, cursos de historia y cultura; pero no con finalidades turísticas, a excepción de algunos sitios o monumentos específicos que ya formaban parte de la oferta turística del país.

Las actividades realizadas por los socios como parte del proyecto han sido variadas a lo largo de los últimos 4 años. Se inició en cada país con la creación de los Grupos Locales de Apoyo, conformados por representantes del sector público y privado, especialistas en el turismo cultural, y el levantamiento de datos para el inventario del patrimonio cultural relacionado no solo con los Omeyas, sino también los

vínculos con las dinastías antecesoras y predecesoras, que forma igualmente parte de la historia y el legado compartido. En la mayoría de las sesiones de trabajo de campo para la identificación del patrimonio y su análisis y catálogo en cada país, participaron todos los socios del proyecto, y no exclusivamente los del país implicado en cada sesión. Esto ha contribuido al fortalecimiento de la identidad cultural de los actores involucrados y el sentido de pertenencia a un proyecto y patrimonio en común.

Asimismo, se realizaron actividades de formación sobre aspectos de turismo, patrimonio, diseño y comercialización de productos, el uso de las nuevas tecnologías y redes sociales para la promoción, entre otros. Los datos recopilados sobre el patrimonio Omeya en cada país han sido plasmados en varias publicaciones, incluyendo unas guías en formato digital e impresas de cada país, en las cuales se explica la Ruta de los Omeyas y la relevancia para el país, y se describe el itinerario con los sitios y monumentos destacados, las fiestas y la gastronomía local. Además, se diseñaron placas para la señalización del itinerario y de los lugares, que han sido instaladas en los puntos de información turística de los municipios involucrados y se ha creado un Museo de la Ruta de los Omeyas en el Líbano.

La promoción y comercialización del producto turístico es crucial para la sostenibilidad de la iniciativa a largo plazo, más allá de la duración de los fondos del proyecto, y para la capitalización de los resultados. Es decir, la puesta en valor del patrimonio para su comprensión, uso y disfrute. Desafortunadamente, el marketing no fue uno de los componentes principales del proyecto, tal vez debido a que las competencias de la institución líder del proyecto eran más de carácter cultural, y no turísticas. Esto se ve reflejado en algunas de las publicaciones como las guías de la Ruta de los Omeyas por países, en las cuales se incide más en la presentación del patrimonio histórico-cultural, pero no siempre se añaden datos prácticos desde el punto de vista del turismo que ayudarían al visitante a encontrar enlaces sobre el transporte y acceso a los sitios, dónde comer o dónde hospedarse, entre otros.

Aun así, se establecieron relaciones con el sector privado, es decir con los operadores de servicios turísticos y se fijó el objetivo de que cada país tenía que firmar un acuerdo o convenio con al menos un tour operador o agencia de viajes para el diseño, promoción y comercialización del paquete turístico de la Ruta de los Omeyas creado a nivel nacional. Para ello, se organizaron 'fam trips' con los agentes de viajes y tour operadores para que conociesen los nuevos productos turísticos culturales y, en conjunto con los países socios, se exploró el patrimonio mediterráneo compartido. Se espera también que en los próximos meses se diseñen paquetes turísticos transfronterizos (entre España – Portugal, y entre Líbano – Jordania) y se inicie su comercialización en la escala sub-regional, lo cual supondría avances hacia el modelo de cohesión territorial deseado en el cual un producto de turismo cultural beneficia dos o más territorios de forma conjunta.

En cuanto a la promoción, la Ruta de los Omeyas cuenta con un sitio web (www.umayyad.eu) y presencia en las redes sociales con cuentas gestionadas por la Fundación Pública Andaluza El legado andalusí. Además, la región de Algarve en Portugal ha desarrollado una App con información sobre la ruta en dicho país, los lugares a visitar y los servicios turísticos que se ofrecen. La participación en ferias de turismo como FITUR y la publicación de algunos artículos sobre la ruta, en particular uno que apareció en febrero de 2016 en el periódico 'The Independent' (Rainey, 2016), incrementaron el interés en la Ruta de los Omeyas.

Cada país socio elaboró un Plan de Acción Local basado en el diagnóstico del patrimonio, en colaboración con los actores clave locales y acompañados por todos los países socios del proyecto. En general, los planes han sido adoptados por las municipalidades de los territorios por los cuales transcurre la Ruta de los Omeyas como un documento orientativo, pero ahora se requiere de la búsqueda de fondos para su implementación, lo cual es uno de los principales retos que enfrentan los países.

En general, los actores entrevistados de los países socios coinciden en la opinión de que el proyecto ha contribuido a la cohesión territorial, o al menos ha sentado las bases para ello. Remarcan que, a través del itinerario cultural, se ha puesto valor el patrimonio compartido en el Mediterráneo, los hechos históricos que unieron los países en un determinado momento en los siglos VI y VII, y han hecho hincapié en aquello que les une y no les separa, bajo el mismo paraguas de la Ruta de los Omeyas. Cuando promocionan la Ruta de los Omeyas, no solo lo hacen para un itinerario de un país, sino que están lanzando un mensaje transnacional, de producto turístico cultural en común. Inciden además en la importancia de fomentar el intercambio entre visitantes y actores y comunidades locales, en una época en la cual se habla tanto de culturas enfrentadas y de la necesidad de diálogo intercultural. Aunque algunos itinerarios iniciaron como confrontaciones entre civilizaciones o grupos, hoy en día pueden ser

promocionados como cultura para la paz (Suárez-Inclán, 2005) y la Ruta de los Omeyas tiene el potencial para lograr un mayor entendimiento alrededor de una cultura compartida y mandar ese mensaje de colaboración entre países de la cuenca mediterránea. El legado andalusí interpreta los itinerarios culturales, no solo como el recorrido que une los diferentes lugares, sino como un proceso de cooperación cultural y colaboración entre todas las partes interesadas (Fundación Pública Andaluza El legado andalusí, 2016b).

Cuadro 2. Temas discutidos y resultados

Temas	Principales resultados
Expectativas al inicio del proyecto	Deseo de formar parte de proyecto cooperación transnacional, desarrollo e intercambio de buenas prácticas, promoción turística de patrimonio compartido.
Productos de turismo cultural 'Omeya' pre-inicio de proyecto	Generalmente inexistentes. Solo algunos esfuerzos de carácter meramente cultural.
Actividades realizadas durante proyecto	Diversas: creación de Grupos Locales de Apoyo multisectoriales, inventario de patrimonio cultural, diseño de itinerarios nacionales, señalización del itinerario, formación de actores locales en temas de patrimonio y turismo, desarrollo de Planes de Acción Local para cada país, promoción y divulgación de los productos con sector privado.
Promoción y comercialización	Sitio web y cuentas en redes sociales, App para itinerario en el Algarve, creación de paquetes turísticos, 'fam trips' y firma de convenios con agentes de viajes y tour operadores, participación en ferias de turismo, creación de material de divulgación (folletos, guías por países).
Cohesión territorial	Socios coinciden en que se han sentado las bases para la cohesión territorial y se ha puesto en valor el patrimonio compartido. El itinerario tiene el potencial para lograr un mayor entendimiento de cultura compartida, el diálogo intercultural y fomentar la cooperación entre países.
Beneficiarios	Varios a lo largo del proyecto y de los países: gestores de la ruta y actores del sector público, privado, académico y ONG. También las comunidades locales por el aumento de las visitas de turistas y venta de productos locales, y los mismos turistas, aunque estos grupos son más vulnerables
Retos y próximos pasos	Se requiere de financiamiento y apoyo continuo en la gestión, promoción y comercialización para que los resultados se capitalicen y haya sostenibilidad a largo plazo.

Fuente: Elaboración propia

Las diversas actividades realizadas a lo largo del proyecto han beneficiado inicialmente a los gestores de la ruta y actores del sector público, privado, académico y ONG de los países socios, ya que se han sentado las bases para la cooperación, el diálogo y las relaciones culturales y comerciales para la puesta en valor del patrimonio. Se ha dado un paso importante en la inclusión de los sitios del interior y las comunidades en las zonas rurales que tradicionalmente no estaban incluidas en las rutas turísticas clásicas. Aunque están empezando a beneficiarse de las visitas de turistas y la venta de productos locales, como la artesanía; la consolidación de estos productos tomará un tiempo. De la misma manera, la coyuntura política actual en la región infiere el sector turístico. Varios actores entrevistados expresaron su preocupación por la situación del turismo en los países del sur del Mediterráneo y las alarmas y percepción de la seguridad en los destinos, lo cual está provocando una disminución del número de turistas.

Uno de los principales retos es la sostenibilidad de la iniciativa, más allá de la vida del proyecto, cuyo financiamiento finalizó oficialmente en 2016. Conseguir la sostenibilidad financiera y mantener la capitalización de los resultados es siempre uno de los desafíos que enfrentan los proyectos de cooperación internacional. Para asegurar que el producto de la Ruta de los Omeyas se consolide, es crucial desarrollar una estrategia de marketing estrechamente coordinada con el sector privado. Se deberá empezar por fortalecer los productos nacionales y trabajar en la oferta transfronteriza de forma gradual. La implementación de los Planes de Acción Local por los Grupos Locales será clave en liderar estos esfuerzos.

Los países socios han indicado también el interés de presentar una propuesta a programas europeos para continuar con una fase 2 del proyecto, aunque esto todavía está en planificación. El cuadro 2 presenta una síntesis de los temas discutidos y los principales resultados.

4. Conclusiones

Este artículo ha analizado la Ruta de los Omeyas y su contribución a la puesta en valor del patrimonio mediterráneo compartido y a la cohesión territorial de los países participantes en el proyecto financiado con fondos europeos. La diversidad de actividades y la participación activa de los actores del sector público, privado, ONG y académico ha favorecido el descubrimiento del legado de la dinastía Omeya, pero también de las manifestaciones culturales, gastronomía y tradiciones en común, apoyando así el entendimiento y diálogo intercultural.

Se han identificado limitaciones en cuanto a la sostenibilidad de la Ruta de los Omeyas, en particular en lo referente a las fuentes de financiamiento para darle continuidad a las actividades. Esto incluye la consolidación del producto turístico cultural mediante acciones de promoción y comercialización, de la mano con el sector privado; y el aumento de visitantes al itinerario, lo cual beneficiaría económicamente a las comunidades locales y contribuiría a la transferencia e intercambio de valores sociales y culturales.

La coordinación a nivel internacional seguirá siendo crucial, aun cuando no existan compromisos de ejecución del proyecto europeo, sino más bien el interés voluntario de seguir colaborando, implementando los planes a nivel nacional, compartiendo información y buenas prácticas, asegurando que se mantiene el 'momentum' y demostrando así que los principios de la cohesión territorial han quedado arraigados en los socios de los países.

Referencias bibliográficas

- Assi, E. (2005): "The Dynamic of Linear Settings: Hijaz Railroad", *15th ICOMOS General Assembly and International Symposium: 'Monuments and sites in their setting - conserving cultural heritage in changing townscapes and landscapes'*, 17 – 21 October 2005, Xi'an, China. [03-02-2017]. Disponible en web: <http://openarchive.icomos.org/411/1/4-3.pdf>
- Comisión Europea (2008): *Libro Verde sobre la cohesión territorial Convertir la diversidad territorial en un punto fuerte. COM(2008) 616 final*. [31-01-2017]. Disponible en web: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52008DC0616&from=ES>
- (2011): *Territorial Agenda of the European Union 2020: Towards an Inclusive, Smart and Sustainable Europe of Diverse Regions*. Agreed at the Informal Ministerial Meeting of Ministers responsible for Spatial Planning and Territorial Development on 19th May 2011, Gödöllő, Hungary. [31-01-2017]. Disponible en web: http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/policy/what/territorial-cohesion/territorial_agenda_2020.pdf
- Committee of the Regions (2006): *Sustainable Tourism as a Factor of Cohesion Among European Regions*, Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities. [31-01-2017]. Disponible en web: <http://bookshop.europa.eu/en/sustainable-tourism-as-a-factor-of-cohesion-among-european-regions-pbQG7305130/>
- Council of Europe (2010a): *Impact of European Cultural Routes on SMEs' innovation and competitiveness*. [03-02-2017]. Disponible en web: http://culture-routes.net/sites/default/files/files/StudyCR_en.pdf
- (2010b): *Resolution CM/Res(2010)53 establishing an Enlarged Partial Agreement on Cultural Routes*. [03-02-2017]. Disponible en web: https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectID=09000016805cdb50
- Council of Europe (2015): *Cultural Routes management: from theory to practice*. Luxembourg: Council of Europe Publishing.
- ENPI CBC MED (2014): *A Selection of ENPI CBC MED Projects Mediterranean Stories. People Collaborating Across Borders. Cultural Heritage and Sustainable Tourism*. [07-02-2017]. Disponible en web: http://www.med-route.net/media/89966/enpi_brochure.pdf

- European Parliament (2012): *The European Cycle Route Network EuroVelo. Study*. Directorate General for Internal Policies. Policy Department B: Structural and Cohesion Policies. Transport and Tourism. [07-02-2017]. Disponible en web: <http://www.cstt.nl/userdata/documents/finalreport-eurovelo2012.pdf>
- Faludi, A. (2006): "From European spatial development to territorial cohesion policy". *Regional Studies*, 40 (6): 667 – 678. <http://dx.doi.org/10.1080/00343400600868937>
- Fernández, A., Pedregal, B., Rodríguez, J.C., Pita, M. F., Zoido, F. (2009): "El concepto de cohesión territorial. Escalas de aplicación, sistemas de medición y políticas derivadas", *Boletín de la A.G.E.* Nº 50 – 2009:157-172.
- Fundación Pública Andaluza El legado andalusí (2001): *El Esplendor de los Omeyas Cordobeses*. [16-02-2017]. Disponible en web: <http://www.legadoandalusi.es/fundacion/principal/exposiciones/67>
- Fundación Pública Andaluza El legado andalusí (2016a): *Andalusia. Umayyad Route*. [11-02-2017]. Disponible en web: <http://umayyad.eu/sites/default/files/Andalusia.pdf>
- (2016b): *Itinerarios culturales*. [16-02-2017]. Disponible en web: <http://www.legadoandalusi.es/fundacion/principal/itinerarios-culturales>
- George, E.W., Reid, D.G. (2005): "The Power of Tourism: A Metamorphosis of Community Culture", *Journal of Tourism and Cultural Change*, 3 (2): 88-107. <http://dx.doi.org/10.1080/09669580508668489>
- ICOMOS (2008): *Carta de Itinerarios Culturales*. Elaborada por el Comité Científico Internacional de Itinerarios Culturales (CIIC) del ICOMOS. Ratificada por la 16a Asamblea General del ICOMOS, Quebec (Canada), el 4 de octubre de 2008. [07-02-2017]. Disponible en web: http://www.icomos.org/images/DOCUMENTS/Charters/culturalroutes_sp.pdf
- OECD (2009): *The Impact of Culture on Tourism*. Paris: OECD.
- Rainey, V. (2016): "EU-funded project plans huge tourist trail from Middle East to Europe to show Umayyad dynasty's legacy", *The Independent*, Saturday 27 February 2016. [16-02-2017]. Disponible en web: <http://www.independent.co.uk/news/world/middle-east/eu-funded-project-plans-huge-tourist-trail-from-middle-east-to-europe-to-show-umayyad-dynastys-a6900771.html>
- Ramos, H., Stoddart, M., Chafe, D. (2016): "Assessing the tangible and intangible benefits of tourism: Perceptions of economic, social and cultural impacts in Labrador's Battle Harbour Historic District", *Island Studies Journal*, 11 (1): 209 – 226.
- Sauvage, A., Gámez, A.E. (2013): "Desarrollo, identidad cultural y turismo en los oasis de Baja California Sur, México", *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 11 (1): 159 – 172.
- Shepherd, R. (2002): "Commodification, culture and tourism", *Tourist Studies*, 2: 183 – 201.
- Suárez-Inclán, M. R. (2005): "A new category of heritage for understanding, cooperation and sustainable development. Their significance within the macrostructure of cultural heritage. The role of the CIIC of ICOMOS: Principles and methodology", *15th ICOMOS General Assembly and International Symposium: 'Monuments and sites in their setting - conserving cultural heritage in changing townscapes and landscapes'*, 17 – 21 October 2005, Xi'an, China. [03-02-2017]. Disponible en web: <https://www.icomos.org/xian2005/papers/4-38.pdf>
- UNWTO y UNESCO (2015): *Declaración de Siem Reap sobre turismo y cultura: Construyendo un nuevo modelo de cooperación*. [11-02-2017]. Disponible en web: <http://whc.unesco.org/document/139483>
- World Tourism Organization (2015): *Affiliate Members Global Reports, Volume twelve – Cultural Routes and Itineraries*. Madrid: UNWTO. [07-02-2017]. Disponible en web: http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/global_report_cultural_routes_itineraries_v13.compressed_0.pdf

Breve CV de la autora

Isabel Torres Martínez es Directora de Programas Globales de *Sustainable Travel International* Tiene un Máster en Turismo Cultural (Leeds Metropolitan University, Reino Unido), un Máster en Administración de Proyectos (Universidad para la Cooperación Internacional, Costa Rica) y una Diplomatura en Turismo (Universidad Politécnica de Valencia, España). Ha investigado temas de rutas culturales y turismo y ha colaborado en el 'ETC-UNWTO Handbook on Marketing Transnational Tourism Themes and Routes'.