

# La valorización turística de las áreas rurales y el papel del Atlas de los Caminos de Italia

Silvia Battino\* Salvatore Lampreu\*\*

Università degli Studi di Sassari (Italia)

Ainhoa Amaro García\*\*\*

Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (España)

**Resumen:** En Italia las zonas rurales están formadas por pequeños municipios que, aunque son extensos, tienen poca población. Se trata de áreas marginales afectadas por la despoblación, pérdida de tradiciones, abandono del territorio, etc. Pese a ello, en estas áreas existe un rico patrimonio cultural y medioambiental que puede ser explotado turísticamente y así crear nuevas oportunidades socioeconómicas. Entre las principales herramientas utilizadas para lograr estos objetivos están los itinerarios culturales. El presente trabajo analiza el potencial de los itinerarios para el desarrollo sostenible de las zonas rurales a través del Atlas Digital de los Caminos de Italia. La metodología se ha basado en un estudio teórico sobre el programa promovido por el Gobierno Italiano y un análisis detallado del camino de Santa Bárbara en Cerdeña. El trabajo confirma la utilidad de los itinerarios para el desarrollo de las zonas rurales, en base a criterios unificados y el uso de las TIC's.

**Palabras Clave:** Áreas marginales; Itinerarios culturales; Zonas rurales; Atlas Digital de los Caminos de Italia; Cerdeña.

## The tourist valorisation of rural areas and the role of the Atlas of the paths of Italy

**Abstract:** The rural areas in Italy are made up of small municipalities that despite being extensive in area are sparsely populated. These marginal areas are affected by problems such as rural exodus, loss of traditions, abandonment of the territory, etc. Despite this, in these small centers there is a rich cultural and environmental heritage that can be exploited to create new socio-economic opportunities through tourism. Among the main tools used to achieve these goals are cultural itineraries. This article aims at analysing the potential of routes for the sustainable development of rural areas through the Digital Atlas of the paths of Italy. The methodology is based on the theory of the original Italian government programme and an in-depth analysis of the Santa Barbara route, in Sardinia. This work confirms that itineraries are useful for rural areas development, if there are unified rules and if the ICTs are implemented.

**Keywords:** Marginal areas; Cultural routes; Rural areas; Atlas of the paths of Italy; Sardinia.

## 1. Introducción

En las últimas décadas, algunos estudios científicos han confirmado cómo todavía persisten fuertes desequilibrios entre zonas geográficas urbanizadas y áreas periféricas degradadas, también conocidas como áreas marginales del medio rural (Ortega Delgado, 2003; Gómez, 2016; Brundu y Lampreu, 2017; Battino y Lampreu, 2019; ESPON, 2018, 2020). En Europa, estas diferencias se agudizaron enormemente tras la Segunda Guerra Mundial por el éxodo rural (Meloni, 2015; Van, de Valk, 2016; Battino

\* Università degli Studi di Sassari (Italia); E-mail: sbattino@uniss.it; <https://orcid.org/0000-0002-8931-7797>

\*\* Università degli Studi di Sassari (Italia); E-mail: slampreu@uniss.it; <https://orcid.org/0000-0002-7062-8528>

\*\*\* Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (España); E-mail: ainhoa.amaro.garcia@gmail.com; <https://orcid.org/0000-0003-4049-2575>

y Lampreu, 2017), donde la población residente en áreas rurales emigraba al centro de las ciudades y hacia otros continentes (Kirk y Huyck, 1954) en busca de mejores condiciones sociales, económicas e, incluso, culturales. Este flujo migratorio y la correspondiente despoblación territorial, ya que gran parte de las áreas rurales perdían casi toda su población, han sido analizadas con atención por parte de las instituciones europeas.

En base a lo analizado, se deduce que, efectivamente, las políticas de la Unión Europea (UE) pretenden favorecer una mayor cohesión territorial, económica y social entre diferentes zonas, valorizando los capitales territoriales y mejorando las interconexiones entre áreas urbanas y rurales. En los últimos años, estos objetivos se están cumpliendo en el marco de la Estrategia Europa 2020 que promueve un crecimiento inclusivo, sostenible e inteligente en todas las regiones de la UE (Comitato Europeo delle Regioni, 2017; Battino et al., 2018). La necesidad de remediar situaciones evidentes de desequilibrio territorial ha surgido ya después del Tratado de Roma constitutivo de la Comunidad Económica Europea (Scanu y Lampreu, 2015).

Sin embargo, las intervenciones en favor de las zonas marginales han experimentado un importante impulso en los años sesenta del siglo XX, tras el nacimiento de la Política Agraria Común (PAC). Esta última se centraba, principalmente, en la función agrícola asociada a las zonas rurales; desde la implementación del método LEADER (Liaison entre actions de développement de l'économie rurale) en los años noventa; hasta el actual CLLD (Community Led Local Development) en la que se ha empezado a fomentar la diversificación y la multifuncionalidad, abriendo las áreas rurales hacia otras actividades, entre ellas las del turismo (Lampreu, 2015; Brundu, 2018).

Actualmente contamos con numerosos programas y fondos de financiación de carácter europeo destinados a valorizar la vocación turística de las zonas rurales. A este respecto, además del FEADER (Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural), que financia explícitamente la PAC, también es fundamental la contribución de otros Fondos Estructurales como el FEOGA (Fondos de Orientación y Garantía Agrícola), el FEDER (Fondos Estructurales de Desarrollo Regional) y el FSE (Fondo Social Europeo) (Blanco, 1996; Cejudo García, Navarro Valverde y Camacho Ballesta, 2018; Meloni y Pulina, 2020).

Al mismo tiempo, es especialmente interesante la reciente iniciativa europea sobre los *Smart Villages*. En definitiva, existen muchos ejemplos de zonas rurales comprometidas a reinventarse, incluso en términos de atractivo turístico (Visvizi, Lytras y Mudri, 2019). En Italia, además de la promoción del desarrollo rural a través de los GAL (Grupos de Acción Local), se señala que desde 2012 se ha empezado a experimentar una estrategia nacional específica para las "áreas internas" (SNAI) con el fin de favorecer el desarrollo sostenible de territorios desfavorecidos y despoblados (Macchi Jànica y Palumbo, 2019). En estas áreas, ricas en recursos culturales, medioambientales y paisajísticos, se pretende invertir la negativa tendencia demográfica con inversiones para la creación de redes y, en numerosos casos, el fortalecimiento del turismo (Lampreu, 2020).

Si bien es cierto que los problemas que afectan a las zonas marginales requieren soluciones urgentes, es igualmente cierto que la reorganización del territorio despoblado tiene que reconsiderar los espacios periféricos haciéndolos partícipes de esta nueva centralidad.

Tal y como recoge muy coherentemente la estrategia nacional SNAI, la condición socioeconómica de periferia viene definida como marginal cuando las áreas geográficas están alejadas de los centros de rango superior y, por ende, resultan excluidas de muchas oportunidades de desarrollo social y económico ofrecidas por las ciudades. Se trata de una desventaja entendida en términos de accesibilidad de los servicios básicos y/o esenciales de competitividad y de inclusión social (EU, 2011; Conti Pourger y Napolitano, 2013; Prezioso, 2015, 2018; Copus y Noguera, 2016; Pagliacci, 2016; Neumeier, 2016). La ausencia o la escasez de estos servicios (movilidad, sanidad, instrucción y acceso a internet) no siempre implica que las áreas interesadas sean frágiles o marginales; sin embargo, frecuentemente muestran situaciones de degrado y abandono, por lo que terminan considerándose poco atractivas y competitivas (Lucatelli, 2015; Battino et al., 2018).

En el momento en el cual las actividades primarias como la agricultura y la ganadería no consiguen satisfacer las exigencias de las comunidades rurales, estas últimas deben esforzarse para defender su identidad y encontrar nuevas formas de ingreso. La mayor potencialidad de estos territorios es sin duda el paisaje, ya que éste ofrece una imagen bucólica de verdes pastos y ganado variado que, si se "aprovecha" adecuadamente, también supone un beneficio desde el punto de vista turístico. El paisaje puede entonces erigirse como el elemento desarrollador de la economía de las comunidades implicadas y, a su vez, fomentar el acceso a una sociedad *mindfulness* (Mansfeld y Jonas, 2006; Bertolini y Pagliacci, 2016; Campolo, 2016).

La valorización del patrimonio natural y cultural desempeña un papel de primera importancia para la planificación y la promoción turística de las áreas marginales. Invertir en las especificidades locales, a través de una programación adecuada, puede (a medio y largo plazo) transformar las áreas periféricas en áreas de interés, y, por ende, en destinos de “tendencia” en el panorama turístico regional, nacional e internacional (Battino et al., 2018).

Pero tal y como manifiestan algunos autores, (Greffé, 1994; Olsen, 2003; Meyer, 2004), para cumplir los principios de sostenibilidad, la oferta turística debería organizarse bajo la forma de “itinerarios”, donde los atractivos/recursos territoriales vienen reunidos siguiendo una precisa temática: culinaria, religiosa, cultural, etc.

En base a lo expuesto, este artículo evidencia cómo en Italia hay algunos territorios rurales afectados por la despoblación que están, desde hace tiempo, intentando mejorar su calidad de vida diversificando la oferta turística a través de la realización de itinerarios culturales. Este tema será analizado en referencia a una reciente experiencia de promoción de los itinerarios utilizando las nuevas tecnologías, realizada por el MiBACT (Ministero per i Beni e le Attività Culturali). Se trata del Atlas digital de los Caminos de Italia, una plataforma tecnológica que reúne más de 40 itinerarios en todo el país. El Atlas, desarrollado en el marco del Plan Estratégico de Desarrollo del Turismo 2017-2022, representa un elemento de absoluta novedad en el escenario italiano, ya que agrupa por primera vez en un único lugar virtual, numerosos caminos nacidos en contextos diferentes y con motivaciones heterogéneas. La inserción en el Atlas está vinculada a la posesión de determinadas características y esto representa la oportunidad de establecer parámetros comunes, incluso de tipo cualitativo, con respecto al mundo de los itinerarios, donde muy a menudo hay improvisación. Como se verá, muchos de estos caminos atraviesan pueblos pequeños y áreas rurales frecuentemente aisladas de los grandes circuitos turísticos, creando nuevas conexiones y oportunidades de desarrollo social y económico.

El presente trabajo pondrá de relieve los diferentes aspectos del programa y al final tratará el caso práctico de un camino perteneciente al Atlas, el de Santa Bárbara en Cerdeña, al ser considerado uno de los más relevantes y visitados.

Para llevar a cabo la investigación, el trabajo se ha organizado en cinco apartados: el párrafo 2 contiene los objetivos y la metodología utilizada; el 3 aborda la cuestión de la valorización turística de las zonas rurales a través de las rutas culturales, en base a la estructura territorial italiana y a la importancia de los pequeños municipios pertenecientes a zonas marginales; el 4 analiza el Atlas y el caso específico del camino de Santa Bárbara; y, por último, el 5 presenta las conclusiones.

El trabajo confirma la validez de los itinerarios para el desarrollo de las zonas marginales, pero pone de manifiesto la necesidad de contar con reglas claras y unificadas. El Atlas representa una herramienta útil para ello y para poder aprovechar las oportunidades que ofrecen las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC's).

## 2. Objetivos y metodología

El objetivo principal de este artículo es analizar cómo las áreas rurales de Italia están tratando de afirmarse en el contexto turístico nacional a través de estrategias e instrumentos capaces de conectar los recursos culturales y ambientales entre sí. Los itinerarios culturales son las herramientas en las que se está invirtiendo prioritariamente, ya que se consideran primordiales elementos de desarrollo territorial. Para ello, se ha examinado el Atlas Digital de los Caminos de Italia, recientemente introducido por el MiBACT para promover nuevas formas de turismo lento en todo el país. La investigación culmina con un enfoque dedicado al camino de Santa Bárbara en Cerdeña, presente dentro del Atlas, y considerado uno de los más relevantes por diversos motivos, entre los que destaca su carácter innovador ya que:

- Representa el destacado el papel de los itinerarios culturales para el desarrollo turístico de los territorios marginales de Italia;
- Permite comprobar si el programa realizado en Italia concuerda con la visión política y administrativa de carácter turístico promovida por la UE en el ámbito marginal o rural;
- Permite hacer un repaso de algunos proyectos nacionales e internacionales centrados en la promoción de las rutas culturales y detallar los motivos para la creación del Atlas;
- Permite analizar con enorme coherencia la composición, el funcionamiento del Atlas y los beneficios que los itinerarios culturales pueden obtener por el hecho de pertenecer a la plataforma.

Para alcanzar estos objetivos, la metodología utilizada se ha basado en la revisión de la literatura científica sobre el tema de la valorización de los territorios marginales italianos por medio de la creación de itinerarios culturales. Esto se efectuó considerando varias iniciativas llevadas a cabo en el curso de los años. A continuación, se realizó una búsqueda en las páginas web del Atlas Digital para subrayar los requisitos utilizados para elegir los caminos y qué información se incluye para que el viajero/turista pueda motivarse autónomamente a vivir una experiencia cultural. Al final, se estudió en profundidad la única ruta elegida en Cerdeña, el “Camino minero de Santa Bárbara” en el sur de la isla. Las informaciones y los datos proceden todos de fuentes oficiales como el Atlas mencionado, los sitios web de los caminos, del ISTAT (Instituto Nacional de Estadística), y de la Región de Cerdeña, entre otras. Para hacer algunas comparaciones entre informaciones e indicadores estadísticos, los mismos se han organizado en tablas; mientras que para representar cartográficamente algunas rutas, como la de Santa Bárbara, se han utilizado los Sistemas Informativos Geográficos (SIG).

### 3. La valorización de los territorios marginales italianos

Para aprovechar plenamente la contribución que los itinerarios culturales aportan al desarrollo turístico sostenible de las zonas rurales de Italia, este apartado se divide en tres secciones.

En la sección 3.1 se expone brevemente la articulación territorial italiana, poniendo de relieve la trama constituida por una prevalencia de pequeños pueblos más o menos alejados de ciudades medias y grandes. Esta representación es importante para entender algunas dinámicas del desarrollo y los desequilibrios territoriales existentes entre zonas urbanizadas y zonas escasamente pobladas, las cuales requieren intervenciones y medidas de refuerzo.

La sección 3.2 está dedicada a un examen de los principales instrumentos políticos en favor del desarrollo turístico de las zonas marginales, teniendo en cuenta las oportunidades ofrecidas por las nuevas tecnologías digitales.

Y por último, la sección 3.3 se ha centrado sobre el tema de los itinerarios para subrayar cómo éstos pueden dar forma a nuevas ocasiones de desarrollo en áreas débiles bajo el perfil socioeconómico.

#### 3.1. El peso de los pueblos pequeños en la estructura territorial de Italia

Italia posee una superficie de más de 300.000 km<sup>2</sup> y una población total aproximadamente de 60 millones de habitantes. Presenta una compleja y articulada armadura urbana de nivel superior que abarca una población total alrededor de 30 millones de habitantes. Esta información está recogida en la 49ª Encuesta Censis sobre la situación social del País (2015), en el capítulo “Territorio y redes”. Tal armadura se desenvuelve a través de 18 regiones urbanas: cuatro grandes, siete medianas y siete pequeñas.

Las cuatro regiones grandes, que acogen cerca de 900 municipios con una población de 17 millones de habitantes, son las ciudades de Roma, Milán y Nápoles y la conurbación de Padova, Treviso, Venecia y Vicenza; dentro de las siete regiones medianas, que reagrupan cerca de 2.016 municipios y 8,9 millones de habitantes, también están incluidas Bari, Bolonia, Florencia, Génova y Turín; dentro de las siete regiones pequeñas, constituidas por cerca de 180 municipios y 4,4 millones de habitantes, están incluidas las ciudades de Catania, Palermo y Verona.

Más allá de tal importante clasificación, útil para interpretar los vínculos funcionales existentes dentro de los mismos sistemas territoriales, si se observa la trama del país, se percibirá que ésta se constituye (en su mayor parte) por asentamientos pequeños.

Esta observación relativa a la magnitud y densidad del territorio, está recogida en un estudio recientemente llevado a cabo por Fondazione Symbola e IFEL (2019), centrado en la relación entre pueblos e itinerarios culturales, en Italia. Donde detalla qué, sobre 7.914 municipios, hay 5.498 centros que se pueden definir pequeños, ya que abarcan un número de habitantes inferior a los 5.000. Estos centros pequeños representan el 69,5% del total y se encuentran distribuidos en todas las regiones italianas, de norte a sur. Como se muestra en la tabla 1, en términos porcentuales, las tres regiones que tienen más pueblos pequeños son Valle de Aosta (98,6%), Molise (92,6%) y Piamonte (88,5%); mientras que las tres que tienen menos son Apulia (33,1%), Emilia-Romaña (40,5%) y Sicilia (53,1%).

Desde el punto de vista demográfico, son casi 10 millones las personas que viven en los definidos municipios pequeños (el 16,5% del total); de estas personas, 2.407.613 son ancianas, es decir, que tienen más de 65 años; los jóvenes (< 40 años) son el 15,7% del total y los que tienen una edad entre 40 y 65 años representan el 16,6%. Es aquí donde se encuentra el 31,1% del patrimonio cultural como museos, sitios arqueológicos y áreas de importancia histórica y artística. Al mismo tiempo, es en estas áreas donde se produce el 93,4% de los bienes alimentarios DOP del país y el 86,2% de los IGP (Fondazione Symbola e IFEL, 2019).

**Tabla 1: Principales características de las Regiones italianas**

Regiones	Población	Superficie	Densidad hab/km <sup>2</sup>	Tot. Municipios	Municipios Pequeños	% Municipios Pequeños
Abruzos	1.300.645	10.831,50	120,08	305	251	82,3
Basilicata	558.587	10.073,11	55,45	131	103	78,6
Calabria	1.912.021	15.221,61	125,61	404	318	78,7
Campania	5.740.291	13.670,60	419,90	550	338	61,5
Emilia-Romaña	4.459.453	22.444,54	198,69	328	133	40,5
Friuli-Venezia Giulia	1.210.414	7.932,48	152,59	215	153	71,2
Lazio	5.773.076	17.231,72	335,03	378	254	67,2
Liguria	1.532.980	5.416,15	283,04	234	183	78,2
Lombardia	10.010.833	23.863,10	419,51	1.507	1.035	68,7
Marche	1.520.321	9.401,18	161,72	228	162	71,0
Molise	303.790	4.460,44	68,11	136	126	92,6
Piamonte	4.328.565	25.386,70	170,51	1.181	1.045	88,5
Apulia	3.975.528	19.540,52	203,45	257	85	33,1
Cerdeña	1.622.257	24.099,45	67,32	377	314	83,3
Sicilia	4.908.548	25.832,55	190,01	390	207	53,1
Toscana	3.701.343	22.987,44	161,02	273	119	43,6
Trentino-Alto Adige	1.074.034	13.604,72	78,95	291	250	85,9
Umbria	873.744	8.464,22	103,23	92	62	67,4
Valle de Aosta	125.653	3.260,85	38,53	74	73	98,6
Veneto	4.884.590	18.345,37	266,26	563	287	50,9

**Fuente:** Elaboración propia en base a datos ISTAT, Fondazione Symbola e IFEL.

En base a la información descrita en el párrafo anterior, se observa que existe una gran vocación agrícola en las zonas rurales y que, desde una perspectiva de desarrollo territorial, ésta puede suponer un nuevo impulso en la valorización turística de la cultura local. Con esta idea, a lo largo de los años se han llevado a cabo varias políticas para relanzar el turismo en las zonas marginales. Estas iniciativas han contado con la implicación de la población local en la toma de decisiones y en los procesos de gobernanza, tal y como recoge la estructura del enfoque CLLD (Community Led Local Development).

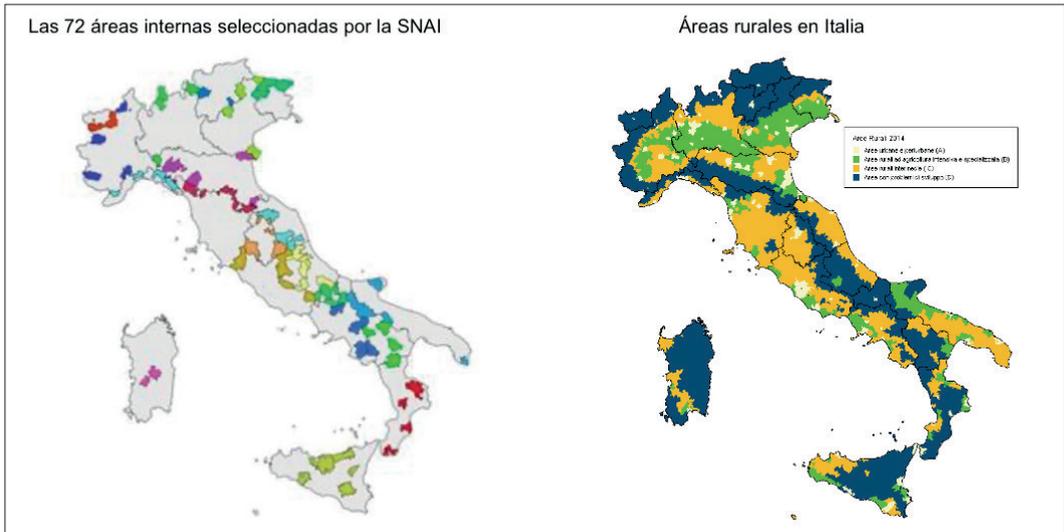
### 3.2. Estrategias de desarrollo turístico de las áreas marginales

Además de las intervenciones financieras y estructurales promovidas por el método LEADER, en las últimas décadas las zonas marginales de Italia han sido el centro de varias medidas de regeneración y renovación. Algunas acciones llevadas a cabo son de carácter municipal, otras regionales y otras de carácter ministerial, pero todas tratan las mismas preocupaciones: despoblación, pérdida de capital identitario, abandono e incuria del territorio.

Entre las más recientes se cita la SNAI, centrada prioritariamente en combatir la despoblación de algunas zonas débiles del país que manifiestan problemas estructurales y socioeconómicos. Tras un profundo y exhaustivo análisis de la casuística de las zonas afectadas, se detectó que estas áreas poseen una gran variedad de recursos culturales, históricos y ambientales con enorme potencial para relanzarse (Lucatelli, 2015; Battino y Lampreu, 2017; Borghi, 2017; Sau, 2018).

Para el estudio e implementación del programa se seleccionaron 72 áreas internas distribuidas en todas las regiones italianas. Es interesante observar que estas áreas coinciden a menudo con las zonas rurales donde se aplica la PAC, representadas con diferentes colores en la Figura 1 en base a: áreas con problemas de desarrollo (en azul), zonas rurales intermedias (en amarillo) y zonas rurales con agricultura intensiva y especializada (verde).

**Figura 1: Comparación entre el mapa de las "áreas internas" seleccionadas en Italia para el SNAI y el mapa de zonas rurales para la PAC**



**Fuente:** Agenzia per la Coesione Territoriale y Rete Rurale Nazionale (RRN) 2014-2020.

Es evidente que se trata de territorios muy complejos que frecuentemente manifiestan carencias infraestructurales, despoblación crónica y, en ocasiones, estados de retraso. Aún así, como se ha comentado con anterioridad, se caracterizan por tener un patrimonio territorial de calidad que, bajo adecuadas estrategias de planificación, podría dar vida a nuevas relaciones de proximidad y a inéditas formas de desarrollo endógeno y sostenible (Magnaghi, 2010; Poli, 2015; Lane y Kastenholtz, 2015).

Ahora bien, para alcanzar este ambicioso objetivo, es necesario adoptar medidas específicas de valorización del capital cultural, ambiental y humano existente. Es decir, analizar en profundidad el *know how* vinculado a las tradiciones productivas locales para ponerlas en valor.

Esta visión es coherente con la expuesta por la Estrategia Europa 2020 que contempla la posibilidad de reactivar las áreas marginales, promoviendo un desarrollo inteligente, sostenible e inclusivo.

Para conseguirlo, en las áreas marginales resulta importante enfocarse en 5 puntos: 1) identificar los elementos de unicidad y las especificidades locales en torno a los cuales crear nuevos proyectos a desarrollar; 2) invertir para reforzar las infraestructuras y las redes entre actores territoriales; 3) adoptar medidas capaces, al mismo tiempo, de proteger y valorizar el paisaje y el medio ambiente; 4) estimular nuevas formas de turismo rural con la participación de las comunidades locales; y 5) aprovechar las oportunidades ofrecidas por las nuevas Tecnologías de Información y Comunicación (TIC's).

En este sentido, dimensiones como la sostenibilidad y la *smartness* están fuertemente ligadas entre sí y son imprescindibles para construir nuevos modelos que, con el objetivo de superar una lógica puramente cuantitativa, pueden conyugar la innovación tecnológica con la social (Carbone, 2016).

No son procesos sencillos y rápidos de llevar a cabo, ya que se ha observado que aunque existan numerosos recursos naturales y patrimoniales, aún existen áreas marginales que presentan enormes dificultades para ejercer como anfitriones con respecto a una determinada tipología de viajeros, ya que en determinados escenarios puede resultar difícil implementar las ofertas (Meini et al., 2017).

En este sentido, se deduce que lo ideal sería crear propuestas capaces de combinar los intereses de los residentes con las expectativas de los turistas. Si, por ejemplo, consideramos el papel clave desempeñado por la agricultura, vemos que; por un lado, están los intereses de las poblaciones rurales que reconocen a este sector una importante fuente de rédito y de sustento; y por otro, observamos que los intereses del turista están enfocados en experimentar en los destinos rurales la idea de experiencia natural/cultural "auténtica". Son dos visiones que pese a sus objetivos aparentemente contrapuestos, no tienen por qué entrar en conflicto.

Entre las soluciones capaces de conectar los actores locales, las producciones típicas y el patrimonio cultural, permitiendo una valorización de los paisajes rurales desde múltiples puntos de vista, se

encuentran los itinerarios culturales que hoy en día son pomovidos por parte de numerosas áreas tanto urbanas cuanto rurales.

### 3.3. Itinerarios culturales para el desarrollo rural

Como demuestran diversos casos de itinerarios culturales con finalidad turística, estos se revelan capaces de crear agregación social y económica, estimular el desarrollo endógeno y sostenible, facilitar la comparación entre diversas culturas y, especialmente, permitir a los pueblos pequeños reinventarse y obtener nuevos ingresos.

De acuerdo con este tema, en Italia y en otros países europeos, se está produciendo una evolución del concepto de patrimonio cultural, abarcando no sólo signos tangibles de un territorio sino también elementos inmateriales como tradiciones, conocimientos transmitidos de generación en generación, fiestas populares, manifestaciones religiosas, etc.

De hecho, existe una creciente atención por parte de las comunidades y administraciones locales en implementar *políticas turísticas* enfocadas en el desarrollo de rutas culturales promovidas y financiadas bajo colaboraciones público-privadas (Doctor, 2011; Beltramo, 2013; Berti, 2013). El objetivo principal de esta tendencia radica en redescubrir antiguos trayectos recorridos por ganaderos, mineros o personajes ilustres, etc., recuperar las rutas del vino, del aceite o de las especias y valorizar los caminos religiosos y/o espirituales. Hay que considerar que el componente cultural integra en estas rutas los valores identitarios compartidos por los miembros de las comunidades rurales.

Tras esta nueva visión, la gastronomía, la agricultura y otras actividades del sector primario pueden convertirse en un atractivo centrado en la protección de la identidad cultural, asegurando su continuidad de manera sostenible y respetuosa con las poblaciones. Los itinerarios culturales, entonces, pueden suponer un fomento del bienestar económico y social de las áreas geográficas por donde pasan y de favorecer el redescubrimiento y la revalorización de producciones típicas, la recuperación de estructuras y de vías de comunicación abandonadas y la implicación de las pequeñas comunidades en los procesos turísticos (Torres Bernier, 2006; Trono y Dallari, 2009; Maak, 2009; Trono y Oliva, 2013; Battino, 2016; Podda et al., 2016; Corinto, 2017; Genovese, 2016; Lampreu, 2018).

De hecho, su relevancia está confirmada desde el 1987 por el Consejo de Europa (COE), a través del programa “Itinerarios culturales Europeos” (Beltramo, 2013), que considera *las rutas culturales* como instrumentos que pueden reforzar la identidad europea, favorecer el desarrollo económico, fomentar un turismo cultural motivado y respetuoso de los lugares y promover la tutela y la valorización del patrimonio histórico (Majdoub, 2010; Trono y Oliva, 2013; Podda et al., 2016; Corinto, 2017). Las Rutas Culturales, tanto las más practicadas como las menos conocidas, desempeñan un interesante papel de mediación y de encuentro entre culturas diferentes y entre las poblaciones que orbitan alrededor de los recorridos. Por un lado se refuerza el espíritu de cohesión comunitaria, dando valor a los pueblos; y por otro, se fomentan conexiones más enriquecedoras entre áreas rurales y urbanas.

El International Scientific Committee of Cultural Routes of ICOMOS, que en el 2008 ha ratificado la *Charter of Cultural Routes*, considera los itinerarios culturales como procesos dinámicos e interactivos de interconexión, ya que reflejan la rica diversidad derivada de la contribución dada por distintas personas a la composición del patrimonio cultural (Campolo, Bombino y Meduri, 2016). Un claro ejemplo lo podemos encontrar tanto en las medidas promovidas por los Grupos de acción local (Gal) en las áreas rurales italianas, como en las de la SNAI. En ambos casos se pretende desarrollar nuevas formas de turismo sostenible e inclusivo.

Una lectura general de los documentos de programación adoptados por estos organismos muestra que existen numerosas referencias relativas a la creación de itinerarios para descubrir y valorar los territorios. Sin embargo, éstas no son las únicas iniciativas llevadas a cabo en Italia para valorizar turísticamente las zonas rurales. Actualmente, una de las más importantes e innovadoras es la promovida por el MiBACT que, desde hace algunos años, ha creado el Atlas Digital de los Caminos de Italia.

## 4. El Atlas Digital de Caminos de Italia

### 4.1. Coherencia del programa respecto a las principales directrices políticas

En Italia, desde los años ochenta, el tema de la “explotación” económica y turística del patrimonio cultural y ambiental está en el centro del debate científico, gracias a la importante contribución ofrecida por el turismo a la economía del país (Brundu y Lampreu, 2016). A este respecto, el turismo asume las características de una verdadera y propia industria (WEF, 2017) y se manifiesta como un fenómeno complejo, polifacético y en crecimiento. Sin embargo, las actividades turísticas pueden producir un

grave impacto en el ambiente, por lo tanto, es necesario saber gestionarlas a través de organismos y de instrumentos de *gobernanza adecuados* y capaces de mitigar, si es necesario, los riesgos derivados de un desarrollo incontrolado (Donato, 2001). Con el objetivo de conjugar turismo y cultura, según una óptica de programación sostenible de medio periodo, ha sido aprobado por el Consejo de ministros del 20 de febrero del 2017 el *Plan del Turismo 2017-2022*. El plan tiene un horizonte temporal de cinco años y se despliega a través de un sistema organizado, (constituido por 13 objetivos específicos y 52 líneas de intervención), cuyas estrategias persiguen cuatro grandes objetivos generales:

- 1) Innovar, especializar e integrar la oferta nacional.
- 2) Incrementar la competitividad del sistema turístico.
- 3) Desarrollar un plan de marketing eficaz e innovador.
- 4) Realizar una *gobernanza* eficaz y participativa en el proceso de elaboración y definición del Plan de Ordenación y de las políticas turísticas<sup>1</sup>.

Resulta interesante la referencia a la necesidad de integrar la oferta turística de los destinos tradicionales respecto a los territorios y los productos emergentes: « [...] a través de la valorización de la identidad de los lugares y de las características de los paisajes italianos» (MiBACT, 2017, p. 57). Se manifiesta la voluntad específica de crear un sistema estructurado de itinerarios, caminos, senderos y trayectos capaces de conectar los recursos presentes en las distintas regiones.

Esta perspectiva de desarrollo, perseguida con una visión a largo plazo, está, sin duda, en consonancia con el propósito europeo de revitalizar las zonas rurales. Las declaraciones de Cork para promover mejores condiciones de vida en los territorios rurales (Pérez-delHoyo y Mora, 2019) junto con la necesidad de conseguir un desarrollo equilibrado y armonioso entre áreas urbanas y rurales sujetas a despoblamiento (Battino, Lampreu, 2019), así como la reciente estrategia de los *Smart Villages* lanzada por la Comisión europea representan una enorme similitud en cuanto a los objetivos. Por lo tanto se evidencia una gran coherencia entre las estrategias implementadas entre las medidas europeas, las nacionales y las regionales.

De todo esto se deduce que resulta fundamental adoptar normas unificadas y claras para realizar las rutas culturales, ya que esto podría favorecer una mayor diversificación y multifuncionalidad de las actividades agrícolas hacia el turismo sostenible.

En Italia este discurso se alinea con las medidas de la PAC, la SNAI, la estrategia nacional de desarrollo sostenible y los principios de la Agenda 2030. En este respecto, merecen especial atención los objetivos recogidos en la estrategia nacional italiana: 8) “estimular el crecimiento económico sostenible, inclusivo y duradero, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos”; 12.8b) “desarrollar y aplicar herramientas para supervisar los impactos del desarrollo sostenible para un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales”.

La reciente pandemia de Covid-19 ha motivado aún más la adopción por parte de estados y regiones de iniciativas para desviar el turismo hacia destinos menos masificados, que permitan el distanciamiento físico y una nueva relación más respetuosa con las comunidades locales (Mangano, 2020). A través de un sistema eficiente y eficaz de itinerarios, estos lugares podrían conseguir éxito con más facilidad en el panorama turístico actual.

#### 4.2. Casos nacionales e internacionales de itinerarios para descubrir las áreas rurales

Existen numerosas experiencias, tanto en Italia como en el extranjero, de explotación de recursos territoriales a través de itinerarios. A escala internacional, la iniciativa más conocida es, sin duda, la de los itinerarios del Consejo de Europa, mencionada anteriormente. En Europa, la creación de itinerarios con temas culturales, gastronómicos o medioambientales se fomenta principalmente a través de los programas de cooperación transfronteriza, como puede verse, por ejemplo, en la página web de Interreg *Italia-Francia marittimo*.

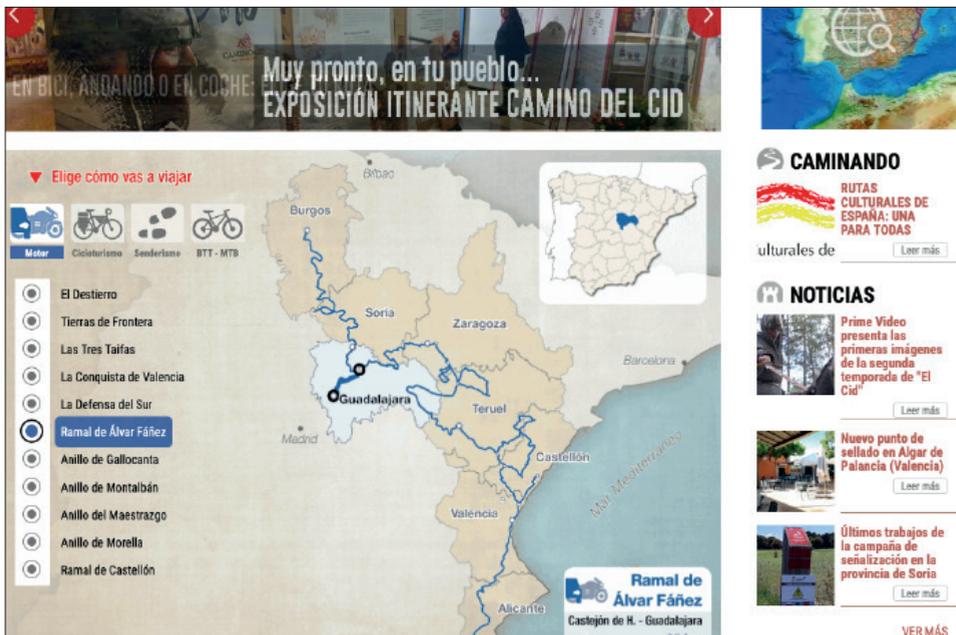
Desde aquí es posible conocer los distintos proyectos que se han realizado y se están realizando a través de la creación de itinerarios para fomentar la cohesión entre las zonas involucradas. Un ejemplo es el proyecto *ItinERA* que pretende desarrollar itinerarios en algunas áreas de Cerdeña, Toscana, Liguria, Córcega y VAR, mediante *educational tours*; también es muy interesante *Terragir3*, un proyecto que pretende crear paquetes turísticos en forma de itinerarios para descubrir las áreas internas y rurales de las regiones transfronterizas. En el marco de otro programa de cooperación, Interreg Grecia-Italia, también se encuentran varios proyectos centrados en la creación de itinerarios culturales como Polysemi. Este último pretende dar vida a itinerarios culturales basados sobre textos literarios adecuadamente elegidos, que luego se transforman en propuestas turísticas concretas y en rutas por Grecia y la Magna Grecia.

Especialmente relevantes para el objeto de esta publicación son los itinerarios financiados en las regiones rurales europeas en el marco del enfoque LEADER. Estos se desarrollan a veces dentro de los territorios de los distintos Gal, otras veces abarcan diferentes regiones siguiendo un preciso tema unificador. Un ejemplo es el proyecto MarmillAttraverso en la zona rural de Marmilla (centro-sur de Cerdeña), que desarrolla 4 tipos diferentes de itinerarios: histórico-cultural, naturalista, gastronómico y religioso.

Observando lo que ocurre en cada uno de los países europeos, también se pueden detectar experiencias de valorización turística de los territorios, incluidos los rurales, mediante itinerarios. En España un ejemplo interesante es el de las “Rutas Culturales de España”, una marca turística avalada por la Secretaría de Estado de Turismo y Comercio del Gobierno que permite explorar el país a través de 5 itinerarios: Caminos de arte rupestre prehistórico; Ruta Vía de la Plata; Ruta Camino del Cid; Ruta de Carlos V; y Ruta Caminos de Pasión.

Algunos de ellos son muy interesantes porque permiten descubrir los territorios a partir de una cartografía digital e interactiva como la del Camino del Cid (Figura 2). Al hacer clic en las rutas coloradas de azul se abre una página con todas las descripciones útiles, como los puntos de salida y llegada, la duración de la ruta, los días necesarios para hacerla toda, dónde comer, dormir, etc.

**Figura 2: Las rutas del camino del Cid**



**Fuente:** Captura de pantalla de la página web oficial Recuperado de: <https://www.caminodelcid.org/>.

Otras dos experiencias españolas interesantes se encuentran en la isla de Gran Canaria. Una es “Rutas de Gran Canaria”, promovida por el Cabildo Insular, que permite descubrir la región a través de 8 itinerarios diferentes con distintas temáticas. A diferencia del caso anterior, en este programa no hay una cartografía digitalizada que agrupe todos los caminos, sino que para cada uno de ellos se ofrecen fichas descriptivas sobre los puntos a visitar.

La segunda iniciativa importante es la del Atlas Rural de Gran Canaria, que, a través de la recuperación de las Vías Pecuarias con fines turísticos, permite descubrir una cara de la isla poco conocida por el turismo de masas, la del interior (Battino y Lampreu, 2020).

#### 4.3. El Atlas Digital de los Caminos de Italia

En el marco de lo mencionado *Plan del Turismo 2017-2022* ha tomado forma el *Atlas Digital de los caminos de Italia*, una plataforma destinada a promover formas de turismo lento y sostenible, incluyendo

también aquellas localidades normalmente aisladas de los circuitos turísticos más conocidos. Se trata de un instrumento innovador a través del cual se puede acceder de manera inmediata a un patrimonio informativo constituido por los mapas de 46 Caminos italianos reconocidos. Estos caminos fueron elegidos entre un total de 113 analizados por el comité de coordinación según estándares: a) históricos, b) naturalistas, c) religiosos y d) culturales. Los criterios para su selección han sido: 1) Recorridos físicos lineares y accesibles; 2) Presencia de señales horizontales y/o verticales para cada etapa; 3) Recorridos de segura accesibilidad; 4) Porcentajes de carreteras asfaltadas no superior al 40%; 5) Etapas dotadas de todos los servicios de asistencia al caminante; 6) Descripción *online* de cada etapa en la página web de referencia, 7) Servicios de alojamiento y restauración cada 5 km del camino; 8) Presencia de un órgano de gobierno del Camino; 9) Garantía de vigilancia y conservación del recorrido; 10) Georreferenciación del recorrido; 11) Pagina web del camino constantemente actualizada.

Asimismo, en la representación cartográfica de cualquier camino se le asocian informaciones relativas a la distancia, a la posibilidad de transitar y a la señalización, cubriendo más de 6.500 kilómetros. Los caminos seleccionados son «itinerarios culturales de particular relieve europeo y/o nacional, practicables a pie o con otras maneras de movilidad sostenibles; estos representan una modalidad de explotación del patrimonio natural y cultural difundido, además de valorización de los atractivos naturales y culturales de los territorios interesados» (MiBACT, 2015: p. 4).

El *Atlas Digital de los Caminos de Italia*, con una interfaz *mobile friendly*, representa un instrumento útil para la promoción de amplias zonas del territorio italiano desconocidas desde el punto de vista turístico, pero ricas de paisajes y de bienes culturales. Por sus características estos lugares, formados la mayor parte de pequeños municipios, responden de manera innovadora a las exigencias de un turismo responsable, alternativo y *slow* que no renuncia al uso de las modernas tecnologías desde las primeras fases del viaje.

Lo que más caracteriza al portal es la impronta cartográfica, no tanto por la belleza del mapa o por la riqueza de detalles (de hecho, es bastante esencial e intuitiva) sino por la función representativa y de agregación que cumple. El mapa de los 46 itinerarios que atraviesan las distintas regiones italianas representa en este caso el elemento de descubrimiento del territorio, a partir del cual el turista puede empezar a planificar su propia experiencia (Figura 3).

**Figura 3: Atlas Digital de los Caminos de Italia**



**Fuente:** Página oficial. Recuperado de: <http://www.turismo.beniculturali.it/cammini/>.

Pulsando con el cursor sobre la pestaña del menú se pueden seleccionar uno o más itinerarios propuestos. Cada camino presenta un trazado que indica los puntos de interés de las distintas etapas, los destinos, las desviaciones y las posibles variantes, a las cuales se asocia una ficha técnica donde se evidencian señalética, viabilidad, estacionalidad y longitud del recorrido (Figura 4). Tan útil es la presencia de los enlaces a las páginas web de cada itinerario, como el aparato fotográfico y multimedia accesible desde la sección “multimedia”. Además, se puede acceder a diversos enlaces a las redes sociales, hoy imprescindibles para transmitir información y comunicar las específicas ofertas de disfrute.

El Atlas es un instrumento potencialmente capaz de aumentar la visibilidad de los pueblos pequeños, frecuentemente ubicados en áreas rurales o internas, y al mismo tiempo es útil para reforzar las conexiones con los centros de mayor dimensión.

Figura 4: Atlas Digital de los Caminos de Italia - detalle de una ruta

**27 Magna Via Francigena**

Palermo - Santa Cristina Gela - Capriate - Prato - Castellana di Stabia - Cammarata Stabia - Roccamare - Tufesca - Racalmuto - Ippolito - Agrigento - Variante: Palermo - Modugno - Santa Cristina Gela - Variante: Palermo - Santa Cristina Gela

Un'antica pietra miliare testimonia l'esistenza di un percorso tra Palermo e Agrigento già in epoca romana il nome risale invece al periodo normanno - svevo

Mostra/Nascondi gli elementi della mappa

- Selezione tutti
- Anno dei Borghi
- Anno del Cammini
- Anno del Cibo
- Anno del Giubileo
- Capitale Cultura
- Ciclovia turistica
- Cimitero storico
- Finestre di interesse

**INFORMAZIONI**

Tema di peculiare Interesse: storico-culturale

Percorribilità:  
a Piedi;  
in Bici;  
a Cavallo/Asino;

Numero Tappe:  
9;  
2 varianti;

Lunghezza Percorso:  
Tot 170 km;  
media 25 km;  
Max 23,9 Km;  
min 5,4 Km;

Georeferenziazione:  
GPS (KML);  
cartoguida (online);  
App dedicata;

Segnaletica:  
segnavia orizzontali a pittura;  
tabellazione, adesivi e pannelli informativi nei tratti urbani;

Stagionalità:  
sempre accessibile

**Cammino che unisce Palermo e Agrigento, la Magna Via Francigena non si può definire come un'unica strada, ma un insieme di vie diverse e, a testimonianza che esistesse un collegamento tra le due città fin dall'epoca romana, il**

Fuente: Página web oficial. Recuperado de: <http://www.turismo.beniculturali.it/cammini/>.



Cerdeña<sup>2</sup>. El itinerario está dedicado a Santa Bárbara, patrona de los mineros. Su ruta, compuesta por numerosos puntos de interés histórico, cultural y natural, se recorre principalmente a pie (75%), pero es posible realizarlo también a caballo o en bicicleta (en algunos tramos). Se articula en 30 etapas (de longitud media de 16 km cada una) con un total de aproximadamente 500 Km<sup>3</sup>.

El camino de Santa Bárbara conecta 23 municipios, de los cuales 14 son considerados “pequeños municipios” debido al bajo número de habitantes (menos de 5.000 residentes).

Solamente estos 14 municipios cubren una superficie de 964,9 km<sup>2</sup> y afectan a un total de 31.244 residentes. Pero si se observa el camino en su totalidad, éste cuenta con una superficie total de 2.312,27 km<sup>2</sup> y una población de 144.053 habitantes. Todo el territorio, como se muestra en la tabla 1, se caracteriza por una debilidad estructural claramente expresada por los índices de estructura. La despoblación que se viene produciendo desde hace años, también como consecuencia de la desindustrialización de la zona, se ve reforzada por las elevadas tasas de vejez, baja tasa de natalidad y alta de mortalidad y éxodo rural.

**Tabla 1: Principales características demográficas de los municipios del camino de Santa Bárbara al 31/12/19**

Pueblos	Población	Sup Km <sup>2</sup>	Hab/km <sup>2</sup>	Índice de vejez	Índice de dependencia	Índice de sustitución
Arbus	6.004	269,12	22,31	327,3	60,0	201,7
Bugerru	1.039	48,33	21,50	291,3	63,4	373,1
Carbonia	26.813	145,54	184,23	313,7	61,1	222,0
Domusnovas	6.051	80,59	75,08	263,0	52,1	195,1
Fluminimaggiore	2.820	108,18	26,07	331,7	52,2	232,1
Giba	1.953	30,44	64,17	342,0	61,9	233,3
Gonnesa	4.834	48,06	100,59	247,8	57,3	238,0
Gonnosfanadiga	6.396	125,19	51,09	238,0	60,1	169,4
Guspini	11.508	174,67	65,88	238,9	58,7	157,8
Iglesias	25.941	208,58	124,58	270,8	53,7	206,0
Masainas	1.267	23,69	53,49	413,2	58,4	285,7
Musei	1.523	20,27	75,12	234,4	51,1	205,1
Narcao	3.158	85,88	36,77	273,6	54,7	204,4
Nuxis	1.509	61,59	24,5	409,9	60,0	210,2
Piscinas	827	16,89	48,95	220,0	63,1	203,3
San Giovanni Suergiu	5.794	72,37	80,06	265,6	62,1	226,5
Santadi	3.293	116,49	28,27	324,7	59,1	219,9
Sant'Antioco	10.854	87,90	123,49	309,0	62,4	211,5
Teulada	3.439	246,19	13,97	381,9	59,1	336,5
Tratalias	1.034	31,00	33,35	324,4	58,6	176,1
Villacidro	13.447	183,48	73,29	194,6	55,7	161,0
Villamassargia	3.491	91,39	38,20	275,2	54,2	163,9
Villaperuccio	1.057	36,43	29,02	254,5	58,5	200,0
Totale	144.052	2.312,27	62,29	293,28	55,54	218,81

**Fuente:** Nuestro procesamiento sobre datos ISTAT y RAS.

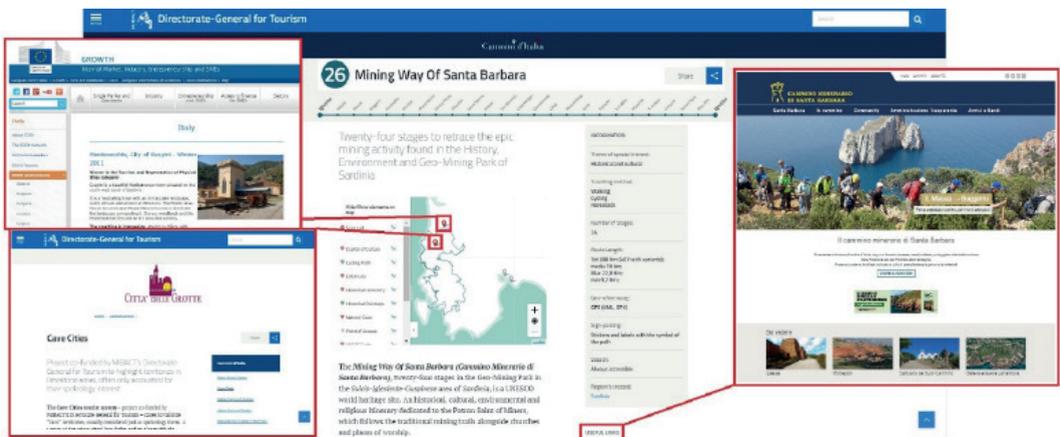
El territorio mostrado durante el camino, a pesar de presentar numerosas desventajas, tiene indudables puntos de fuerza vinculados a las condiciones geomorfológicas y al pasado industrial. Habiéndose erigido actualmente como referente de distintos proyectos centrados en la regeneración turística de la zona. De hecho, varias intervenciones se inscriben en el marco de estrategias de carácter nacional activadas para relanzar a toda la provincia, considerada entre las más pobres de Italia. El turismo lento y sostenible figura entre los sectores en los que se está invirtiendo desde hace años y el camino de

Santa Bárbara constituye una de las principales apuestas en las que los organismos públicos y privados se están centrando (Ladu et al., 2019).

El camino de Santa Bárbara dentro del Atlas Digital (Figura 6) posee también un mapa interactivo que permite navegar y acceder a la ficha de síntesis con una breve descripción del recorrido y de los puntos de interés más importantes como una ruta natural (Grotte Su Mannau- Municipio de Fluminimaggiore) y una página web *EDEN - European Destinations of Excellence* (Montevecchio - Comune di Guspini) apoyada por una galería multimedia.

Para obtener indicaciones más detalladas reenvían a la página web oficial del camino [www.camminominerariodisantabarbara.org/it/](http://www.camminominerariodisantabarbara.org/it/) donde contienen los datos georreferenciados (gpx) relativos a los distintos mapas con informaciones fundamentales y actualizaciones sobre los lugares por los que pasan, los transportes y su hospitalidad. Todo esto contextualizado por textos e imágenes (Pinna, 2017). La página web oficial del Camino está asociada también a dos perfiles de redes sociales como Facebook e Instagram, para que el usuario pueda seguir en tiempo real los eventos organizados.

**Figura 6: El camino minero de Santa Bárbara (Cerdeña)**



Fuente: <http://www.turismo.beniculturali.it/cammini/>.

Un elemento de absoluta utilidad para el descubrimiento sostenible e inteligente del territorio es la app del camino que se puede descargar en los dispositivos móviles. Equipada con una interfaz dinámica y actualizada, la aplicación permite navegar por el mapa interactivo para descubrir puntos de interés, ubicación de miradores, restaurantes y alojamientos turísticos para hospedarse. Alrededor y a lo largo de esta ruta se promueven varias iniciativas que afectan a diferentes áreas: histórica, cultural, ambiental, religiosa y del turismo “slow”, entre otras. En este contexto, parece interesante destacar el papel del turismo religioso<sup>4</sup>: cómo un perfil de carácter religioso puede derivar, e incluso complementar, nuevos productos territoriales que se encuentran a lo largo de los tramos, llegando incluso a desestacionalizar y diversificar los flujos turísticos<sup>5</sup>. Este último objetivo parece que ya se está consiguiendo, ya que los últimos datos sobre el uso del Camino muestran un aumento de visitantes sobre todo en los meses de hombro (abril, mayo y septiembre) con un total de 1.895 excursionistas y turistas en 2019. La presencia de estos usuarios estimula aún más a los diferentes actores del territorio que se han comprometido a crear un Tablero del Camino en el que puedan organizar, compartir y promover, de forma unificada, toda la información objetiva y subjetiva gracias también a la ayuda de la “comunidad inteligente” (Ladu et al., 2021, p. 83).

## 5. Conclusiones

Tras el periodo de entreguerras, en los principales países turísticos europeos se comenzó a tratar la idea de las rutas culturales, concretamente las asociadas a la naturaleza, como actividad alternativa a la situación económica del momento. De hecho, a partir de la década de 1980 el medio rural se erigió como un área potencialmente sostenible, al poner en valor inquietudes asociadas a la ecología, el patrimonio,

la convivencia y la identidad territorial. En el que el patrimonio, tanto tangible como intangible, ofrecía interesantes y positivos efectos en el desarrollo de la actividad productiva de las áreas a intervenir.

Como consecuencia, que las instituciones políticas y las comunidades tomaron mayor conciencia sobre los recursos que poseían, destacando la necesidad de administrarles de manera más eficiente y funcional a la creación de valor.

La evolución del concepto de ruralidad hacia una dimensión no sólo vinculada a la producción de alimentos, sino también al bienestar psicofísico, al ocio y a la recreación, ha permitido a las zonas marginales abordar nuevas estrategias de desarrollo territorial. Junto a la afirmación de la multifuncionalidad y la diversificación de la agricultura, las zonas rurales han tenido poco a poco la oportunidad de convertirse en destinos para un turismo sostenible y atento a las especificidades locales. Sin embargo, todavía hay muchos problemas que impiden el desarrollo del turismo en estas áreas, muchas de las cuales siguen cayendo en situación de marginalidad socioeconómica. Existen innumerables aspectos que deben abordarse en los territorios marginales como la despoblación, la pérdida de capital identitario, los riesgos para el medio ambiente, etc.; es por eso que se han llevado a cabo numerosas políticas y estrategias de desarrollo para hacer más atractivas las zonas débiles. Entre los instrumentos más utilizados últimamente para lograr estos objetivos se encuentran los itinerarios culturales.

Desde finales del siglo XX organismos e instituciones nacionales e internacionales han visto en las rutas culturales herramientas útiles para mejorar el atractivo de las áreas periféricas. De hecho, en la actualidad, varias zonas rurales se han convertido en destinos turísticos de éxito porque han sabido centrarse esencialmente en tres aspectos: la autenticidad de las ofertas, la calidad de los servicios y una comunicación eficaz. Los itinerarios culturales, si se promueven con las modernas tecnologías que permiten activar relaciones más directas con los turistas, son el medio ideal para contar y hacer vivir un territorio incluso antes de ser recorrido.

En la época actual, caracterizada por un fuerte peso de la tecnología, los turistas que pertenecen a comunidades virtuales utilizan cada vez más las herramientas digitales para informarse y elegir dónde pasar sus vacaciones. Con este trabajo, hemos querido profundizar y enfatizar el papel del Atlas digital de los Caminos de Italia. Ya que pese a ser una herramienta nueva, tras el trabajo realizado se concluye que si se desarrolla más podría ayudar a las zonas marginales y a los pueblos pequeños a formar parte de los circuitos turísticos. Su implementación es fundamental porque representa un signo importante cultural y político con el que se confirma oficialmente el potencial estratégico de los itinerarios culturales por el desarrollo sostenible de Italia.

El hecho de haber seleccionado como criterios de elegibilidad los mismos utilizados por el Consejo de Europa con el programa de los itinerarios culturales, representa una garantía de calidad de las rutas reconocidas y una manera eficaz de establecer criterios unificados para toda Italia.

La creación de esa plataforma es un fundamental punto de partida y un estímulo para ulteriores iniciativas capaces de difundir y promover con mayor fuerza la creación de itinerarios y redes culturales en muchas otras áreas rurales del país.

Estas acciones son las que, juntamente con otras iniciativas y políticas, podrían disminuir los desequilibrios existentes entre áreas rurales y urbanas o entre zonas de montaña y de costa. De hecho, a través del ejemplo expuesto del camino de Santa Bárbara, se evidencia cómo un itinerario puede unificar los recursos culturales, el medio ambiente y los pequeños pueblos en torno a un único hilo conductor, capaz de conectar diferentes áreas territoriales. Para ello, el uso e implementación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC's) son fundamentales, tanto para la definición de las políticas de comunicación destinadas a mejorar el atractivo territorial como para su transmisión e muestra del itinerario a nivel global.

Tras el análisis del caso de Santa Bárbara, se evidencia que el hecho de estar presente dentro del Atlas Nacional es un valor añadido para el camino y un estímulo para preservar en el tiempo aquellas condiciones cualitativas e infraestructurales que han permitido el registro.

## Bibliografía

- Balletto, G., Milesi, A., Ladu, M. y Borruso, G. 2020. A dashboard for supporting slow tourism in Green Infrastructures. A methodological proposal in Sardinia (Italy). *Sustainability*, 12, 0, 1-23.
- Battino, S. y Lampreu, S. 2017. Strategie di valorizzazione e promozione in chiave turistica del patrimonio culturale nelle aree interne. Un caso in Sardegna. *Annali del Turismo*, VI, 83-105.
- Battino S. y Lampreu S. 2019. The Role of the Sharing Economy for a Sustainable and Innovative Development of Rural Areas. A Case Study in Sardinia (Italy). *Sustainability*, 11 (3004), 1-20.

- Battino, S. y Lampreu, S. 2020. L'Isola di Gran Canaria tra squilibri territoriali e nuove prospettive di sviluppo turistico per le aree interne e rurali. *Bollettino dell'Associazione Italiana di Cartografia*, 168, 62-77.
- Battino, S., Balletto, G., Borruso, G. y Donato, C. 2018. Internal Areas and Smart Tourism. Promoting Territories in Sardinia Island. En O. Gervasi *et al.* (eds.), *Computational Science and Its Applications – ICCSA 2018. ICCSA 2018. Lecture Notes in Computer Science 10964* (pp. 44-57), Cham: Springer.
- Beltramo, S. 2013. Itinerari Culturali e Reti di Conoscenza: identità e Valorizzazione del Patrimonio Paesaggistico e Culturale Europeo. Il Caso Studio del Piemonte. *AlmaTourism*, 7, 13-43.
- Berti, E. 2013. Itinerari Culturali del Consiglio d'Europa: Nuovi Paradigmi per il Progetto Territoriale e per il Paesaggio. *AlmaTourism*, 7, 1-12.
- Bertolini, P. y Pagliacci, F. 2012. Tra povertà e ricchezza: la ruralità nell'Europa allargata, *Agriregionieuropa*. 8 (30), 1-6.
- Blanco, F. J. 1996. Fundamentos de la política comunitaria y española en materia de turismo rural, Consideraciones sobre la legislación española. *Rev. Estudios Turísticos*, 131, 25-49.
- Borghi, E. 2017. *Piccole Italie. Le aree interne e la questione territoriale*. Roma: Donzelli Editore.
- Brundu, B. 2018. Rural development policies as a precondition for a revival of marginal areas. En E. Cejudo García, F. A. Navarro Valverde y J. A. Camacho Ballesta (eds), *Nuevas realidades rurales en tiempos de crisis: territorios, actores, procesos y políticas* (pp. 565-577), Universidad de Granada.
- Brundu, B. y Lampreu, S. 2016. Rappresentazione e valorizzazione turistica dei beni culturali immateriali. L'esempio dell'intreccio in un'area del nord Sardegna. *Bollettino dell'Associazione Italiana di Cartografia*, 158, 58-71.
- Campolo, D., Bombino, G. y Meduri, T. 2016. Cultural Landscape and cultural routes: infrastructure role and indigenous knowledge for a sustainable development of inland areas. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 223, 576-582.
- Carbone, L. 2016. L'impronta della *Rural City* nell'area della Tuscia. *Bollettino dell'Associazione Italiana di Cartografia*, 158, 36-46.
- Casile, N. 2015. *Diario di un trekking sul sentiero del gigante. In cammino tra l'Aspromonte e le Serre*. Reggio Calabria: Editore Kaleidon.
- Censis 2015. *49° Rapporto sulla situazione sociale del Paese*. Centro Studi Investimenti Sociali – Rapporti.
- Comitato Europeo Delle Regioni 2017. *Il futuro della politica di coesione dopo il 2020. Per una politica europea di coesione forte ed efficace dopo il 2020*, 123a sessione plenaria dell'11 e 12 maggio 2017.
- Conti Puorger, A. y Napolitano, P. 2013. Studio per una caratterizzazione del policentrismo in alcune aree urbane italiane. En C. Capineri *et al.* (eds.), *Oltre la Globalizzazione Prossimità/Proximity* (pp. 197-208), Firenze: Società Studi Geografici.
- Copus, A. y Noguera, J. 2016. Le “periferie interne”. Che cosa sono e di quali politiche necessitano? *Agriregionieuropa*, 12 (45).
- Corinto, G. L. 2017. Food and Gastronomic Tourism for Developing Rural Areas around the Via Francigena in Tuscany. *Almatourism* 7, 106-122.
- Doctor, A. M. 2011. El itinerario como herramienta para la puesta en valor turístico del patrimonio territorial. *Cuadernos de Turismo*, 27, 273-289.
- Donato, C. 2001. Sugerimenti cartografici per un turismo religioso-culturale dei nostri giorni attraverso la riscoperta degli antichi cammini della devozione nella Regione Friuli-Venezia Giulia. *Bollettino dell'Associazione Italiana di Cartografia*, 111-113, 359-386.
- ESPON 2018. *Fighting rural depopulation in Southern Europe*. Luxembourg: ESPON EGTC. Disponible en [https://www.espon.eu/sites/default/files/attachments/af-espon\\_spain\\_02052018-en.pdf](https://www.espon.eu/sites/default/files/attachments/af-espon_spain_02052018-en.pdf).
- ESPON 2020. *ESCAPE. European shrinking rural areas: Challenges, actions and perspectives for territorial governance*. Luxembourg: ESPON EGTC. Disponible en <https://www.espon.eu/escape>
- European Federation of Farm and Village Tourism: Eurogites 2003. *Conclusiones del I Congreso Europeo de Turismo Rural. Granada*. Disponible en <http://www.europeanrtcongress.org>.
- European Union 2011. *Cities of tomorrow Challenges, visions, ways forward*. Bruxelles.
- Fondazione Symbola, IFEL 2019. *Piccoli comuni e cammini d'Italia*.
- Frignani, S. 2018. *Guida alla via degli Dei. Da Bologna a Firenze e ritorno*. Milano: Editore Terre di Mezzo.
- Genovese, R. A. 2016. Cultural Routes between East and West: a network for cooperation between Mediterranean cities. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 223, 619-625.
- Gómez, I. 2016. Caso de estudio Nexos urbano-rurales en el territorio Los Nonualcos, El Salvador”. Serie Documentos de Trabajo N°218. Grupo de Trabajo Desarrollo con Cohesión Territorial. Programa Cohesión Territorial para el Desarrollo. Rimisp, Santiago, Chile.
- Grefe, X. 1994. Is rural tourism a lever for economic and social development? *Journal of Sustainable Tourism*, 2, 23-40.

- Hernández Ramírez, J. 2011. Los caminos del patrimonio. Rutas turísticas e itinerarios culturales. *PASOS*, 9 (2), 225-236.
- Kirk, D. & Huyck, E.E. 1954. Migración de ultramar desde Europa desde la Segunda Guerra Mundial. *American Sociological Review*, 19 (4), 447-456.
- Ladu, M., Milesi, A., Borruso, G. y Balletto, G. 2019. Turismo lento nel Sulcis Iglesiente. Mappe di comunità per le sfide dello sviluppo turistico locale. *Asita*, 595-692.
- Ladu, M., Balletto, G., Milesi, A. y Borruso, G. 2021. Il ruolo delle tecnologie digitali nella promozione del turismo lento in Sardegna (Italia). Una proposta per il Cammino di Santa Bárbara. En P. La Greca, L. Staricco y E. Vitale Brovarone (eds). *Piani e Politiche per una nuova accessibilità*. Atti della XXIII Conferenza Nazionale SIU DOWNSCALING, RIGHTSIZING. Contrazione demografica e riorganizzazione spaziale, Torino, 17-18 giugno vol. 8 (pp. 80-89), Roma-Milano: Planum Publisher e Società Italiana degli Urbanisti.
- Lampreu, S. 2015. Ideazione e sperimentazione di nuove ipotesi per la valorizzazione delle zone interne della Sardegna. Il marketing territoriale come elemento di promozione delle tipicità: l'esempio della Marmilla. Tesi di Dottorato, a.a 2014/2015.
- Lampreu, S. 2018. Promoting Rural Landscapes. Il paesaggio del vino come brand. En M. Balestrieri, E. Cicalò y A. Ganciu (eds.), *Paesaggi rurali. Prospettive di ricerca* (pp. 177-185), Milano: Franco Angeli.
- Lampreu, S. 2020. Estrategias de desarrollo territorial y turismo contra la despoblación de las áreas rurales en Cerdeña (Italia). *Revista Galega de Economía*, 29 (2), 6908, 1-20.
- Lane, B. y Kastenzholz, E. 2015. Rural tourism: the evolution of practice and research approaches – towards a new generation concept? *Journal of Sustainable Tourism*, 23, 8-9, 1133-1156.
- Lucatelli, S. 2015. Quali e cosa sono le aree interne. En F. Monaco y W. Tortorella (eds.), *I Comuni della Strategia Nazionale Aree Interne* (pp. 17-30), Roma: Studi e Ricerche - Fondazione IFEL.
- Maak, K. 2009. El camino de Santiago como posible motor turístico en zonas rurales de escasos recursos: el caso de Brandeburgo. *Cuadernos de Turismo*, 23, 149-171.
- Macchi Jànica, G. y Palumbo, A. (eds.) 2019. *Territori spezzati. Spopolamento e abbandono nelle aree interne dell'Italia contemporanea*. Roma: CISGE.
- Magnaghi, A. 2010. *Progetto locale. Verso la coscienza di luogo*. Torino: Bollati Boringhieri.
- Majdoub, W. 2010. Analyzing cultural routes from a multidimensional perspective. *Alma Tourism* 2, 29-37.
- Mangano, S. 2020. *Il turismo di prossimità per (ri)scoprire il territorio italiano in tempi di crisi*. Roma: Aracne editrice.
- Mansfeld, Y. y Jonas, A. 2006. Evaluating the socio-cultural carrying capacity of rural tourism communities: a “value stretch approach”. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 97 (5), 583-601.
- Meini, M., Di Felice, G. y Nocera, R. 2017. Mappare le risorse delle aree interne: potenzialità e criticità per la fruizione turistica. *Bollettino dell'Associazione Italiana di Cartografia*, 161, 4-21.
- Meloni, B. (ed.) 2015. *Aree interne e progetti d'area*. Torino: Rosenberg e Sellier.
- Meloni B. y Pulina P. (eds.) 2020. *Turismo sostenibile e sistemi rurali locali. Multifunzionalità, reti d'impresa e percorsi*. Torino: Rosenberg e Sellier.
- Meyer, D. 2004. *Tourism routes and gateways: key issues for the development of tourism routes and gateways and their potential for pro-poor tourism*. London: Overseas Development Institute.
- MiBACT - Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo 2015. *Direttiva 2016-anno dei cammini d'Italia*. Roma, 16 dicembre 2015 p. 4. Disponibile en <http://www.turismo.beniculturali.it/wp-content/uploads/2017/07/Direttiva-del-Ministro-dei-Beni-e-delle-Attivit%C3%A0-Culturali-e-del-Turismo-2016-Anno-dei-Cammini-d'Italia.pdf>.
- MiBACT - Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo 2016. *Direttiva 2017-anno borghi italiani*. Roma, 2 dicembre 2016. Disponibile en <http://www.turismo.beniculturali.it/wp-content/uploads/2017/07/Direttiva-del-Ministro-dei-Beni-e-delle-Attivit%C3%A0-Culturali-e-del-turismo-2017-Anno-dei-Borghi-Italiani-1.pdf>
- MiBACT - Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo 2017. *Piano Strategico di Sviluppo del Turismo 2017-2022*. Roma, p. 57.
- Neumeier, S. 2016. Accessibility to services in rural areas. The example of petrol service provision in Germany. *disP – Plan. Rev.* 52(3), 32–49.
- Olsen, M. 2003. Tourism themed routes: a Queensland perspective. *Journal of Vacation Marketing*, 9, 331-41.
- Ortega Delgado, M. 2003. La ciudad y los sistemas urbanos desde una visión territorial. *Revista del Departamento de Urbanística y Ordenación del territorio de la Universidad Politécnica de Madrid*, 8, 55-62.
- Pagliacci, F. 2016. Measuring EU Urban-Rural Continuum Through Fuzzy Logic. *Tijdschrift voor economische en sociale geografie*, 108 (2), 1-18.

- Pérez-delHoyo R. y Mora H. 2019. Towards a new sustainable development model for Smart Villages. En A. Visvizi & M. D. Lytras (eds). *Smart villages in the EU and beyond* (pp. 49-62), UK: Emerald Publishing Limited.
- Pinna, G. 2017. *Il cammino minerario di Santa Barbara. A piedi in Sardegna tra storia e natura*. Milano: Editore Terre di Mezzo.
- Podda, C., Camerata, M. V. y Lampreu S. 2016. Cartografía y promoción del turismo en áreas a economía débil. Dal marketing territoriale ai percorsi a base culturale. *Bollettino dell'Associazione Italiana di Cartografia*, 157, 92-104.
- Poli, D. 2015. Il patrimonio territoriale fra capitale e risorsa nei processi di patrimonializzazione proattiva. En B. Meloni (ed.), *Aree interne e progetti d'area* (pp. 23-140), Torino: Rosenberg e Sellier.
- Prezioso, M. 2015. Quali investimenti urbani di breve periodo per un futuro europeo di lunga durata. En R. Cappellin, M. Baravelli, M. Bellandi, R. Camagni, E. Ciciotti y E. Marelli, (eds.). *Investimenti, innovazione e città. Una nuova politica industriale per la crescita* (pp. 389-397), Milano: Studi&Ricerche Egea.
- RAS – Regione Autonoma Della Sardegna 2012. *Indice di Deprivazione Multipla della Sardegna*, Assessorato della Programmazione, Bilancio, Credito e Assetto del Territorio, Cagliari, p. 1.
- Sau, A. 2018. La rivitalizzazione dei borghi e dei centri storici minori come strumento per il rilancio delle aree interne. *Federalismi.it.*, 3, 1-20.
- Scanu, G. y Lampreu, S. 2015. Osservazioni sui riflessi territoriali delle politiche di coesione dell'Unione Europea in Sardegna. En M. Marconi & P. Sellari (eds.). *Verso un nuovo paradigma geopolitico. Raccolta di scritti in onore di Gianfranco Lizza, Tomo I – Tomo II* (pp. 493-596), Roma: Aracne Editrice.
- Trono, A. y Dallari, F. 2009. Religione e Turismo, un'endiade difficile e problematica. En F. Dallari, A. Trono y E. Zabbini (eds.). *I viaggi dell'Anima* (pp. 13-19), Bologna: Patron Editore.
- Trono, A. y Oliva, L. 2013. Percorsi religiosi tra turismo culturale e strategie di pianificazione sostenibile: ricerca e innovazione. *Annali del Turismo*, II, 9-34.
- Van Mol C. y de Valk H. 2016. Migración e inmigrantes en Europa: una perspectiva histórica y demográfica. En B. Garcés-Mascareñas y R. Penninx (eds). *Procesos y políticas de integración en Europa*. Serie de investigaciones IMISCOE, Capítulo 3 (pp. 31-45). Cham: Springer.
- Visvizi A., Lytras M. D. y Mudri G. (eds.) 2019. *Smart villages in the EU and beyond*. UK: Emerald Publishing Limited.
- Zollo, A. (2014). Turismo religioso: confronto Italia-Spagna. *Rivista di Scienze del Turismo*, 2, 91-101.

### Páginas webs oficiales:

Spain Cultural Routes. Recuperado de: <https://www.spainculturalroutes.com/las-rutas/>

Gran Canaria Patrimonio. Recuperado de: <http://www.grancanariapatrimonio.com/rutas-de-gran-canaria>

Itinerarios y excursiones. Recuperado de: <http://itinerarioexcursiones.guide/itineraries>

Programa Interreg. Recuperado de: <http://interreg-maritime.eu/it/web/terragir3/progetto>

Rutas culturales. Recuperado de: <https://polysemi.di.ionio.gr/index.php/it/di-primas-pagina/>

Marmilla attraverso. Recuperado de: <http://www.marmillattraverso.it/>

Camino de Santa Barbara. Recuperado de: <https://www.camminominerariodisantabarbara.org>

### Notas

- <sup>1</sup> Página web oficial del Ministerio de las Políticas Agrícolas, Alimentarias, Forestales y del Turismo. Recuperado de <http://www.turismo.beniculturali.it>
- <sup>2</sup> Página web oficial del Parque Geo minero Histórico- Ambiental de Cerdeña <https://parcogeominerario.sardegna.it/>.
- <sup>3</sup> A lo largo de la ruta hay 51 minas abandonadas, 75 sitios de interés natural (monumentos naturales, parques y reservas, canteras, playas, lagos, etc.) y más de 350 sitios de interés histórico y cultural (iglesias rurales, museos, edificios históricos, sitios arqueológicos, etc.) (Balletto et al., 2020).
- <sup>4</sup> Cada año este sector turístico cuenta con más de 300 millones de desplazamientos en todo el mundo, representando un impacto económico de 18 millones de dólares (Zollo, 2014; Podda et al., 2016).
- <sup>5</sup> Se siente la urgencia de valorizar el variado patrimonio histórico, de identidad y espiritual del cual Cerdeña está dotada. Ya que este está compuesto por elementos materiales como «[...] edificios, monumentos, lugares de gran valor religioso y de una infinidad de testimonios dejados por santos y por sus devotos en el territorio, así como patrimonio inmaterial manifestado a través del sentimiento de devoción de su población» (RAS, 2012, p. 1).

*Recibido:* 24/02/2021  
*Reenviado:* 05/06/2021  
*Aceptado:* 14/06/2021  
*Sometido a evaluación por pares anónimos*