
EL PATRIMONIO CULTURAL COMO OPCIÓN TURÍSTICA

María José Pastor Alfonso

Universidad de Alicante – España

Resumen: *El sistema turístico obliga a tener en cuenta tanto a la sociedad local, como a los visitantes, por lo que todos los estudios deben ir dirigidos a buscar el bienestar de ambos, tratando de minimizar los impactos negativos, ya sean sociales, culturales, físicos o económicos. En cuanto al patrimonio antropológico, puede afirmarse que la única manera de comprender su realidad es acercándose a él para observarlo como producto de la sociedad en permanente estado de cambio, al mismo tiempo que se descifra la interrelación de todos sus componentes. Es necesario interpretar al ser humano en el medio en el que se ha desarrollado y sigue haciéndolo. Sólo de esta forma estaremos en capacidad de planificar una serie de acciones vinculadas al uso del patrimonio con fines turísticos, sin perjudicar el normal desarrollo de la comunidad que lo ha originado.*

Palabras clave: *cambio cultural, ecología humana, patrimonio cultural, turismo cultural.*

Abstract: *The tourist system forces us to consider as much the local society as the visitors, that is the reason for which all the studies must go directed to look for the well-being of both, trying to diminish the negative impacts, either they are social, cultural, physical or economic. As far as the anthropological patrimony, it can affirm that the only way to include/understand its reality is approaching him to observe it like product of the society in permanent state of change, at the same time that deciphers the interrelation of all its components. It is necessary to interpret to the human being in the means in which it has been developed and it continues doing it. Only of this form we will be in capacity to plan a series of tie actions to the use of the patrimony with tourist aims, without harming the normal development of the community that has originated it.*

Keywords: *cultural change, cultural heritage, cultural tourism, ecological anthropology.*

El atractivo turístico del patrimonio

Dentro del entramado de relaciones que se establecen entre anfitriones (habitantes de un lugar/receptores) y turistas (visitantes esporádicos), es necesario tener en cuenta la atracción que pueden provocar determinados aspectos de la cultura de los primeros; fundamentalmente ciertos elementos tangibles, como pueden ser la arquitectura monumental o tradicional, la producción artesanal o la gastronomía que, de alguna manera, se vinculan al viaje turístico. Me refiero a esas señas de identidad, específicas de cada lugar, que pueden ser captadas con facilidad por los turistas y que muchas veces se utilizan como reclamo para motivar la visita a determinados sitios.

Ahora bien, en nuestra sociedad occidental, solamente aquellos factores que se publicitan de manera adecuada llegan hasta el público al que van dirigidos. Podemos mencionar el caso de la alimentación, factor fundamental para la supervivencia de cualquier individuo o grupo, basada en los productos específicos de cada lugar y que se reduce, de cara al turismo, a unos muy limitados platos tradicionales que son los que habitualmente se promocionan.

Veamos como ejemplo el caso de Alicante, en el litoral mediterráneo español; en este lugar, perteneciente a la Comunidad Valenciana, podemos afirmar que la paella es una comida obligada para los forasteros: se conoce internacionalmente y se sirve en cualquier restaurante en el que recalen turistas; ahora bien ¿qué otros platos de la cocina local de la zona se conocen y son consumidos por los visitantes con relativa frecuencia?: prácticamente ninguno. Si la mayoría de los visitantes a un lugar, ignora algo tan cotidiano como la comida ¿qué podemos esperar sobre el comprensión y disfrute del resto de factores que conforman el patrimonio cultural?

El turista que viaja hasta las costas de Alicante (turismo de masas en su gran mayoría) busca fundamentalmente relajarse en un litoral marino repleto de banderas azules, indicativo de la pureza de sus aguas, además de la seguridad que le produce el hecho de no encontrarse con elementos que pudieran perturbarle, ajenos a su cotidianeidad; y todo ello en el envidiable marco de un clima benigno, cálido, con un sol asegurado y una distancia desde su lugar de origen, que por corta que sea, le proporcionará la suficiente libertad como para representar su papel de turista. Pero también hay que contar con que la provincia alicantina, como cualquier lugar del mundo,

sea o no destino turístico, tiene una serie de elementos patrimoniales característicos que configuran su identidad, algunos de los cuales están siendo hoy en día revitalizados por grupos o instituciones que, conscientes de su valor, desean su conservación y proyección tanto para los miembros de la comunidad como para los foráneos.

Sabemos, además, que el visitante de Alicante no es un turista de paso, sino que permanece algunos días en el lugar, esto significa que dispondrá de tiempo para realizar algunas actividades al margen de las propias de la playa. ¿Pero realmente quiere hacer algo más que estar tumbado al sol día tras día? Pues parece que sí. Al observar los resultados de entrevistas realizadas a turistas en distintos puntos de la provincia, puede apreciarse como, una buena parte de ellos, desean participar en actividades culturales, o realizar visitas a lugares próximos que tengan, preferiblemente, alguna especificidad. En este sentido los museos, monumentos históricos y parques naturales destacan, en las solicitudes de los turistas, como espacios de interés para que cubrir esas necesidades.

El hecho de que los turistas conozcan el patrimonio cultural puede ser altamente positivo; si además se les ofrece una serie de acciones que potencien la asimilación de ese patrimonio se conseguirá, por una parte, que éste grupo de individuos comprenda algunos aspectos de la identidad de sus anfitriones, y por otra, que estos últimos se preocupen por activar y preservar elementos que, en otras circunstancias podrían quedar relegados.

No me pongo en la posición extrema de considerar que, sólo gracias al turismo, se puede recuperar un patrimonio que ha permanecido en total abandono (generalmente a causa del descuido de autoridades poco sensibilizadas), pero si creo que el turismo puede llegar a ser de gran utilidad. Ahora bien, será cada comunidad, por si misma, quien tenga que ocuparse de inventariar, catalogar, conservar y, en su caso, activar el patrimonio propio. Esta decisión, que debe depender exclusivamente de los miembros de cada grupo, puede ponerse en marcha con el apoyo económico de instituciones del estado o empresariales.

Un lugar puede darse a conocer a través de sus elementos patrimoniales; así, el turista se llevará la imagen que sus anfitriones le ofrezcan y esto, además de proporcionar un beneficio económico, servirá para reforzar la estima que sobre sus factores identitarios tienen los pobladores.

La cultura y el patrimonio cultural o antropológico

Tiende a situarse comúnmente a la cultura en el terreno de “lo culto”, es decir, aquello que por diversas circunstancias pertenece a las elites sociales. Sin embargo, desde la antropología, que se ocupa de los grupos humanos, de las relaciones que se establecen entre ellos o con otros grupos, y de su producción ya sea material o intelectual, la cultura abarca todos los aspectos creativos, las redes sociales, la religión o la ideología; en fin, las diferentes formas de vida de los seres humanos y sus manifestaciones. Por tanto, hablar de cultura significa, por una parte, hablar de igualdad entre individuos de los más diversos medios y, por otra, de procesos continuos de cambio que deben ser tenidos en cuenta a la hora de establecer análisis culturales.

Cuando nos referimos específicamente al patrimonio cultural, que también podemos llamar antropológico, estamos expresando las manifestaciones de la cultura, de todos aquellos “datos” que vamos dejando los seres humanos a lo largo de nuestra trayectoria sobre la tierra, a través de los cuales puede conocerse. Patrimonio es aquello que identifica a los grupos humanos, aquello por lo que se diferencia a los individuos pertenecientes a distintas etnias, e incluye aspectos tan dispares como la arquitectura, las leyendas, los útiles de labranza, los textos históricos o los que nos hablan de tecnología actual; también la música, la poesía o el vestido, así como los conocimientos que se tienen sobre las formas de producir.

Ahora bien, dichas manifestaciones tienen que ser reconocidas por los grupos como propias para que puedan considerarse patrimonio cultural, las producciones, ya sean individuales o grupales, deben ser aceptadas y asumidas por la colectividad, por lo que quedan desechados los productos de modas pasajeras. Así, aunque el patrimonio se construya continuamente, no se define como tal hasta que no ha sido incorporado a las formas de vida del grupo. Por ejemplo, podemos pensar en el hábito de tatuarse la piel, moda actual entre muchos jóvenes, pero que no será un rasgo cultural si la mayor parte de la población no lo practica, como en el caso de algunos lugares de Polinesia.

Tanto los aspectos tradicionales como los de nueva creación forman parte del patrimonio, es decir, de la cultura. Considerar solamente los

vestigios antiguos como elementos patrimoniales, susceptibles de ser preservados y difundidos, es negar los procesos evolutivos de los individuos y, por tanto, las creaciones motivadas por los lógicos cambios culturales. Ese patrimonio cultural, interiorizado por los componentes de cada grupo étnico, varía según su concepción y medida del tiempo y el espacio. Sobre este tema es conveniente revisar las reflexiones de J. Clifford y Teresa Del Valle quienes han trabajado sobre los *cronotopos*, unidades de tiempo y espacio desde las que pueden ser analizados los encuentros entre individuos (Clifford, 1999; Del Valle, 2000).

Quiero insistir con esto en que la cultura y, por tanto, sus manifestaciones son cambiantes. La cultura está tan viva como aquellos que la van construyendo; y son muchos los aspectos que inciden en ella y la van alterando, como el turismo, que es un fenómeno que está afectando, de diversas formas, a gran parte de la población mundial y que, como no podía ser de otra forma, ha hecho que muchas grupos humanos modifiquen aspectos de sus respectivas culturas.

El contexto de la cultura

De esta forma llegamos a otro punto de gran interés para la cultura y sus manifestaciones: el medio. Si al principio de la andadura de los humanos sobre la tierra, el medio ambiente en el que se desenvolvían era fundamental para su desarrollo, en la actualidad, y a pesar de las grandes modificaciones hechas sobre la naturaleza, no sería correcto decir que no dependemos del entorno, aunque éste haya dejado de ser básicamente natural. Porque, si bien es cierto que la dependencia de la naturaleza es menor que la que teníamos hace unos cuantos cientos de años, el medio en el que nos desenvolvemos en el mundo occidental, esencialmente antropogénico (construido por el hombre), nos tiene sujetos a una serie de exigencias de las que difícilmente podemos prescindir.

Tengamos en cuenta que la distinción semántica que podría hacerse entre lo natural, aquello salvaje o intocado, y lo artificial, que sería lo destruido e inestable, es decir, lo antropogénico, está íntimamente vinculada a la “ideología ecológica” (Martínez Veiga, 1985). Como consecuencia, los límites entre lo llamado natural y lo antropogénico se confunden, ya que casi siempre estos dos elementos aparecen fuertemente unidos.

El tema de la relación entre los seres humanos y su entorno es apasionante. Considero necesario tener siempre presente una visión de los individuos formando parte de un ecosistema del que son parte activa; dominando a veces, pero sin perder de vista el hecho de que, al ser miembros en interacción con otros integrantes, las alteraciones que unos provoquen afectarán al resto, ya sea de forma positiva o negativa. Por ello, antes de planificar o poner en marcha proyectos turísticos, fundamentalmente los orientados hacia el turismo cultural, debe reflexionarse sobre el significado y el valor que se le atribuyen, en nuestra sociedad, a estas relaciones establecidas entre los seres humanos y el medio en el que se mueven.

Los cambios ambientales influyen en los grupos que los sufren y esto conduce a generar productos culturales peculiares adaptados a las nuevas situaciones. Para comprender los lugares que han modificado su entorno en función del turismo debemos, obligatoriamente, profundizar en cómo sus habitantes han sido capaces, o no, de adaptarse a las nuevas formas y cómo esa relación ha llevado a los individuos a interiorizar su propio patrimonio y a presentarlo de manera específica de cara a los visitantes. Hoy en día muchos destinos turísticos, que hasta el momento enfocaban su atractivo hacia el sol y la playa, han decidido ofertar aspectos culturales específicos que, bien gestionados, pueden resultar beneficiosos desde diversas orientaciones: económica, social, cultural, etc., tanto para los turistas como para los propios habitantes del lugar.

Pues bien, para comprender este entramado dentro del mundo del turismo, los análisis deben conducirse hacia el conocimiento de los individuos como integrantes de un medio específico. “Puede ser difícil extender la noción de realidad cultural a todos los paisajes pero, indudablemente, los paisajes turísticos responden o deben responder a ciertas motivaciones de los turistas que lo contemplan o que lo utilizan.” (Lozato-Giotart, 1990, p. 38). Y ahí es donde entran en juego las relaciones que se establecen entre los seres humanos y su medio: cultura y naturaleza formando un binomio indisoluble; porque el individuo humano, como organismo vivo, necesita acceder al medio ambiente y la interdependencia con otros seres es imperativa (Hawley, 1996, p. 27-28).

A fin de cuentas la cultura, o más concretamente, los rasgos culturales que caracterizan a cada grupo humano, tienen mucho que ver con las formas en que ese grupo se ha enfrentado a su entorno, a ese ámbito natural construido que se ha ido transformando según los individuos intervenían en él. “La necesidad genera cultura, pero esta a su vez engendra nuevas

necesidades a las que respondemos transformando nuestra cultura y con ello, generalmente, el contorno físico en el que desenvuelve sus actividades cada grupo social.” (Maestre Alfonso, 1978, p. 75).

El turismo cultural

En realidad el turismo siempre ha tenido un aspecto cultural. Gran parte de los viajes que se han realizado a lo largo de la historia, y que hoy en día podemos vincular a los inicios del turismo, estaban motivados por la visita a lugares en los que podían encontrarse manifestaciones de interés artístico o histórico; pero también grupos de individuos pertenecientes a las denominadas “otras culturas” o “cultura exóticas”. Este viajar y conocer otros lugares y otros individuos, ayudó a difundir elementos pertenecientes a las formas de vida de unos y otros, es decir, de viajeros y nativos.

Ahora bien, en estos inicios, los sistemas de transmisión de información eran lentos. Generalmente quienes resultaban más influenciados por las visitas eran, por una parte, los autóctonos en contacto directo con los foráneos: intérpretes, guías, comerciantes, etc. y, por otra parte y en sentido inverso, los círculos más próximos a los viajeros: familiares y amigos; aunque en ocasiones los viajes se narraban de forma literaria y aumentaba el número de individuos que participaban de esa influencia. Por tanto, en estos primeros contactos, que en cierto modo ya podríamos considerar vinculados al turismo cultural, no sería lógico hablar de impactos negativos, ni de grandes alteraciones de las formas de vida de unos o de otros. Realmente eran muy pocas las personas que participaban en la actividad y generalmente guardándose las distancias entre los grupos autóctonos y los visitantes, estos últimos revestidos, casi siempre, de un cierto aire colonialista.

Según F. Hernández será ya en el siglo XX cuando el desarrollo del turismo hará que se entre en relación con el patrimonio, como una forma de afirmar la propia identidad. Al aparecer el interés por lo sitios antiguos y naturales, surge la necesidad de poner en marcha infraestructuras hoteleras, a fin de poder cubrir las necesidades de acogida de los numerosos visitantes. Al mismo tiempo, los estados empiezan a comprender el papel que les corresponde en el desarrollo del turismo cultural. Sigue la misma autora analizando los cambios producidos en esa época:

En una época en la que Europa empieza a estimular y potenciar la sociedad de consumo, como fruto de la ruptura social y económica

que tuvo lugar en los años 60, no es de extrañar que la noción de patrimonio cultural se vaya enriqueciendo cada vez más, integrando no sólo los paisajes naturales y los sitios arqueológicos, sino también los antiguos edificios industriales. Todo ello, hará posible que el patrimonio vaya adquiriendo una función económica importante y que el turismo cultural se convierta en un medio fundamental a la hora de presentar las diferentes ofertas hechas al visitante. (Hernández Hernández, 2002, p. 365).

En la actualidad cuando hablamos de turismo cultural nos estamos refiriendo a algo más específico, a los intereses concretos que determinados turistas tienen al visitar ciertos lugares. Se incluye dentro del turismo alternativo, en el que se ofrecen otras posibilidades al margen del descanso en un lugar más o menos hermoso con un clima atractivo. El turismo cultural está definido por La Organización Mundial del Trabajo como la posibilidad que las personas tienen de adentrarse en la historia natural, el patrimonio humano y cultural, las artes y la filosofía, y las instituciones de otros países o regiones.

El turismo cultural tiene la facultad de revelar y de valorizar uno de los componentes esenciales de la cultura viva: la identidad de un territorio (Cluzeau, 2000, p. 122). Por tanto, aquellos que se dedican a practicar el turismo cultural consumen aspectos del patrimonio de un determinado emplazamiento con la intención, es de suponer, de comprender tanto el lugar como a quienes viven o vivieron en él. Y esto debería lograrse a través de las imágenes que visualizan en el sitio y de las informaciones complementarias que obtienen mediante folletos y guías escritas, guías humanos, documentales, etc.; pero también mediante el contacto con los anfitriones.

Tipos de turismo cultural

Los turistas culturales disfrutan al mismo tiempo que satisfacen su curiosidad, sensibilidad, o afán de conocimiento. Podemos diferenciar tres tipos de turistas culturales:

1. Los “especialistas”, que son los que viajan sistemáticamente y de forma regular. Suele darse una relación entre sus actividades profesionales y las prácticas turísticas que realizan. Representan entre el 10 y el 15% de los visitantes;

2. Los turistas “muy motivados”, aunque haya otras causas para su viaje turístico, la principal es la cultural. Constituyen entre el 30 y el 40% de los visitantes;
3. Los turistas “ocasionales”, grupo en el que se incluyen todos aquellos turistas que, mientras realizan sus vacaciones, desarrollan actividades culturales de forma irregular, para lo que se desplazan un máximo de unos 50 km. Llegan a ser entre el 45 y el 60% de los visitantes. (Greffé, 1999, p. 15 apud Hernández Hernández, 2002, p. 379)

Como es lógico, estos turistas tendrán diversos comportamientos respecto al patrimonio cultural que visitan. Aquellos clasificados como “especialistas” y muchos de los “muy motivados”, casi todos ellos previamente informados de lo que van a ver, comprenderán el valor estético, histórico, artístico, etc. de ese patrimonio, y su sensibilidad hacia él favorecerá una actitud de respeto. Sin embargo, el sentimiento hacia los individuos que producen o han producido esas manifestaciones culturales no siempre es de aprecio. Frecuentemente los anfitriones son considerados bien como elementos exóticos a los que observar por su diferencia, bien como seres que se ocupan de facilitar los servicios indispensables en la industria turística; eso en el caso de que no pasen totalmente desapercibidos.

Además, según he mencionado, la mayor parte de los visitantes pertenecen al tercer grupo de la clasificación expuesta: aquellos que acuden, de forma “ocasional”, a los sitios de interés cultural simplemente como alternativa a unas vacaciones planificadas con otros fines. Estos individuos tienen escasa o nula información sobre los lugares, están poco interesados en disfrutarlos y suelen pasar por ellos como quien recorre apresuradamente un hermoso paseo marítimo a la búsqueda de un determinado restaurante. Es decir, su visita es una actividad más para lograr un fin: disfrutar de unas vacaciones agradables y, a poder ser, diferentes. Por tanto, si el interés por el patrimonio no existe, poco podrán preocuparse por su significado, su valor y, desde luego, no lo harán digno de su respeto.

El turismo y los cambios culturales

Cada grupo, a causa de su territorialidad, de su historia y de su proceso de adaptación, entre otros factores, ha hecho suyas unas pautas culturales que lo definen, al mismo tiempo que lo diferencian del resto de individuos, ya sean próximos o lejanos.

En las relaciones establecidas en el sistema turístico, se da una transferencia de elementos culturales que afectará, en mayor o menor medida, a turistas y pobladores locales; este intercambio podrá ser beneficioso o perjudicial, dependiendo en gran parte de la planificación turística, pero también del grado de identificación étnica de los implicados. Estamos, por tanto, ante un proceso de aculturación, situación que se produce cuando dos o más grupos, con identidades étnicas diferentes, conviven en un mismo espacio físico; en estos casos ciertos elementos culturales pasan, a modo de préstamo, de una sociedad a otra, bien de manera recíproca, bien con la subordinación de una de ellas.

Pero ¿qué conocen los turistas previamente de esos lugares a los que se aproximan para pasar unos días o una temporada no excesivamente larga? Algunos se preocupan en buscar información sobre el lugar que van a visitar; generalmente son aquellos que se dedican al turismo ambiental, al étnico o al cultural. La mayoría, los que se dedican al turismo de masas, se conforma con los datos que le facilitan en la agencia de viajes y que suelen estar referidos a los medios de transporte, hotel y algunas excursiones a través de sugestivos parajes.

¿Se tiene en cuenta el tipo de habitantes del lugar de acogida a la hora de proyectar un viaje turístico? Probablemente sólo en los casos del turismo étnico, el único que se realiza conscientemente con la intención de buscar el encuentro con individuos de otra cultura. En estos casos, los turistas se dirigen a poblaciones indígenas con características tipificadas como exóticas, o lo que es lo mismo, con formas de vida muy diferentes a las de los visitantes, que buscan establecer una relación en cierto modo similar a la tradicional, es decir: entre anfitriones e invitados.

Sin embargo, y aunque se obvian a la hora de planificar el viaje, casi siempre hay individuos autóctonos en los lugares a los que acuden los turistas, sean o no personajes exóticos. Estos pobladores, pertenecientes a grupos uniétnicos o multiétnicos, recibirán a los visitantes y se relacionarán con ellos en distinto grado, según las características que presente el viaje contratado.

El contacto entre unos y otros produce, inexorablemente, una cultura concreta que, como todas, es un producto vivo del quehacer humano. Se la denomina *cultura de encuentro* y es el resultado de las formas adaptadas de visitantes y residentes, que la hacen diferenciarse de las dos culturas matrices y donde cada una de ellas “presta” parte de sus conceptos, valores y actitudes de manera asimétrica, constituyendo en sí misma una “combinación cultural” única. (Santana Talavera, 1997, p. 62-63).

Esta situación no será válida en aquellos casos en los que el turista se concentre en *guetos*, tal y como sucede, por poner un ejemplo, en muchos puntos de las islas Baleares (España), donde grupos procedentes de diversos lugares, fundamentalmente de Alemania e Inglaterra, son depositados en hoteles junto al mar, de los que no salen durante el período que dura sus vacaciones; pudiendo disponer allí desde alimentos propios de su país, hasta sistemas de entretenimiento como bingo, actuaciones en vivo o actividades deportivas.

Hemos de contar también con que los seres humanos, como ya he mencionado anteriormente, además de vivir inmersos en un medio social, forman parte de un medio natural, por lo que no podemos dejar de lado las relaciones que se establecen entre ambos. La modificación del medio, para su provecho y disfrute, es una constante en la historia humana: cultivos agrícolas, tala de árboles, construcción de viviendas, puentes o caminos, desvío de las aguas de los ríos o de las lagos. La actividad humana ligada irremediablemente a su ámbito. El individuo creando y destruyendo en un proceso que, a lo largo de los siglos, ha variado en métodos, pero se mantiene vivo.

En muchos lugares diversos elementos patrimoniales se están modificando en función del turismo; tenemos un ejemplo en la restauración de antiguos cascos urbanos, clara muestra de la activación patrimonial dirigida, generalmente, a cubrir ofertas turísticas. Estas restauraciones, bien enfocadas, puede ser positivas tanto para los habitantes del lugar, como para quienes lo visitan. Sin embargo, en muchas ocasiones, la poca o nula comunicación entre arquitectos, historiadores y antropólogos hace que la puesta en marcha de proyectos, con elevados costes económicos, no produzcan los resultados esperados.

Pero el error no se observa solamente en la restauración del espacio arquitectónico; también, y con bastante frecuencia, nos encontramos con la ejecución de numerosos programas culturales que consiguen un efecto contrario del deseado. Estas acciones lamentables se incluyen en una dinámica cada vez más en boga dentro del sistema turístico. Sin embargo, estoy convencida de que puede lograrse la activación de espacios urbanos, monumentos simbólicos, danzas, canciones tradicionales, etc. y convertirlos en atractivos puntos de identificación, de los que podrán disfrutar los turistas y sentirse orgullosos los habitantes autóctonos. Se necesita simplemente una buena planificación y, evidentemente, la voluntad política.

La activación de ciertos elementos patrimoniales como son las artesanías, de gran relevancia en la proyección turística, puede dar como resultado que en su realización, con fines exclusivamente turísticos, se modifiquen los procesos de manufactura, transformándolas en productos industriales; lo puede llevar al rechazo de las mismas.

Al hablar de artesanía me refiero al conjunto de materiales que todo grupo humano produce en relación a sus imperativos culturales, por tanto constituyen objetos que no pueden ser aislados del resto de la cultura. La pieza realizada de manera artesanal, es decir, fundamentalmente manual, que no entra dentro de los procesos industriales y que, como consecuencia de la forma en que ha sido elaborada, es portadora de rasgos de exclusividad, puede llegar a perder su función tradicional, pero no tiene por qué desaparecer ya que puede ser que ahora tenga otra función que cumplir dentro de la sociedad que las produce.

Vemos, por tanto, que otros usos de las artesanías, incluido el ornamental, pasan a tomar el lugar del original. Esto lo tendremos más claro si recordamos que el patrimonio antropológico es un conjunto vivo de rasgos identitarios de una sociedad; es decir, elementos en permanente transformación. Estamos hablando de cultura y ésta se va construyendo día a día.

Al trabajar con sociedades turísticas que, por lógica, establecen relaciones continuas con grupos ajenos, nos damos cuenta de que en ellas los procesos de cambio cultural suelen ser rápidos. La aproximación al turismo en sus vertientes económica o industrial, nos acerca a esa relación de mercado que se establece entre los objetos patrimoniales y los turistas. En la evolución de las artesanías podemos ver un claro ejemplo de cómo se produce este contacto; pero es necesario distinguir el objeto artesanal del realizado en serie con fines turísticos (el llamado *souvenir*), aunque ambos puedan ser adquiridos por los visitantes como recuerdo de su viaje.

Respecto a la auténtica artesanía puede decirse que hay un tipo de consumidor

que busca esa pieza única, dotada de una estética singular y distinta de la conseguida mediante el trabajo en serie, producido dentro de la estandarización industrial; ... estos objetos se producen ya para uso exclusivo de los visitantes, independientemente de que los mismos tuvieran un uso social real en el pasado, integrantes, por tanto, de formas de vida anteriores. (Aguilar Criado, 1999, p. 133).

Esta producción artesanal debe diferenciarse de aquella otra dirigida hacia el turismo de masas: la simple réplica, que cumple con los requisitos de ser pequeña (fácil de transportar) y económica: “el souvenir, donde las nuevas formas deben responder a lo que el comprador potencial, normalmente desconocedor de la artesanía tradicional, piensa y espera encontrar en el área” (Santana Talavera, 1997, p. 101).

Involucrar al turista en la conservación y difusión patrimonial

La mejor forma de que los turistas conozcan y respeten el patrimonio del lugar que visitan es que, de alguna manera, se sientan identificados. Para ello deben ser observadores activos, es decir, que lleguen a crear un sentimiento a través del hecho de la observación.

Como sabemos, una buena parte del patrimonio antropológico se conserva en museos. Dentro del medio turístico los museos pueden cumplir con un papel doblemente útil, lo que significa satisfacer tanto a los visitantes locales como a los foráneos. La comunidad es, hoy en día, el fin último de los museos; pero cuando se habla de un destino turístico, los grupos humanos de interés no tienen por que ser solamente aquellos que generan el museo dentro de su propia sociedad, también hay que tener en cuenta a los turistas que, de diversas maneras, inciden en la cultura local.

Hago esta indicación basándome en el origen de esa cultura del encuentro de la que hablaba al inicio de estas reflexiones; si las zonas turísticas van adaptando una serie de elementos a los visitantes ¿por qué no hacer lo mismo con los museos, esos espacios que albergan el patrimonio?

Ahora bien, la cuestión está en cómo hacerlo sin tergiversar su significado; es decir, si lo que realmente interesa del museo es que sea un instrumento de comunicación, que se sirve de colecciones patrimoniales para lograr su cometido, ¿de qué manera puede acercarse la institución hasta unos turistas, aparentemente poco interesados en la cultura específica del lugar, pero con ganas de llenar sus ratos de ocio con algo diferente? Y, además, ¿cómo hacerlo sin caer en una banalización del patrimonio, tipo parque temático? Quizás no sea tan difícil.

El objeto museístico, estrella innegable de las exposiciones de todos los tiempos, ha pasado a ser un instrumento de comunicación, a través del cual se cuentan valiosas historias. Lo fundamental que deseo destacar es que

estas historias son aquellas que las propias comunidades solicitan (Hernández Hernández, 1998; Pastor Alfonso, 2001). Veamos.

Los museos, puestos en funcionamiento con capitales de diversa índole: estatales, municipales, privados, o mixtos, no pueden hoy en día limitarse a hacer planteamientos expositivos que surjan exclusivamente del interés de los propios gestores, ya que el público, cada vez más exigente, no acepta cualquier orientación, rechazando de plano aquello en lo que no se siente involucrado, ¿cómo lo demuestra? permaneciendo ausente de todas aquellas acciones que no le resulten de utilidad.

En los espacios museísticos puede asimilarse el patrimonio según la orientación de quienes trabajan con las colecciones de objetos; esta es una de las razones por las que este tipo de instituciones no deben permanecer estáticas, ni en sus exposiciones, ni en la lectura que de ellas se haga. El público será el protagonista, pero al decir público no me refiero solamente al nativo, también el turista deberá tenerse en cuenta a la hora de programar las exposiciones; para ello es necesario conocer las inquietudes de ambos sectores, ya que tanto unos como otros se acercan al museo para conocer y disfrutar sus contenidos.

Quiero hacer énfasis en el valor del patrimonio como un conjunto dinámico del que los museos son sólo una parte que cumple con la misión de transmitir información, al mismo tiempo que conserva las colecciones, por lo que no deberán ser considerados de forma aislada, sino en relación con el resto de elementos que configuran un lugar.

Insisto en que debe entenderse el patrimonio como un conjunto de factores, culturales y naturales, que interactúan entre sí y van construyendo las identidades; por ello, si quiere conocerse y transmitirse el valor del patrimonio de un sitio específico, hay que tener en cuenta todos sus componentes.

Cada vez se acrecienta más la demanda de espacios recreativos que conjugan diversos aspectos patrimoniales. El que hoy en día, el interés y el respeto por los ecosistemas ambientales esté siendo más y más reconocido en nuestra sociedad, favorece la inclusión de estos factores a la hora de diseñar el conocimiento y la interpretación del patrimonio en general.

Al hablar de interpretación de patrimonio estoy proponiendo considerar al ser humano inmerso en esa relación que ha ido estableciendo a lo largo de los siglos: hombre-naturaleza-cultura. La interpretación se ha definido como:

un proceso de comunicación diseñado para revelar al público significados e interrelaciones de nuestro patrimonio natural y cultural, a través de su participación en experiencias de primera mano con un objeto, artefacto, paisaje o sitio; también se considera que es: el arte de revelar “in situ” el significado del legado natural, cultural e histórico, al público que visita esos lugares en su tiempo de ocio. (Morales Miranda, 1998, p. 31).

Según el mismo autor, algunos de los objetivos que persigue la interpretación son:

- a. A partir de la interpretación los visitantes podrán desarrollar una profunda conciencia, apreciación y entendimiento del lugar que visitan;
- b. Los fines de gestión se cumplirán a través de dos vías: Por una parte alentando al visitante a que trate de forma adecuada el recurso, haciendo que tome conciencia de que está en un lugar especial y, por tanto, debe tener un comportamiento especial; en segundo lugar utilizando la interpretación para minimizar los posibles daños del impacto humano, por ejemplo, desviando la atención en zonas frágiles, concentrando a los visitantes en zonas de uso intensivo, etc.;
- c. Promover y facilitar la comprensión pública, transmitiendo una serie de mensajes que se correspondan con las finalidades que se desean lograr;
- d. Acentuar la comprensión y valoración del patrimonio, conduciendo hacia un respeto y conciencia de la necesidad de su conservación;
- e. Incrementar el disfrute del visitante, entendiendo que una comprensión sobre el lugar aumenta el placer producido por la visita.

Para finalizar este punto quiero destacar la importancia de los guías. Los turistas, tanto los que se han decidido por el viaje cultural, como aquellos que, por el contrario, sólo desean disfrutar de un ocio vinculado a los elementos naturales, como el sol, la playa o la montaña, pero que en determinados momentos optan por el paseo cultural, podrán acudir a los lugares de interés patrimonial sirviéndose, en la mayoría de los casos, de guías que les orientan.

Los guías son individuos que acompañan a los visitantes en algunos de sus recorridos, “su función más corriente es la de interpretar para los turistas los ejemplos más prominentes de la cultura material y los puntos principales de la historia del lugar, su religión o su orgullo nacional” (De Kadt, 1991, p. 103).

Pero, cuidado, para poder mostrar el patrimonio con todas sus implicaciones, es necesario tener, previamente, una clara conciencia del mismo:

Los guías pueden servir como mediadores directos entre los turistas y la población local si interpretan las ceremonias religiosas o las manifestaciones populares o folclóricas que implican directamente a la gente, a su cultura y a su forma de vida. [...] Pero allí donde las reglamentaciones tienen poca fuerza, los guías suelen quedar muy lejos del ideal. El resultado puede ser una fuente inagotable de malentendidos y de información falsa. (De Kadt, 1991, p. 104).

Y aquí es donde quiero hacer énfasis. Los proyectos son factibles, el conocimiento y disfrute del patrimonio no sólo es importante para la reafirmación de la propia comunidad, sino que, además, puede ser un factor clave en el desarrollo de un lugar que basa su economía en el turismo. El problema se deriva de las políticas mal diseñadas, sea por desconocimiento, sea por buscar un mayor beneficio exclusivamente económico; acción que, a mediano o largo plazo, revertirá de forma negativa sobre la comunidad.

Consecuencias del turismo cultural

Queda claro que el desconocimiento, tanto del patrimonio en sí como de su valor como elemento identitario, es el mayor problema con el que nos enfrentamos a la hora de hablar del respeto a la cultura en el ámbito del turismo cultural. Y es lamentable, puesto que actualmente la cultura, en todas sus manifestaciones, constituye uno de los incentivos más apreciados del turismo y si, a causa de éste último, los rasgos culturales de algunas poblaciones desaparecieran, todos, turistas y anfitriones, saldrían perjudicados.

La demanda de turismo cultural se ha disparado y las inversiones aumentan de forma progresiva. Siguiendo a Hernández Hernández (2002, p. 381, 435), puede decirse que las perspectivas económicas que este fenómeno está generando son “bastante prometedoras y han convertido el turismo cultural en una mercancía más que se puede vender en el mercado, poniendo en peligro, incluso, su propia supervivencia e identidad”; hoy en día, los gobiernos de prácticamente todos los países conocen la riqueza y el valor

del patrimonio cultural, al mismo tiempo que son conscientes del deterioro acelerado que está sufriendo: “Por este motivo también son sabedores de las múltiples razones culturales, económicas y sociales que justifican el continuo esfuerzo que se ha de hacer para protegerlo y conservarlo.”

¿Qué hacer, entonces, para minimizar los efectos que el poco aprecio a la cultura puede provocar?

Como en tantas otras cosas los aportes de la educación son fundamentales. La formación y la sensibilización de los jóvenes debe hacerse entre todos los sectores. La resolución nº 5 del Consejo de Europa sobre la pedagogía del patrimonio, adoptada en 1998 y citada por la mencionada autora, la define

[...] como una forma de educación que, basándose en el patrimonio cultural, trata de integrar los diferentes métodos activos de la enseñanza, asumiendo la liberación de disciplinas y fomentando la estrecha colaboración entre educación y cultura a través de las diferentes formas de expresión y comunicación. En cuanto al marco de aplicación de dicha pedagogía señala que, al ser esta eminentemente interdisciplinaria, ha de promoverse dentro del marco escolar, abarcando todos los niveles de enseñanza. (Hernández Hernández, 2002, p. 435).

Pero el valor del patrimonio no llega a conocerse sólo a través de la enseñanza más o menos formal, como es la que se imparte en los centros académicos y a través de cursos y jornadas institucionales; hay otras iniciativas que pueden ayudar a la formación de igual manera y que van dirigidas tanto a los asiduos de las aulas como a quienes las ignoran.

Entre las iniciativas no formales, propuestas por esta autora, pueden destacarse las siguientes:

- a. Campañas de animación con el fin de que la población participe en acciones de conservación, protección y puesta en valor del patrimonio;
- b. Utilización de las técnicas multimedia, audiovisuales, campañas publicitarias, publicaciones (tarjetas postales y folletos), vídeos, conferencias, etc.;
- c. Difusión del mensaje ético a través de diversos medios;
- d. Organización de concursos, exposiciones y debates para despertar el interés de dirigentes políticos y público en general;
- e. Divulgación de las experiencias pedagógicas realizadas para que sirvan de referencia a nuevas actuaciones.

Es necesario el cambio que se está produciendo en el desarrollo de ciertos lugares, consistente en la creación de una serie de condiciones que hacen posible que los recursos que se obtienen a través del turismo, reviertan en las poblaciones a través de inversiones en diferentes proyectos, ya sean culturales, educativos, sanitarios, etc. Además, estos proyectos deberían potenciar, de cara al futuro, la conservación del patrimonio cultural y natural, a través de una cuidadosa planificación de la promoción que se haga del mismo. Y

se ha de partir del principio de que el “turismo no existe sin cultura” porque la cultura se ha convertido en una de las causas principales del desplazamiento de un lugar a otro y porque el turismo está contribuyendo a que se cree un auténtico “efecto cultural” en los visitantes y turistas. (Hernández Hernández, 2002, p. 381).

Referencias

- AGUILAR CRIADO, Encarnación: Entre la tradición y la modernidad: las artesanías una propuesta de análisis. In: AGUILAR CRIADO, Encarnación (Coord.). *Patrimonio etnológico: nuevas perspectivas de estudio*. Granada: Consejería de Cultura, Junta de Andalucía, 1999. p. 130-155. (Cuadernos del Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico).
- CLIFFORD, James: *Itinerarios transculturales*. Barcelona: Gedisa, 1999.
- CLUZEAU, C. Origet du. *Le tourisme culturel*. Paris: Puf, 2000.
- DE KADT, Emanuel: *Turismo: ¿Pasaporte al desarrollo?* Madrid: Ediciones Endymion, 1991.
- DEL VALLE, Teresa. Procesos de la memoria. In: DEL VALLE, Teresa (Ed.). *Perspectivas feministas desde la antropología social*. Barcelona: Ariel, 2000.
- GREFFE, X. *La gestion du patrimoine culturel*. Paris: Anthropos, 1999.
- HAWLEY, Amos. *Teoría de la ecología humana*. Madrid: Tecnos, 1996.
- HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, Francisca. *El museo como espacio de comunicación*. Gijón: Ediciones Trea, 1998.

HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, Francisca: *El patrimonio cultural: la memoria recuperada*. Gijón: Ediciones Trea, 2002.

LOZATO-GIOTART, J. P. *Geografía del turismo*. Barcelona: Masson, 1990.

MAESTRE ALFONSO, Juan. *Medio ambiente y sociedad*. Madrid: Ed. Ayuso, 1978.

MARTÍNEZ VEIGA, Ubaldo. *Cultura y adaptación*. Barcelona: Anthropos, 1985. (Cuadernos de Antropología).

MORALES MIRANDA, Jorge. *Guía práctica para la interpretación del Patrimonio*. Sevilla: Junta de Andalucía, Consejería de Cultura, 1998.

PASTOR ALFONSO, María José. *De la teoría a la práctica antropológica: el museo como referencia*. Alicante: Publicaciones de la Universidad de Alicante, 2001.

SANTANA TALAVERA, Agustín. *Antropología y turismo: ¿nuevas hordas, viejas culturas?* Barcelona: Editorial Ariel, 1997.

Recebido em 02/06/2003

Aprovado em 20/08/2003