



SIMPOSIO

TURISMO, PATRIMONIO E IDENTIDAD. UN INTERCAMBIO NARRATIVO.

Coordinadores:

Llorenç Prats

(Institut Català d'Antropologia - Universitat de Barcelona)llprats@ub.edu

Agustín Santana

(Asociación Canaria de Antropología - Universidad de La Laguna) asantana@ull.es

Resumen:

Turismo e identidad manifiestan discursos dispares, en general, pero muy específicamente los confrontan en el ámbito del patrimonio. El turismo, tal vez uno de los bastiones mejor cuidados y significativos de la globalización y en todo caso el más numeroso movimiento de personas de todos los tiempos, no viaja precisamente ligero de equipaje. Como ya advirtieron hace tiempo autores como MacCannell, promueve e impulsa escenarios prefigurados, casi para confirmar la correspondencia entre la realidad y el imaginario, capaz de certificar la presencia, el “estar allí”, a sus usuarios-clientesturistas. Las poblaciones con suficiente excedente económico y tiempo para la recreación son el objetivo de las campañas de marketing. El planeta en su conjunto es visto como destino potencial para unos u otros tipos de práctica turística.

En este marco, las identidades a nivel local, regional, nacional u otros, se reformulan, se reinventan y reinterpretan, la memoria se relea añadiendo y suprimiendo renglones en un fundado afán de adecuarse a los cambios, sin renunciar a sus referentes. Los discursos patrimoniales, tal vez por su capacidad de sacralización de los contenidos, ocupan el lugar de mayor relevancia en estos procesos de permanente revisión. Es lo que en ocasiones hemos llamado los nosotros de nosotros (pues los discursos identitarios no tienen por qué ser necesariamente homogéneos, o, por lo menos, admiten un cierto grado de variabilidad e interpretación) y los nosotros de los otros (en este caso y siempre de manera principal de los turistas, especialmente en un país como el nuestro, uno de los primeros receptores netos de turismo internacional del mundo).

La confrontación de discursos entre los actores del destino, especialmente entre turistas y autóctonos, da lugar a resultados muy diversos y complejos que van desde lo que podríamos llamar una cierta turistización de las identidades locales, hasta una dualidad entre la realidad turística y la realidad vivida, o una revitalización de discursos patrimoniales-identitarios más o menos rígidamente estructurados. Entre casos de turistización vivida, como señalara Taussig, y replegamientos identitarios, se encuentra un amplio abanico de fenómenos que está siendo ya estudiado, en España, desde España y fuera de España, por antropólogos y otros científicos sociales.

El foco puede recaer en los discursos turísticos o en la exaltación de las diferencias o en el intercambio narrativo, pero también en la generación de los discursos patrimoniales y en el retorno que reciben los turistas en el cotejo con la realidad local. Las posiciones desde el ámbito del patrimonio se mueven desde el rechazo de plano al fenómeno turístico hasta la exigencia por parte de muchas poblaciones para manejar turística-económicamente el patrimonio, argumentándolo como factor de desarrollo.

¿Cuál debe ser, en todos estos casos, la actitud del antropólogo más allá de dar fe de lo que está sucediendo? Los antropólogos y las antropólogas somos requeridos con frecuencia para elaborar o contribuir a elaborar discursos patrimoniales-identitarios, y en menor medida para justificar modificaciones más o menos convenientes. En consecuencia, estas cuestiones necesitan de forma urgente e imprescindible, por lo menos, una reflexión lo más rica y profunda posible por nuestra parte tanto para enriquecer los criterios disciplinares más allá de maniqueísmos y estériles simplificaciones, como para mejorar nuestra capacidad de aplicar el conocimiento adquirido a los requerimientos sociales.



RESUMENES:

IDENTIDAD NACIONAL Y TURISMO EN LA CUBA CONTEMPORÁNEA. CLAROSCUROS DE UNA RELACIÓN AMBIGUA.

Ana Alcázar Campos
Universidad de Granada

En esta comunicación pretendo reflexionar acerca de los procesos de construcción identitarios en su interacción con el turismo, en un contexto específico: Cuba tras los años noventa. Desde mi punto de vista, debido a la apertura de Cuba al turismo internacional de masas que tiene lugar tras la caída del Muro de Berlín y de los sistemas del socialismo real, se introduce la figura del otro, el turista, el extranjero, emergiendo una serie de contradicciones al interior de la isla. En ésta, partiendo de una situación de aislamiento del contexto capitalista, la penetración de “la horda turística” (Smith 1992) cuestiona ciertos asertos en los que se había basado la identidad nacional. En este contexto, donde la intencionalidad propagandística y el papel atribuido al turismo como salvador de la patria, la Revolución y el socialismo, conviven con el temor a la “contaminación ideológica” capitalista que conlleva y a la aparición de conductas contrarias a la ética revolucionaria, se hace evidente el quiebre del par anfitrión / invitado, el cual también es puesto en cuestión por quienes se dedican al turismo.

Así, a partir del análisis de prácticas y discursos sobre el turismo y los turistas, producidos por quienes trabajan con y para el turismo en Cuba, intentaré mostrar aspectos identitarios relacionados con el propio sistema cubano y cómo éste construye la relación con el exterior. Construcción que es contestada y resistida por la población mediante prácticas diversas que abarcan desde la burla, hasta la solidaridad frente al otro y frente al Estado.

EL TURISMO DE MEMORIA: LA PATRIMONIALIZACIÓN DE LA MEMORIA HISTÓRICA EN CATALUNYA. EL PROYECTO “MÁS ALLÁ DE UNA BATALLA” (LA BATALLA DEL EBRO, GANDESA).

Agustí Andreu i Tomàs i Joan Josep Pujadas i Muñoz
Universitat Rovira i Virgili

En nuestra comunicación analizaremos las políticas públicas destinadas a recuperar la memoria de las víctimas de la Guerra Civil y de las personas e instituciones que lucharon contra la represión política, social y cultural de la dictadura franquista a partir del proyecto “Més enllà d'una batalla” ”. Este proyecto surgió a partir de una iniciativa de la Dirección General del Memorial Democràtic de Catalunya con unos objetivos muy concretos: 1) reconvertir el museo de una institución local, el CEBE, concebido como una acumulación de objetos de la Guerra Civil relacionados con la Batalla del Ebro en un museo con una museografía moderna y un discurso cercano a las políticas públicas de la memoria histórica de la Generalitat de Catalunya y 2) dinamizar social y económicamente el territorio. Uno de los aspectos clave de las políticas públicas sobre la memoria histórica lo constituye la relación de los diferentes espacios de memoria creados a lo largo del territorio catalán con el desarrollo local. En este caso el desarrollo local está estrechamente vinculado al turismo, al llamado turismo de memoria.

En nuestro texto presentaremos el proyecto y sus contenidos, basados en cuatro ejes temáticos (edificios, paisajes, objetos y personas) con un denominador común: la memoria y haremos especial énfasis en la articulación y las diferentes visiones, no siempre coincidentes y exentas de conflicto, de los diferentes sectores implicados en esta activación patrimonial sobre la Guerra Civil: un centro de estudios local (el CEBE), una administración local (Ayuntamiento Gandesa), una administración autonómica (la Direcció General del Memorial Democràtic), un consorcio integrado por diferentes administraciones locales y la Generalitat de Catalunya (el COMEBE), la empresa adjudicataria del proyecto (Optimus S.L.) y los responsables de elaborar el proyecto museológico (Universitat Rovira i Virgili).



PATRIMONIO NATURAL Y TURISMO EN LIÉBANA: EJES SEMÁNTICOS DE UNA NARRATIVA SOBRE LA RURALIDAD.

Marta Anico
Universidad Complutense de Madrid

La transformación de la naturaleza en un producto patrimonial y su utilización como recurso turístico en la comarca de Liébana se encuentra asociada a la construcción de una narrativa romántica sobre la ruralidad basada en las singularidades del patrimonio natural local. La representación de este territorio como un espacio rural caracterizado por un conjunto de recursos endógenos de enorme valor para la población local y, sobre todo, para la población foránea, se ha desarrollado a partir de prácticas y discursos protagonizados por anfitriones e invitados que transforman a la comarca en un objeto de consumo visual en el mercado turístico global. Naturaleza transformada en paisaje, pueblos transmutados en espacios museológicos y tradiciones consumibles son algunos de los procesos vinculados a la representación de Liébana como un espacio de ocio y sus paisajes, sus habitantes y su cultura como recursos turísticos. El estudio de caso en cuestión pondrá en evidencia los ejes semánticos de esta representación de Liébana como destino turístico, asociado a la naturaleza y ruralidad, señalando algunos de los valores más destacados en esta representación, como la autenticidad o la tradición. Se pretende igualmente debatir sobre los aspectos conflictivos y disonantes de esta narrativa, bien como reflexionar sobre los encuentros entre los varios “locales” y los muchos “foráneos” cuyas trayectorias se cruzan en la comarca de Liébana. La observación etnográfica del terreno en el que se mueven estos grupos, aliada al análisis textual y visual de materiales como páginas web, postales, folletos, señalización o souvenirs permitirá explorar las diversas dimensiones relacionadas con la construcción del imaginario de un destino turístico, en un dado contexto histórico, social y cultural, y el modo como los distintos actores sociales implicados (anfitriones e invitados) interactúan y protagonizan estos procesos.

GRUPOS ORIGINARIOS Y PATRIMONIO EN EL DESIERTO DE ATACAMA: REINVENTANDO UNA IDENTIDAD.

Camila Bustos Zúñiga
Universidad de Barcelona

El presente trabajo analiza los procesos de apropiación, uso y gestión del patrimonio cultural por parte de las comunidades indígenas atacameñas, en el extremo norte de Chile, específicamente en el “Desierto de Atacama”. El pueblo atacameño, ha venido construyendo desde hace treinta años, un movimiento de raigambre étnica, que ha tenido como uno de los principales elementos de demanda y disputa los recursos patrimoniales de la zona. A partir de aquí, se ha buscado responder a dos preguntas centrales ¿cómo se relaciona el proceso de re-etnificación con el surgimiento de un discurso patrimonialista en el movimiento indígena atacameño?, ¿de qué manera son utilizados los recursos patrimoniales por las comunidades atacameñas y con qué fines? La hipótesis de este trabajo plantea que dicho grupo étnico ha vivido desde los años noventa un proceso de re-etnificación a partir del cual se ha fortalecido el discurso etnicista y también las demandas territoriales. En este nuevo contexto también comienza a incorporarse un discurso “patrimonialista”, y un interés creciente por la re-apropiación de los recursos patrimoniales que existen en sus territorios ancestrales, los que reconocen como parte de su “patrimonio indígena”. A la vez se plantea que, las comunidades indígenas utilizarían de manera estratégica sus recursos patrimoniales en base a principios que tienen que ver con su necesidad de insertarse en la creciente industria turística que ha generado el destino “San Pedro de Atacama”, como una estrategia de subsistencia económica que les permitiría mejora en sus condiciones de vida. El trabajo ha sido abordado metodológicamente a partir del uso de técnicas de investigación cualitativas, tales como entrevistas semi-estructuradas a informantes claves que actualmente trabajan en administraciones públicas implicadas en los temas patrimoniales de la zona. También se realizó un análisis de cinco casos de comunidades indígenas que hoy administran y gestionan su patrimonio en Atacama.



'A COSTA DA LAURISSILVA': A PRODUÇÃO DE UM DESTINO TURÍSTICO - CULTURAL.

Filipa Fernandes
Universidade Técnica de Lisboa

O propósito desta comunicação centra-se na análise da construção de um sub-destino turístico, localizado na costa norte da Ilha da Madeira, comumente designado por 'Costa da Laurissilva'.

Este espaço, que está a ser alvo de uma promoção e desenvolvimentos diferenciados por parte de alguns municípios, é rico em discursos patrimoniais em torno da paisagem cultural associada à agricultura, práticas de regadio e à floresta Laurissilva (Património Mundial pela UNESCO). Por outro lado, novas práticas turísticas impõem-se, aliadas às exigências dos consumidores, reveladoras de novos produtos turísticos associados ao ecoturismo, turismo de aventura, turismo de natureza que estão sendo produzidos de acordo com as estratégias e normativas do Plano de Ordenamento Turístico regional (POT), como por exemplo, o canyoning e os passeios pedestres nas levadas e veredas. A inclusão do património local no mercado turístico regional é sinónima de comodidades utilizadas para a satisfação do mundo contemporâneo e ainda, como um recurso económico, retratando assim a multiplicidade da oferta turística em especial nas áreas rurais: turismo natureza, ecoturismo, turismo cinegético, turismo activo, turismo cultural, enoturismo, etc. Paralelamente, o crescimento nestas áreas rurais de produtos associados à cultura e património tem concomitantemente uma importância significativa já que ambos têm vindo a ser usados para a promoção rural e o desenvolvimento local com vista à solução dos processos de desruralização.

Procurar-se-á responder a um conjunto de questões, como por exemplo: Como está a ser produzido localmente o destino? Poderá a valorização deste sub-destino criar aumentar os fluxos turísticos nesse espaço? Quais as estratégias de desenvolvimento local implicadas na promoção? Quais as motivações e experiências turísticas tidas no lugar? Estarão as campanhas promocionais definidas e difundidas nos melhores canais?

PAISAJES DE INTERÉS CULTURAL. NARRATIVAS PATRIMONIALES Y PAISAJES PARA EL TURISMO.

Elodia Hernández León. Victoria Quintero Morón
Universidad Pablo de Olavide de Sevilla

En la actualidad existe un común acuerdo entre los especialistas del paisaje de que este tiene siempre una dimensión subjetiva, perceptiva, vinculada a los valores y experiencias de quienes los contemplan. De hecho, algunos académicos marcan una frontera en la percepción del entorno entre los que están vinculados a él a través de su trabajo y experiencia cotidianas y aquellos otros que tienen una aproximación desde fuera, de carácter más global (por ejemplo, la diferencia que establece Ingold entre taskscape and landscape). Pero la contemplación de la naturaleza y, en general de las vistas paisajísticas, son uno de los mayores motores de atracción turística a diferentes lugares.

Nos interesa desarrollar una comparación entre las formas en que se están construyendo y reconstruyendo las imágenes paisajísticas en diferentes lugares considerados emblemáticos, teniendo en cuenta que son parte indisoluble del proceso de patrimonialización de la cultura y la naturaleza dirigido a la diversificación económica (léase fomento del turismo). En un recorrido por distintos ámbitos del territorio andaluz trazaremos las conexiones y discontinuidades entre las distintas imágenes y percepciones asociadas a un lugar o espacio concreto. En nuestra investigación hemos establecido diferentes categorías de análisis diferenciando: a) las imágenes literarias y plásticas, unas formas de plasmar el paisaje, de construirlo, que son de carácter eminentemente erudito, vinculadas a escritos históricos y literarios o provenientes de recreaciones hechas por pintores o fotógrafos; b) imágenes estandarizadas de los paisajes, se trata de imágenes para la difusión y definición de un lugar y que sirven de reclamo publicitario a un turismo muy generalista; c) las imágenes generadas a partir de las



percepciones que del paisaje tienen los propios pobladores locales, en muchos casos creadores o mantenedores “manuales” de estos paisajes. Hacemos hincapié en la interacción entre estas categorías, entendiendo que no son estáticas y que a medida en que “todos somos turistas”, cada día más las imágenes creadas desde fuera, desde el discurso literario, científico o turístico, penetran más en las narrativas y autodefiniciones identitarias locales.

Este recorrido se nutre de una investigación interdisciplinar que estamos desarrollando sobre paisajes de interés cultural a instancias del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico. En este sentido quisiéramos volver hacia el carácter reflexivo de las acciones patrimoniales, en cómo se busca resaltar unos valores que sirvan para crear una imagen o narración determinada, al tiempo que se propone una imagen identitaria a los habitantes/anfitriones de un lugar. El debate sobre métodos y procedimientos para la definición e identificación de los lugares seleccionados, en un entramado de criterios estéticos, históricos y vivenciales forma parte también de esta reflexión.

NATURALEZA A LA CARTA. LA RETÓRICA DE LA SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA Y SUS IMPLICACIONES EN LAS POLÍTICAS PÚBLICAS EN ANDALUCÍA.

Javier Hernández Ramírez
Universidad de Sevilla

El turismo desempeña un papel central en la creación de una cultura de la naturaleza y en la transformación del medio rural en un recurso para el ocio. La perspectiva de crecimiento que genera influye en la ordenación del territorio, define las prioridades de las políticas públicas y configura la imagen difundida de los destinos turísticos.

En la comunicación se analizará la Iniciativa de Turismo Sostenible, que supone la concreción del Plan General del Turismo Sostenible de Andalucía (2008-2011) en territorios específicos del medio rural y en zonas emergentes del litoral de esta comunidad autónoma. En los planes se advierte que los promotores locales involucrados en su redacción y aplicación objetivan la naturaleza y la cultura del lugar para inscribirlas en el mercado global, proyectando una imagen singular y recreada que se corresponde con las expectativas turísticas de los consumidores que imaginan. Así, la Iniciativa de Turismo Sostenible se inspira en el crecimiento sostenido de la actividad turística y la creación de productos turísticos diferenciados y competitivos presuntamente basados en la identidad territorial y en su patrimonio cultural. El empleo de un discurso de la sostenibilidad ambiguo e impreciso funciona aquí como un conjuro que persigue legitimar determinadas acciones y conciliar dos concepciones antagónicas: la de crecimiento económico con la de protección y continuidad del medio rural. Bajo el velo de la sostenibilidad, se diseñan medidas cosméticas de adecuación estética de los paisajes culturales orientadas a la satisfacción de las actividades contemplativas y lúdicas propias de las distintas modalidades de turismo rural; pero son nulas o insuficientes las dirigidas a garantizar tanto la compatibilidad de los usos tradicionales y autóctonos con los turísticos como la capacidad de sustentación de los territorios que asegure su aprovechamiento a las generaciones futuras.

EL TURISMO EN CATALUÑA: DISCURSOS Y ESTRATEGIAS PÚBLICAS.

Sole Jiménez Setó
CETT, Universitat de Barcelona

El desarrollo del turismo en Cataluña ha experimentado un crecimiento relevante. En este momento es la primera comunidad autónoma en número de turistas internacionales, representando el 24,4% sobre el total de comunidades.

El fomento y la gestión de la actividad turística en Cataluña, viene de lejos y ha sido una constante histórica que a su vez ha reflejado las distintas estrategias e intereses económicos, políticos e ideológicos del país en cada momento histórico. Actualmente se puede considerar que el fomento de la actividad turística se presenta como una de las principales estrategias económicas del país y la proyección de Cataluña como espacio turístico se produce de norte a sur y de este a oeste.



Sobre este panorama de “turistización” de Cataluña se proyecta un mapa de imágenes y de discursos que caracterizan, estereotipan o incluso reinventan las diversas comarcas catalanas. Esta imagen turística de Catalunya, muy principalmente, se crea y se recrea oficialmente por medio de las actuaciones de los diversos entes que gestionan el turismo en Cataluña. Aunque en la actualidad el discurso oficial prioritario es el identitario, las diferencias político-ideológicas de cada uno de estos entes y las estrategias y los intereses de los diversos sectores implicados en la gestión de turismo, proyectan y materializan discursos múltiples y a veces antagónicos sobre la identidad, la realidad y la práctica turística de Cataluña. Todo ello se plasma, a veces con grandes medios, en actuaciones promocionales, creación de rutas, productos turísticos, tipos de souvenirs, encargos de proyectos o creación de infraestructuras que en muchos casos contrastan con las prácticas turísticas reales y especialmente con los sectores empresariales turísticos

La comunicación trata de explicar las líneas maestras de la política turística de Cataluña analizando y confrontado las diversas políticas institucionales a través del análisis de los discursos y sus plasmaciones. Así mismo se analizará y contrastará la implantación y los usos turísticos reales de las propuestas turísticas.

ÁREAS PROTEGIDAS Y TURISTAS DE SOL Y PLAYA. REFLEXIONES DESDE CANARIAS.

Alberto Jonay Rodríguez Darias, Agustín Santana Talavera y Pablo Díaz Rodríguez
Universidad de La Laguna

La literatura general sobre turismo en áreas protegidas suele estar protagonizada por alusiones a turistas responsables consumiendo productos sostenibles. Esta caracterización llega a un punto tal que determinados autores identifican de antemano el turismo en estos espacios con formas de ecoturismo. Sin embargo, las áreas protegidas se han convertido en un elemento atractor de primer orden para diferentes tipos de turistas que visitan destinos en todo el planeta. La comunidad autónoma de Canarias, al representar un destino tradicional de sol y playa visitado por más de diez millones de turistas anuales y contar con el 42,6% de su superficie bajo alguna figura de protección ambiental, supone un territorio privilegiado sobre el que reflexionar en torno al turismo y las áreas protegidas. Esta comunicación tratará de desarrollar este objetivo haciendo hincapié en aspectos como (a) las funciones de estos entornos patrimonializados en las diferentes fases de evolución de un destino de sol y playa, (b) la adecuación de los turistas que mayoritariamente visitan las áreas protegidas de Canarias a las caracterizaciones generales de turistas de naturaleza, (c) las formas de explotación turística de estos recursos y (d) su inclusión en la imagen que se proyecta desde el destino.

ENTORNOS NATURALES Y MERCADO ECOTURÍSTICO EN LA RIVIERA MAYA: XCARET Y XEL-HÁ EN QUINTANA ROO, MÉXICO.

Leila Khafash y Julia Fraga
Universidad Complutense de Madrid
Centro de Investigación y de Estudios Avanzados del Instituto Politécnico Nacional (México)

El Caribe mexicano es un territorio turístico en rápido crecimiento desde el surgimiento de Cancún, y particularmente desde el surgimiento del corredor Cancún-Tulum. Este corredor fue mundialmente conocido desde principios de la década de 1990 con la marca Riviera Maya. En la expansión del turismo existe una clara demanda de entornos naturales más allá de la artificialización de Cancún, lo que conlleva a la proliferación de Parques Temáticos como Xcaret, Xel-Há, y más recientemente Xplor con ofertas de naturaleza, aventura, y cultura que reciben casi dos millones de turistas al año, principalmente europeos. Estos son solamente tres de los 12 parques temáticos que existen en la franja costera del estado de Quintana Roo en México, pero los más grandes en inversión y diseño ecoturístico. Estos parques son fuertemente dependientes del patrimonio natural que implica fuertes emplazamientos en el territorio e interrelaciones con la población local, principalmente trabajadores mayas de la región sur-sureste de México. En esta ponencia exploramos y reflexionamos sobre los resultados obtenidos de la investigación que realizamos en el área del Caribe en el verano del 2008, 2009 y 2010. Parte de esta investigación se enmarca dentro de la tesis



doctoral de la primera autora, y del proyecto de investigación de la segunda respondiendo a dos preguntas claves ¿Cómo la empresa privada diseña la experiencia turística de acuerdo al mercado demandante de este segmento patrimonial, y cómo los trabajadores locales entran a formar parte de este diseño? Desde una perspectiva socio antropológica y empresarial abordaremos estas dos grandes interrogantes.

SOBRE LOS DISTINTOS USOS DEL PATRIMONIO: ANÁLISIS DE DOS ESTUDIOS DE CASO EN MADAGASCAR.

Fabiola Mancinelli
Universitat de Barcelona

La relación entre turismo, patrimonio e identidad destaca por sus ambigüedades. Tal como plantea el antropólogo Frank Michel en la presentación de su volumen “Tourismes & Identités” (2006), la cuestión es precisamente entender cómo el desarrollo turístico pueda conformarse concretamente a las identidades locales y regionales, sin alterar definitivamente las culturas propias de las sociedades y sin transformar la vida de las poblaciones autóctonas visitadas. « Cómo preservarse sin folklorisarse? Cómo conservar sin museificar? »

El objetivo de nuestra comunicación es detenerse en algunos aspectos concretos de los procesos de construcción social de las identidades locales en relación al turismo y al patrimonio, a través del análisis de dos estudios de caso de comunidades rurales en Madagascar que empiezan a enfrentarse con el fenómeno turístico. En un caso, el turismo participa de una forma de memoria de los lugares, activando un proceso que lo convierte no sólo en un fin, sino también en un medio, para reflexionar sobre los significados del patrimonio a través de la mirada del Otro, el turista. En cambio, en el otro caso que tomamos en consideración, el turismo, dirigido por una lógica patrimonial promovida por el UNESCO, conlleva un fenómeno de turistización gradual de la identidad local hacia formas de folklorización, provocando un desajuste entre “la realidad imaginada” por los turistas e inventada por los gestores del patrimonio, y “la realidad vivida” por la población.

En un caso pues, el patrimonio se convierte en un elemento para fortalecer los vínculos comunitarios y su sentido de la identidad. Por otro, el patrimonio juega un papel opuesto, abriendo una dicotomía entre conservación y desarrollo.

DISCURSOS DE FE Y FE EN EL TURISMO. EL TURISMO RELIGIOSO EN MEDJUGORJE (BOSNIA).

Salvador Melgar
Universidad de La Laguna

Partiendo de la concepción sistémica del turismo, se considera que el patrimonio cultural juega un papel diferenciador en la construcción de la demanda y su imagen. Especialmente en el caso del turismo religioso, el patrimonio cultural representa un papel que trasciende a la actividad turística, solapando conceptualmente los papeles de visitante, turista y peregrino. En este caso se aborda el turismo religioso desde aspectos de la demanda turística religiosa, del espacio receptor y del impacto que genera. Éste, se verifica a través de cambios, alteraciones y modificaciones, observados en los diferentes hechos, fenómenos y procesos: físico-naturales, del patrimonio histórico y cultural, del equipamiento urbano, de los fenómenos religiosos, económicos, sociales, de los “sentidos de los lugares”, en la percepción y el comportamiento por parte de la población local que se manifiestan en forma holística y compleja, mediante análisis producido por el turismo religioso en Medjugorje, (Bosnia) en los últimos 30 años. Todo ello realizado a través de registros y estimaciones de la afluencia, demográficas, procedencia, frecuencia, estacionalidad, tipos de peregrinaciones...que han convertido a esta pequeña aldea de Bosnia en el primer destino religioso del mundo.



TIBURONES PARA TODOS. CONSERVANDO PECES Y CONSTRUYENDO IMÁGENES DE DESTINO.

Raquel De la Cruz Modino, José J. Pascual Fernández, Agustín Santana Talavera, Pedro E. Moreira Gregori
Universidad de La Laguna

Las especies de tiburones y rayas despiertan una variedad de sentimientos y expectativas entre los diferentes colectivos y grupos de usuarios del mar, entre ellos los turistas. A su alrededor se han construido historias, leyendas y discursos que van desde el rechazo hasta sus recientes y más fervientes demandas de conservación. Desde que en los años 70 los tiburones inundaran, a diferencia de otras especies de peces cartilaginosos, los medios de comunicación, todo esto está influyendo decisivamente en las imágenes construidas sobre tales animales y que son empleadas actualmente para el turismo, especialmente en destinos tropicales y subtropicales. Este trabajo analiza diversas estrategias de protección de los tiburones y rayas iniciadas por grupos de conservación y organizaciones de la sociedad civil, que se han servido o que han empleado de manera explícita el “uso contemplativo y turístico” de estos animales como vía o elemento de presión, ante las administraciones competentes en la materia. Así mismo, valoramos el “efecto llamada” de las acciones de conservación de dichos animales en destinos tropicales y subtropicales; y el posible impacto o la réplica de tales estrategias en los procesos de construcción de imagen del destino turístico.

DESTINO BARCELONA: USOS POLÍTICOS DEL TURISMO Y DISCURSOS SOBRE LA IDENTIDAD. APUNTES HISTÓRICOS Y CONFLICTOS DEL PRESENTE.

Saida Palou i Rubio
Universitat de Barcelona

En el marco de la promoción oficial, y a lo largo de más de cien años, el fomento de la actividad turística ha conformado, en Barcelona, una decidida apuesta para la transformación de la ciudad. Es innegable que esta estrategia ha respondido, no en pocas ocasiones, a intereses económicos particulares y corporativos que se han sumado (y “justificado”) a los discursos oficiales de la promoción turística de la ciudad. No obstante, y más allá de esta constatación, el interés político a favor del desarrollo turístico de Barcelona mantiene, a lo largo de las décadas, una constante voluntad de estructuración de la ciudad tanto en su aspecto económico como en su dimensión social y cultural.

Los entes de promoción oficial del turismo sucedidos en Barcelona desde principios del siglo XX han creado numerosos discursos entorno el turismo, tratando de legitimar socialmente esta actividad y defendiendo su uso a favor de la creación de una determinada urbanidad y capital cultural de la ciudad. En el marco de determinadas ideologías políticas y culturales, el turismo también se ha convertido en un elemento inductor de identidad, y en cualquier caso, siempre se ha planteado como una estrategia directa para su internacionalización, mecanismo tradicionalmente aprovechado para la creación de lazos económicos y presencia simbólica de Barcelona en el mundo.

La ponencia propone una mirada dialéctica entre presente y pasado y entorno las categorías, valores y significados políticos creados a propósito del turismo, no tanto para comprender los diversos modelos de actuación de las instituciones, sino más bien con el interés de analizar los motivos de su persistente promoción. Se asume, siguiendo a Michael Chadeud, que el fomento del turismo proyecta (a través de sus argumentos e imágenes) una serie de ideales y expectativas que responden a un planteamiento genérico y modelo de sociedad. Es, en este sentido, que se analizan los usos políticos del turismo y se propone un debate alrededor de ciertas tensiones, especialmente las que se producen entre la vocación de legitimar el turismo como un valor e instrumento para la construcción de la ciudad y la percepción social que entiende el turismo como un elemento “perturbador” de la ciudad, de su urbanidad, de su identidad.



A SEDUÇÃO DA HISTÓRIA: MEMÓRIA NACIONAL E FICÇÕES COSMOPOLITAS NA CONSTRUÇÃO E INCORPORAÇÃO DA “IMAGEM DE MARCA” PORTUGAL.

Elsa Peralta
Universidade Técnica de Lisboa

Portugal foi o centro de um império colonial que durou quase seis séculos e se expandiu por três continentes. Não obstante o processo de desconstrução das narrativas históricas nacional-imperialistas verificado após as independências dos domínios coloniais portugueses, vários actos de cultura pública nacional continuam a replicar os mitos associados ao passado imperial português. Museus, exposições e monumentos persistem na representação da identidade nacional portuguesa como sendo indissociável de uma memória histórica ligada ao império, com ênfase quase exclusiva nas primeiras viagens de exploração marítima. Portugal é representado como pioneiro do diálogo cultural à escala global e os portugueses como “descobridores” do mundo moderno, relegando para o esquecimento o sistema de relações de poder assimétrico que caracterizou, também, o colonialismo português.

Nesta comunicação pretende-se analisar a forma como a experiência histórica do imperialismo português é agora re-narrativizada quer para fins de articulação da identidade nacional portuguesa, quer para a construção de uma “imagem de marca” de Portugal para audiências externas e, de entre elas, as turísticas. Nesta imagem, combina-se uma forte aposta na memória histórica associada aos descobrimentos marítimos com a representação de um país moderno e cosmopolita. Com base em pesquisa de arquivo e em registos etnográficos, pretende-se explorar como esta imagem é, por um lado, veiculada por diferentes objectos turísticos-patrimoniais e, por outro, incorporada pelos turistas estrangeiros que visitam estes mesmos destinos.

EL TURISMO COMO PATRIMONIO CULTURAL. REFLEXIONES A PARTIR DEL CASO DEL TURISMO KUNA.

Xerardo Pereiro
Universidade de Tras-os-Montes e Alto Douro (Portugal)

El turismo representa cada vez más uno de los motores del cambio socioeconómico y una oportunidad de desarrollo para los pueblos indígenas. Pero muchos pueblos indígenas han perdido, en cierta medida, el control del turismo y de sus recursos. En el caso de los kunas de Panamá ha sucedido todo lo contrario, es decir, los propios kuna han controlado políticamente el proceso de desarrollo turístico, no sin conflictos históricos con el Estado y el sistema global. Los “kunas” de la República de Panamá son un grupo humano de aproximadamente 60.000 personas que habitan en la costa atlántica del país (en el archipiélago de Kuna Yala, formado por cerca de 400 islas y 2500 kilómetros cuadrados de bosque tropical) y en los centros urbanos panameños. Con base en nuestra investigación sobre el funcionamiento del sistema turístico en esta periferia geopolítica iniciada en el año 2003, pretendemos analizar cómo el turismo se ha convertido en patrimonio cultural kuna y cuáles son sus implicaciones.

El turismo se ha convertido en un discurso patrimonial identitario de la etnogénesis kuna y en un señal diacrítico de su diferenciación como grupo humano. Pero frente a este discurso patrimonial, que en muchos casos utiliza las retóricas de los discursos naturalistas y ambientalistas internacionales, se confrontan otros producidos desde el Estado panameño (principalmente desde la ATP - Autoridad del Turismo de Panamá-) y el sistema turístico global (ej.: turistas, agencias, turoperadores y otros agentes...). En nuestra comunicación queremos analizar los resultados de las confrontaciones entre discursos patrimoniales, imágenes turísticas patrimonializadas y acciones sociales en el escenario del turismo kuna, que no pasan únicamente por la turistización o la revitalización de la identidad kuna sino también por nuevas exotizaciones y nuevos esencialismos culturales.

Y en todo ese proceso cuál ha sido el papel de los antropólogos que han trabajado en Kuna Yala y en particular sobre el turismo kuna, en la producción de discursos patrimoniales sobre el turismo. Pero también cuál ha sido la apropiación kuna de esos discursos patrimoniales y cuáles sus usos político - identitarios (ej.: por parte del Congreso General Kuna).



NUEVAS Y VIEJAS NARRATIVAS TURÍSTICAS SOBRE CULTURA INDÍGENA EN PROYECTOS DE TURISMO RESPONSABLE EN LOS ANDES.

Beatriz Pérez Galán
UNED

Frente a la visión negativa prevaleciente hasta los años noventa en los estudios económicos, sociológicos y antropológicos sobre el turismo convencional y sus efectos en la población, en la actualidad asistimos a una promoción internacional sin precedentes de nuevos tipos de turismo “responsable” como recursos de lucha contra la pobreza. A diferencia de las anteriores, estas nuevas formas entre las que se incluyen el ecoturismo, el turismo comunitario y el agroturismo -a menudo definidas de forma imprecisa- son ensalzadas en la literatura por el papel central otorgado a la población local en la gestión del producto, la valorización del patrimonio cultural y la preservación del medioambiente.

A partir de una investigación etnográfica realizada entre 2007 y 2010 en varias comunidades indígenas y en la ciudad de Cusco (Perú) sobre el rescate de patrimonio inmaterial en proyectos de turismo comunitario indígena, en esta comunicación se reflexiona sobre las representaciones turísticas contemporáneas de “lo indígena” en el contexto de estos nuevos tipos de turismo. En concreto se propone analizar el intercambio y el cruce de discursos en torno a la cultura local generado entre los actores involucrados en los proyectos, a saber, guías de turismo, gestores públicos del sector, entidades privadas de desarrollo, turistas y, por los propios indígenas, convertidos a la sazón en microempresarios del sector que convierten su cultura en un potencial recurso.

Desde una perspectiva antropológica, el análisis de estas narrativas turísticas es relevante al menos por dos motivos. En primer lugar, por el reto que estos nuevos tipos de turismo desempeñan en el replanteamiento del imaginario acerca de los indígenas y las comunidades campesinas en América Latina. Lejos del tradicional papel de convidados de piedra o población explotada asignado en la literatura antropológica, en estos proyectos la población local está llamada a desempeñarse como empresarios-anfitriones, que rescatan y reinventan determinados aspectos de su vida cotidiana y de su patrimonio cultural y natural para compartir con los turistas. En segundo lugar, porque a pesar del tiempo transcurrido y de la rápida extensión de programas y proyectos de turismo responsable en América Latina en general y en el Perú en particular, son muy escasos los estudios formulados desde una perspectiva sociocultural que incida en los actores y que permitan entender en toda su amplitud las circunstancias en las cuales la población local define su participación en estas iniciativas turísticas y el tipo de agencia que desempeñan en relación a su género, generación, etnia y clase social.

ENTRE DARWIN, LA BARONESA Y EL CUCUVE. EL DESARROLLO DEL TURISMO DE BASE LOCAL EN FLOREANA (GALÁPAGOS).

Esteban Ruiz Ballesteros y Pedro A. Cantero Martín
Universidad Pablo de Olavide de Sevilla

Si Galápagos es el gran paradigma de la naturaleza en el planeta, Floreana es su última frontera. Con 174 km² y 120 habitantes, esta isla ha quedado apartada del gran flujo de turismo e inmigración que conoce este archipiélago y que marca su devenir (González et al 2008). Sin embargo, en la actualidad Floreana experimenta una transformación radical. Por un lado, está sometida a un ambicioso proyecto de restauración integral que pretende erradicar toda especie introducida para recuperar el estado de la isla antes de su ocupación humana, aún cuando se propone mantener a la actual población siguiendo parámetros de sostenibilidad. Por otro, soporta una fuerte presión especulativa para propiciar el desarrollo turístico de su paradisiaco territorio.

A raíz de todo ello se ha desatado un proceso de patrimonialización que se centra en la naturalización del medio (Ruiz et al 2009) y en su peculiaridad histórica. Desde estas narrativas, los habitantes de Floreana demandan un modelo de turismo de base local que les garantice la exclusividad en la explotación turística de la isla. Los discursos locales y expertos se entrecruzan: biología evolutiva, especies endémicas



(cucuve), la figura de Darwin, piratas y excéntricos pobladores de los años treinta (La Baronesa), forman parte de un universo en el que el turismo, el patrimonio y la construcción de una identidad hasta ahora negada (Ospina, 2001; Grenier 2006), conforman un único magma que no sabemos aún qué forma adoptará cuando se enfríe. Los autores de esta comunicación ocupan una posición privilegiada en este proceso.

Floreana, por su coyuntura, tamaño y relevancia, es un laboratorio ideal para reflexionar sobre los fenómenos de “emergencia turística”. Nuestra comunicación pone en diálogo los anhelos de la población, los avances teóricos en torno al desarrollo del turismo de base local y el papel de los antropólogos en el proceso.

CONSUMIDORES ALTERNATIVOS: PRÁCTICAS TURÍSTICAS Y PROCESOS DE REINVENCIÓN DEL IMAGINARIO URBANO EN SAN CRISTÓBAL DE LAS CASAS, MÉXICO.

Miquel Àngel Ruiz Torres, Martín de la Cruz López Moya, Efraín Ascencio Cedillo
Universitat de València
Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas

La globalización, con todos los procesos asociados a la misma (desterritorialización, heterogeneidad y homogenización), ha provocado tanto una intensa patrimonialización de la cultura como una creciente demanda de la misma. Este hecho toma forma en las nuevas estrategias de consumo cultural o, si se prefiere, configura la cultura turística mercantilista. Hoy en día, en el contexto de las transformaciones experimentadas por la radicalización de la modernidad, la cultura -el producto cultural- se presenta como una mera mercancía objeto de consumo. En esta comunicación presentamos, basándonos en una investigación etnográfica en proceso que se está llevando a cabo en la ciudad chiapaneca de San Cristóbal de Las Casas, en México, una reflexión sobre cómo las novedosas formas de turismo cultural construyen, por un lado, un 'nosotros del nosotros' patrimonial y, por otro, imponen mediante prácticas subordinadas un 'vosotros para nosotros'. Es decir, una manera en la cual las identidades locales son reinterpretadas bajo la fuerza de la mirada exotizadora que “turistiza” sujetos y mercancías, con el fin de ajustarlos a los discursos generados desde las metrópolis culturales de la globalización. En este sentido, el turismo, la globalización y la patrimonialización estarían alimentando y perpetuando viejas relaciones de dominación en los discursos y en las prácticas. Pero, en nuestro caso ¿cómo se están construyendo los imaginarios urbanos en este proceso de reinvencción de la identidad local que se produce durante las prácticas de consumo cultural, como consecuencia de esa contraposición de discursos entre turistas y residentes autóctonos? La antigua capital de Chiapas se ha convertido durante los últimos años en una poderosa y atractiva oferta para aquellos turistas consumidores interesados en “lo alternativo” experimentado como “auténtico”. Así, al calor del simbolismo de las energías ancestrales que potencia la imagen de los antiguos pueblos mayas y de los actuales pueblos indígenas tzotziles, han surgido numerosos servicios de terapias alternativas y de rituales espirituales curativos (tales como “limpias”, masajes, rezos, temascales [baños de vapor], peregrinaciones, etc.) que han sido convenientemente promocionados y consumidos en locales comerciales y agencias diversas. Otras ofertas de carácter empresarial acercan exposiciones de pintura y fotografía, conciertos de música, festivales de cine, visitas a santuarios zapatistas, etc. enmarcándolas dentro del imaginario de lo alternativo. Como consecuencia, la ciudad, sus barrios (todavía fuertemente segregados) y sus gentes están paulatinamente convirtiéndose en objetos de una mirada (p. e. la pobreza representada en postales y souvenirs), y al mismo tiempo transformándose en turistas en y de su propia ciudad.

AGROTURISMO E IDENTIDADES.

Miren Urquijo Arregui
Universidad del País Vasco

En el País Vasco existe un discurso patrimonial sobre el agroturismo que promueve e impulsa escenarios casi para confirmar la correspondencia entre la realidad y el imaginario. Los escenarios del agroturismo son promovidos desde una



revitalización de discursos patrimoniales-identitarios sobre el caserío tradicional vasco.

La identidad de un agroturismo se reconstruye sobre la identidad del caserío original. Su arquitectura tradicional puede llegar a ser declarada Patrimonio histórico y en muchas ocasiones la reconstrucción del edificio motiva la decisión de reformarlo como agroturismo, bajo impulso y tutela institucional.

Igartubeiti, caserío guipuzcoano del S XVI fue reconstruido y abierto al público como exponente destacado de la arquitectura vernácula. Analizaré por qué y cómo ciertas ideas del caserío expuestas en este modelo de representación pública se han estabilizado dentro de la cultura vasca, según el enfoque epidemiológico de las representaciones culturales de Sperber, y cómo han afectado al escenario agroturístico.

El agroturismo posee además un patrimonio inmaterial que participa en el hecho turístico: su actividad agraria. Examinaré la transformación de las escenificaciones agrarias en interacción con las turísticas y cómo en el ámbito de la conservación y sostenibilidad del patrimonio agrario bajo la mirada turística, el denominado “idilio rural” y “lamento rural” descrito por Williams tienen un papel protagonista y conflictivo.

El agroturismo, finalmente, es el nuevo marco en el que las mujeres y hombres que trabajan allí pueden construir sus identidades de género. Mostraré cómo el cambio en el espacio agroturístico vasco se representa en las escenificaciones laborales del sistema de género. Será analizado desde una perspectiva dramática y se centrará en el análisis de las relaciones de producción y reproducción, la incidencia del marco político y normativo en las identidades de las y los actores sociales, y la afección pública y privada hacia la equidad.