

Études caribéennes

13-14 | Décembre 2009

Le tourisme en Amérique latine : enjeux et perspectives de développement

Le tourisme en Amérique latine enjeux et perspectives de développement

De "Turistas" y "Viajeros" en el mundo transnacional: retos, desafíos y problemas del turismo cultural-patrimonial

"Touristes" et "Voyageurs" dans un monde transnational : enjeux, défis et problématiques du tourisme culturel et patrimonial

"Tourists" and "Travelers" in a transnational World: Issues, Challenges, and Problems of Cultural and Heritage Tourism

MÓNICA LACARRIEU

<https://doi.org/10.4000/etudescaribeennes.3792>

Résumés

Español Français English

En el contexto actual, en el que la Organización Mundial del Turismo vaticina el constante incremento del turismo, se habla, con más frecuencia que antes, del turismo cultural. Algunos especialistas especulan que el "turismo de/con identidad" –como también se lo denomina- viene avanzando por sobre el "turismo de sol y playa". Sin embargo, la visión cuantitativista suele prevalecer respecto de la cualitativista, al mismo tiempo en que se consolidan ciertas naturalizaciones, como la relación estrecha que se ha establecido entre turismo cultural y patrimonio –particularmente en los últimos años, con el patrimonio "inmaterial"-.

Es nuestro interés en este artículo, desnaturalizar cierta visión y los "lugares comunes" que contribuyen en la desproblematización del campo y de la noción. Es nuestro objetivo reflexionar críticamente sobre qué es y qué se espera del turismo cultural, el lugar que se otorga al turismo cultural en relación a los niveles de transnacionalización y localización, focalizando en su vínculo problemático con el patrimonio y sobre la noción de autenticidad, cualidad visualizada como requisito imprescindible e indiscutible en la definición tanto del turismo como del patrimonio cultural. Dicha problematización será realizada desde el análisis complejo de diversas situaciones empíricas vinculadas a América Latina.

Dans le contexte actuel de pleine croissance des flux touristiques, le thème du tourisme culturel prend une place de plus importante. Certains experts pensent que le "tourisme identitaire" - comme on l'appelle parfois-, va connaître un regain d'intérêt par rapport au classique tourisme balnéaire. Cependant, la vision quantitative emporte généralement sur l'approche qualitative. Dans le même temps, le rapprochement s'opère entre le tourisme culturel et le patrimoine -en particulier ces dernières années avec un «patrimoine immatériel».



Notre intérêt, dans cet article, est de déconstruire une certaine vision, faite de "lieux communs", qui contribuent à vider ce champ de recherche de toute problématique. Notre objectif est de réfléchir de manière critique sur ce qu'est et ce qui est entendu par tourisme culturel, sur la place donnée au tourisme culturel selon les niveaux de transnationalisation, en se concentrant sur sa relation problématique entre le patrimoine et la notion d'authenticité ; une qualité perçue comme condition préalable indiscutable dans la définition à la fois le tourisme et le patrimoine culturel. Cette problématisation est conduite à travers l'analyse de situations empiriques variées et complexes d'Amérique latine

In the current context of growing tourist flows, the theme of cultural tourism is an ever important. Some experts believe that the "identity tourism" -as it is sometimes called-, will attract renewed interest at the expense of traditional seaside tourism. However, vision quantitativist generally outweighs the approach qualitative. Dans the same time, there is a reconciliation that occurs between tourism and cultural heritage (especially in recent years with an "intangible heritage").

Our interest in this article is to deconstruct a vision, made of "platitudes" where this field of research is then emptied of any problem. Our goal is to reflect critically on what is and what is meant by cultural tourism, the importance given to cultural tourism as the levels of transnationalism, focusing on the problematic relationship between wealth and the notion of authenticity, a quality seen as indisputable prerequisite in defining both the tourism and cultural heritage. This problematization is conducted through analysis of empirical situations varied and complex in Latin America.

Entrées d'index

Mots-clés : tourisme culturel, culture, patrimoine culturel, transnationalisme, localisme, authenticité, Amérique latine

Keywords: cultural tourism, culture, cultural heritage, transnationalism, localism, authenticity

Palabras claves: turismo cultural, cultura, patrimonio cultural, transnacionalismo, localismo, autenticidad

Notes de l'auteur

Este artículo es una revisión de dos artículos en los cuales inicié una problematización sobre el vínculo entre turismo y patrimonio cultural. Me refiero a: "Turismo e Interculturalidad. Los flujos turísticos en el contexto de revalorización del patrimonio cultural inmaterial". En: Revista Nexus, Barcelona, España, 2006 y "Touristes et "non- touristes" dans le monde de l'interculturalité. Un regard a partir du patrimoine inmaterial" en: Autrepart, Revue de Sciences Sociales au Sud, Dossier: "Tourisme culturel, réseaux et recompositions sociales", N° 40, IRD Editions et Armand Colin, Paris, Francia, 2006. Asimismo, constituye un replanteo del capítulo publicado como « Encuentros y desencuentros entre el patrimonio cultural y el turismo: desafíos actuales en el marco de flujos globales de comunicación y de personas" en Turismo Cultural II (CPPHC, GCBA, 2009) y de la ponencia ("El Turismo Cultural en América Latina y Experiencias Regionales") recientemente presentada en la Convención sobre Turismo Cultural realizada en Chihuahua.

Texte intégral

Introducción

"Demasiados turistas y pocos viajeros" (Graffiti en un muro del Barrio de El Raval, Barcelona)

- 1 Según la Organización Mundial de Turismo en el año 2008 las llegadas internacionales de turistas crecieron un 2% (924 millones), incrementándose en 16 millones respecto de 2007. Asimismo, el mismo organismo prevé que dichas llegadas alcanzarán la cifra de 1600 millones hacia el año 2020. No obstante ello, el turismo no funciona como un espacio autónomo. De allí, que su dinámica con frecuencia depende de factores externos al campo mismo: el atentado del 11 de setiembre del año 2001 afectó fuertemente la entrada de turistas a Nueva York, la crisis socio-económica de 2008 ha contribuido en un declive de turismo a nivel de Europa, pero incluso de América Latina, donde según la OMT decayó en un 7% la llegada de turistas durante el

período de 2008 en que la misma emergió, sin dejar de lado la Gripe A que tuvo fuertes implicancias respecto de ciertos países del continente o el dengue que incidió fuertemente en algunas regiones de Argentina, Paraguay y Bolivia. A pesar de ello, se estima que el turismo ha logrado cierta relevancia en las últimas décadas, particularmente desde que la desindustrialización tomó protagonismo en el contexto de la denominada "nueva economía" (Castells 2000). El aumento de turistas que circulan por múltiples y diversos lugares del planeta se observa como un espacio de motorización de la economía global, pero también de las economías locales, y desde esta perspectiva, como un campo vinculado al desarrollo, la promoción del empleo y la reducción de la pobreza –por solo mencionar algunas de las ventajas ligadas al mismo-. La visión que asocia al turismo con estos cambios y avances contribuye desde hace años en su rol protagónico no solo en el ámbito privado, sino especialmente en los organismos transnacionales que vienen incluyéndolo a través de propuestas de cooperación (la UNESCO, además, es proveedora de contenidos discursivos sobre el tema) y de financiamientos y subsidios para grupos y sectores sociales localizados en países considerados "en desarrollo".

2 Iniciamos este trabajo con la referencia a un graffiti de la ciudad de Barcelona, porque consideramos que, aún con la importancia que se atribuye al turismo, la presencia del mismo –particularmente en ciertos lugares- resulta extremadamente conflictiva. Como se observa en dicha "pintada", la cantidad de visitantes/turistas que traspasan fronteras diariamente y transitan por un espacio de flujos intenso, habla de la pérdida que han sufrido como viajeros –con el interés y curiosidad necesario que se supone debe proponernos el viajar-. Recientemente he participado de una Convención sobre Turismo Cultural en la ciudad de Chihuahua donde el tema sobre el cual se centró el evento fue el Camino Real de Tierra Adentro en tanto itinerario cultural, que se estima permitió la interacción e intercambio comercial entre México DF y Nueva México en EEUU. El Camino Real de Tierra Adentro, más allá de que pueda o no convertirse en un itinerario turístico cultural, nos habla de la trascendencia que supo tener el viajero en tanto sujeto que se desplazaba con un sentido ligado a su dinámica como sociedad. El viajero en este caso era un sujeto móvil en busca de intercambios económicos, sociales y culturales, en ocasiones en disputa por el territorio. Si miramos este "desplazamiento en el espacio" (Ortiz 1996) en términos procesuales, es probable que nos resulte difícil entender estos flujos de turistas del presente, que solo parecen moverse con el único objetivo de recorrer los mismos caminos pero en pos de placer, ocio y entretenimiento. En el mismo sentido, podemos referirnos a los pueblos indígenas que habitan la Sierra Tarahumara que en forma constante y, en algunos casos, hasta el día de hoy¹ pasan de un espacio a otro en su calidad de sujetos nómades constituidos como tales en términos económicos, culturales y sociales.

3 El viaje implicaba –dice Ortiz- la inauguración de límites, puertas y fronteras, al mismo tiempo que la construcción de territorialidad continua –como señalara Barth (1961) en su estudio sobre los *basseri* de Persia, fronteras no asociadas a separaciones, sino a conexiones-. ¿Como seguir ese camino real de tierra adentro cuando lo intentamos como turistas? ¿Cómo seguir a los *raramuris*, por solo ejemplificar con una etnia, por la Sierra de Tarahumara? Los viajeros y exploradores que supieron transitar diversos lugares de nuestro continente, fueron más allá del viaje asociado al tiempo del ocio –tal como fue constituido el turismo para la modernidad-. Sus relatos de viajeros pusieron en juego la práctica del extrañamiento y el asombro (Krotz 2002). El viajero era –podríamos aventurar que aún lo es cuando se desplaza como tal- un extranjero que, por su propia posición, revela un "otro", aunque también produce un otro. Es probable que ese viajero acompañara en su nomadismo –aunque produciéndolo desde su mirada- a ese "otro" indígena que caminando y penetrando los recovecos de la Sierra, marcaron y siguen marcando sus territorios y recorridos. No obstante, etnógrafos de la talla de Claude Lévi-Strauss, podrían exaltar el sentido controvertido de la aventura expedicionaria. Este autor remarcaba que "La aventura no cabe en la profesión del etnógrafo; no es más que una carga; entorpece el trabajo eficaz con el peso de las semanas o de los meses perdidos en el camino; horas ociosas mientras el

informante se escabulle...y siempre esas mil tareas ingratas que van consumiendo los días inútilmente...." (1970:3). Este párrafo extraído de su obra *Tristes Trópicos* y de su capítulo titulado "La Partida", da cuenta de los múltiples y conflictivos sentidos con que se puede cargar al viaje –el tiempo ocioso del etnógrafo, es decir perdido por inútil, es el tiempo del ocio placentero con que se carga el viaje de turismo–, así como permite observar las diferentes miradas y formas de recorrer un camino hacia un lugar, destino o campo etnográfico.

- 4 Aunque en la pintada se admite cierto prejuicio valorativo respecto al turista y obviamente a la cantidad desmedida de ellos en la ciudad de referencia, no es nuestra intención sobrevalorar los atributos del viajero, al mismo tiempo que desvalorizar al turista. El turista, sobre todo quien lo hace en el presente, se mueve hacia otros mundos con cierta sensación de familiaridad –como plantea Ortiz (op.cit.:40), posee puntos de referencia que especulamos pueden ser semejantes a los conocidos y en ese sentido, pasa a sentirse como "en casa" lejos de casa-. Menos viajero, va perdiendo el sentido de la "pregunta antropológica" (Krotz, Op.cit.), sin embargo, aún con la familiaridad que le otorga este mundo de interconexiones varias, este turista se configura entre lo familiar y lo extraño. La insólita relevancia que adquirieron, en los últimos años, los sombreros mexicanos en las ramblas catalanas, puede ser un buen ejemplo de esa mezcla que hoy constituye el perfil del turista. La existencia de sombreros mexicanos y el interés turístico que suscitan fuera de México, podría explicarse desde la fusión-confusión que las formas contemporáneas de hacer turismo desenvuelven: la distancia se anula y los territorios se funden, y los bienes u objetos pueden viajar más allá de las personas e identificarse y reinventarse en su globalidad –por un lado, ciertos referentes se familiarizan y conocen previamente a la existencia del viaje (por ejemplo, la Torre de Eiffel que, desde este lugar, pierde perspectiva de asombro y curiosidad); por el otro, ciertos objetos referenciales de determinada cultura, pierden especificidad y tipicidad, en la medida en que viajan redefiniéndose y adquiriendo otros sentidos, es por ello que los sombreros se estandarizan como "objeto global", se relativizan en su diferencia, no obstante ello, sin perder su "acento mexicano" que los vuelve peculiares estén donde estén, permitiendo que el turista que lo consume en Barcelona puede imaginarse haber estado en México también-.

- 5 El ejemplo citado da muestras de la aparente globalización del turismo y las supuestas consecuencias sobre la construcción global de los bienes u objetos definidos como patrimonios. Sin embargo, la retórica globalizada ligada a organismos como UNESCO a agencias de cooperación y financiamiento internacional, así como la mayor parte de la bibliografía dedicada al tema, resalta la importancia del turismo contemporáneo y su relación estrecha e inevitable con la reinvención de patrimonios locales y distintivos culturalmente. Esta visión está ligada a la noción de "turismo con identidad" y se ha relacionado a la naturalización del turismo y su vínculo con la fabricación de "culturas vivas" y patrimonios y desde allí, a la idea del turismo-patrimonio como pilares fundamentales en la disputa por la homogeneización, observada como característica de la globalización.

¿Qué es y que se espera del turismo cultural? ¿Cómo desnaturalizar ciertos lugares comunes que atribuyen a la relación patrimonio – turismo cultural una nueva forma de luchar contra las consecuencias del incremento de flujos globales: entre ellos la estandarización, uniformización y aparentes pérdidas de las culturas tradicionales? Efectivamente, sobre el turismo cultural penden más expectativas de las que muchas veces se consiguen, a pesar de que no parece ser un turismo de masas que pueda derramar beneficios económicos por doquier. Por otro lado, se ha naturalizado el encuentro desproblematizado entre el turismo y el patrimonio, como si la cultura solo se redujera a este último campo, además como si el turismo contribuyera inevitablemente a la salvaguarda de bienes y expresiones culturales originarios. Asimismo, parece ser una obviedad que, desde esta perspectiva, el turismo cultural resulta una herramienta eficaz para el fortalecimiento local y comunitario. En este sentido, existe un discurso especializado, pero al mismo tiempo apropiado por el "sentido común" de grupos, sujetos, operadores y agentes privados, que apoya los

encuentros no problemáticos entre turismo y patrimonio, ubicando su constitución en el terreno de lo local, por ende como ámbito desde el cual viabilizar mecanismos de defensa ante posibles corrientes de globalización y homogeneización.

Es nuestro interés en este artículo, problematizar la noción y el lugar que se otorga al turismo cultural en relación a los niveles de transnacionalización y localización, focalizando en su vínculo problemático con el patrimonio y reflexionando críticamente sobre la noción de autenticidad, estrechamente vinculada a lo local. Dicha problematización será realizada considerando situaciones empíricas de América Latina.

1. ¿Qué es y que se espera del turismo cultural?

6 Aunque se suele plantear que todo desplazamiento turístico es cultural o tiene implicancias culturales, cuando hablamos de turismo cultural solemos restringir este ámbito a ciertos bienes y manifestaciones culturales. En la primera idea prevalece la idea de que la cultura-lo cultural es todo y en ese sentido no solo todos tendríamos cultura –parafraseando el título de García Canclini (2005)- sino que la cultura atravesaría todos los órdenes de la vida, de allí que la situación misma de hacer turismo –más allá de que nuestro destino fuera de “sol y playa”- sería una forma de practicar cultura. Sin embargo, la emergencia de la noción de “turismo cultural”, como la institucionalización del campo cultural, se asocia a la estrechez de ciertas expresiones de la cultura. Como puede desprenderse de la definición de ICOMOS, el turismo cultural se observa como "un movimiento de personas esencialmente por una motivación cultural, tal como el viaje de estudios, representaciones artísticas, festivales u otros eventos culturales, visitas a lugares y monumentos, folklore, arte o peregrinación". Esta es una definición holística de la cultura, en la que se especifican tanto industrias culturales, como arte, patrimonio monumental e incluso bajo la palabra folklore, cuestiones de orden costumbrista que hoy podríamos asociar al denominado “patrimonio inmaterial”.

Como puede observarse hasta aquí, el turismo cultural se presenta complejo en relación a su adjetivación. Por un lado, se asocia a los llamados “turismos alternativos” que como señala Agustín Santana (2003), emergen hacia finales de la década de los `80 “propiciados en su conjunto por las nuevas condiciones y exigencias del mercado, esto es, competitividad, flexibilidad y segmentación” y asociados a "una forma diferente de practicar el turismo". Según el mismo autor el turismo cultural sería parte de ese campo relacionado con los llamados “turismos blandos” porque supuestamente son respetuosos del medio ambiente y las poblaciones locales. Esta última mirada es la que vincula el turismo cultural a la perspectiva del descubrimiento, el conocimiento, la revelación e incluso el asombro (como hemos mencionado en la introducción)².

7 Sin embargo, esa forma de turismo no se constituye por igual para todos los continentes, países, localidades. En una primera instancia, el turismo cultural se ha supuesto definido en base a parámetros de rentabilidad cultural, es decir por asociación con la cultura como trascendencia (Yúdice 2006). Como ha resaltado Picard (2008) al analizar el lugar de la UNESCO respecto del turismo cultural, “...sitios clásicos que sirvieron a los imperios del Occidente dominante.....Los templos mayas de Sudamérica, las pirámides de Egipto, los jardines colgantes de Babilonia, la gran muralla china. Las historias contadas acerca de estos nuevos sitios preservados fueron usualmente desconectadas de su inmediato ambiente social. Estas fueron definidas dentro de las amplias narrativas de la UNESCO de la evolución y progreso de la humanidad....Se volvieron vinculados a entre ellos a través de una excelencia cultural usualmente ajena a sus inmediatos contextos”. Tal como se desprende del texto, mirado desde el patrimonio de la humanidad, definido así por el organismo mencionado, no solo el turismo cultural no sería un campo novedoso, sino que además se habría conformado a partir de grados asociados a un “umbral de culturalidad” (Moragues 2006:2) definido

en base a una visión eurocéntrica desde la cual distribuir contenidos culturales clásicos y patrimonios monumentales en el mundo occidental desarrollado y reduciendo aquellos otros sitios, bienes y expresiones también culturales, pero no de excelencia, a un "turismo de aventura" (Op.cit.) ubicable en continentes como el África o ciertos países de América Latina. Este supuesto sobre el cual se basa la construcción de ciertos destinos, no implica la geografía de un mundo turístico-cultural simplificado entre el desarrollo y el subdesarrollo. De hecho, Machu Pichu o las Misiones Jesuíticas (en Argentina, Paraguay y/o Brasil) son, a esta altura, "atractivos culturales" o "enclaves turísticos", referentes ineludibles de cierta zona, obviamente más viables turísticamente, también en la medida en que se constituyen como más descontextualizados de su entorno inmediato y en ese sentido, más exaltados y despegados del lugar en el que se ubican. Es decir que el mundo en desarrollo también puede contar con atractivos patrimoniales o artísticos selectos o excepcionales culturalmente, los que trascienden el sitio que los vio nacer y obviamente definibles en su rentabilidad cultural. En esta acepción, es probable que el turismo cultural no pueda incluir recitales de rock de artistas no legitimados o prácticas de skaters en sitios paradigmáticos, como se realizan frente al Centro Cultural Contemporáneo en Barcelona o frente a la Plaza de Mayo en Buenos Aires.

8 Es evidente que esta acepción en cierta forma, ha sido superada. Por contraste con el presupuesto acerca de que el turismo puede ser amenazante para las identidades – porque como señala Prats (2009), el "escenario de las identidades...se tiende a ver como algo dado e inmutable..." aunque no sea así, y el del turismo como el que propicia transformaciones-, se habla desde tiempos recientes, de "turismo de identidad" o de "turismo con identidad". Aunque aparentemente se especula con el riesgo que se supone tendría el turismo para las "culturas" en su sentido relativista y esencial –la "cultura catalana", la "cultura boliviana" o la "cultura guaraní", por solo poner algunos ejemplos-, al mismo tiempo se estima que este tipo de turismo es llamativamente menos invasivo, o tal vez no tan llamativamente por efecto de ser cultural –ya sabemos que este campo se muestra normalmente como inocuo e inofensivo, en ese sentido, escasamente peligroso a la hora de fisurar identidades-. Asimismo, la identidad podría ser un recurso por excelencia para estas nuevas formas de practicar el turismo. Ligadas a la "experiencia de lo auténtico" (Santana 2003), hacer turismo con identidad supondría desplazarse para contemplar lo que las personas hacen, para participar de lo cotidiano de tal o cual sociedad, para experimentarlo volviéndose en una especie de "sujeto activo" que interacciona desconflictivamente con la "gente del lugar". Considerando lo planteado hasta ahora, el turismo cultural se ha constituido entre dos visiones: una asociada a la estrechez y restrictividad cultural, es decir a la cultura de excepcionalidad y excelencia, otra vinculada a lo ordinario y cotidiano. En la primera, el turista se abstraería frente a ruinas, sitios patrimoniales monumentales, artes, museos, en la segunda, el turista se revelaría como un sujeto frente a otros sujetos objetivables, si bien diferenciados, al mismo tiempo interactuantes en el terreno de la supuesta autenticidad.

9 Considerando esas dos perspectivas, parece cada vez más innecesario tener que desmistificar la visión del turismo cultural asumido en sus contenidos culturales de excelencia (ligado a los museos, teatros, patrimonios monumentales, etc.), pues como se viene tratando en diversos ámbitos ligados a este campo, cada vez con mayor frecuencia, el turista –y no solo el que habitualmente elige destinos turístico-culturales- requiere de experiencias e intercambios con la "gente del lugar". No obstante ello, algunas expresiones recientemente vertidas en el contexto de la Convención sobre Turismo Cultural ya mencionada en el inicio del texto, dan cuenta de las paradojas en torno de las cuales se constituye el turismo cultural.

"¿Qué puede tener de interesante recorrer y visitar un desierto? ¿Qué tiene de mejor contemplar un cactus en relación a una pirámide?". Ambas preguntas fueron realizadas por una periodista de una radio local de Chihuahua a quien organizó, desde el Instituto de Cultura de Chihuahua, la Convención mencionada. En cierta forma, los mismos nacen de la idea mitificada que asocia el turismo cultural a espacios cargados de

referentes y ofertas culturales que, obviamente, quedan acotados al campo de la cultura de trascendencia. No solo el desierto se ha cargado de "vacío" y particularmente de "vacío de sentido", sino que incluso el cactus, parte de la flora y la botánica del lugar, aparece desmerecido por comparación con las pirámides arqueológicas aztecas y/o mayas. En el ejemplo, no solo queda claro que se entiende por cultura y desde allí que se jerarquiza y delimita dentro del turismo cultural, sino que sobre todo permite observar como son estas tipificaciones y estereotipos los que contribuyen en cierta segmentación y promoción de necesidades, demandas y ofertas vinculadas al turismo cultural. Cabría agregar, en este sentido, un nuevo interrogante formulado en el debate de una de las ponencias, en el ámbito mismo de la Convención: "¿Para qué ir a Paquimé si son ruinas?, no vale la pena porque no son monumentales", aseveró alguien del público. Las "ruinas" de Paquimé³ declaradas Patrimonio de la Humanidad por UNESCO, no alcanzan el grado de rentabilidad cultural que tienen las de Teotihuacan o las de Palenque y Chichén Itzá, en ese sentido, no pueden ser legitimables en el menú de ofertas turístico-culturales que se promocionan en relación a México. En consecuencia, son "ausentadas" del mapa turístico cultural, al igual que la región en su conjunto, vista como zona "no cultural" –un desierto cubierto de cactus, con unas ruinas arqueológicas poco exuberantes, asimismo una zona difundida como violenta, cercana a la ilegalidad de la frontera y el peligro del narcotráfico, no autorizan la culturización-. Algo similar ha ocurrido con la declaratoria de Patrimonio Inmaterial de la Humanidad que UNESCO llevó a cabo en Palenque San Basilio, Colombia. Para los colombianos en general, pero no solo para ellos, en la medida en que Palenque no estaba, antes de la declaratoria, en ningún mapa patrimonial o turístico-cultural, en consecuencia tampoco para los turistas, este lugar era poco proclive a su promoción desde este campo. Tratado como una localidad "sin cultura", pues la única particularidad se asociaba a la actividad económica fundada en la diferencia entre géneros, Palenque no respondía a los cánones necesarios para su inclusión dentro del menú de recursos y productos turístico-culturales –de hecho, UNESCO lo declaró no por su calidad patrimonial, sino bajo la necesidad de regular el desplazamiento constante de población local ligado al conflicto armado. No obstante, posteriormente a la declaratoria comenzó un proceso de reinención de prácticas culturales (como un Festival de Tambores, reapropiación de la lengua, etc.) vinculables al patrimonio cultural inmaterial-.

10 Entonces, ¿cómo desmistificar la asociación naturalizada entre turismo cultural y cultura como campo restringido a ciertos referentes y recursos, si cada vez más "la gente" que se convierte en turista, demanda ver lo que los otros hacen? ¿Cómo desnaturalizar la segmentación y jerarquización de regiones, comunidades y recursos culturales, cuando lo que se ofrece como turístico dentro del campo de la cultura debe estar cargado de "cultura institucionalizada" antes que de cultura en tanto sistema de símbolos que atraviesan la vida social en su conjunto –incluyendo la naturaleza en tanto desierto-? ¿Alcanzará con "crear" referentes culturales "de calidad" para reorientar la necesidad, demanda y oferta turístico cultural? O ¿deberíamos redefinir la idea de turismo cultural en torno de atractivos y referencias vinculadas a la cultura como trama o sistema de símbolos que obviamente atraviesa cualquier bien, expresión, incluso cualquier referencia vinculada a la naturaleza? ¿Alcanzaría con ese cambio para (des)etnocentrizar en términos de superioridad-inferioridad cultural? Evidentemente no hay respuestas certeras, porque el debate aún está abierto.

A lo dicho hasta aquí habría otras cuestiones que integrar. Por ejemplo que el turismo cultural se constituye como un ámbito similar al campo de la cultura: por fuera de lo económico, por dentro de lo identitario. Parece inadmisibles que este tipo de turismo pueda seguir la lógica de un turismo de masas y que revierta económicamente en los sitios y las poblaciones involucradas. De hecho, numerosos especialistas hablan del fenómeno del turismo cultural como un espacio vinculado al "interés por la excepcionalidad, experimentación y distinción..." que al estar estrechamente asociado al campo "explica la elevada selección de los destinos escogidos" (Bonet 2003) y es desde allí, en que no debería esperarse que cualquier festival (por más ambiciosamente

organizado) o sitio arqueológico (por más monumental que sea) convertidos en referentes culturales, por ende en atractivos turísticos, sean viables turísticamente. No obstante ello, diversos ejemplos demuestran que estos "lugares comunes" deben ser revisados. Por un lado, hay fiestas como los carnavales de Gualeguaychú, en la Provincia de Corrientes (Argentina) que no solo son masivas, por la concurrencia local, sino sobre todo por la magnitud del turismo que desde el extranjero o desde el interior del país acuden para celebrar. En este caso, además, este carnaval deja cada año cuantiosos dividendos, no solo a los organizadores y a las comparsas, sino también a la localidad en su conjunto –es por ello que cuando Uruguay decide aceptar la instalación de una pastera en la frontera, son los vecinos de Gualeguaychú los que inician un largo proceso de lucha, pues se estima que la contaminación ambiental incidirá en la entrada de turistas-. Por el otro, hay carnavales como el de Barranquilla en Colombia que, aunque masivo y ya declarado Patrimonio Inmaterial de la Humanidad por UNESCO, no generan réditos económicos para la comunidad y los organizadores. Como puede observarse, el presupuesto que lleva a pensar el turismo cultural como actividad estrictamente identitaria y guiada por la exclusividad, se da de bruces con situaciones empíricas que dejan entrever que la masividad y las implicancias económicas, en ocasiones, son parte de este campo.

2. La transnacionalización del turismo cultural requiere de la hiper-localización del patrimonio cultural

11 El crecimiento contemporáneo asociado al turismo cultural se ha constituido en el contexto de la transnacionalización al menos en dos sentidos: por un lado, a través de la conformación de un "espacio de flujos" turísticos (cfr. Castells;1995) incrementados en la misma medida en que se profundizaron cambios referidos a la globalización y en que la industrialización se ha ido convirtiendo en desindustrialización; por el otro, por relación a la producción de ciertas representaciones sociales ligadas a la cultura, el desarrollo y la diversidad cultural. En este sentido, el turismo cultural, sobre principios del siglo XXI, ha encontrado un lugar de relevancia en el contexto de "procesos sociales de transnacionalización que involucran tanto a actores ..."locales", como a actores..."transnacionales", en relaciones multidimensionales, es decir relaciones que involucran a la vez dimensiones culturales, económicas y políticas" (Daniel Mato 2003:332). En sintonía con lo anterior, Hannerz señala que es posible especular que la organización cultural de las sociedades actuales "implica relaciones locales a la vez que transnacionales" (1996:207), y que tales relaciones incentivan la conformación de ciertas categorías sociales estrechamente vinculadas a las últimas. Así, en un contexto de flujos transnacionales, los turistas parecen ser una de las categorías que participan más activamente de dichos flujos, debido a su rotación y movilidad rápida y frecuente. No obstante, los flujos y la movilidad de los turistas no se constituyen en forma aislada, independientemente de otras categorías transnacionales⁴ que también circulan y producen flujos de otro tipo pero al mismo tiempo articulables a los turísticos. Cabría sumar, entonces, de las cuatro categorías mencionadas por Hannerz, los flujos de los migrantes estrechamente asociados a los flujos turísticos. Los migrantes no sólo se constituyen como trabajadores de servicios de baja cualificación, posición necesaria a la reproducción del turismo, sino también como "proveedores de contenidos"⁵, por tanto como productores culturales y hasta gestores de su propia cultura adecuada a los intereses de los visitantes.

12 La transnacionalización del turismo cultural resulta paradójica respecto de su origen: esta forma diferente de practicar el turismo emergió en vínculo directo con la cultura asociada a sitios y lugares excepcionales, o bien a la experimentación de "culturas vivas" insertas en su localidad, no obstante ello, como hemos observado, el turista que busca

este tipo de experiencia requiere de esa circulación que acaba constituyéndose entre lo local y lo global. Acordamos con Daniel Mato (2003:332), acerca de que los flujos y procesos transnacionales no implican desterritorialización, o sea circulaciones constituidas sin territorialidad obviando que esta última noción "...constituye un elemento característico de las formas hegemónicas de representarse la globalización" y omitiendo, desde esta perspectiva, algunos asuntos: 1) estos flujos y procesos se constituyen no solo globalmente, sino intersectados, además, por diversas sociedades/actores locales y nacionales; 2) la circulación no implica necesariamente un mundo de "solidaridades y horizontalidades sin territorialidad", sino más bien la necesidad de "pensar el entre, la intersección, el tránsito, el intervalo...no lineal..." (Martín Barbero 2006:21-22) vinculados a la especialidad del poder; 3) la experiencia transnacional del turismo, no es cualquier experiencia, así como no lo es en función de un atravesamiento múltiple de diversas experiencias, sino que es el resultado de una construcción experiencial sumida y atravesada en y por el mundo occidental.

- 13 El último punto –el de la experiencia occidental y occidentalizada del turismo cultural transnacionalizado- nos devuelve a la segunda cuestión con la que iniciamos este tópico: el relacionado a la producción de ciertas representaciones sociales ligadas a la cultura, el desarrollo y la diversidad cultural. La relevancia adquirida por el turismo cultural en el contexto de la UNESCO, así como en agencias de cooperación internacional, organismos de financiamiento e incluso en ONGs, viene por asociación con ciertas virtudes que se atribuyen a este tipo de turismo. Se especula que el turismo cultural puede contribuir a "favorecer el diálogo intercultural, crear lazos de solidaridad, ... luchar contra la pobreza..." (Morucci 2009:52, n/traducción), es decir a un mayor y mejor conocimiento y comprensión de las culturas, o dicho en otros términos a "producir desarrollos en las áreas visitadas [aún con lo ambicioso que puede suponerse esto]..." y crear un respeto y "conocimiento del otro" (Arbore y Medina 2009:72). El "turismo con identidad" –en algunos casos "turismo étnico" o también llamado "turismo cultural"- tiende a observarse como un espacio para el reconocimiento de la diversidad y el diálogo intercultural, como un espacio de oportunidad para pensar las identidades. La promoción de este turismo se organiza en relación a un "complejo transnacional de producción cultural" (Mato, Op.cit.) resultado de relaciones y actores transnacionales, no obstante, construido en base a una perspectiva occidentalizada de las representaciones culturales mencionadas. La visión ligada al desarrollo es bien clara al respecto, del mismo modo que la de diversidad cultural. Se espera que el turismo contribuya a la reducción de la pobreza en base a una perspectiva occidental del desarrollo, la que implica cambios mirados desde el modelo de los "países desarrollados", aunados a la conservación de tradiciones que hoy, se suponen necesarias al progreso. Asimismo, se especula con que el turismo contribuirá a una mejor comprensión de otras culturas y al diálogo intercultural, considerando que el turista curioso de esas "culturas vivas" y diferentes promoverá nuevas interacciones entre su mundo y los otros mundos y desde allí, relaciones simétricas producto de contactos directos entre turistas ávidos de experiencias auténticas y "autóctonos" asumidos como tales mediante procesos de negociación de las representaciones sociales específicas. Así sea en sus comunidades o cuando por efecto de dichas negociaciones, los sujetos y grupos, generalmente receptores de subsidios ligados al desarrollo cultural, son trasladados hacia países y continentes "desarrollados" del mundo occidental (como en el caso que trata Mato sobre el Festival of American Folklife que se realizó en 1994 en EEUU); se constituyen como "objetos tradicionales" producidos para el turista, sin embargo, por efecto de negociaciones que dichos colectivos llevan a cabo con organismos, ONGs, gobiernos, etc. En el texto de Mato, el autor refiere a algunos acontecimientos producidos en dicho Festival y nos señala que "no alcanza con ser indígena, también hay que parecerlo" (Op.cit.:342). El "parecerse" en el ejemplo citado refiere a la necesaria negociación del sí mismo y su cultura en el contexto del mundo occidental: el autor pone en diálogo la producción que los taquileños hacen de sí mismos para la ocasión del festival, creando una imagen –probablemente distorsionada del yo-nosotros- en la que la vestimenta colorida, el relato que afirma que son

descendientes de los incas, la difusión de músicas "nativas", la construcción de embarcaciones de madera para trasladar visitantes, constituyen "un sistema de representaciones [convertido en] todo un circuito de producción económica y un modo de vida", desde el cual se fortalece la idea que cualquier taquileño puede reforzar: "yo soy un museo viviente"; y lo que sucede con otro pueblo indígena de la región Darién de Panamá, quienes en el contexto del festival se asumen como que "así no represento(aba) bien a mi (su) etnia". Los emberá no supieron o no quisieron negociar para dicho contexto y como uno de ellos dijo "yo estoy en cueros ajenos...esta no es mi cultura...Mi cultura la dejé en mi casa...yo uso mi cultura" (Op.cit.:342-3). La representación para la espectacularización de la relación compleja en "cultura y desarrollo" o para el turismo que requiere de ese conocimiento del "otro" queda constreñida a la cultura o comunidad en su lugar originario o como mucho, esos "otros" son transnacionalizados/desplazados para el acontecimiento espectacular (como veremos más adelante cuando nos dedicaremos a analizar el lugar de la autenticidad en el contexto de la hiper-localidad).

14 Estos procesos de negociación interpenetrados por relaciones locales-transnacionales no alcanzan a esos mismos sujetos y grupos que han migrado o han debido desplazarse hacia las ciudades por diversas razones, desde económicas hasta políticas. Los migrantes, sujetos transnacionalizados y/o desplazados⁶ parecen perder, sin retorno, la autoctonidad que brinda el "ser otro" pero que en las urbes debe negociarse y renegociarse permanentemente en su propia estigmatización, ya no en "el aislamiento aristocrático de las prácticas culturales que pretenden mantenerse incontaminadas"⁷. En este sentido, los encuentros entre patrimonio – particularmente el inmaterial- y turismo cultural se constituyen en el marco de la localidad o en el contexto de atravesamiento transnacional, cuando la "micro-cultura" referenciada en su idiosincrasia es producida y procesada en "su ambiente" pero a los fines de representarse desde la mirada occidental en el mundo trans-local. En contrapunto, los desencuentros entre ambos campos se producen cuando los bienes y/o expresiones culturales potencialmente patrimonializables trascienden las fronteras de sus lugares originarios y se recrean, reinventan y reconstituyen en el marco de otros lugares, particularmente de las ciudades, hacia las cuales se mueven los sujetos que migran.

15 Sobre este contrapunto es necesario hacer algunos comentarios, considerando que ni un escenario, ni el otro, son necesariamente tan lineales y esquemáticos. En el primero de ellos, la territorialización cultural delimita espacios y grupos en términos de patrimonialización tanto en el lugar originario, como toda vez en que ciertos actores transnacionales se apropian de esos patrimonios restringidos culturalmente. En estos casos, el patrimonio es territorializado y fijado a la cultura entendida como "lugar antropológico" (Augé 1993). Este "lugar" es la "invención" que tanto producen los "nativos" como quienes requieren de ese ámbito –turistas, organismos transnacionales, gobiernos, etc.-, [ahogando]..., los fenómenos ligados a la actualidad más reciente: las migraciones hacia la ciudad, los nuevos doblamientos, la extensión de las culturas industriales" (Op.cit.:50). El "lugar antropológico" es un mundo cerrado, según el autor, necesariamente construido en base a dispositivos y discursos espaciales, pero también culturales e identitarios. Este escenario recrea encuentros y desencuentros. El encuentro que implica relaciones de interacción normalizadas según los requerimientos de los actores mencionados, como señalara MacCannell (1992) es producto de una mayor difusión global de la cultura occidental donde se recrean mas y nuevas formas de etnicidad pero producidas en términos de "culturas exóticas". Y el autor completa: "Los esfuerzos aquí no están asociados a los resultados frecuentemente bizarros de los esfuerzos de los turistas para "hacerse nativos". Antes, están relacionados a los esfuerzos de los nativos para satisfacer la demanda turística, o para "hacerse nativo para turistas" (Op.cit.: 158-9, citado en de Azeredo Grunewald 2003:147, n/traducción). Pero esta misma producción es la que genera el desencuentro necesario entre dos formas, a esta altura naturalizadas, de constituirse como sujetos –turista y nativo-: el turista se convierte en un sujeto que traspasa fronteras y lugares, es un sujeto nómade en procura de territorios y sujetos localizados, es decir que se fijan a sus

espacios y se vuelven sedentarizados. El turista en esta visión no tiene territorio, se mueve y diluye fronteras, mientras el "nativo" sí lo tiene, no se mueve (aunque se mueve, cuando como vimos en el festival trabajado por Mato, otros actores, también localizados aunque simultáneamente transnacionalizados, precisan trasladar el "lugar" a otro "lugar" –el de los locales transnacionales-) y fija fronteras. Es decir que el turista es un sujeto en movimiento y en tránsito, ubicable probablemente en el "espacio de en medio" (Martín Barbero 2006:21), el que se va interpenetrando de esos lugares localizados, solapándolos en su constitución. Esta lógica binaria sobre la que se asienta la definición del turismo cultural simplifica y generaliza la complejidad en torno de la cual se constituyen turistas-nativos e induce a equívocos complejos de resolver.

16 Incluso el patrimonio cultural, particularmente el inmaterial, está siendo localizado y fijado de acuerdo al esquema de normas globales que justamente impone un organismo transnacional, global y occidentalizado como la Unesco. Basta con mirar las aproximadamente 90 declaratorias que se han realizado en los últimos años, para observar que las mismas responden a expresiones culturales reinventadas por y para el organismo en función de territorios originarios y culturas tradicionales, generalmente ubicadas en la distancia física y cultural necesaria para la patrimonialización de la humanidad, producidas en tanto "reservas" y/o "supervivencias culturales", donde los nativos se autorizan en tanto "otros" –las declaratorias se ubican mayormente en continentes como Asia y África, en menor grado en América Latina, casi nunca en Europa Central-. Esta situación hace confluir encuentros y desencuentros entre turismo y patrimonio: por un lado, el patrimonio cultural (especialmente el experiencial) es requisito indispensable para el turismo y para que ello suceda, debe constreñirse a la "hiper-localidad". Esta condición produce encuentros y desencuentros: encuentro entre el turista/turismo y los nativos y el patrimonio cultural requerido; desencuentro entre dos formas de vivenciar, pensar y representarse el mundo "real", en tanto el turista está "en tránsito" –dos veces al menos, una espacialmente y otra como sujeto, pues no siempre es turista, sino que esta es una pertenencia efímera y en el medio entre "ser local, nativo, ciudadano" y viajero hacia otro lugar-. Por el otro, como resaltara Arantes (2004:8), "en este contexto, realidades sociales de diferentes escalas se entrecruzan, y eso ocurre de tal forma que realidades de cierto modo hiper-locales (tales como aldeas indígenas, pequeñas poblaciones, entre otras) se tornan indisociables de la dinámica socio-económica y política regional, nacional y global".

17 El carácter transnacional de lugares y sujetos es en la actualidad, un componente crucial a la hora de mirar la relación compleja entre patrimonio y turismo. Allí es donde se desenvuelven otros tipos de encuentros y desencuentros relacionados con los anteriormente mencionados. Aquí cabe comenzar por los desencuentros propios de reinventiones y movimientos no acordados en el campo del patrimonio global y sugeridos como inconvenientes para el desplazamiento turístico. El ejemplo dado por Martín Barbero (2008:24-25) acerca de la virgen de Zapopán de Guadalajara en México, consideramos que es paradigmática en este sentido. Dicha virgen, deshegemonizada desde el poder religioso y por efecto de la legitimidad adquirida por la Guadalupana, es "peregrina" y es esa característica la que le ha permitido recorrer México durante todo el año. De acuerdo a la misma, la Virgen de Zapopán podría considerarse trans-territorial desde sus orígenes y hasta diaspórica en su propio país. Pero lo más interesante que plantea el autor, es como la Virgen se ha desdoblado en dos: ahora es la virgen peregrina y la virgen viajera. Esta última es la reinención de la otra, producida en el relato migrante de chicanos en EEUU. La viajera se introduce en comunidades mexicanas en EEUU, pero también en América Central, desmistificando la idea de que todo migrante quiere olvidar el lugar de origen, en la medida en que al mismo tiempo decide recordarlo mediante procesos de reinención y recreación de expresiones culturales, como esta de la devoción a la virgen. Retomando las palabras del autor: "La estrategia de auto-desdoblamiento de la Virgen de Zapopán le permite estar a la vez en más de un lugar, es decir, estar y desplazarse simultáneamente. De modo que, aunque se materialice en una imagen, su habilidad de moverse, de desplazarse, de auto-desdoblarse, la convierte en una especie de anti-monumento"

(2008:25, n/resaltado). La imagen de la virgen a partir de esta nueva forma de constituirse, no tiene un solo lugar (si bien nunca lo tuvo, pues se paseaba a través de la nación), sino diversos lugares que trascienden las fronteras del orden local y nacional. En ese sentido, se constituye como trans-local y trasnacional. La "des-localización de los saberes" y de las expresiones culturales derivadas de los mismos, si bien rompen con las manifestaciones hegemónicas en el contexto de cada lugar –en ese sentido, la Virgen de Zapopán es "contestadora" del poder de la Guadalupana desde su mismo lugar de origen-, no logran monumentalizarse y por ende, ser legitimadas como patrimonio cultural. Como hemos visto, la idea de patrimonio que prima requiere de la fijación y autenticidad del lugar de origen, contraponiéndose a expresiones contempladas como reproducciones y simulacros de las originales en tanto y en cuanto viajan en las maletas de los migrantes y una vez extraídas de aquellas, son transformadas de acuerdo a los nuevos lugares por los cuales transitan. Pero como hemos comentado, el turismo necesita de la autoctonidad local, en consecuencia la Virgen de Zapopán en EEUU puede significar para los chicanos pero no tiene el mismo sentido para los turistas que buscan lugares, expresiones patrimoniales y sujetos-nativos restringidos a la cultura originaria. La Virgen de Zapopán y su devoción es un paradigma del desencuentro entre productores y practicantes de lo cultural-patrimonial y los turistas, como espectadores y contempladores de ciertas manifestaciones legitimadas como patrimonio –aunque sería extenso plantearlo en este texto, vale la pena aclarar que la Virgen, aún cuando persistiera como imagen originaria y local, no sería declarada patrimonio en tanto porta la deslegitimación proveniente de la hegemonización de otra virgen como la de Guadalupe-.

- 18 No obstante, la constitución de hiper-localidades y/o de manifestaciones culturales globalizadas, diferenciadas en el contexto de procesos de globalización, contribuyen en el encuentro entre expresiones y turismo. Pongamos por caso la promoción del "turismo espiritual" vinculado al Sai Baba en la India. De acuerdo a una nota de la revista Ñ "el turismo representa, en la India, el 6,23% del PBI...En 2008 la industria generó más de mil millones de dólares...", pero dicho incremento no está asociado a la India de la pobreza, sino "a la aventura mágica, milenaria, espiritual, cultural, religiosa..."⁸. En el ejemplo que hemos tomado, la India y sobre todo algunas localidades asociadas al mundo espiritual, se constituyen como "hiper-localidades" trasladadas al mundo occidental en su sentido global, simultáneamente que diferenciadas a fin de que su consumo sea viable. No obstante ello, la diferencia es global, pues es el resultado de la interpenetración de representaciones occidentales del mundo espiritual (del Sai Baba, de la yoga, etc.). La estereotipación global de la India y de lo indio es consecuencia de una necesidad occidental de esta diferencia, desde la que es posible promover el encuentro entre turista y nativo –si bien éste, aún en su lugar, se desdobra como la virgen, aunque en sentido inverso, y traduce sus producciones espirituales y culturales de acuerdo a lo requerido por quien visita el lugar-. Sin embargo, ni el Sai Baba, ni el yoga, ni las religiones ancestrales del lugar, parecen encontrar un lugar en las declaratorias de patrimonio de la humanidad. Otro ejemplo paradigmático, pero desde lo estrictamente cultural, es la festividad del Año Nuevo Chino: ante la migración, cada vez mayor, de chinos hacia ciudades capitales del mundo occidental, este festejo se vuelve recurrente en su expresión, contribuyendo en la localización de "lo chino" en las urbes que los reciben, en base a una caricatura de esa imagen (un chino armónico, dispuesto a pelear, desde esa uniformidad, con los prejuicios locales que suelen construirse por fuera de sus expresiones culturales). Pero el Año Nuevo Chino se ha occidentalizado y globalizado al mismo tiempo en que el festejo local se fue gradualmente ausentando de su lugar de origen: cuando China ingresa al mundo occidental y adopta el calendario solar, las producciones culturales basadas en el calendario lunar entran en proceso de extinción (de hecho, hace unos años el gobierno chino viene instando al retorno de este calendario). Resulta interesante que estos festejos trasnacionalizados, son curiosidades para visitantes locales (por ejemplo en Buenos Aires, cada año suman más visitantes que vienen de otros barrios), pero no en demasía para turistas foráneos. Los viajes turísticos no suelen

incluir este tipo de festejos, ni siquiera en ciudades que, como la de Buenos Aires, ha declarado ese evento, de interés turístico. El Año Nuevo Chino es un festejo replicado local y globalmente, por ende poco proclive a ser patrimonializado, escasamente atractivo en función del asombro que necesariamente deben poseer las expresiones culturales o los monumentos. Su circulación, su nomadismo (aún en su fijación), lo acercan más al fenómeno turístico, que al campo del patrimonio. En este sentido, se asimila más a la imagen de la Torre de Eiffel, pues circula por los medios de comunicación, Internet, y se replica, objetivamente hablando, en diferentes ciudades del mundo.

- 19 Como señala Hillali (2009:44, n/traducción), las nuevas formas de construir turismo se formulan en pos de "sensibilizar a esos nuevos nómades en relación a la vivencia de situaciones sociales y culturales de proximidad". La proximidad obviamente supone el encuentro entre la "cultura viva" y el turista, pero toda vez en que esa cultura se constituya en la distancia física y cultural respecto del lugar de procedencia de aquel que decide visitarla. Este contexto desconsidera algunas cuestiones: 1) la existencia de culturas nómades que producen y experimentan sus culturas mientras se desplazan y crean territorialidad en movimiento; 2) los flujos de sujetos, bienes y expresiones desde los cuales los mismos se transnacionalizan y se constituyen entre múltiples y diversos lugares; 3) el proceso de des-diferenciación que supone estos movimientos, no necesariamente implica falta de diferencia o ausencia de relevancia de las producciones que se hacen "fuera de lugar" aunque con el "lugar" en la memoria o inscrita en los cuerpos que se trasladan.

En esta perspectiva, solo son relevantes aquellos bienes y expresiones culturales patrimoniales que arraigados en un sitio, comunidad, localidad o pueblo permiten la emergencia de una identidad y la profundización de una tradición cultural que reemerge para ser mostrada. Esta visión se completa con la necesaria estereotipación de las tradiciones dignas de ser exhibidas, sumado a la idea reduccionista de donde está la cultura y el patrimonio a ser mostrados y dispuestos para el intercambio, negando las importaciones y exportaciones de bienes, expresiones, imágenes, sujetos e imaginarios, y los patrimonios que se constituyen en las maletas de los viajeros migrantes que también traspasan las fronteras y que en sus movimientos los reinventan, procesándolos "fuera de lugar" aunque con el lugar de origen.

- 20 Los patrimonios o recursos patrimonializables que se mueven, se duplican y replican, acaban no siendo ni de aquí ni de allá, tal vez sí ubicables en los "interlugares" (García Canclini 2004:45) o en los "entre-lugares" atravesados por los sujetos y grupos sociales en múltiples movimientos –ya no unidireccionales, ya no movimientos concretos de sujetos, sino también movimientos que permiten el viaje de contenidos y simbolismos más allá de las personas-. Como señala Canclini (Op.cit.), "ya no se trata de un apaciguado territorio de la humanidad", pero tampoco de un desconflictivizado mapa de mosaicos culturales, "sino de espacios y circuitos en disputa". Sin embargo, las interdependencias entre turismo y patrimonio cultural solo parecen ocurrir en ese espacio laxo y al mismo tiempo restringido, pleno de culturas vivas.

- 21 Se especula con que el encuentro entre turismo y patrimonio cultural solo es posible y se promueve con el objetivo de comprender al "otro", y desde esta perspectiva, de fortalecer el diálogo intercultural. Sin embargo, en tanto solo se admiten "culturas vivas" autenticadas, la comprensión no es otra cosa que "asombro" y en un grado posterior, etnocentrismo, pues el "otro" sigue siendo "otro" por diferente, exótico, atractivo. En este sentido, este encuentro solo se traduce en desencuentro o en encuentro asimétrico tendiente a regular –sobre todo cuando la cultura es objeto de patrimonialización- el movimiento migratorio que se torna conflictivo al llegar a otros países, ciudades y/o localidades desarrollados y centrales. De allí, que el encuentro solo es posible cuando la expresión se patrimonializa y fija a un espacio de carácter auténtico y el sujeto local se "otrifica" significativamente.

El posible encuentro entre turismo y patrimonio se supone como un paso positivo hacia la reducción de la pobreza y la mejora en la calidad de vida de ciertas sociedades y culturas. El turismo cultural, en este sentido, se especula que contribuye al desarrollo

de aquellos no desarrollados, o también llamados en "vías de desarrollo". El bienestar que los organismos y especialistas esperan lograr en comunidades empobrecidas, tendrá lugar toda vez en que turismo y patrimonio se alíen a favor del diálogo intercultural, la comprensión entre culturas y el desarrollo sostenible y responsable.

22 Pero esta visión, simultáneamente a que se supone invierte el lugar socio-económico y cultural de las poblaciones empobrecidas o invisibilizadas, coexiste con la otra cara de la moneda: la alianza entre turismo y patrimonio cultural, particularmente el denominado inmaterial, puede contribuir a la regulación, y aún más, al control social de las poblaciones que en el presente migran hacia los países centrales con sus pobrezas, culturas y diferencias. En este sentido, la regulación se obtiene mediante fijaciones de las "culturas vivas" a sus territorialidades de origen, mediante declaratorias de patrimonio inmaterial locales, nacionales o de la humanidad, financiamientos al turismo y la reducción de la pobreza, instalación de rutas culturales y turísticas, entre otros mecanismos. Estas estrategias se especula contribuyen al convencimiento de que con ellas, estas poblaciones, podrán reducir el nivel de pobreza, mejorar la calidad de vida, reorientar los flujos económicos, generar posibilidades de renta y empleo, y con ellas, los actores transnacionales se supone conseguirán frenar las migraciones constantes y frecuentes hacia los países centrales y regular el conflicto que de allí se desprende.

23 Estas formas de reencontrar el turismo con el patrimonio cultural implican la producción y emergencia de culturas invisibilizadas. Pero al mismo tiempo restringe la idea de la "supralocalidad" requerida por el turismo a la selección de determinadas localidades insertas en ciertos continentes y países –alejados de los lugares de poder, (por ej. el Africa, o la selva amazónica o la propia Bolivia)-, de determinados grupos sobre los que se pide una imagen idealizada, retrógrada, generalmente "minorías" cruzadas por marcadores de diferencia legitimados en la visión del patrimonio inmaterial –lo étnico es una marca desde la cual ciertas poblaciones pueden negociar mejor su lugar en estas relaciones e intercambios-. Los nuevos esquemas de normas transnacionales aportan en la constitución de un turismo especializado que requiere cada vez más de experimentar lo que la gente hace y en ese sentido, es que adquieren relevancia las expresiones culturales indígenas, afrodescendientes, o localizadas en pueblos –fiestas, rituales, artesanías, comidas, etc.-, corriendo a este tipo de turismo, del requerimiento de contenidos culturales elitistas, o bien estos contenidos quedan reducidos a las grandes capitales donde se espera que el turista visite museos, teatros, entre otras oferta de infraestructura de la "cultura de la trascendencia" (Yúdice 2006).

24 Veamos solo algunos ejemplos de las tensiones en que se constituye la alianza turismo y patrimonio cultural, cuando la pobreza es parte de los contextos en que actúa. Los problemas derivados del desarrollo y el supuesto "alivio de la pobreza" se observa en algunos sitios patrimoniales. En Cartagena de Indias, por ejemplo, cuyo centro histórico es patrimonio de la humanidad, los actores vinculados al campo del patrimonio y el turismo (colombianos, pero también transnacionales) demandan que la "pobreza local" se retire del casco histórico, observado éste como el espacio de la "riqueza cultural-patrimonial". Resulta interesante este ejemplo, en el sentido que lo estamos planteando, ya que la "pobreza local" se manifiesta en actividades "culturales-patrimoniales" en la visión de lo que la "gente hace" y que podría "venderse" como turismo cultural –nos referimos a vendedores ambulantes que producen y venden artesanías locales con materiales del lugar-, pero que frente a la "riqueza simbólica del patrimonio legitimado" entra en contradicción y no admite posibles encuentros entre el turismo y el patrimonio cultural. Si en Cartagena la intención es invisibilizar la pobreza en un contexto en que se promueve el desarrollo de poblaciones empobrecidas, en Palenque San Basilio, por el contrario, se procura visibilizar a la "invisible" cultura y a los "invisibilizados" culturalmente, intentando revertir la idea de que en Palenque "no hay cultura" e impostar el patrimonio inmaterial como fuente de riqueza y atractivo para la generación de un espacio libre de conflicto, discriminación y para el retorno de la población joven que parte del lugar.

3. ¿ Qué queremos exhibir ? ¿ Qué podemos exhibir ?

"...pero esa cueva es turística...[y como sería una cueva no turística?] Como sería?...bueno camas hechas con tientos, basura que no es basura, sino material orgánico...seguro que la que viste tiene televisión y estufa...[no, no tenía televisión]...esa gente ya ni es indígenas, son mestizos, los hijos van a la escuela, van a la universidad, lo hacen como negocio....pero seguro tienen lloradero..." (Diálogo con un académico especializado en temas étnicos y culturales).

"Acaban de declarar Palenque San Basilio Patrimonio Inmaterial de la Humanidad...y no se entiende porque...no tiene cultura, no tiene, no posee nada para mostrar turísticamente..." (Segmento de una ponencia desarrollada en el Seminario sobre Turismo Cultural en Cartagena de Indias, Colombia, 2006).

25 La relación cada vez más estrecha entre el turismo cultural y el patrimonio cultural – particularmente el inmaterial- prefigura un necesario mundo global abierto a un sinnúmero de diferencias locales. Como lo hemos comentado en el tópico anterior, o dicho en términos de Antonio Arantes (2004:8), el turismo cultural requiere de la conformación y fortalecimiento de realidades hiper-locales o supralocales, las que afectan "...particularmente a grupos humanos que viven en territorios identificados como atractivos exóticos para [dicho turismo]...o, como actualmente se denomina, reality tourism". En este acápite nos interesa, no solo quedarnos en el problema de lo local como parte necesaria del mundo organizado transnacionalmente, sino sobre todo focalizar en la pertinencia que se otorga a la autenticidad como parámetro imprescindible de este campo.

26 La Carta Internacional del Turismo Cultural dentro del Principio 2 y en el punto 2.4 señala que:

"Es importante conservar la autenticidad de los sitios del Patrimonio y de la variedad de sus objetos. La autenticidad constituye un elemento esencial del significado cultural expresado a través de los materiales físicos, del legado de la memoria y de las tradiciones intangibles que perduran del pasado".

27 La relevancia dada al carácter auténtico de bienes y expresiones culturales-patrimoniales en el campo del turismo es destacable en los eventos relacionados a la temática. La autenticidad de las manifestaciones culturales se encuentra estrechamente asociada a la autoctonidad con que se designa a las culturas locales y a los sujetos de esas culturas. Como hemos visto, dicha autenticidad, así como lo autóctono, no solo refieren al sentido originario de las culturas, sino especialmente al sentido distintivo desde el cual es posible crear imágenes tipificadas de experiencias observadas como "comunes". Ya no solo es importante que una pirámide, fachada de casa histórica o monumento conserve los elementos originales de su creación, sino sobre todo que las personas continúen haciendo lo que hicieron en su origen, para lo cual se parte de un aspecto crucial a la hora de definir el patrimonio: nos referimos a la significatividad que se da a la herencia cultural como eje que atraviesa el sentido tradicional de la cultura en cuestión.

28 Desde esta perspectiva, lo diferente y lo exótico son parte de la demanda turística y al mismo tiempo parte del proceso que los sujetos involucrados desarrollan en pos de convertirse en "nativos/autóctonos" y otorgar un carácter de tipicidad y de autenticidad a las expresiones culturales que despliegan. Como señala de Azeredo Grunewald "el turista quiere ver "nativos intactos" que acaban siendo la recreación de un punto de partida tal como se puede reproducir desde el presente. Lo genuino, puro y exótico son condiciones de la "hiper-localidad" construida a partir de un deseo de singularización y de comunicación de las diferencias –es decir la "aldea idealizada" delimitada física y simbólicamente en ese proceso-. Pero, ¿de que diferencia y de que exotismo estamos hablando? La diferencia exotizada supone la configuración de sujetos complacientes con un turismo ávido de "plumas atávicas". Es por ello que no cualquier diferencia

puede ser legítimable o que no se trata solamente de constituirse en un "otro", sino particularmente configurarse en un perfil de "otredad" que genere asombro en base a una estetización vinculada al exotismo. El carnaval porteño, patrimonio cultural de la ciudad de Buenos Aires, puede servir de ejemplo en esta diferenciación. Aunque el mismo presenta marcas de diferencia que lo distinguen de otros carnavales, al mismo tiempo no consigue extremar la construcción de un "otro" procesado en la distancia simbólica respecto del turista externo. El murguero (sujeto fundamental de la murga porteña) no es un indio, tampoco es parte de una "etnicidad construida" que haga que el turista elija este carnaval y no otro. El murguero es un sujeto social, en la mayoría de los casos, un niño, adolescente o adulto de cualquier barrio de la ciudad, que para carnaval se diferencia de otros por ataviarse para la murga y la actuación en el corso. Pero tampoco sus atuendos presentan una estética o estilo espectacular a partir del cual el turismo considere imprescindible pasar por este carnaval. La inquietud por una fiesta local que no puede convertirse en "objeto turístico", mueve también a los protagonistas: ...se ve turismo en carnavales de Jujuy por ejemplo y que disfrutan de este tipo de fiestas callejeras. Es llamativo que habiendo tantos turistas en Buenos Aires, no haya tantos turistas presentes en el carnaval de Buenos Aires, como sí se puede ver en Jujuy o en Salta...". Así, mientras en Jujuy o Salta –provincias del NO Argentino- el carnaval es parte de una "cultura autóctona" en la que esta festividad y otras, además del paisaje, las artesanías y obviamente el sujeto construido en la distancia cultural étnica, forman parte de ese mundo cultural digno de contemplarse; en Buenos Aires, el carnaval se constituye como celebración para el vecindario y en ese proceso, el evento en sí no logra resaltarse y despegar del contexto naturalizado en que se lo ha ubicado desde antaño. Aunque extraordinaria –pues ocurre en el espacio y tiempo del carnaval-, al mismo tiempo la celebración se ha cotidianizado, perdiendo el aura necesaria a la producción de diferencia y singularidad –en parte esta naturalización es resultado de un espacio murguero que se ha escapado del carnaval como hecho total, para atravesar y asimilarse a otros eventos, como la protesta callejera por tomar solo un ejemplo-. El carnaval del NO argentino se produce previamente a la llegada de los turistas entre expectativas, estereotipos, contenidos cargados en sus imaginarios, todas motivaciones construidas en un proceso de "anticipación de la experiencia" –anticipación "que se constituye en diálogo con las imágenes del lugar, vehiculizadas en diversos productos culturales, imágenes que crean una moldura interpretativa y comportamental para el turista" (Freire-Medeiros 2007:6), y que determinados agentes u operadores turísticos contribuyen a forjar plasmándola en folletos satinados, coloridos y vistosos-. Pero también dicha anticipación en cierta forma estereotipa el conjunto "de bienes simbólicos "fabricados" por los agentes promotores..." (Op.cit.) y el mundo de lo desconocido que genera avidez por conocer. Así, el "nativo" se produce y es producido, "no está simplemente "allí" –como en el caso de los murgueros de Buenos Aires-, sino que está sobre todo "en exposición", es decir, como una "cultura viva" dispuesta a "trabajar de nativo" en el contexto de un proceso complejo de espectacularización que, no obstante, debe parecerse lo menos posible a un espectáculo y lo más posible a la realización de una fiesta genuina y espontánea. En los relatos de los murgueros de la ciudad de Buenos Aires, ese proceso de exhibicionismo es controversial para ellos, prefiriendo mostrarse en el opuesto, el de la fiesta espontánea que, evidentemente, no alcanza. Este ejemplo permite observar que, en realidad, cualquier evento, bien y/o expresión cultural realizada por determinados sujetos que, obviamente están involucrados con ello, podría ser construido en su diferencia exotizable y que ello, con frecuencia, depende de quienes deciden o no mostrar(se) y qué mostrar de sí mismos. Es probable que puestos a decidir por sí mismos, los habitantes de la Quebrada de Humahuaca, dudaran de exhibir su fiesta de carnaval, no obstante, ese festejo en tanto experiencia distinta está anticipada en las páginas web de operadores turísticos, de gobiernos locales, regionales o nacionales, en folletos, paquetes turísticos, entre otros y por ende en los imaginarios de quienes toman la decisión de visitar el sitio y la comunidad. Sin embargo, en el caso del carnaval de Buenos Aires, en tanto no incluido en el mapa turístico cultural, la expresión y los murgueros deciden relativizar esa

apuesta y negarse a ella. La misma situación podría revertirse en lugares como la ciudad de Tijuana, sitio de frontera entre México y los EEUU, tal vez con escasos bienes y manifestaciones culturales dignas de mostrarse, no obstante, configurada como recurso y producto turístico cultural en la medida en que esa "frontera" se constituye en una vivencia y experiencia potencialmente diferente en el sentido de "asombro" que hemos mencionado.

29 De esta manera, la autenticidad no solo es una cualidad ineludible, casi virtuosa, fundamental al patrimonio o la cultura que se asume como potencialmente turística, sino sobre todo, foco de problemas dilemáticos. La cuestión no solo se enmarca en la dicotomía entre autenticidad y/o inautenticidad (falsedad), sino que introduce otros tantos elementos a considerar, donde los sujetos –turistas o "autóctonos", operadores o gestores- juegan un papel crucial. En esa construcción compleja, las preguntas imprescindibles se refieren a: ¿qué queremos o deseamos mostrar?, ¿qué podemos exhibir?, ¿qué estamos dispuestos a exponer?

La autenticidad de un bien y/o expresión, cuando se trata del campo turístico, en ocasiones es preexistente al encuentro del turista con el sujeto local. Como hemos visto en párrafos anteriores, el turista, por efecto de procesos de construcción que se realizan desde ámbitos público-privados ubicados allende los límites de los sitios a visitar, posee una imagen estereotipada sobre lo que conocerá. En tanto su expectativa está relacionada con la comunidad en su origen, dicha imagen es construida en su autenticidad vista como inmutable, aunque necesariamente distorsionada según los procesos de conformación de la misma, en los que intervienen diversos intereses. Asimismo, la comunidad local que recibe al turista reconoce en el mismo esa necesidad de tradición, condición que se decide a recrear e incluso a crear en caso en que se haya dejado morir en tiempos pretéritos. Son situaciones de aparente complicidad social en torno de manifestaciones que deben exhibirse cual si fueran "objetos de vitrina", o sea sin cambios, ni indicios de extinción y revivificación posterior, debido al riesgo de perder calidad y originalidad como comunidad. La complicidad puede volverse conflicto cuando la supuesta autenticidad se verifica como simulacro y es allí, en que los gestores culturales se proponen, a veces, intervenir para reeditar la tradición, o los operadores negociar con parte de la comunidad para que actúen la performance originaria, entre muchas opciones.

30 Pero, probablemente, el problema deba concentrarse en las paradojas y controversias que presenta el criterio de autenticidad cuando hablamos de turismo cultural. ¿De qué autenticidad estamos hablando? La respuesta puede variar dependiendo de quien la elabore. Incluso entre los especialistas y académicos hay diferentes opiniones. Algunos, quienes discuten con la visión aurática otorgada a lo auténtico, plantean que cualquier bien y/o expresión cultural no permanecen inmutables eternamente, que "la autenticidad no es una esencia, sino más bien un efecto generado por el dispositivo turístico de puesta en escena de los valores de antigüedad y pureza", cuestión que lleva a "un estilo" o "una retórica turística que reenvía a un imaginario más que a una autenticidad sustancial" (Amirou 2009:84, n/traducción). Esta visión que el autor denomina como "autenticidad posmoderna" vinculada al turismo, tiene algo de relación con la idea de una autenticidad ligada a la "vitalidad social" (de Azeredo Grunewald 2002:9). En ambas, como dice Amirou, el dilema acerca de la autenticidad-inautenticidad pierde pertinencia. Sin embargo, como venimos planteando esta no es la mirada que prevalece a la hora de formular iniciativas, inclusive entre algunos especialistas y gestores, aquellos que por ejemplo inducen a la repetición "original" del evento a fin de generar el atractivo turístico en forma permanente, o que "obligan" a retomar costumbres, diseños, usos, etc., o que discuten con los sujetos o comunidades por la utilización de materiales o elementos que la comunidad de origen no poseía. La situación de los Pataxó en Brasil, tan bien analizada por Grunewald, en relación al artesanado turístico recreado hace poco tiempo por ellos a partir del y para el movimiento turístico, da cuenta del complejo lugar que cabe a la autenticidad cultural/patrimonial dentro del campo del turismo cultural. Esta comunidad viene siendo responsabilizada por la "invención" mediante un "proceso de kitschización"

“como consecuencia de la intervención de la cultura occidental” (Costa y Monteiro, 1971, citado en Grunewald, Op.cit., n/traducción) y el impacto del turismo, que según se manifiesta ha llevado a la recreación de objetos con carácter decorativo de diferente confección respecto de los usos originarios que le dieron los “antiguos pataxó”. En esa apreciación que lleva, para algunos, a una diferenciación entre las “tradiciones de las artes turísticas” y las “tradiciones étnicas de expresión cultural” (Graburn 1984 citado en de Azeredo Grunewald 2002:16, n/traducción), emerge el problema de la autenticidad en el sentido más puro del término –incluso en las palabras que se utilizan, el “arte” como actividad diferenciada del artesanado y legítimable desde el occidente para los turistas, lo “étnico” como criterio diferenciador de grupos distantes de la cultura occidental-. El problema es cuando, como en el caso de los Pataxó, dichos grupos étnicos recrean tradiciones antiguas bajo el formato de tradiciones influenciadas por la cultura occidental, las que no solo son exportables hacia los centros (lo que los autores llaman “turismo indirecto”) y con ellas, ciertos estereotipos étnicos, sino también desde cuyo proceso se gerencian las imágenes étnicas que comienzan a ser valorizadas por las culturas metropolitanas y la cultura occidental. En este sentido, como señala Grunewald, las tradiciones o expresiones culturales pataxó son auténticas, más allá de su recreación y/o invención, porque finalmente son realizadas por ellos mismos, tornándose legítimas culturalmente. No obstante, la autenticidad pasa a ser un problema cuando es mirada desde el campo patrimonial y turístico, es decir cuando sobre las manifestaciones y bienes culturales intervienen actores con intereses específicos vinculados tanto a la exaltación como a la exhibición del “objeto/sujeto turístico-patrimonial”. Como se observa en el texto de los pataxó, es probable que para ellos, la autenticidad no signifique mucho, en tanto categoría institucionalizada en otras arenas e instituciones. En este sentido, los indígenas no se preguntan constantemente por lo que hacen y si lo que hacen es o no puro en su ancestralidad. Entre otras cosas, porque dichas prácticas son el producto de saberes transformados en el tiempo, procesados en el presente, con vigencia para los sujetos de la contemporaneidad. Para el pataxó contemporáneo, lo que hace en la actualidad, es necesariamente propio y justamente por ello, no debería ser cuestionado en su autenticidad. Sin embargo, como señala Grunewald (Op.cit.:18, n/traducción), para las personas ajenas a la comunidad, “lo que debería ser exhibido sería algo no construido para la arena turística, sino algo “natural” que existiese ancestralmente, pues es así que el sentido común todavía espera autenticar (o legitimar) las tradiciones”. El “indio auténtico” –“permitido/autorizado” (Hale 2004) en su autenticidad- no sería ni “naturalmente un indio objetivado en su ancestralidad”, ni tampoco un “sujeto/objeto” vacío de significado y contenido para la propia comunidad. Como dice Grunewald, se constituye –junto con sus manifestaciones culturales- en una “mezcla” arbitraria entre las tradiciones transmitidas, simultáneamente transformadas, hacia adentro de la comunidad, y las influencias externas “que pasan a recibir una significación actualizada para la construcción de la propia identidad del grupo” (Op.cit.:19, n/traducción). En suma, la autenticidad es redefinida en base a una construcción significativa de la misma –producto de un campo de disputas por los significados ligados a la idea de autenticidad-, que adquiere legitimidad para los indígenas, en el caso comentado, sin embargo, con necesidad de legitimidad para los turistas quienes, en su encuentro con aquellos, acaban contribuyendo en dicha definición.

31 Desde esta perspectiva, deseamos regresar al diálogo con el que introdujimos este acápite –diálogo del cual fui protagonista (vale el cambio a primera persona) en calidad de turista y académica en forma simultánea-. La definición del actor local (aunque no originario del estado de Chihuahua) y académico que ha trabajado en la Sierra Tarahumara acerca de la cueva raramuri visitada en el comienzo del recorrido por la sierra, nos parece bien interesante para preguntarnos qué entenderemos por una experiencia auténtica. La distinción extrema entre “cueva turística” y “cueva no turística” – o sea entre cueva para visitar y contemplar y cueva en la que se vive cotidianamente- parece remitir a la clásica distinción entre “pureza” / “ancestralidad” y “falsedad” / “réplica-simulacro”. En la diferenciación que nuestro interlocutor hacía

entre una cueva auténticamente raramuri y/o tarahumara y aquella que sería inauténtica, se encontraban una serie de atributos necesarios a esa autenticidad: no solo que la cueva cuente con ciertos enseres y muebles hechos con ciertos elementos, en el opuesto que la cueva no muestre ni televisor, ni estufa (cocina), o sea que no exhiba tecnología, sino que además las personas que la habiten sean "auténticos cazadores-recolectores nómades y analfabetos" como lo fueron los ancestros –es decir indios y no mestizos que asisten a la escuela y la universidad-. De esta diferenciación emerge la misma sensación que Hannerz (1996:109) manifestaba hace bastantes años cuando al hablar del futuro de la diversidad, nos alertaba sobre la relevancia dada a una "diversidad antigua en declive", sin embargo, una diversidad "generada por el ecúneme global", en donde la humanidad entera debiera "trabajar" por la sobrevivencia de los cazadores recolectores que aún quedan en el mundo en "reservas" no solo culturales, sino incluso biodiversas (como entender a los raramuris sin la Sierra de Tarahumara, no solo por sus cuevas, sino incluso porque su territorialidad parece definir su "modo de ser y de vida", a tal punto que también ellos reciben dicha denominación, asimilando etnia a sierra).

32 En el ejemplo citado, el problema (mirado desde el turismo cultural) está en que queremos/podemos exhibir y hasta donde la cueva junto con los pueblos que las habitan son exhibibles. Claro que quien "censuraba" la "cueva turística" en la cual yo misma había estado, acaba, desde su discurso, sancionando quien y como debe mostrarse, o sea negando la decisión del "otro" o incluso, la forma de mostrar y el significado que el "otro" decide dar a esa exhibición. Es probable que la proximidad a la localidad de entrada a la sierra, e incluso la mesita con un recipiente para dejar dinero y un cartel que, en inglés, nos indica que si lo deseamos lo dejemos; se constituyan en indicios más que suficientes de que esa cueva no es la "real" –pero ¿de que realismo hablamos?, considerando que los antropólogos hemos polemizado bastante sobre el "realismo etnográfico" lleno de impresionismos que finalmente, no fueron más que la descripción modelada de nosotros mismos en el "lugar antropológico"-. La "cultura" parece estar "viva" como se requiere no solo en el campo actual del patrimonio, sino también en el del turismo cultural –a tal punto parece ser así, que yo misma asumida en mi condición de turista, dudo de sacar la cámara de fotos y ejercer el "oficio" de antropóloga que busca la posibilidad de regresar al lugar de origen y persuadir a quienes no han estado en la sierra, que sí "yo estuve ahí"-. La mujer sigue haciendo sus cosas y su ¿hijo? también, mientras los "turistas" observan el adentro íntimo de la cueva, y minutos después el afuera donde unos metros más abajo se observan las otras mujeres lavando sus ropas en un río. ¿Qué es lo que hace que la cueva no sea "real" pero sí "turística"? ¿La "puesta en escena" de cierto "orden" de las cosas, incluyendo a los sujetos?, o ¿la visibilización de que reciben dinero por mostrar su lugar? O bien, ¿que la cueva está tan próxima del pueblo que no da cuenta de la cueva remota, casi escondida en la sierra??. Pero dejemos al especialista que ha podido recorrer la sierra en pos de su investigación –en la que construyó su "asombro" como lo hicieron desde siempre los antropólogos- y pensemos en la discusión interna a la convención sobre turismo cultural en Chihuahua, donde alguien del público también puso sobre el tapete la autenticidad de la cueva. Si la cueva es el necesario "objeto del asombro" y el imprescindible elemento cultural para que el turismo desee conocer la Sierra de Tarahumara y visitar a la población local, hay una serie de disquisiciones problemáticas en torno de la cuestión que estamos analizando. Por un lado, una especialista, mexicana, pero turista en Chihuahua, apela a nuestro sentido de "realismo turístico" diciendo que cuando ella visitó la Tarahumara vio "cuevas con basura y desorden ...niños mendigando, y hasta un chofer que oficiaba de guía emitiendo un discurso prejuicioso acerca de que las mujeres y niños trabajan mientras los hombres beben". Este discurso "realista" que hablaba de cierta autenticidad visualizada en sentido negativo, fue contestada desde otros puntos de vista: un indígena Tepehuane que aclaró que la basura para ellos es materia orgánica, o sea no es basura, pero también una operadora organizadora de tours hacia la zona que planteó que había que "educar" – podríamos agregar "moralizar o civilizar"- a los indígenas, que si usan un tubo de pvc¹⁰

para hacer una tortilla hay que convencer a las mujeres que usen un palo de madera –es decir que sean “reales” pero no tanto, de modo que no generen rechazo en el visitante o indiferencia por usar para sus enseres, elementos que cualquier “pobre”, no indio, usaría para hacer su comida ante la falta de recursos-. Y finalmente alguien dijo: “siempre buscamos la otredad, lo que no tenemos....”. Pero en este caso qué sería lo que no tenemos? ¿La cueva? ¿El “otro indígena”?

33 La “autenticidad turística”, es evidente –a través del ejemplo tomado- no se construye en base a “realidad descarnada”. Veámos como se reclamaba a los pataxó haberse transformado y haber transformado las artesanías en función de su exportación turística, sin embargo, podemos observar que la cueva tarahumara desordenada, con basura y “suciedad” no es indicio de “cultura auténtica” en varios sentidos: no lo es para el especialista porque él pudo ver otras cuevas más reales, pero tampoco para la turista que no quiere ver tanta pobreza junta, sino un “otro” estetizado y embellecido. Probablemente el modelo que más se acerque a la “autenticidad” que requiere el turismo cultural, sea el generado por el Proyecto (por solo tomar uno) “Puesta en valor de la cultura raramuri y protección de la biodiversidad en los proyectos de turismo alternativo comunitario” realizado por Fuerza Ambiental A.C. Esa es una autenticidad organizada, estetizada, embellecida, con la voz y presencia de los raramuri visibilizados en su propia cultura. Hay un decir y un hacer en esa voz que a través de un folleto de hojas satinadas e ilustradas, los unifica desde el comienzo: “Somos Tarahumaras”. El hacer una distinción entre el como eran los antiguos y el qué hacemos, qué tenemos, dónde y cómo vivimos? que refiere a los raramuri del presente, contribuye en la certificación de autenticidad: ellos son herederos de aquellos que habitaron la región y tenían una cultura nómada, vivían en cuevas, se curaban con hierbas naturales, aprendieron a labrar piedras y a cultivar maíz, entre otras cosas. La arqueologización de la cultura permite hablar de los “restos” y de los “muertos” que practicaron esa cultura del “asombro” y certificar “identidad raramuri” para quienes habitan hoy la región, aunque ya casi nadie vive en cuevas –como ellos señalan, aunque el especialista diga que sí hay todavía muchos que lo hacen, o aunque haya indígenas que efectivamente moran en cuevas para demostrar que las hay o porque no tienen opción o porque eligen vivir en “su cultura” heredada y no en las cabañas de adobe, o en las de material que los jesuitas contribuyeron a forjar también para moralizar su sentido del vivir-. El folleto nacido de una aparente participación de los indígenas tiende a embellecer su modo de vida, mostrándose con sus coloridos atuendos, sonrientes, afables, haciendo artesanías estetizadas y hasta dando cuenta de sus cambios en pos de cierto progreso, cuando muestran a sus ancestros desnudos o viviendo en las cuevas, que el turista quisiera ver, solo que más ordenadamente –es por ello mismo en que ofrecen hostales confortables desde los cuales esos tarahumaras relatarán sus antiguas costumbres ataviados de las “plumas” que esta contemporaneidad requiere-. Como diría Hannerz (Op.cit.:100), este proyecto es un “arreglo de conveniencia” interno a ciertos grupos que, mas que derecho a su cultura, tienen el “deber cultural” de exhibir una cultura que parezca auténtica, con los ingredientes que devienen de la “herencia y la trasmisión cultural”. En el turismo cultural que se organiza desde y con los raramuri para un turista diferente, hay un “indio autorizado/permitido” y en ese sentido, una cueva “autorizada/permitida” –la del relato más que la de la experimentación-. Ese permiso y/o autorización se elabora en base a un valor dado a cierta belleza –la occidentalizada, la que, por ende, los guías y operadores turísticos, pero también los académicos, consideramos viable cultural y turísticamente¹¹-. Pero además hay necesidad de un “realismo mágico” asociado al pasado remoto, el de los ancestros, el que no perturba ni contamina la pureza y el aura de esa cultura antigua –el tubo de pvc, la cueva con basura, los niños mendigando o las mujeres recorriendo la sierra en busca de sustento, las mujeres lavando ropa en el río o la mujer haciendo una artesanía en una mesa sucia, o deslucida en su vestimenta, son realismos que no contribuyen en la “reconstrucción del pasado”, que no ayudan a pensar en la “cultura raramuri”, que nos conducen hacia las desigualdades del presente y las necesidades insatisfechas que incluso tienen los indios-.

34 Este tipo de disquisiciones sobre la autenticidad turístico-cultural parece perder complejidad cuando se trata de contextos en los que los raramuri toman la gestión de un sitio. La administración y control de una misión jesuítica, ubicada en la zona donde se encuentra la cueva mencionada, parece ser una experiencia turística exenta de problemas. Ellos cobran la entrada, ellos tienen el almacén a su cargo, ellos controlan el lugar. La autogestión sin relato ordenado, ni guión preestablecido, admite una autenticidad desproblematizada, pues finalmente allí están ellos para ser visibilizados en sus atuendos, en sus prácticas (desde colocando una corona de flores en el cementerio hasta hablando entre ellos sentados en la tierra, desde viviendo en sus cabañas hasta atendiendo el almacén) e incluso gestionando el lugar que fuera crucial en la vida de los "antiguos". ¿Es en la gestión y administración donde está la diferencia? No necesariamente. Para visualizar esta cuestión podemos ir al ejemplo de los mapuches en el sur de Argentina. Ciertas comunidades han recibido, hace unos años, financiamiento español a fin de formular y promover estrategias de turismo cultural. Sin embargo, cuando los técnicos, funcionarios argentinos y los españoles viajan al lugar, se encuentran con mapuches que enseñan como han utilizado el financiamiento, en suma, sus estrategias, concentrando el discurso en los "campings agrestes" construidos para un público mochilero joven que podría usar estos campings tanto como otros que no sean mapuches. Una vez finalizado el discurso (en el contexto de una visita en el año 2001), los consultores y funcionarios confundidos frente a la estrategia de turismo cultural planteada, preguntan: "y donde está la cultura mapuche en estos campings?", ante lo cual un mapuche responde "en que nosotros los controlemos...que esperan? ¿que los recibamos con lanzas? Con plumas? Cuando tengamos los campings, eso lo veremos...". Dicha respuesta fue completada: "los turistas vienen y también nos preguntan quiénes y dónde están los indios, ante lo que respondemos, mirennos!! Somos nosotros los indios!! (mostrando su propio cuerpo vestido con ropaje occidental), ¿que quieren que nos pongamos la plumas?, vamos a decidir nosotros hasta donde mapuchizarnos..."¹². Esta situación empírica demuestra que una práctica similar no necesariamente puede ser leída e interpretada en el mismo sentido. Si bien es cierto que los raramuri se muestran con sus atuendos –al menos en su mayoría y sobre todo las mujeres- y probablemente sea ese el "plus de valor cultural", parámetro ineludible para establecer que son indígenas y que muestran "su cultura", y los mapuches, por el contrario, discuten con la idea de auto-ataviarse y representarse como indígena –en el sentido occidental del término-; es también evidente que gestionar un sitio de "propiedad comunitaria" no alcanza para definir la "autenticidad turístico-cultural". La gestión y administración del lugar (sea misión o campings) puede ser discutida y generalmente para ciertos actores, positivamente admitida en el orden de la participación indígena, por ende, en el nivel de la pertenencia y regulación del territorio y sus elementos culturales (de hecho, no se discutió que los mapuches hicieran campings). Pero para que ese lugar y su gestión sea autorizado turísticamente debe mostrar otra cultura y ello entre los raramuri es exhibible en el atuendo, ciertas prácticas como las desarrolladas en el cementerio e incluso la graficación en una pared de un mural con las indias y los niños visiblemente indigenizados. Ese es el parámetro o el "umbral de culturalidad" que asocia el lugar y la comunidad a cierto nivel de "rentabilidad turístico-cultural".

35 Los ejemplos que hemos comentado nos permiten reflexionar críticamente sobre la autenticidad en el campo del turismo cultural. Y para ello resulta interesante retomar el concepto de "cultura auténtica" que desarrolla Edward Sapir (1985 citado en Santos Goncalves 2003). El se refiere a que los aspectos de la cultura –cualquiera sea- no son "entidades objetivadas esperando para ser descritas y analizadas. Cuando son auténticas, esas formas no se disocian de los individuos y estos se sienten como parte de ellas...". Como señala Sapir, la "cultura auténtica" es el resultado de "una experiencia de creación y de transformación" desarrollada por los sujetos. Esta forma de pensar la autenticidad cultural podría asimilarse al concepto de "autenticidades emergentes" (Cohen 1988, citado por Santana). Desde el mismo, es posible pensar que la cultura produce productos para el consumo turístico, aceptados y aprobados como auténticos

que contemplan, visitan y se entretienen con los mismos. Ambos autores dan cuenta del proceso de producción cultural que atraviesa la creación y transformación de la cultura. Desde esta perspectiva, "la autenticidad tiene más que ver con el cómo se presenta y se percibe una interpretación determinada de una experiencia y artefactos...que con la cosificación de la experiencia y el artefacto mismo". En este sentido, la autenticidad no es algo natural, inherente a un bien y/o expresión, que casi genéticamente define a un grupo social, sino que es el producto de una construcción social en la que intervienen muchos agentes, que por ende, debe ser entendida en el contexto desde el cual se construye. Como señala Saarinen, citado por Santana, "El producto consumido finalmente puede no ser tradicional para el grupo visitado, pero lo construido artificialmente aparece ante la mirada del turista como más real que lo real mismo (Saarinen, 1998, p. 158)". Que no sea "natural", no quiere decir que no sea naturalizada. Pues en el proceso de construcción social, ciertas manifestaciones culturales convertidas en recursos y productos turísticos acaban siendo naturalizados como auténticos, es decir originarios y originales del lugar y el grupo social que los porta. Esa naturalización también es el resultado de una comparación con aquellas manifestaciones que son del orden de lo naturalizadamente como inauténticas –es en este punto en que cabe destacar cierta cristalización en que se producen ciertos bienes/expresiones auténticas/inauténticas. La cristalización como la naturalización son el resultado del proceso de producción de autenticidad/inautenticidad, sin embargo, operan como verdades absolutas acerca de lo que es o no es "real"/original-. Todo parece indicar que la autenticidad es un atributo que cada sujeto, en función del contexto en el que se constituye como tal, otorga a los recursos, productos y finalmente, atractivos culturales/patrimoniales. El atributo condensa deseos, expectativas, pero también estereotipos o imágenes imaginadas de manera preexistente a que lo "real" se vuelva "real", cuestión que lleva a que un bien y/o expresión cultural es auténtico dependiendo del punto de vista del sujeto, turista o "nativo", agente público o privado.

Conclusión

36 Ha sido nuestro objetivo en este texto, reflexionar críticamente sobre el novedoso (y ya no tanto) campo asociado al turismo cultural. Por un lado, hemos considerado necesario desmistificar/desnaturalizar la visión que vincula este tipo de turismo con la noción estrecha del campo cultural –anti-económico, anti-masivo, elitista y de trascendencia-, no obstante, dando cuenta de cómo son estos preconceptos los que prevalecen a la hora de formular y aplicar iniciativas públicas y privadas ligadas al turismo. Por el otro, hemos decidido revisar críticamente las nuevas tendencias que relacionan el turismo cultural con el "turismo de/con identidad". Para ello focalizamos en los procesos de producción transnacional en los que se constituye y desenvuelve el turismo y el turista, pero que, sin embargo, requieren de "cultura/comunidad local". El análisis profundizado sobre la relación turismo transnacional(izado)-patrimonio local(izado), nos ha permitido complejizar dicha relación, observando como el patrimonio solo es localizable en la medida en que se transnacionaliza, cuestión que, además sucede por efecto de las migraciones cada vez más fluidas y masivas, las que llevan a movimientos y transformaciones de las expresiones culturales y de los bienes patrimoniales. Introducir dicha complejidad, nos permite ver cómo el turismo cultural impone requisitos que provienen del mundo transnacional, en ese sentido, cómo desde ese lugar sanciona y censura aquellos sujetos y sus manifestaciones culturales que se supone pierden localidad, originalidad y autenticidad.

En función de este último punto es que nos abocamos a analizar críticamente el problema de la autenticidad en la definición del recurso/producto turístico-patrimonial. Santana (2003:8) se preguntaba: ¿es más auténtica la casa de ramas en la selva que el apartamento en la ciudad?, ¿más patrimonio el horno de leña que el microondas?; ¿más real la ceremonia de adoración a la tierra que la misa? Estas

inquietudes no solo remiten al problema de la autenticidad, sino que incluso vinculan dicho problema con el de la transnacionalización que analizamos en el acápite ya mencionado. Como hemos visto a través de múltiples ejemplos, la autenticidad es un proceso complejo de construcción y producción social del que intervienen diferentes agentes sociales que, en complicidad o no, consensuadamente o en conflicto, deciden qué mostrar, que no exhibir, cómo mostrarse o cómo no exponerse, más bien ocultarse o esconderse.

37 En este sentido, para finalizar, lo que nos lleva a seguir indagando acerca de estos temas no es tanto si debemos procurar hiper-localidad y autenticidad, más cultura o más patrimonialización, sino qué lugar está ocupando en la elaboración y aplicación de programas de turismo cultural, las dimensiones económicas y políticas vinculadas a ese campo. Cuánto incide en la potencial mejora económica de una comunidad, localidad, región o país, la aplicación de ofertas y productos turísticos cultural o más bien, cuanto puede contribuir, en ocasiones, a desvalorizar y negar dentro de un mapa específico, a ciertas regiones y las poblaciones que viven en ellas, con efectos sobre sus posibles beneficios económicos. Pero aún más, porque dejar de preguntarnos por la politización del turismo cultural? Pareciera imprescindible, casi "natural", que hablemos de la dimensión económica y economicista de este tipo de turismo, como de cualquier otro, pero prescindible pensar en la dimensión política. Y por que sería necesario traerla a la escena del campo turístico-cultural? Porque como vimos ciertos planteos (como el de la cueva raramuri) que no parecen ir más allá de lo turístico, finalmente tienen fuertes implicancias sobre prejuicios valorativos, por ende, sobre la pobreza y la marginación asociadas a ciertas poblaciones –el turismo puede contribuir a exotizar y revertir el "pobre" en indio, afro, etc., y al mismo tiempo a no exotizar y fortalecer procesos de marginación y exclusión social-.

38 No todas las comunidades son recursos en disponibilidad para el turista, ya que las atracciones asociadas al patrimonio inmaterial pueden también ser objeto de reivindicaciones, o convertirse en mecanismos de resistencia [Santana;Op.cit:41], o constituidas en base a acuerdos de conveniencia internos a la comunidad. Como ha señalado Antonio Arantes (2004) respecto de la fiesta de San Sebastián en Brasil. cuando el turismo se vuelve relevante, los visitantes pueden querer participar del evento festivo, siendo la comunidad la que puede discutir y negociar el valor de uso y el valor de cambio (el turista puede participar de una parte y no de la fiesta en su totalidad). El ocultamiento o la producción de eventos entre "silencios y secretos" hacen de ciertas expresiones, eventos alejados de visitantes foráneos, no participantes de la producción cultural –la Pachamama cuando se desarrolla en la ciudad de Buenos Aires, es velada en su celebración.

Bibliographie

Amirou, Rachid (2009) "Tourisme et authenticité postmoderne" en: *Turismo y cooperación al desarrollo en el Mediterráneo*, Tresserras, J. Medina, X.,

Santonja, P. y Solanilla, P. (eds.) Colección Ibertur-Turismo Cultural, UB, IEMED, Diputació Barcelona, Aecid, España.

Arantes, Antonio Augusto (2004), "El patrimonio intangible y la sustentabilidad de su salvaguardia" en: *Instantáneas Locales*, Santiago de Chile, DIBAM, UNESCO y CODELCO.

Arbore, R. y Medina, X. (2009) "Turismo, Cooperación y Construcción del "otro" en: *Turismo y cooperación al desarrollo en el Mediterráneo*, Tresserras, J. Medina, X.,

Santonja, P. y Solanilla, P. (eds.) Colección Ibertur-Turismo Cultural, UB, IEMED, Diputació Barcelona, Aecid, España.

Augé, Marc (1993) *Los "no lugares". Espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad*, Gedisa Editorial, Barcelona.

Barth, Frederik (1961) *NOMADS OF SOUTH PERSIA: the Basseri Tribe of the Khamseh Confederacy*. Oslo University Press & Allen & Unwin. 1961 1st edition

Bonet, Lluís (2003) "Turismo Cultural: una reflexión desde la ciencia económica" en: Portal Iberoamericano de Gestión Cultural, Barcelona. www.gestioncultural.org.

- Castells, Manuel. (1995), *La ciudad informacional. Tecnologías de la información, reestructuración económica y el proceso urbano regional*, Madrid, Alianza Editorial,
- Castells, Manuel (2000) La ciudad de la nueva economía, Conferencia en "La ciudad: políticas, proyectos y gestión" (Barcelona, 21 de febrero de 2000), <http://lafactoriaweb.com/articulos/castells12.htm>.
- De Azeredo Grunewald, Rodrigo de (2003), "Turismo e etnicidade" en: *Horizontes Antropológicos*, Antropología e Turismo, año 9, n.20, Porto Alegre.
- De Azeredo Grunewald, Rodrigo (2002) "Artes Turísticas e Autenticidade Cultural" en: Veredas, Revista Científica de Turismo, Año 1, Num. 1, Junio de 2002.
- Freire-Medeiros, Banca (2006) "A construação da favela carioca como destino turístico" em CPDOC, Rio de Janeiro.
- García Canclini, Néstor (2004), "Propuestas para discutir el patrimonio intangible", *Memorias Patrimonio Intangible. Resonancia de nuestras tradiciones*, AAVV, ICOM, México, conaculta-inah, Fundación Televisa.
- García Canclini, Néstor (2005) "Todos tienen cultura. ¿Quiénes pueden desarrollarla?" Conferencia para el Seminario sobre Cultura y Desarrollo, en el Banco Interamericano de Desarrollo, Washington, 24 de febrero de 2005.
- Gonçalves, José Reginaldo (2005). "Ressonancia, materialidade e subjetividade: as culturas como patrimônios" en: *Horizontes Antropológicos*, año 11, n° 23, Jan/Jun de 2005, Porto Alegre. DOI : 10.1590/S0104-71832005000100002
- Gordon, César (2009) "O valor da beleza: reflexões sobre uma economia estética entre os Xkirin (Mebengokre-Kayapo)" em: *Série Antropologia*, 424, Brasília.
- Hale, C. (2004) "Rethinking indigenous politics in the era of the "indio permitido", *NACLA Report on the Americas*, 38 (2), setiembre/octubre 2004. DOI : 10.1080/10714839.2004.11724509
- Hannerz, Ulf (1996) *Conexiones Transnacionales. Cultura, Gente, Lugares*, Madrid, Frónesis, Cátedra, Universitat de Valencia.
- Hillali, Mimoun (2009) "Tourisme et culture en Méditerranée: dégradation, cohabitation des rapports?", en: *Turismo y cooperación al desarrollo en el Mediterráneo*, Tresserras, J. Medina, X., Santonja, P. y Solanilla, P. (eds.) Colección Ibertur-Turismo Cultural, UB, IEMED, Diputació Barcelona, Aecid, España.
- Krotz, Esteban (2002) *La otredad cultural entre utopía y ciencia*. Fondo de Cultura Económica y Universidad Autónoma Metropolitana, Iztapalapa, México.
- Lacarrieu, Mónica (2006) "Turismo e Interculturalidad. Los flujos turísticos en el contexto de revalorización del patrimonio cultural inmaterial". En: *Revista Nexus*, Barcelona, España.
- Lacarrieu, Mónica (2006) "Touristes et "non-touristes" dans le monde de l'interculturalité. Un regard à partir du patrimoine immatériel" en: *Autrepart*, Revue de Sciences Sociales au Sud, Dossier: "Tourisme culturel, réseaux et recompositions sociales", N° 40, IRD Editions et Armand Colin, Paris, France.
- Lévi-Strauss, Claude (1970) *Tristes Trópicos*, EUDEBA, Buenos Aires.
- Martín Barbero, Jesús (2008) "Pensar juntos espacios y territorios" en: *(Des)territorialidades y (No)lugares. Procesos de configuración y transformación social del espacio*, Herrera Gómez, D. y Piazzini S. Carlo (eds.), La Carreta Social, Instituto de Estudios Regionales, Universidad de Antioquia, Medellín.
- Mato, Daniel (2003) "Actores sociales transnacionales, organizaciones indígenas, antropólogos y otros profesionales en la producción de representaciones de "cultura y desarrollo" en: *Políticas de Identidades y Diferencias Sociales en tiempos de globalización*, Daniel Mato (coord.), Faces-UCV, CEAP, CDCH, Venezuela.
- Moragues, Damián (2006) "Turismo, Cultura y Desarrollo". Mimeo. Presentado a Seminario de Turismo Cultural, OEI, Agencia de Cooperación Española, Cartagena de Indias, Colombia, 2006.
- Morucci, Bernard (2009) "Le tourisme, instrument de dialogue interculturel et de compréhension entre les cultures. Le tourisme soutenable et responsable: face a un dialogue interculturel" en: *Turismo y cooperación al desarrollo en el Mediterráneo*,
- Tresserras, J. Medina, X., Santonja, P. y Solanilla, P. (eds.) Colección Ibertur-Turismo Cultural, UB, IEMED, Diputació Barcelona, Aecid, España.
- Ortiz, Renato (1996) *Otro territorio. Ensayos sobre el mundo contemporáneo*, UNQ, Buenos Aires.
- Picard, David (2008) "UNESCO: El turismo y la constitución de excelencia cultural", conferencia brindada en Barcelona. Traducción de Martín Kleiman.
- Prats, Llorenç (2009) "Turismo e Identidad: un intercambio narrativo", Mimeo, Inédito, Barcelona.

Santana, Agustín (2003), "Turismo cultural, culturas turísticas" en: *Horizontes Antropológicos*, Antropología e Turismo, año 9, n.20, Porto Alegre.

Santana, Agustín (2003) "Patrimonios culturales y turistas: unos leen lo que otros miran" en: *Revista Pasos*, Vol. 1, N°1, España.

DOI : 10.25145/j.pasos.2003.01.001

Yúdice, George (2006) "¿Una o varias identidades?", en: *Nueva Sociedad* 201 (enero/febrero 2006).

Yúdice, George (2008) "Globalización y la nueva división internacional del trabajo cultural" en: *La (Indi)Gestión Cultural. Cartografía de los procesos culturales contemporáneos*, Lacarriue M. y Álvarez M. (comp.), Colección Mediaciones, La Crujía, Buenos Aires (Segunda Edición).

Notes

1 Como veremos más adelante el nomadismo que se atribuyó y/o atribuye a los Raramuris, Tepehuanes, entre otras etnias de la Sierra es, en la actualidad, objeto de controversia: por un lado, los académicos persisten en la idea de que estos pueblos aún son nómades, en ocasiones trashumantes en razón de ciclos agrícolas específicos, además de morar en cuevas (aunque ya no todos) como lo hacían en la antigüedad; por el otro, algunas organizaciones y/o fundaciones (como Fuerza Ambiental A.C. apoyada financieramente por la Fundación Christensen y en alianza con la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas CDI), elaboran "un tarahumara" que ya casi no vive en cuevas y que ha abandonado el nomadismo, especulamos que en razón de las necesidades-demandas turístico culturales (sobre este punto volveremos más adelante).

2 Esta mirada parece constituirse en una estrecha relación con ciertas publicaciones (algunas destinadas al campo del turismo, otras al "descubrimiento" de "otras culturas") como "México Desconocido" o la "National Geographic".

3 Las ruinas de Paquimé están ubicadas en Casas Grandes, en la parte noroccidental de Chihuahua.

4 Hannerz habla de 4 categorías transnacionales: los ejecutivos, los artistas (particularmente jóvenes), los migrantes y los turistas. El autor plantea que los cuatro actores circulan y se asientan generalmente en ciudades, aunque no necesariamente permanecen en los sitios a los que arriban. Asimismo, postula que dichos actores se constituyen en relaciones de interdependencia.

5 George Yúdice (2008) refiere a esta inserción de los migrantes retomando el caso de la ciudad de Miami en Estados Unidos.

6 Nos parece necesario hablar de "desplazados", noción controvertida por cierto, sin embargo, estrechamente asociada a países y sociedades que, como en el caso colombiano, excede el sentido migratorio conocido y reconocido en otras partes del mundo occidental. Bogotá es, en la contemporaneidad, una ciudad de desplazados que con sus improntas culturales llegan en busca de un refugio. No obstante, antes que atrincherarse, salen al espacio público para circular y desplazarse en otro sentido: produciendo y reproduciendo manifestaciones culturales, no solo se exhiben como diversos, sino también como sujetos que, entre sus pérdidas y sus nuevos hallazgos, se recrean en su cultura y con las nuevas culturas.

7 "Turistas: el último bastión de la cultura" por Néstor García Canclini en: *Revista Ñ, IDEAS*, Clarín, 15/3/2008, Buenos Aires.

8 "Un viaje místico y misterioso para los argentinos" por Andrés Wainstein en: "De vacaciones con Sai Baba" por Baños, J., *Revista Ñ*, pp.33, Buenos Aires, 2009.

9 Para acceder a la "cueva real" se espera que como antropóloga o como turista haya recorrido los vericuetos de la Sierra Tarahumara. Sin duda, un recorrido espacial que solo parece posible de practicar para el investigador y no para cualquier investigador, sino solo para aquel que "no está de paso", sino que ha logrado internarse (una vez aceptado por la comunidad) en los lugares más recónditos de la sierra pero también de la etnia –un etnógrafo con prolongadas estancias en campo-, situación inviable desde el punto de vista turístico.

10 Ploricloruro de vinilo.

11 Aunque no nos queremos extender sobre el "valor de la belleza", resulta interesante referir al texto de Cesar Gordon (2009) quien trabajó este tema entre los indios Xikrin del sudeste de Pará en Brasil. Allí el observa cierta "economía estética" referida a objetos, cuerpos, pero también a expresiones inmateriales. El autor alude a como la palabra belleza puede significar lo perfecto y bonito en ciertos contextos de enunciación y en otros lo malo, lo imperfecto. Así, los objetos y expresiones son embellecidos a partir de ciertos valores dados a lo bello (a veces con novedades traídas de afuera, otras introduciendo novedades para llevarlos hacia fuera), pero en lo fundamental, muestra como estos indígenas han acordado internamente (al menos entre algunos) como "presentarse" para ser "presentables" a partir de la utilización de ciertos trajes rituales que se suponen mas valorables en torno del sentido dado a la belleza, que otros trajes utilizados en otros ámbitos. Como en lo que estamos analizando, la necesidad de exhibirse para el

turista cultural y/o alternativo, los rituales contribuyen, entre los Xikrin, a mostrar su sociedad como debe ser: bella, correcta y buena.

12 Esta situación es retomada de la tesis de doctorado "Aproximación etnográfica al activismo mapuche. A partir de Internet y tres viajes de trabajo de campo" de Oscar Grillo (2009).

Pour citer cet article

Référence électronique

Mónica Lacarrieu, « De "Turistas" y "Viajeros" en el mundo transnacional: retos, desafíos y problemas del turismo cultural-patrimonial », *Études caribéennes* [En ligne], 13-14 | Décembre 2009, mis en ligne le 15 décembre 2009, consulté le 10 mars 2023. URL : <http://journals.openedition.org/etudescaribeennes/3792> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/etudescaribeennes.3792>

Cet article est cité par

- Pagnossi, Nádía Carrasco . (2021) Empoderamento feminino e impactos do turismo em Magdalena de Cao. *Revista Arqueologia Pública*, 16. DOI: 10.20396/rap.v16i1.8663860

Auteur

Mónica Lacarrieu

Universidad de Buenos Aires Asesora de la CPPHC; Profesora; mobla@uolsinectis.com.ar

Droits d'auteur



Creative Commons - Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale 4.0 International - CC BY-NC 4.0

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>