

"Patrimonio, turismo y museo: condiciones de la mediación",

*Relaciones interétnicas y culturales.*

*VIII Encuentros para la promoción y la difusión del patrimonio inmaterial de países Iberoamericanos,*

Bogotá,

Corporación para promoción y difusión de la cultura,

( ISBN 978-958-44-220-9)

pp. 215-227

### **El marco nuevo del diálogo intercultural en la época de la globalización.**

Las palabras « intercultural » y « interculturalidad » son recientes. Ni la una ni la otra aparecen en los diccionarios, incluso en los diccionarios electrónicos<sup>1</sup>, supuestamente más reactivos frente a las innovaciones en el idioma. La aparición reciente de estas palabras significa que los conceptos que ellas traen consigo también son recientes. Las problemáticas de diálogo intercultural también aparecieron solamente después de unos cambios sociales y técnicos que todavía no han terminado<sup>2</sup>.

Puede afirmarse<sup>3</sup> que los temas de identidad cultural y de multiculturalidad aparecen cuando se desarrolla una nueva representación de la identidad como práctica cultural. Dicha representación aparece después de la representación de la identidad colectiva como identidad nacional, una construcción del siglo XIX en Europa<sup>4</sup>, apoyada en el territorio, el idioma, el himno, la bandera, los antepasados y los héroes. Poco a poco, durante la segunda mitad del siglo XX, la identidad, pensada como práctica cultural en común, gana el terreno que la identidad nacional va perdiendo. Esta nueva representación de la identidad se desarrolla cuando las personas pueden ver y oír sus prácticas y sus culturas a distancia, es decir a través de la radio y de la televisión.

La aparición del tema del diálogo intercultural es más reciente. Puede relacionarse con unos cambios que adquirieron toda su importancia durante los 30 últimos años. Los cambios en los transportes y la aparición del transporte aéreo de masa a partir del 1975 han permitido un desarrollo nuevo y incomparable de los movimientos de las personas.

Por una parte, las crecientes migraciones económicas representan un flujo permanente de los países del Sur hacia los del Norte. La situación nueva se caracteriza por los contactos permanentes entre culturas distintas, y la generalización de la pertenencia a varias culturas. Los emigrantes, los que alguna vez han vivido en otro país pertenecen a dos culturas o más. Las comunidades de emigrantes representan

1 Ni el *Diccionario de la Real Academia Española*, Vigésima segunda edición, (<http://www.rae.es>) ni el *Trésor informatisé de la langue française* (<http://atilf.atilf.fr/tlf.htm>) conocen las dos palabras intercultural y interculturalidad en español y en francés.

2 <http://www.lexilogos.co>

3 Ollivier, 2007a.

4 Thiesse, 1999.

grupos que reivindican su cultura de origen pero también viven una situación de aculturación permanente.

En el otro sentido, del Norte hacia el Sur, el turismo de masa provoca migraciones cortas. Estas migraciones representan, con la industria turística, uno de los sectores más dinámicos de la economía mundial. Uno se puede representar el turismo como la venta de un acceso<sup>5</sup> que provoca contactos entre culturas distintas. Se vende al turista un acceso al mar, a otra gente, a otra cultura u a otras maneras de vivir. Estos contactos modifican la cultura de los que viajan y buscan en muchos casos un contacto con lo que ven como una cultura más pura, más auténtica. Transforman también la manera de vivir su cultura de los que reciben al turista. Cabe destacar la profunda desigualdad económica que caracteriza estos contactos. La gente del Norte paga para visitar a los países, entre otros a los del Sur, mientras el país que recibe vende acceso a sus infraestructuras pero también a parte de su patrimonio. El turismo es el segundo motivo de desarrollo de los contactos entre culturas.

El desarrollo de las redes informáticas y de televisión provoca otros tipo de contactos. Las distintas culturas se pueden oír o ver instantáneamente sin limitación geográfica. Las redes disuelven la noción de territorio, la cual, durante siglos, sirvió para definir la cultura. Músicas, danzas como religiones viajan a través de las redes y entran cada vez más en contacto.

No queremos profundizar el tema de las culturas supuestamente puras en otras épocas, pero si se puede afirmar que, con los contactos cada vez más importantes provocados por las migraciones, el turismo y las redes, hoy día no existe ninguna cultura pura, sino que se pueden encontrar formas de cultura y de patrimonio que son productos de hibridaciones, mezclas, adaptaciones y variaciones interculturales.

En este sentido solamente se puede hablar del diálogo intercultural. El tema del diálogo intercultural entró a la agenda de los políticos de los académicos porque el contacto entre culturas se ha generalizado y sigue creciendo con esto tres fenómenos que son las migraciones económicas, el turismo y las redes.

## **La permanencia de los problemas interculturales**

Estos cambios dentro del marco de lo que llamamos globalización multiplican los contactos y los intercambios entre culturas distintas. No obstante, los contactos interétnicos e interculturales siguen generando los mismos problemas que en otras épocas. La presencia de migrantes en los países del Norte provoca odio, desconfianza, racismo en muchos países. Las políticas que tratan de impedir el contacto entre el Norte y el Sur edifican muros (entre Estados Unidos y México) o quieren limitar la entrada de migrantes poniendo barreras jurídicas.

La globalización va de la mano con la exacerbación de los sentimientos identitarios y de las políticas identitarias. Finalmente, se puede observar una pluralidad creciente de localismos en la globalización. Arjun Appadurai<sup>6</sup> habla de *ethnoscape* para definir estos universos culturales que se ignoran a pesar de vivir en el mismo espacio urbanístico.

---

5 Rifkin, 2001

6 Appadurai, 1996

La vecindad geográfica (en el caso de los migrantes), el viaje turístico (en el caso del turismo), la convivencia en los mismos canales de comunicación (en el caso del Internet o de la televisión) no crean condiciones de diálogo intercultural. Si la coexistencia en los mismos territorios de varias formas de cultura plantea de manera cada vez más aguda los problemas de las formas del diálogo intercultural, del intercambio, de reconocimiento mutuo, de verdadera convivencia, hay que reconocer que las nuevas formas de contacto no solucionan los problemas que generan.

Ni el turismo, ni la emigración, ni la técnica dan respuestas a los problemas que generan los contactos entre culturas.

Al contrario, las migraciones generan fenómenos de rechazo. El turismo como industria cultural transforma a la gente y a su patrimonio en productos para la venta.

Como lo dice Dominique Wolton<sup>7</sup>, la tecnología separa y no junta a los hombres cuando se limita a conectar y a poner en contacto. Finalmente, porque multiplican los contactos interculturales sin ofrecer respuestas a estas preguntas, los medios de comunicación y los viajes aumentan los problemas de convivencia.

El patrimonio inmaterial no se escapa de los fenómenos que regulan las relaciones humanas. En este contexto de globalización, se ve completamente involucrado en los campos y las problemáticas económicas y políticas. Desde este punto de vista, el patrimonio inmaterial está involucrado en el mercado y las luchas por el poder.

El patrimonio inmaterial, como elemento de la vida económica, entra al mercado. Los patrimonios se transforman en productos para la venta en un mercado globalizado. La artesanía, la cocina, la música participan de la vida económica, creando empleos e ingresos de exportación.

El patrimonio inmaterial, relacionado con el poder, se transforma en apuesta política en el marco de estrategias contradictorias. Desde este punto de vista, los eventos de Oaxaca en julio del 2007 nos recuerdan la implicación profunda de lo que toca al patrimonio, y desde ahora al turismo, en los conflictos políticos.

## **La Guelaguetza del 2007**

Se celebra en Oaxaca en el mes de julio la Guelaguetza. Su otro nombre es el de *Los lunes del Cerro* por celebrarse en el cerro del Fortín de la ciudad. *Guelaguetza* significa en zapoteco ofrendar. Respecto a su origen, varias fechas surgen que corresponden a lecturas políticas distintas.

Los folletos que distribuye el Oficio de turismo explican que “*Al parecer estas fiestas tienen su origen en la época colonial y están relacionadas con la llamada fiesta de Corpus del Templo del Carmen Alto, edificio que los carmelitas construyeron en las faldas de un cerro al que los zapotecos habían llamado la Bella Vista.*»

Pero ¿es prehispánica o de la época republicana la Guelaguetza?

Según documentos del Archivo Estatal de Oaxaca:

---

7 Wolton, 2004

«(Se)“inventó” a propósito del centenario de natalicio de Benito Juárez y para ello se “echó la casa por la ventana”. Se le encargó a algunos maestros que organizaran a las comunidades donde trabajaban con algunos bailes nativos, se agregaron otros como “Flor de Piña”, que es un lindo vals; y se decidió sabiamente que el baile que debía de cerrar la fiesta debería ser “La danza de la pluma”, una hermosísima danza de enormes dificultades interpretativas en la que los danzantes deben de cargar un penacho de gran peso y hacer variaciones de altísima complejidad.»

La legitimidad patrimonial prehispánica desaparece en este caso, y más si seguimos a Hermann Bellinghausen. Escribe este periodista que

« (La Guelaguetza) tiene fecha de nacimiento (1932), gobernador a cargo (Francisco López Cortés), presidente de la República que apadrine (Abelardo Rodríguez, interino, en 1933), punto débil (nace de una idea racista: rendir “homenaje racial” a los oaxaqueños de abajo), y la coyuntura humanitaria del terremoto que en 1931 dañó gravemente a Oaxaca y la Federación le debió tender la mano»

Sea lo que sea, (y esta concesión es muy importante para la definición del patrimonio inmaterial) los pueblos indígenas de Oaxaca reivindican la Guelaguetza como su patrimonio propio. Lo que significa que la fecha histórica de la aparición de un elemento de patrimonio no determina el grado de su apropiación por los grupos sociales.

Otro elemento que puede condicionar la realización de esta fiesta y su interpretación como elemento de conflictos sociales es que, hasta el 2007,

« se desconoce a dónde van a dar los fondos obtenidos por el boletaje vendido para la Guelaguetza. Según datos de la propia Secretaría de Turismo en los días que se presenta se da la mayor derrama económica de turismo hacia el estado. De estas ganancias ninguno de los bailarines es partícipe »<sup>8</sup>.

En el 2006, el contexto político hizo que la fiesta no se realizara en el cerro del Fortín, como lo dicta la tradición, sino que la Asamblea Popular de los Pueblos de Oaxaca (APPO)

organizó una *Guelaguetza popular* en contra del gobernador del Estado. En el 2007, la celebración de la Guelaguetza provocó choques violentos entre los seguidores de dicha *Guelaguetza popular*, a cargo de la APPO y del Sindicato de los Trabajadores de la Educación, y los de la Guelaguetza que podríamos llamar *oficialista*, organizada por el Estado de Oaxaca.

En julio 2007, la propaganda de la APPO afirmaba : « *Nuestro patrimonio no es una mercancía* », « *Se nos robaron nuestro patrimonio para tu campaña, gobierno corrupto* ». Directamente dirigida a los turistas que no habían tenido miedo a la posible violencia y estaban en Oaxaca explican en español: « *Turista, ven a Oaxaca y conoce nuestra tradición de lucha y resistencia* » y, en la lengua de los turistas estadounidenses: « *Ulises<sup>9</sup>, we repudiate you. The people of Oaxaca do not honor you. Boycott the oficial Guelaguetza* » (sic).

La reivindicación del patrimonio era clara, asociada a la lucha contra la corrupción y a una tradición de lucha y resistencia de los pueblos indígenas.

Mientras tanto la propaganda del Estado de Oaxaca y la, comercial, del sector turístico apoyaba a la

---

<sup>8</sup>Proceso, agosto del 2007, « Una Guelaguetza perversa, sólo para ricos », Rosario Manzanos.

<sup>9</sup> Nombre del gobernador del Estado, acusado de corrupción

fiesta oficialista. Esta sí tuvo lugar en el cerro del Fortín, pero bajo protección de una policía armada, con perros y detectores de metales.

Cada una de las dos fiestas, popular y oficialista, tenía su legitimidad (popular o económica) y presentaba significación distinta. La oficialista, con el respaldo de los hoteles y restaurantes, quería ocupar de nuevo, después de los eventos del 2006, el cerro del fortín para realizar el evento turístico que más atrae extranjeros a Oaxaca y hace trabajar al sector de la industria turística. La popular quería ocupar el mismo fortín con el argumento que el patrimonio no se vende sino que pertenece a los pueblos indígenas y construir nueva imagen del evento como símbolo de resistencia y de lucha.

La convivencia de las dos fiestas resulto por supuesto imposible. Unos enfrentamientos violentos entre la policía y los seguidores de la *Guelaguetza popular* transformaron el evento turístico en evento político y cambiaron la imagen de Oaxaca y la de esta fiesta. Resulto que el patrimonio inmaterial, (y en este caso se trata de formas culturales inmateriales que se apropia la gente como siendo su patrimonio inmaterial, sea lo que sea su fecha de invención) no se podía escapar del contexto socio político. Al contrario se volvió arma para combatir la política turística del Estado de Oaxaca, transformando la ciudad en campo de enfrentamientos durante la temporada alta<sup>10</sup>. La Jornada, periódico nacional de México sintetizó : « *La refriega deja 40 personas heridas de ambos bandos; dos fueron reportadas graves. Vuelve la violencia a Oaxaca; se enfrentan appistas y policías* »<sup>11</sup>.

La quemada de autobuses transformó la imagen de la apacible ciudad colonial acogedora para los turistas en terreno de violencias. En este sentido, el patrimonio inmaterial tuvo el papel de una apuesta, a veces de una arma en el combate político. Estos eventos recuerdan que este patrimonio no vive fuera de los conflictos que atraviesan la sociedad y la estructuran. Tampoco existe fuera de la vida económica. A partir de este ejemplo, uno se puede preguntar cuáles son las condiciones que permitan fomentar otras mediaciones que las del dinero y del poder, otras lógicas que las de la conservación y de la industria en los contactos entre los turistas y los patrimonios. Este problema es el de fiestas tradicionales que se transforman en eventos turísticos, como el de los museos. De hecho, los museos tienen cada vez más que ser auto suficientes. La primera lógica que les organizó fue la de conservación del patrimonio. se les impone ahora un papel económico. Tienen que vender productos derivados (libros, réplicas...), exportar sus exposiciones, arrendar su nombre y su prestigio para conseguir presupuesto. El Louvre de París vende su nombre para autorizar la creación de un *Louvre Abu Dhabi* en los emiratos árabes<sup>12</sup>. La entrada de los museos a una economía globalizada va de la mano con el deber de autosuficiencia que se les impone.

Pensar las relaciones entre el patrimonio inmaterial y los turistas como las de los museos con los turistas fuera de las puras lógicas del mercado y de la política obliga a plantear unos principios nuevos.

---

10Ver « Comienza Guelaguetza Popular en medio de cerco militar », [http://mexico.indymedia.org/tiki-read\\_article.php?articleId=222](http://mexico.indymedia.org/tiki-read_article.php?articleId=222) (consultado el 28/9/07); « Crónica de la Calenda Popular en Oaxaca », [http://www.mexico.indymedia.org/tiki-view\\_blog\\_post.php?blogId=106&postId=4867](http://www.mexico.indymedia.org/tiki-view_blog_post.php?blogId=106&postId=4867) (consultado el 28/9/07);

11 cf *La Jornada*, Martes 17 de julio de 2007.

12 Ver el sitio del Ministerio de la cultura francés en <http://www.culture.gouv.fr/culture/actualites/index-aboudabi.html>

Una posibilidad es conseguir que los museos salgan de las puras lógicas de las industrias culturales y de la conservación para transformarse en lugares de mediación. Esta alternativa necesita formación de mediadores y lugares para la mediación. Los museos tendrían que adoptar una estrategia de comunicación hacia el otro y considerar a su cliente, al turista, como otro a quien se le debe enseñar su patrimonio. Aparece obvio que el turista percibe al otro, a quien está visitando, a través de la imagen y de los estereotipos que le han dado previamente los medios y las ideologías de su propio país. Este papel nuevo del museo permitiría corregir estas visiones erróneas y ideológicas. De la misma manera, hay que considerar todos los empleos del sector turístico a partir de verdaderas estrategias de comunicación que necesitan hoy los encuentros interétnicos e interculturales. Sabemos que la globalización refuerza la búsqueda de identidades y prácticas específicas mientras multiplica los contactos entre culturas distintas con las migraciones, el turismo y las redes. Pues estos contactos entre culturas no organizan espontáneamente las condiciones del diálogo y de la convivencia intercultural, se necesitan estrategias deliberadas para crear las condiciones de este diálogo<sup>13</sup>.

En el campo del turismo, que toca al patrimonio inmaterial ¿cuáles son los principios que podrían establecer las condiciones de un diálogo intercultural? Tienen su fundamento en políticas de patrimonialización que rescaten y valoricen los patrimonios no por su valor en el mercado sino que abran la puerta a un reconocimiento de la alteridad fundamental del ser humano. En este sentido, se trata de pensar verdaderas estrategias de comunicación para los museos y el patrimonio. Teniendo en cuenta que la desigualdad económica estructura la relación entre el turista y el otro, su objetivo comunicativo (comunicar significa cambiar, transformar al otro) sería enseñarle al turista u al visitante otros valores que trasciendan el mercado y las identidades peculiares. Esta estrategia implica que uno entienda al patrimonio no como algo estético y limitado a una nación sino como la manifestación local de unos fenómenos más generales. También hace presentar el patrimonio y su descubrimiento como una ocasión de diálogo.

Esta postura implica pasar de lo estético a lo ético. Hay que ayudar al turista para que vaya más allá de su preocupación por la foto, preocupación estética, a una atención a los valores del otro, que puede descubrir durante su viaje.

En otros términos, la estrategia de comunicación de los museos y del turismo tendría como objetivo hacer entender al visitante lo que es una cultura y lo que es la historia a través la cultura del otro. El Europeo, el norteamericano tienen su visión de la historia. Esta visión, como todas, es ethnocentrada. Cada grupo organiza la historia del mundo a partir de la visión que tiene de la historia de su grupo o de su país. La esclavitud, la colonización, la cristianización son procesos históricos que se pueden descubrir al visitar el Caribe o los países de latino america con otra cara que la que conocen desde su país. Pero este descubrimiento no es automático. Hay que enseñarle al turista

El descubrimiento del otro no solamente es el descubrimiento de su cocina y de su música, partes de su

---

13 Ver Ollivier 2007b, 2a parte, "La communication, un lieu d'où envisager les cultures".

patrimonio inmaterial. Pasa también por la conciencia que existe otra cultura que la suya.

## **Formas de mediación**

Considerar los museos y las formas del patrimonio inmaterial a partir de esta perspectiva de mediación lleva consecuencias a distintos niveles.

El primer nivel es político. En algunos casos como el Oaxaca, se debe plantear la cuestión de la apropiación de los patrimonios y de la cultura. ¿Puede el patrimonio transformarse en una pura herramienta para la lucha política o para el beneficio de grupos involucrados en la industria turística?

El segundo nivel es educativo y toca a la capacitación de mediadores que puedan organizar el turismo y los museos a partir de valores éticos y no solamente económicos o estéticos, dentro de una perspectiva de comunicación.

El tercer nivel es social. ¿Cuáles son las partes del patrimonio inmaterial, los rituales, las ceremonias que se pueden abrir al turismo? En Martinica, cada año se producen dos eventos que hacen parte del patrimonio inmaterial. El primero, el más importante, es el Carnaval. Tiene lugar en el espacio público y pasa por las calles de cada pueblo. Durante el segundo, el chanté Nwel, se cantan cánticos con tambores, se come y se bebe en casa particulares para preparar Navidad. Si el turista puede asistir al Carnaval y participar en él, no está invitado en el chanté Nwel. ¿cuál sería la reacción de la gente si llegaran turistas para tomar fotos durante la misa o durante funerales? La frontera entre lo que se puede compartir y lo que debe quedar territorio de la gente que lo reivindica como su patrimonio cultural debe de ser claramente establecida. Esa frontera significa que no se puede vender, compartir, exhibir cualquier parte del patrimonio inmaterial de un grupo sin asentimiento previo por parte de los miembros del grupo, y a nivel simbólico, establece límites para la mercantilización turística.

Finalmente, si se quiere fomentar las condiciones de un diálogo intercultural a partir del patrimonio inmaterial y de los museos dentro del marco de la industria turística, hay que reconocer que el contacto entre seres humanos o provoca por sí mismo, las condiciones de dicho diálogo. Una reflexión teórica permite entender el marco de la comunicación que se establece a través las migraciones, el turismo y el uso de las redes informáticas y televisivas. Pasar de un punto de vista estético a un punto de vista ético permite reconocer al otro, en su alteridad profunda, y a la cultura del Otro. Este objetivo implica la presencia, en los museos y la industria turística, de mediadores capaces de orientar y acompañar al turista o al visitante en el camino del descubrimiento de lo que son la historia y la cultura. Sin capacitación de estos mediadores, sin reflexión teórica, el patrimonio inmaterial y los museos corren el riesgo de quedarse como apuesta política y económica, totalmente ajenos a un diálogo intercultural que es la mejor manera de garantizar la convivencia entre seres humanos.

Pr. Bruno Ollivier

Universidad de las Antillas y de la Guyana

Martinica

CRILLASH ( Centro de Investigación interdisciplinario en Literatura, Idiomas, Arte y Ciencias  
Humanas)

Laboratorio *Comunicación y política*, CNRS, Paris

## **Bibliografía**

- Appadurai, Arjun, 1996, *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization* (Public Worlds, V. 1), University of Minnesota Press.
- Davallon, Jean, 2006, *Le don du patrimoine : Une approche communicationnelle de la patrimonialisation*, Paris & Londres, Hermès publishing.
- Ollivier, Bruno, 2007a, *Identité et identification. Mots, sens et techniques*,
- Ollivier, Bruno, 2007b, *Les sciences de la communication. Théories et acquis*. Paris: Armand Colin
- Rifkin, Jeremy, 2001, *The Age of Access: The New Culture of Hypercapitalism, Where all of Life is a Paid-For Experience* (312 pages).
- Thiesse, Anne Marie, 1999, *La construction des identités nationales*, Paris, Le Seuil.
- Wolton, Dominique, 2004, *La Otra Mundialización*, Gedisa.