

Turismo y (cooperación al) desarrollo: qué papel desempeña la cultura en esta relación¹.

Antonio Miguel Nogués-Pedregal
Eva Caballero Segarra
Cristina Soler García
Universitas Miguel Hernández.
amnogues@umh.es

Resumen

A partir de un estudio realizado para determinar el nivel de eficacia de algunos proyectos de (cooperación al) desarrollo a través del turismo en América Latina, analizamos la compleja relación entre cultura, turismo y (cooperación al) desarrollo. A continuación, argumentamos nuestra propuesta de ‘dar valor’ a la cultura como principio rector o estrategia para buscar modelos regenerativos desde los que diseñar actuaciones que privilegien la acción expresiva del lugar y de sus gentes frente a las estrategias que ‘ponen en valor’ tan solo una selección de elementos culturales.

Palabras claves: procesos de significación, eficacia de la ayuda, poner en valor, desarrollo regenerativo.

1. Introducción

Queremos insistir²: el *turismo* es otro de los nombres del poder. Y lo es porque no sólo consume territorios sino que, como demuestran los muchos estudios etnográficos realizados, también produce sentidos y crea significados, destruye unos o, simplemente, hace desaparecer otros. En tanto que noción científico-social, el término ‘turismo’ es la forma discursiva que adquiere el conjunto de dispositivos simbólicos y técnicos que,

¹ **ARTÍCULO EN PRENSA. No citar sin permiso de los autores.** Comunicación presentada al I Congreso COODTUR - Red Internacional de Investigadores en Turismo, Cooperación y Desarrollo. Vila-Seca (Tarragona - España), Octubre 2009.

² Desde hace varias publicaciones hemos creído que es importante comenzar con párrafos similares a éste porque aclara la perspectiva desde la que pensamos y escribimos, y, sobre todo, porque insiste en la estrecha relación —a veces olvidada— entre lo que todos entendemos por ‘turismo’ y las manifestaciones culturales del poder.

uniendo lo visible y lo decible (Deleuze 1986), facilitan las prácticas de transporte, alojamiento y entretenimiento de ciertos grupos sociales alejados de su cotidianidad y durante su tiempo de ocio, así como los procesos que estas prácticas inducen en origen y en destino. Así formulado el turismo es una modalidad de ocio que, en la actualidad, es la realidad absoluta que consume tiempos y espacios, determina la elaboración de políticas locales en la mayoría de los países, acelera la aparición de nuevas modalidades de autogestión comunitaria, promueve unos determinados desarrollos geo-estratégicos a nivel internacional mediante alianzas entre operadores de transporte y la publicidad de algunos destinos en detrimento de otros, condiciona el diseño de las actividades culturales en muchos planos (desde las designaciones de patrimonio hasta los calendarios de festividades en pequeños pueblos y aldeas). Pero, además, en tanto que está siendo vendido como milagro, el turismo también origina cronotopos; produce deseabilidades; explota de forma suicida el terreno, y anula cualquier prospectiva para un desarrollo regenerativo que cualifique el territorio conforme al sentido cultural de sus habitantes y no conforme al sentido de disfrute dictada por la lógica de la industria turística para los visitantes. En las zonas periféricas (sean estas territorios rurales en países desarrollados o territorios vírgenes por desarrollar en el resto de países), ese conjunto de prácticas que denominamos turismo --enjaezado con las mismas promesas de la modalidad capitalista de desarrollo de antaño, aunque envuelto por las imágenes bucólicas de adjetivos como ‘rural’, ‘exótico’ o ‘primitivo’--, importa desde occidente los modelos de explotación urbana en su doble dimensión instrumental y estética, y es, al mismo tiempo, una de las manifestaciones ideológicas que más y mejor median en la adquisición de nuevos significados. Precisamente por esta capacidad para resignificar culturas, podemos referirnos al turismo sin temor a equivocarnos como la elaboración más perfecta del capitalismo ya que consume no solo elementos materiales y tangibles

como son la ocupación neo-colonial del territorio o la transformación en mercancías de determinados elementos culturales, sino que consume intangibles y resignifica la cultura.

Desde esta definición es que podemos abordar la compleja relación entre cultura, turismo y (cooperación al) desarrollo y, sobre todo, el papel que aquélla desempeña. Porque es precisamente este proceso de resignificación de la cultura que viene inducido por el turismo, lo que provoca una fractura social y cultural que, en demasiados casos, convierte los muchos esfuerzos de costosos proyectos en vanas expectativas.

2. Cultura, turismo y (cooperación al) desarrollo

Por qué y en qué sentido afirmamos que la relación entre cultura, turismo y (cooperación al) desarrollo es compleja. Primeramente por la densidad de conexiones que se pueden establecer y la diversidad de planos en las que se manifiestan. En segundo lugar por la multiplicidad de actores (intereses, motivaciones) que intervienen en la misma; y tercero, por la heterogénea procedencia cultural, social, política y nacional (intereses geo-estratégicos) de estos mismos actores. Lo que en definitiva, nos remite a la primera frase de este texto y a su explicación en el párrafo inicial.

Desde hace varias décadas la complejidad que conlleva la cooperación al desarrollo se manifiesta en la creciente preocupación que diferentes instituciones y organismos muestran por la cuestión de la eficacia de la ayuda al desarrollo, es decir, por la capacidad que tienen los proyectos de (cooperación al) desarrollo para lograr el efecto que se desea o se espera. Quizás fuera el CAD el que, a la vista de los (flacos) resultados obtenidos, fuera el primero en afrontar la cuestión de la eficacia colocándola

en un papel prevalente de la agenda³. En esta línea, nuestro grupo de investigación llevó a cabo una cata orientativa --reconozcámoslo, de manera un tanto artesanal-- sobre veinte proyectos que habían sido financiados por la AECID y el BID en América Latina durante los últimos diez años. Los proyectos fueron seleccionados en función de dos variables: primero, y determinante, la accesibilidad que como grupo de investigación teníamos a información sensible y a la calidad del detalle ofrecido por las publicaciones oficiales de estos organismos más allá de los aspectos formales sobre el seguimiento; y, dos, los proyectos debían presentar, al menos sobre el papel, alguna vinculación directa o indirecta con el fomento de la actividad turística. Textos como Moragues (2006), Rausell (2007), BID (2001), y análisis sobre prácticas concretas como los recogidos en Nogués (2000; 2002), llevan a pensar que la valoración efectiva que se hace de la cultura como factor clave en los procesos de (cooperación al) desarrollo desde las instituciones⁴, predomina la perspectiva econométrica y, por tanto, la cultura aparece vinculada casi siempre a actuaciones con o sobre recursos tangibles. Concretamente, y aunque sigamos estudiando la coherencia entre la noción de cultura presentada (plano discursivo) y la practicada (implementada en proyectos), en la *Estrategia de cultura y desarrollo* (2007) de la AECID el turismo aparece entre los “sectores más tangibles y reales” (2007:15) que se mencionan en las “pautas generales para facilitar la integración de la dimensión cultural en las acciones de la cooperación española”. Si bien, la relevancia del turismo adquiere toda su extensión en la tercera línea estratégica que desbroza la “dimensión económica de la cultura en su contribución al desarrollo” y que

³ En la Declaración de París (marzo de 2005) el Comité de Ayuda al Desarrollo (CAD) de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) reconoce la necesidad de un cambio en la filosofía del tratamiento, aplicación y gestión de los fondos para el desarrollo con el objetivo de aumentar la eficacia de los mismos.

⁴ Baste consultar la línea programática del Plan Director 2005-2008 de la Cooperación al Desarrollo, y el proyecto editorial de la Agencia Española de Cooperación Internacional sobre Cultura y Desarrollo en el que se “reclama una reflexión y conceptualización de experiencias y prácticas que nos permitan concretar la imprescindible aportación de la cultura a los Objetivos del Milenio”.

contempla “el turismo cultural” entre las actuaciones prioritarias y entre los ejemplos de posibles acciones a ejecutar (2007: 22).

Quizás porque nuestro interés radica(ba) en estudiar el papel que la cultura desempeña en la relación entre turismo y (cooperación al) desarrollo, hacemos una lectura sesgada de las directrices y propósitos explicitados por estos organismos en sus declaraciones. Y, en cierto modo, esta mismo interés científico-social influyó en que la selección de proyectos se hiciera sobre aquéllos en los que había referencia a los valores culturales y dejaban entrever alguna acción encaminada a lo que en la modalidad del discurso desarrollista se llama ‘puesta en valor’ de ciertos elementos y rasgos culturales: selección de elementos que siempre tiene una intencionalidad y es más conocida por el término ‘patrimonio’. Sea como fuere, del estudio se concluye de manera provisional que la duración media de los proyectos de (cooperación al) desarrollo vinculados a la actividad turística después de finalizar la ayuda directa no supera los cuatro años. Para alcanzar esta cifra se calculó el periodo entre la fecha límite de financiación reconocida oficialmente y, aquí surge el mayor problema, el momento en el que la actividad dejaba de tener impacto –momento que denominamos omega (Ω). La inexistencia de un seguimiento exhaustivo por parte de los organismos financiadores sobre los efectos concretos de sus actuaciones de (cooperación al) desarrollo tras el periodo de ejecución, así como de los necesarios fondos externos para acometer nuestro estudio en profundidad, condicionó la investigación. Para solventar metodológicamente ambos inconvenientes combinamos las nuevas tecnologías de la comunicación con visitas puntuales de miembros del equipo y, muy especialmente, con la colaboración desinteresada de una red de informantes sobre el terreno sin los que --desde luego-- no habría sido posible ni el ‘trabajo de campo’ ni, por supuesto, la constatación efectiva del

momento en que la actividad dejaba de tener impacto. La necesidad de contar con colaboradores sobre el terreno y organizar nuestras estancias cortas, prolongó un estudio, relativamente sencillo, durante algo más de tres años (2006/2009).

Es muy habitual que para estudiar la eficacia de una actividad económica se utilice el análisis *input-output*. Este es un modelo que permite predecir y cuantificar los impactos que devienen de un incremento en la demanda, analizando la retroalimentación que se produce en el sistema y/o la determinación distintiva de los efectos directos, indirectos o inducidos al definir cualquier actividad (Miller & Blair, 1985). Sin embargo, las reservas que plantean algunos economistas a este modelo, se incrementa cuando lo que se pretende es, además, determinar el momento Ω introduciendo unas variables tan poco mensurables como relevancia, importancia social, o significado cultural.

Ante la indefinición, cuando no inexistencia, de elementos econométricos que nos permitan delimitar Ω desde las ciencias sociales y humanas, nosotros hemos aplicado el modelo teórico desde el que investigamos, a saber, “la conversión del lugar a través de la mediación significativa del espacio turístico”. De manera general podemos decir que según este planteamiento (cf. Nogués, 2003; 2008), entre los procesos inducidos en las sociedades de destino, el que más relevancia socio-antropológica puede tener es el de la significación, especialmente, con y tras la aparición de nuevas deseabilidades. Ese conjunto de dispositivos simbólicos y técnicos que facilitan las prácticas de transporte, alojamiento y entretenimiento de ciertos grupos sociales alejados de su cotidianidad --i.e. *turismo*--, induce la conversión de ese entramado de manifestaciones, modos, decires y haceres que adquiere su sentido dentro de un grupo y da sentido a la vida social --i.e. *cultura*--, a través de las imágenes, expectativas e intereses que conforman

el mundo de las motivaciones de los turistas para el viaje. Esta incorporación dialógica de los procesos de significación de los turistas para comprender los contextos turísticos es un elemento olvidado pero muy importante, por cuanto la generación de destinos turísticos “representa la proyección en el espacio y el tiempo de los ideales, de los mitos, de la sociedad global” (Chadefaud, 1987:19) que es, precisamente, en la que se da esa particular conjunción de dispositivos simbólicos y técnicos que llamamos turismo. Un proceso de conversión dialógica que desemboca, en los destinos turísticos muy consolidados, en que ambas manifestaciones de lo cultural (la nativa y la visitante) interactúan y se matizan la una a la otra hasta confundirse: como ilustra el caso de Bali, donde las autoridades hablan del *kebudayaan parawisata* para referirse a ese “estado caracterizado por una confusión axiológica entre lo que pertenece a la cultura [local] y lo que pertenece al turismo” (Picard, 1995:57).

Junto al turismo surge toda una nueva red de significados que, de manera más o menos explícita es incorporada, repetimos, en forma de deseabilidad, por la población local incluso antes de la llegada del primer turista, como recoge el documental de Christian Lallier (2001). Este documental, casi una versión etnográfica de *Bienvenido Mr. Marshall* de García Berlanga (1953), muestra cómo una aldea del Sahel (Burkina Faso) se prepara para la llegada de unos turistas que, ante la iniciativa de turismo comunitario de una ONGD, abren la posibilidad de desarrollo para la zona a través de la autogestión de los servicios de alojamiento y manutención, visitas guiadas y productos artesanales. En este caso, la sola mención discursiva del turismo fue la que actuó como agente inductor de un embrionario sector servicios que, imperceptiblemente, habría de sustituir las reglas de la hospitalidad y la sociabilidad por las leyes que rigen el intercambio de mercado (Zarkia, 1996), habría de incorporar una serie de prácticas hosteleras que

retaría al sistema tradicional de valores (Mandly, 1983), y haría surgir situaciones en torno a la autenticidad de los artefactos artesanales como la relatada por Clastres (1987).

Para determinar si en un proyecto de (cooperación al) desarrollo vinculado, de manera directa o indirecta, con actividades turísticas se daba un punto Ω a partir del cual se podían dar por terminadas las expectativas de lograr un efecto determinado (eficacia), procedimos, mediante la comparación interna (entonces-ahora) y cruzada (entre proyectos), a estimar la gradación de tres variables cualitativas: (1) presencia de la actividad turística y de la intención de reactivarlas; (2) relevancia de las prácticas inducidas por las actividades turísticas para los destinatarios de las acciones proyectadas; (3) peso percibido de las actividades turísticas en la dimensión económica de la población en una escala que cubre de la complementariedad con las prácticas tradicionales a lo residual. Ciertamente son unas variables que, lejos de la cuantificación econométrica, se basa en el estudio de la significación como elemento clave para comprender el proceso en toda su extensión socio-antropológica. Desde nuestro modelo teórico entendemos que, en tanto que inductores de nuevos significados, no es descabellado considerar que para evaluar adecuadamente la eficacia de un proyecto de (cooperación al) desarrollo concreto, haya que recurrir a la observación participante de cómo se incorporan al sentido de lo cotidiano --i.e. *normalidad*-- las nuevas prácticas inducidas por el turismo con ese proyecto. Mediante este mismo procedimiento es factible determinar la capacidad de un proyecto para promover un desarrollo regenerativo, es decir, sus posibilidades para mejorar la calidad de vida de los habitantes sin deteriorar los elementos constitutivos de su sociedad. Postulamos que esta capacidad regenerativa dependerá de la importancia que se le preste al mantenimiento de la

continuidad en la producción de sentido y significado durante la ejecución de las actuaciones contempladas en el proyecto.

Desgraciadamente es imposible acometer una evaluación de los proyectos determinando si existe un momento Ω sin los fondos de investigación necesarios para ello. Máxime cuando para realizar un análisis de cómo se incorporan unas determinadas prácticas al sentido de lo cotidiano, es preciso dedicar todo el esfuerzo etnográfico a los modos en los que los actores sociales se apropian de esas prácticas mirando el uso que les dan a las nuevos elementos: y esto implica un trabajo de campo laborioso, exhaustivo y denso. La carencia financiera, como hemos dicho, se suplió con colaboradores y estancias cortas del equipo que observaron, primero, qué prácticas existían en el territorio (p.ej. elaboración de artesanías, estancias de alojamiento y comida, rutas de turismo, folletos...) o qué pervivencias inducían a las investigadoras a pensar que habían existido aquellas prácticas; después, inquirieron directamente sobre cuándo y por qué dejaron de hacerse. Los resultados, si bien poco sistemáticos por las circunstancias de la recogida de datos y quizás poco significativos estadísticamente dado el reducido número de proyectos visitados (10) sobre el total seleccionado (20), indicaron que la incorporación de nuevas prácticas turísticas tenían una duración que no superaba los cuatro años: para los amantes de los números, la cifra concreta es 3,8 años después de la finalización de la ayuda directa. En consecuencia, la capacidad de los proyectos para promover un desarrollo regenerativo era escasa, principalmente debido a que la gente ni sentía el proceso de desarrollo como algo propio, sino como algo externo al grupo, ni el proyecto tenía sentido más allá de los límites temporales marcados por su duración oficial. Creemos que el motivo de esta ineficacia es porque el proyecto no había

contemplado ni prestado atención a la continuidad en la producción de significado durante la ejecución de las actividades del proyecto.

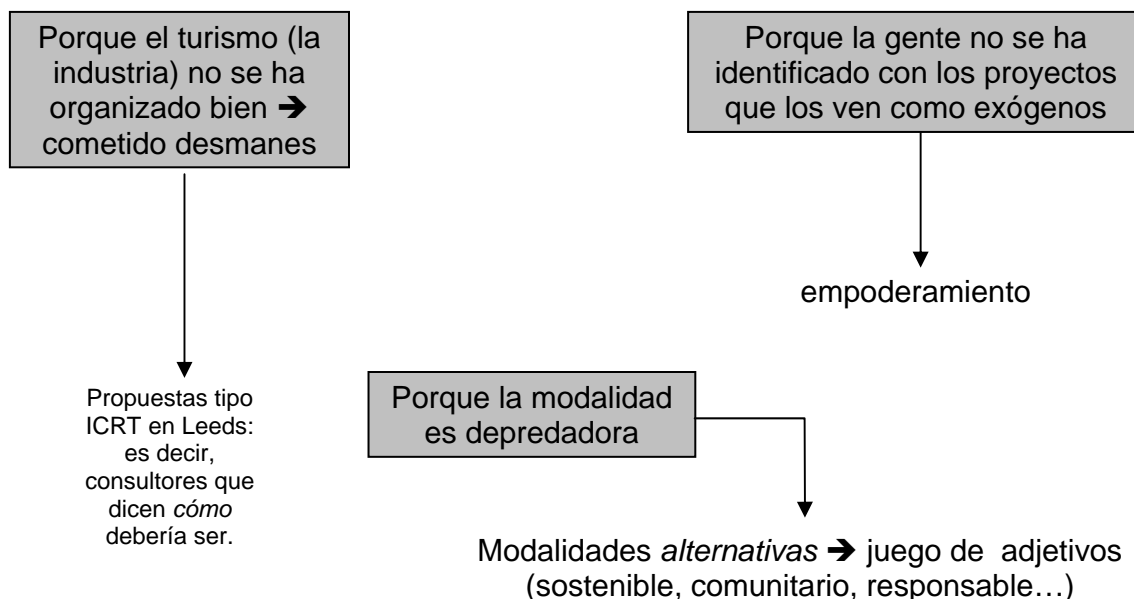
Estos resultados, aunque provisionales pues aún quedan por visitar otros diez proyectos, refuerzan nuestra línea de investigación que, cada vez hace más años, se mueve en torno a tres preguntas: ¿qué o cómo nos hemos planteado las ciencias sociales la relación entre turismo y desarrollo para que, como en la década de los setenta, aún nos preguntemos si el turismo es un pasaporte al desarrollo (de Kadt, 1979)? Vinculada con ésta, ¿qué o cómo hemos abordado el estudio del turismo desde las ciencias sociales para que, constantemente y a la luz de las decenas de jornadas, seminarios, congresos y publicaciones de las que nos informan vía listas de distribución, sigamos descubriendo el Mediterráneo de la estrecha conexión que hay entre turismo y desarrollo? Y tercera, ¿por qué cuando se acaba la ayuda financiera directa a los proyectos de (cooperación al) desarrollo estos no han conseguido aún los efectos esperados? En definitiva, qué estamos haciendo para que las más importantes medidas de distribución de la riqueza tales como el Índice de Desarrollo Humano (IDH) del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, las paridades de poder adquisitivo (PPA) o el índice de Gini⁵ revelen que los países empobrecidos se encuentran en una situación no mucho mejor que la que tenían en la década de los cincuenta (PNUD, 2002; Gangas, 2003:49).

Nos resistimos a pensar que no sea posible conseguir un desarrollo regenerativo a través del turismo, es decir, que no sea posible mejorar la calidad de vida de los habitantes sin deteriorar los elementos constitutivos de su sociedad mediante el fomento de ciertas

⁵ El IDH combina tres variables: el PIB per cápita, con la esperanza de vida al nacer y el nivel educacional; el PPA compara la renta media entre los diferentes países y la pondera para cada país según su población y el índice de Gini refleja el porcentaje o proporción de riqueza desigualmente distribuido en un país dado.

prácticas turísticas. Aunque, como era de esperar, no hemos encontrado en la literatura esta pregunta formulada en estos términos, sí son muchas las propuestas que responden a preguntas similares. No obstante su diversidad, las respuestas se pueden agrupar en función de las *soluciones* ofrecidas: ver esquema.

Alternativas y soluciones ofrecidas según el diagnóstico realizado sobre la naturaleza de la relación cultura-turismo.



Fuente: Elaboración propia.

Lejos de continuar esencializando al turismo y de conceptualizarlo como un fenómeno que mercantiliza todo lo que toca, se observa que, en líneas generales, las *soluciones* más extendidas aceptan la inevitabilidad del hecho turístico y subrayan dos aspectos: primero, que los modelos de explotación turística no son exportables porque lo que sirve para un contexto es inviable en otro; y, segundo, que solo reivindicando *lo* local en términos de conocimiento, recursos endógenos, cultura o soberanía en la gestión, como elemento distintivo de un territorio y una sociedad, se puede intentar alcanzar un desarrollo regenerativo vía turismo. Unas conclusiones que encuentran un perfecto acomodo en este contexto de progresiva consideración de la cultura como elemento clave de los procesos de (cooperación al) desarrollo (cf. Nogués, Soler y Caballero, en

prensa). Si bien, y a juicio de la AECID o la Organización de Estados Americanos (OEA), todavía estamos lejos de conseguir algún modelo ‘culturalmente adecuado’, por cuanto aún no existen instrumentos específicos adecuados y probados para la aplicación de una estrategia de desarrollo que incorpore la dimensión cultural (AECID, 2007:39: OEA, 2002:4). Creemos que este es el reto.

3. *Dar valor a la cultura*

A la vista de la monotonía de los modelos de (cooperación al) desarrollo a través del turismo que se proponen desde la *expertez*, y la reiteración de estudios similares analizados desde las disciplinas sociales y humanas, no parece que hayamos avanzado demasiado. Por esto nos preguntamos si, aplicando el modelo teórico de la “conversión del lugar a través de la mediación significativa del espacio turístico” --que fue pensado para comprender la sociedad y la cultura en contextos turísticos--, sería posible pensar algún principio rector que diera a ese entramado de decires y haceres que adquiere su sentido dentro de un grupo y da sentido a la vida social --i.e. *cultura*-- el papel que muchos organismos internacionales le confieren cuando afirman que “sólo puede asegurarse un desarrollo equilibrado mediante la integración de los factores culturales en las estrategias para alcanzarlo” (Unesco, 1982: punto 16). De aquí nace la propuesta de ‘dar valor’.

Ante todo es imprescindible un giro radical que desplace la centralidad adquirida por la estrategia de ‘poner en valor’. Es este un principio demasiado extendido y que se materializa en unos diseños realizados ‘desde fuera-hacia fuera’: es decir, defendidos por unos agentes turísticos ajenos al lugar y pensados para ofrecer a los visitantes una modalidad de ocio turístico centrado en el consumo de acuerdo con sus intereses, expectativas y motivaciones. Si bien hay muchos casos --especialmente donde la

revalorización nace tras la cualificación de algún elemento como de interés turístico, o con la firme apuesta de las administraciones por el desarrollo vía turismo-- , los procesos se diseñan ‘desde dentro-hacia fuera’; es decir, por personas vinculadas emocional y culturalmente al lugar pero pensando en los visitantes. En cualquier caso, ante la selectiva puesta en valor de unos elementos culturales que han sido descontextualizados de sus anclajes históricos: sea el sol, los aguacates o la herencia maya⁶, la centralidad del ‘hacia fuera’ relega a un segundo plano a aquellos significados culturales que vienen dando sentido al lugar en tanto que resultado de prácticas históricas específicas. Estas situaciones imposibilitan el desarrollo regenerativo de un territorio por cuanto los habitantes --si bien pueden mejorar su calidad de vida material-- no se identifican con unas prácticas que ni sienten como propias, ni les pertenecen porque fracturan la continuidad en la producción del significado de ese entramado que da sentido a la vida social del grupo, esto es, su cultura (cf. Nogués, 2008). Algo que manifiestan muy bien los habitantes de los distritos históricos de El Cairo cuando se quejan de que las actuaciones de revitalización urbana se hacen “demasiado orientadas al turismo” (Fahmi, 2009:187). Por el contrario, hay también estrategias que reivindican --mantienen o recuperan, según los casos-- la capacidad para dar sentido a lo cotidiano frente a la fortaleza mediática de las imágenes publicitadas por la industria turística y su capacidad para re-significar territorios y gentes: es el caso de *Mokum* etnografiado por Dahles (1996).

En pleno corazón de Amsterdam, un destino turístico tan consolidado como cosmopolita, nace a iniciativa de un grupo de jubilados el gremio ‘Unéte a nosotros en

⁶ D.A. Euraque en *Conversaciones históricas con el mestizaje y su identidad nacional en Honduras* (Centro editorial, San Pedro Sula, Honduras, 2004), desvela el papel desempeñado por las ideas de construcción nacional y los intereses político-económicos de multinacionales como la United Fruit Co., en el proceso de puesta en valor de los tesoros culturales vinculados a una herencia maya que, en poco, se correspondía con el pasado histórico del país.

*Mokum*⁷. Los socios de este colectivo pasean con pequeños grupos de visitantes a los que guían y ofrecen --solo en holandés-- unas historias locales de las que se han apropiado y que fusionan con sus propias experiencias vitales y los intereses manifestados por los visitantes: “el paseo urbano es una construcción de *Mokum*: es un cuento de la ciudad desde la perspectiva de la vida cotidiana de la gente normal, mezclando el pasado y el presente, lo bello y lo feo” (1996:242). Digamos que es la estrategia implementada por un colectivo que, consciente del proceso de ‘conversión del lugar a través del espacio turístico’ y en un contexto turístico donde residentes y visitantes se reconocen en un plano de igualdad, se rebela contra la globalización de la transformación turística de *ciertos* aspectos culturales y la combate negociando su derecho a mantener la continuidad en la producción del sentido de lo que Amsterdam significa.

No obstante, comprender la estrategia de ‘dar valor’ y realizar actuaciones en el marco de un desarrollo regenerativo también implica sustituir el análisis dialéctico por una perspectiva dialógica (Nogués, 2009): porque hablamos de significados y estos adquieren su pleno sentido en su uso, en contextos turísticos, además, estos son negociados entre varios mundos de la significación: p.ej. las historias de Amsterdam proporcionadas por los historiadores, son vivenciadas a través de --y aderezadas con-- las historias personales de los *guías*, y realizadas dependiendo de los intereses de cada visitante. *Dar valor* a la cultura como instrumento para un desarrollo regenerativo quiere decir, entonces, que las actuaciones a implementar se deberían pensar ‘desde dentro y hacia dentro’; esto es, pensando desde el mundo en el que las gentes dan sentido a su vida social y atendiendo al proceso de incorporación de los significados que

⁷ La propia elección del nombre (‘Mee in Mokum’) ya es significativa. *Mokum* es sinónimo de Amsterdam y proviene del término hebreo ‘*mahem*’ que significa ‘lugar’.

traen los turistas, con el objetivo de minimizar la fractura en la continuidad del proceso local de significación. Desde esta posición, cualquier estrategia que aisle *eso* que la *expertez* llama 'patrimonio' y/o 'cultura' de su dinámica histórica está, creemos, abocada a la ineficacia. Propuestas del tipo 'recuperación' o 'reactivación' que conciben la cultura como un conjunto administrable y no dinámico, son *experteces* que nacen muertas, por vacías de contenido. Así, en primer término, hay que evitar que la definición de los elementos que forman la cultura, y que por tanto se contemplan en los diseños de proyectos, se rija por los criterios del mercado o de su administrabilidad. En segundo lugar, dar valor a la cultura supone denunciar que lo definido como 'patrimonio' y/o 'cultura' comprende sólo la parte instrumental --susceptible de ser manejada racionalmente desde el mundo de los intereses y administrado para el disfrute ocioso de los turistas-- de ese entramado simbólico de modalidades de comunicación *del y para* el grupo social que desde la socio-antropología llamamos cultura.

En definitiva, dar valor a la cultura en contextos turísticos supone, por un lado, recuperar para la cultura ese papel central que le corresponde en la relación entre turismo y (cooperación al) desarrollo; y, por otro, pretender modelos regenerativos desde los que diseñar actuaciones que privilegien la acción expresiva del lugar y de sus gentes contra la producción lingüística que, en el marco hegemónico de la significación capitalista, construye y ordena los escenarios y territorios turísticos solo como espacios para el consumo.

4. Referencias bibliográficas

- Agencia Española de Cooperación Internacional – AECID: *Estrategia de Cultura y Desarrollo de la Cooperación Española*. Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación, 2007.

- Aledo Tur, A.: “De la tierra al suelo: la transformación del paisaje y el nuevo turismo residencial”. *Arbor, Revista de ciencia, pensamiento y cultura*, 729: 99-113, 2008.
- Banco Interamericano de Desarrollo: *Una obra en marcha*. BID, Washington, D.C., 2001.
- Chadefaud, M.: *Aux origines du tourisme dans les pays de l'Adour. Du mythe a l'espace: un essai de géographie historique*. Pau: Département de géographie et d'aménagement de l'Université de Pau et des Pays de l'Adour, et Centre de recherche sur l'impact socio-spatial de l'aménagement (U.A. 911 – C.N.R.S), 1987.
- Clastres, P.: “La atracción del crucero”. En *ibid.*, *Investigaciones en antropología política*. Págs. 47-52. Gedisa, Barcelona, 1996 [1987].
- Dahles, H.: “The social construction of Mokum: tourism and the quest for local identity in Amsterdam”. En J. Boissevain coord, *Coping with tourists. European reactions to mass tourism*. Págs. 227-246. Berghahn Oxford, 1996.
- Deleuze, G.: *Foucault*. Ediciones Paidós Ibérica, Barcelona, 1987 [1986].
- Fahmi, W.S.: “Global tourism and the urban poor's right to the city: spatial contestation within the Cairo's historical districts”. En P. Burns y M. Novelli, *Tourism development. Growth, myths and inequalities*. Págs. 159-191. Cabi International, Wallingford, 2009.
- Gangas Peiró, P.: “Desigualdad y pobreza: América Latina y Europa desde 1950”. *Política y cultura*, 20:29-51, 2003.
- Kadt, E. de [1979]: *Turismo: ¿pasaporte al desarrollo?* Endymion, Madrid, 1992.
- Lallier, C.: *Albergues turísticos en el Sahel*. Documental co-producido por Gédéon Programmes, ARTE-France, 2001.

- Mandly Robles, A.: *Estudios antropológico-social sobre aspectos relacionados con el turismo en la provincia de Málaga: la comunidad tradicional andaluza en el reto de la urbanización*. Tesis Doctoral, Universidad Complutense de Madrid, 1983.
- Miller, R.E. y Blair, P.D.: *Input-output analysis: foundations and extensions*. Prentice Hall Inc., Nueva York, 1985
- Moragues Cortada, D.: *Turismo, cultura y desarrollo*. AECI, Madrid, 2007.
- Nogués, A.M., Soler, C. y E. Caballero: “La cultura en la cooperación internacional al desarrollo. Hacia un desarrollo regenerativo en contextos turísticos: *dando valor a la cultura*”. *Pasos: revista de patrimonio cultural y turismo*, (en prensa).
- Nogués Pedregal, A.M.: “Una propuesta estratégica de relación entre anfitriones y huéspedes: El patrimonio y el turismo en un marco de desarrollo regional”. En *Demófilo*, 33/34:201-219, 2000.
- Nogués Pedregal, A.M.: “Culture, transactions and profitable meanings”. En U. Kockel (ed.) *Culture and economy: contemporary perspectives*. Págs. 147-163. Ashgate, Hampshire (UK), 2002.
- Nogués Pedregal, A.M.: “La cultura en contextos turísticos”. En A.M. Nogués (coord.) *Cultura y turismo*. Págs. 27-54. Signatura ediciones, Sevilla, 2003.
- Nogués Pedregal, A.M.: “Poder político local y urbanismo en entornos turísticos. La mediación del espacio turístico en la producción de significados Poder político Genealogía de la difícil relación entre antropología social y turismo”. *Gazeta de Antropología*, 24, 2008.
- Nogués Pedregal, A.M.: “Genealogía de la difícil relación entre antropología social y turismo”. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 7:43-56, 2009.
- Organización de Estados Americanos – OEA: *La cultura como finalidad del desarrollo*. OEA, Vancouver, 2002.

- Picard, M.: “Cultural Tourism in Bali”. En M-F. Lanfant, J.B. Allcock y E.M. Brunner, (eds.), *International tourism: identity and change*. Págs. 44-66. Sage Publications, Londres, 1995.
- PNUD: *Human Development Report: Past, Present and Future*. Organización de las Naciones Unidas Nations, Nueva York, 2002.
- Rausell Köster, P. (dir.): *Cultura. Estrategia para el desarrollo local*. AECl, Madrid, 2007.
- UNESCO: *Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales – MONDIACULT*, México, D.F., julio-agosto de 1982.
- Zarkia, C.: “Philoxenia: receiving tourists-but not guests on a Greek island”. En J. Boissevain (ed.), *Coping with tourists. European reactions to mass tourism*. Págs. 143-173. Berghahn Books, Oxford, 1996.