

Patrimonio cultural e identidad: un freno a la despoblación de la Andalucía vaciada

Alejandro Ruiz Salas | arquitecto y Máster en Arquitectura y Patrimonio Histórico

URL de la contribución <www.iaph.es/revistaph/index.php/revistaph/article/view/4495>

Se ha convertido en frecuente la expresión “España vacía” desde que el escritor y periodista Sergio del Molino lo empleó como título de su libro *La España vacía, un viaje al país que nunca fue* (MOLINO, 2016), en el que se puede encontrar una clara explicación a la despoblación que están sufriendo los pequeños municipios y el mundo rural ante el panorama globalizador.

Un panorama que se puede extrapolar a cada una de las comunidades autónomas y que en Andalucía en concreto ha traído aspectos positivos, pero también una serie de consecuencias muy negativas en las pequeñas y medianas localidades, como es el caso de pérdida de población –y envejecimiento de la misma– o el deterioro y la pérdida del patrimonio cultural –material e inmaterial– (como es el caso del abandono de tradiciones constructivas, agrícolas o ganaderas, con su consecuente pérdida).



Mirador de Soportújar, "Tierra de brujas" | foto Alejandro Ruiz Salas

Ante esta situación desoladora provocada por la globalización y las lógicas capitalistas actuales, es necesaria una apuesta por la recuperación de las identidades culturales locales a través de una participación activa de la sociedad, convirtiéndolas en elemento diferenciador y en atractivo turístico para la creación de nuevas comunidades que permitan frenar esta situación de despoblamiento, como ocurre en Soportújar, un pequeño pueblo de la Alpujarra granadina que está dirigiendo sus esfuerzos al desarrollo de su denominado “proyecto Embrujo”.

El Documento de Nara sobre Autenticidad expresaba ya en 1994 un hecho fundamental como que “la diversidad de culturas y patrimonios culturales que existen en nuestro mundo son una fuente irremplazable de riqueza espiritual e intelectual para toda la humanidad y que su protección y difusión debería ser activamente promovida como un aspecto fundamental del desarrollo humano”, para posteriormente decir que todas las culturas y sociedades están enraizadas de forma particular y que poseen medios propios de expresión tangibles e intangibles que son los que constituyen su patrimonio cultural (DOCUMENTO, 1994). Sin embargo no menciona que este patrimonio no depende tanto de los bienes culturales que se transmiten, como del reconocimiento de los mismos por parte de la comunidad (GONZÁLEZ-VARAS, 2015), reconocimiento que resulta fundamental para la creación de iniciativas de revitalización.

El proceso de reconocimiento de valores patrimoniales para la construcción de la identidad cultural se puede realizar de diversos modos. Por un lado, podría ser desde el punto de vista individual –de carácter privado para cada uno de nosotros– y, por otro lado, se podría plantear desde lo colectivo –donde se puede producir un fenómeno de *identificación* (la identidad se configura

desde la propia comunidad) o un fenómeno de *categorización* (los valores asignados vienen determinados desde el exterior)— (GONZÁLEZ-VARAS, 2015).

En el caso de la *identificación*, esta valoración puede poseer una mayor profundidad, al estar planteada desde un colectivo arraigado en un lugar concreto. En caso de la *categorización*, si no se tiene cuidado, se puede caer directamente en la banalización de una cultura determinada, convirtiendo su patrimonio en objeto de consumo. Es aquí donde entra en juego el denominado turismo cultural, que la Organización Mundial del Turismo (OMT) define como “todo movimiento de personas motivado por la necesidad de satisfacer la curiosidad humana por la diversidad, dando origen a una elevación del nivel cultural del individuo y alentando nuevos conocimientos, experiencia y encuentros”. Este tipo de turismo se puede convertir en un arma de doble filo, como se ha visto en varias ocasiones, puesto que, al igual que puede suponer un freno a la despoblación a través de la creación de una nueva oferta turística y la creación de empleo aprovechando el patrimonio cultural como herramienta de desarrollo económico y social, en el otro extremo puede caer en su mercantilización, con el consecuente fenómeno de desculturización y turistización.

De todos es sabido que la industria del turismo —cultural o de masas— arroja uno de los índices de crecimiento más elevados, sobre todo en Andalucía. Pero cabe plantearse en este punto cómo y de qué modo pueden los municipios de los que hablamos convertir la actividad turística en un instrumento de desarrollo que frene su situación de deterioro sin llegar a caer en la trampa de convertirse en objeto de consumo. La *Carta Internacional sobre Turismo cultural* (CARTA, 1999) ofrece una serie de principios donde relaciona el turismo con la gestión y la conservación del patrimonio cultural, pero en este caso se quiere hacer hincapié en el principio 4 que indica que “las comunidades anfitrionas y los pueblos indígenas deberían involucrarse en la planificación del Patrimonio y en la planificación del Turismo”, un hecho que puede parecer obvio pero no siempre lo es, ya que a veces se deja la elaboración de estos planes



Detalle de la fuente del Dragón, Soportújar (Granada) | foto Alejandro Ruiz Salas

en manos de personas o técnicos que no tienen ningún tipo de relación con dichos pueblos, por lo que para que un plan de estas características funcione es necesario contar con la participación de la población local desde el primer momento.

Para poder construir una identidad sólida y auténtica que permita una actividad turística que facilite el desarrollo de los municipios deteriorados será necesario ir paso a paso, desde el reconocimiento de esta identidad y de sus bienes culturales, pasando por su protección y su conservación hasta su puesta en escena y teniendo en cuenta la gestión del turismo de manera sostenible. Esta puede realizarse a través de la creación de planes generales de turismo o de marcos estratégicos que contemplen la ordenación de los recursos y las actividades turísticas, tal y como marca la Ley de Turismo andaluza (LEY 13/2011), los cuales, como es lógico, deberán

ser compatibles con el resto de normativas sectoriales existentes, ya que la actividad turística debe ir siempre acompañada de cambios funcionales y sociales, además de hacerse necesario que la gestión se adapte a la capacidad de acogida que pueda tener cada pueblo (TROITIÑO, 2011).

Para concluir, es necesario dejar claro que todo este proceso no solo requiere de la participación social; también necesitará de un equipo interdisciplinar que sea capaz de guiar estas necesidades sociales para llevarlas a buen puerto, todo ello desde el sentido común y la sostenibilidad, de modo que permita frenar la situación que actualmente vivimos.

BIBLIOGRAFÍA

- *DOCUMENTO de Nara sobre la Autenticidad* (1994) Comité Español de ICOMOS <<http://www.icomos.es/2017/01/documento-de-nara-sobre-la-autenticidad/>> [Consulta: 15/07/2019]
- GONZÁLEZ-VARAS, I. (2015) *Patrimonio cultural: conceptos, debates y problemas*. Madrid: Cátedra, 2015, pp. 21-41; 63-77
- LEY 13/2011, de 23 de diciembre, del Turismo de Andalucía. *Boletín Oficial de la Junta de Andalucía*, n.º 255 de 31/12/2011 <<https://juntadeandalucia.es/boja/2011/255/1>> [Consulta: 15/07/2019]
- MOLINO, S. DEL (2016) *La España vacía. Viaje por un país que nunca fue*. Madrid: Turner, 2016
- TROITIÑO VIÑUESA, M. A. (2011) Ciudades históricas y dinámicas urbanas: turismo, cultura y ciudadanos. *Amigos de los museos: Boletín informativo*, n.º 32, 2011, pp.11-14
- *CARTA Internacional sobre Turismo Cultural: La gestión del turismo en los sitios con patrimonio significativo*. International Council on Monuments and Sites <https://www.icomos.org/charters/tourism_sp.pdf> [Consulta: 15/07/2019]