

PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL DE LA HUMANIDAD Y TURISMO

Celeste Jiménez de Madariaga¹

Fermín Seño Asencio²

Resumen

En los últimos años, hemos observado, y distintas investigaciones así lo han destacado, el amplio potencial de las declaraciones de patrimonio de la UNESCO como valor para la promoción de destinos turísticos. Constituye un poderoso instrumento para el desarrollo económico local y un beneficioso incentivo de la actividad turística. Con la Convención General para la Salvaguarda del Patrimonio Cultural Inmaterial (2003) y la incorporación de esta nueva categorización de bienes patrimoniales a preservar, la UNESCO no se limita a reconocer los bienes patrimoniales –materiales/inmuebles- de la Convención de 1972, los Sitios del Patrimonio Mundial (WHS), sino que lo amplía considerablemente a los aspectos inmateriales de la cultura y las distintas manifestaciones de la “cultura viva” (tradiciones, expresiones orales, artes del espectáculo, usos sociales, rituales, conocimientos, artesanías, etc.). Los bienes inmateriales reconocidos por la UNESCO se identifican con un logotipo propio y unas consideraciones y tratamientos diferentes de los empleados para los Sitios del Patrimonio Mundial. Nuestra comunicación plantea mostrar cómo incide el reconocimiento de bienes patrimoniales inmateriales de la UNESCO en la actividad turística, hasta qué punto se emplea, promueve y difunde la nueva marca de Patrimonio Cultural Inmaterial, y qué consecuencias tiene sobre este tipo de bienes, sus protagonistas y agentes.

Palabras clave: Patrimonio cultural inmaterial, turismo patrimonial, marca Unesco, gestión turística.

¹ Facultad de Humanidades, Departamento de Historia, Geografía y Antropología, Universidad de Huelva, Avda. Tres de Marzo, s/n, 21071, Huelva, España, Tel: 959219080, celeste@uhu.es. *La investigación ha sido financiada por:* Proyecto de Investigación “Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad. Patrimonialización, gestión y buenas” (CSO2016-77413-P), del Plan Estatal de Investigación Científica y Técnica y de Innovación 2013-2016, financiado por la Agencia Estatal de Investigación (AEI) y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER). Proyecto de Investigación “La gestión pública del Patrimonio Etnológico” (P11-HUM-7377). Proyecto de Excelencia de la Junta de Andalucía de la convocatoria 2011 (modalidad Motriz) financiado por la Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo de la Junta de Andalucía y el Ministerio de Economía y Competitividad.

² Facultad de Humanidades, Departamento de Historia, Geografía y Antropología, Universidad de Huelva, Avda. Tres de Marzo, s/n, 21071, Huelva, España, fermin.asencio@dhga.uhu.es

INMATERIAL CULTURE HERITAGE AND TOURISM

Abstract

In recent years, we have observed, and different research has highlighted, the wide potential of UNESCO's heritage declarations as a value for the promotion of tourist destinations. It constitutes a powerful instrument for local economic development and a beneficial incentive for tourist activity. With the General Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage (2003) and the incorporation of this new categorization of heritage assets to be preserved, UNESCO is not limited to recognizing the assets -materials / real estate- of the Convention of 1972, the Sites of the World Heritage (WHS), but it extends it considerably to the immaterial aspects of the culture and the different manifestations of the "living culture" (traditions, oral expressions, performing arts, social customs, rituals, knowledge, handicrafts, etc.). Intangible Cultural Heritage recognized by UNESCO are identified with their own logo and considerations and treatments different from those used for World Heritage Sites. Our communication proposes to show how the recognition of intangible heritage assets of UNESCO influences tourism, to what extent is used, promoted and disseminated the new brand of Intangible Cultural Heritage, and what consequences this type of goods, its protagonists and agents.

Keywords: Inmaterial Culture Heritage, heritage tourism, Brand UNESCO, tourism management.

1. INTRODUCCIÓN

El valor para la promoción de los destinos turísticos que suponen las declaraciones de patrimonio otorgadas por la UNESCO, están siendo objeto de interés en las últimas décadas, entre otras cuestiones, por el amplio potencial que en muchos sentidos estas declaraciones conllevan. Aunque el motivo principal de las inscripciones en la lista del Patrimonio Mundial es la protección y conservación de los sitios del patrimonio cultural y natural, ostentar este reconocimiento cuatro décadas después de la Convención del Patrimonio Mundial (1972), se ha convertido en un codiciado sello para planificadores, gestores y profesionales del turismo (Ryan y Silvanto, 2009, 2010), o como indican Baker y Cameron (2008) una marca que constituye un factor de éxito para el desarrollo de estrategias y de la planificación turística. La intencionalidad de conseguir una inscripción UNESCO en muchos casos es el aumento del flujo turístico y la presunción de que este incremento es capaz de generar un impacto económico positivo en los sitios declarados, lo que supone un aliciente para la inversión turística. Algunos autores basándose en aportaciones de Peter Debrine para UNESCO, señalan esta intencionalidad como uno de los principales motivos que inspiraron la creación de la Convención del Patrimonio Mundial (Ruiz Lanuza, 2015:180-181).

Desde la Convención (1972) el turismo ha evolucionado con múltiples cambios. El turismo masivo de sol y playa ha dejado de ser exclusivo o/y prioritario posibilitando la

aparición de “nuevos turismos” (arqueológico, industrial, rural, etnográfico, gastronómico) con otras sensibilidades y finalidades (Santana Talavera, 2003). Estas transformaciones en el turismo se vinculan a los propios cambios en la sociedad. Por un lado, los países denominados desarrollados han visto en la actividad turística un signo del estado del bienestar y el turista se auto-define por el prestigio social que supone poder realizar esta actividad. Por otro lado, las sociedades de destino o anfitrionas, también se han transformado para acoger y atraer turismo, por las compensaciones económicas que conlleva.

Estos cambios en la industria turística se han visto a partir de ciertos factores: la discusión ecológica que ha estigmatizado al turismo masivo; la forma flexible de organizar las vacaciones, el ocio y tiempo libre en la sociedad del bienestar; la concepción de que viajar es un indicio de prestigio social; la aparición de un nuevo perfil de turista de clase social media con más inquietudes y deseos en la búsqueda de experiencias auténticas en la naturaleza, la cultura, o la combinación de ambas categorías; la aparición y uso de nuevas tecnologías de información (internet, redes sociales, aplicaciones en smartphones) que han democratizado y facilitado el acceso a la cultura y el patrimonio; nuevas formas de conceptualizar la experiencia turística (turismo *slow*, turismo de *aventura*, turismo de la experiencia y de los sentidos); y la enorme competencia entre los destinos que ha conducido a una diversificación de productos y a una segmentación de la oferta adaptada a las nuevas exigencias y necesidades para el consumo, distinguiéndose múltiples tipologías de turismo cultural. Por consiguiente la división conceptual abarca un conjunto de modalidades cada vez más significativo: turismo arqueológico, astronómico, científico, gastronómico, enológico, comercial, educativo, industrial, etnográfico, literario, urbano, itinerante, relacionado con la muerte o necroturismo, inducido por el cine, o las series de televisión (Recuero et al., 2016). Como señalan Prats y Santana (2005: 16): “El turismo cultural es turismo patrimonial”.

En este contexto en el que la cultura se constituye en recurso (Yúdice, 2002) y se consolida la marca colectiva *World Heritage*, propiciando el *world heritage tourism* como una modalidad turística de dimensión global (Adie y Hall, 2017), UNESCO ha introducido progresivamente un cambio de paradigma en la preservación del patrimonio que ha supuesto la entrada en escena de una nueva categoría patrimonial (Bortolotto, 2011), ampliándose el Patrimonio de la Humanidad a las prácticas y expresiones culturales vivas. Desde la Convención de Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial (2003), el patrimonio inmaterial (PCI) está cobrando un creciente interés como elemento conformador de los destinos en sitios de interés turístico y como oportunidad de desarrollo para los territorios, al generar en las comunidades posibilidades y expectativas de riqueza económica. Las tradiciones, festivales, rituales, gastronomías, artesanías y otras expresiones de la “cultura viva” aportan al destino turístico “autenticidad” y “experiencias significativas” a los visitantes y turistas. La Organización Mundial del Turismo (OMT) ha señalado que “fomentar un uso responsable de este patrimonio vivo con fines turísticos puede generar oportunidades de empleo, ayudar a mitigar la pobreza en áreas desfavorecidas, frenar el éxodo rural...” (UNWTO, 2012).

Asimismo, el turismo fortalece un sentimiento de identidad entre las comunidades y grupos, al mismo tiempo que puede ofrecer un incentivo para salvaguardar y potenciar el PCI ya que los ingresos generados por esta actividad pueden propiciar el desarrollo económico local y canalizarse hacia iniciativas de preservación a largo plazo.

Sin embargo, la instrumentalización del PCI para su comercialización presenta problemáticas específicas y riesgos que difieren enormemente de las que se han destacado para los sitios del Patrimonio Mundial. Algunos de los que más preocupan a los antropólogos son la excesiva “turistificación” que puede poner en peligro los significados que las comunidades locales atribuyen a su patrimonio y la modificación de la naturaleza del PCI mediante acciones inadecuadas de difusión y promoción.

En esta investigación planteamos cómo incide la actividad turística en los bienes patrimoniales inmateriales reconocidos por la UNESCO.

2. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

Aunque el turismo cultural centrado en la “cultura viva” (artesanías, fiestas, rituales, prácticas gastronómicas) no es nuevo, ni resulta novedoso para algunas disciplinas como la antropología -muchos de los “nuevos turismo” en la década de los noventa (ecoturismo, turismo etnográfico, turismo rural) tenían sus referentes en lo que las legislaciones patrimoniales entienden por patrimonio etnológico o etnográfico-, la explosión del patrimonio inmaterial, el aumento de inscripciones en la Lista Representativa y la importancia que ha adquirido el turismo patrimonial en los últimos años, han llevado al desarrollo de estudios que buscan analizar y profundizar las interconexiones y la interacción dinámica entre estos dos fenómenos en el ámbito de la UNESCO.

En relación al patrimonio inmaterial (PCI), aunque pudiera parecer que la noción de inmaterialidad surge a partir de la Convención (2003), o el momento en el que esta entra en vigor con la ratificación de treinta estados-parte (2006), existen precedentes señalados por la literatura científica que han llevado a una progresiva conceptualización de la categoría patrimonial desde la segunda mitad del siglo XX (Bortolotto, 2011; Carrera Díaz, 2005; González Cambeiro y Querol, 2014; Kurin, 2004). Sin pretender abarcar todos estos precedentes que institucionalizan el PCI caben destacar algunos hitos: la Declaración de México sobre las Políticas Culturales (1982) que redefine el patrimonio cultural al incluir no solo las obras de autor, sino las obras materiales y no materiales que expresan la creatividad de los pueblos: la lengua, los ritos, las creencias, los lugares y literatura; la Recomendación para la Salvaguardia de la Cultura Tradicional y Popular (1989) que identifica el conjunto de creaciones que emanan de una comunidad cultural fundadas en la tradición y que responden a las expectativas de la comunidad en cuanto a expresión de su identidad cultural y social; la Conferencia Internacional sobre la Recomendación sobre la Salvaguardia de la Cultura Tradicional y Popular celebrada en Washington (1999) que relega el término folklore y proyecta la noción de “patrimonio inmaterial”; y el programa “Obras Maestras del Patrimonio

Oral e Inmaterial de la Humanidad” (1999) que sirvió de base para configurar la Lista Representativa del PCI con tres proclamaciones sucesivas (2001, 2003 y 2005), distinguiendo 90 formas de expresión y espacios culturales relacionados con 70 países, entre los que destacan dos bienes inmateriales españoles: El Misterio de Elche (2001) y la Patum de Berga (2005).

Pero será, finalmente, con la Convención de Salvaguardia de Patrimonio Cultural Inmaterial (2003) cuando se reconozca la importancia de preservar los “usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas –junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes- que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconocen como parte integrante de su patrimonio cultural” (Unesco, 2016). Esta definición genérica del patrimonio inmaterial se concreta en cinco ámbitos: las tradiciones y expresiones orales, incluyendo el idioma; las artes del espectáculo; los usos sociales, rituales y actos festivos; los conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo; y las técnicas artesanales tradicionales.

Algunos autores han señalado que este nuevo paradigma en la preservación se ha promovido para equilibrar los desajustes producidos por la Convención de 1972 (Kurin, 2004; Santamarina Campos, 2013) que priorizó una visión monumentalista y elitista de la cultura, focalizando el interés turístico-patrimonial en los países europeos, predominando las visitas a edificios de reconocido interés histórico-artístico, museos y obras de arte.

En este sentido se ha señalado el efecto “democratizador” del patrimonio inmaterial (Ryan, 2015) que puede llevar a expandir el sello UNESCO a otros países menos favorecidos por las dinámicas de la globalización.

En cuanto a la literatura científica que trata la interacción dinámica entre el patrimonio inmaterial UNESCO y el turismo, no son muchos los estudios empíricos elaborados frente a la profusión de investigaciones relacionadas con los Sitios del Patrimonio Mundial. Algunos trabajos indican la dificultad de realizar este tipo de investigaciones, así como el aún reciente descubrimiento y “relativa juventud” de la categoría patrimonial (López-Guzmán et al., 2017). No obstante, a pesar de que se trata de un campo de estudio emergente, existe un creciente interés por analizar el impacto que tiene el patrimonio inmaterial señalado por UNESCO y el papel que desempeña en el destino turístico como elemento transformador. En este sentido, tanto la UNESCO como la Organización Mundial del Turismo (OMT) han trazado líneas de investigación para incentivar y orientar los estudios (UNESCO, 2008; UNWTO, 2012).

Siguiendo los criterios de la OMT, López-Guzmán et al (2017: 571) han señalado que las principales estrategias para transformar los valores o “la riqueza” de un bien inmaterial en un producto turístico-cultural son: “la creación de atracciones primarias o la construcción de instalaciones específicamente dedicadas a la exhibición del PCI”; “la combinación de diferentes atracciones para generar un mayor interés por parte de los turistas”; “la creación de espacios culturales para las manifestaciones relacionadas con la cultura viva y espectáculos”; “la utilización de itinerarios que abarcan el PCI, y la revitalización de festivales y eventos”.

La identificación de estos productos sirve para establecer cuatro grandes líneas temáticas que definen y explican la relación turismo y PCI: la naturaleza y sentido de la experiencia del turismo cultural; el alcance de la actividad turística correspondiente; la perspectiva del sector turístico en general y la demanda del turismo cultural; y los motivos de viaje por parte de los turistas.

De los objetivos contemplados en el estudio pionero de la Organización Mundial del Turismo (2012) se desprende que las cuestiones que preocupan a la investigación son: los riesgos y oportunidades de la relación turismo y PCI; las actuaciones emprendidas por las administraciones públicas, asociaciones público-privadas y las iniciativas comunitarias en términos de desarrollo turístico y PCI; los productos turísticos basados en el PCI (elaboración, gestión y comercialización); y la sustentabilidad o sostenibilidad del turismo en el patrimonio inmaterial.

Otra de las temáticas abordadas por estos trabajos ha sido el perfil de los turistas en el destino cultural, tratando de analizar las diferentes tipologías de turistas patrimoniales, sus motivaciones, comportamientos, percepciones y experiencias, aspectos fundamentales para mejorar la gestión y definir estrategias en la planificación. En este sentido Prada y Pesántez (2017) analizan la relación existente entre motivación y grado de satisfacción de los turistas que visitaron los lugares relacionados con el sombrero de paja toquilla en la ciudad de Cuenca (Ecuador). También pueden destacarse los trabajos sobre la patrimonialización del tango como recurso turístico en la ciudad de Buenos Aires (Gómez Schettini, Almirón, & González Bracco, 2011); la cultura de los beduinos y el Wadi Rum en Jordania como motor de desarrollo y su relación con la ciudad histórica de Petra (Bille, 2012); el flamenco como producto del turismo cultural y su relación con la marca España (García García, Muñoz Fernández, & López-Guzmán, 2015); el desarrollo del turismo patrimonial a partir de las inscripciones UNESCO en Elche (Carmona Zubiri, Travé Molero, Nogués Pedregal, & Culturdes, 2015); la dieta mediterránea como recurso (Serra-Majem & Medina, 2015); y la gestión y promoción turística de la fiesta de los Patios de Córdoba (Colmenarejo Fernández, 2015; López-Guzmán & Santa-Cruz, 2017; Rodríguez-López, 2017).

En estos estudios que recopilamos llama la atención el interés por analizar la relación turismo-PCI en sitios que ya cuentan con una distinción UNESCO de Patrimonio Mundial, como prueban los trabajos citados de Billie (2012) sobre el espacio cultural de los Bedu y Wadi Rum (PCI en 2008) en la ciudad histórica de Petra, declarada Patrimonio Mundial en 1985; de López-Guzmán et al. (2017a) sobre la elaboración del sombrero de paja toquilla (PCI en 2012) en la ciudad histórica de Cuenca, Patrimonio Mundial en 1999; y de Colmenarejo (2015) y López-Guzmán y Santa-Cruz (2017b) sobre la fiesta de los Patios (PCI en 2012) en la ciudad de Córdoba, Patrimonio Mundial en 1984 y 1999.

No obstante, son escasos los trabajos que abordan las problemáticas específicas del patrimonio inmaterial en relación a la actividad turística. Es por ello por lo que nos propusimos analizar esta cuestión.

3. METODOLOGÍA

Nuestro proyecto de investigación “Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad. Patrimonialización, Gestión y Buenas Prácticas” cuyo objetivo general es evaluar la gestión desarrollada por el Estado español en los procesos de patrimonialización de los bienes culturales inmateriales para su inclusión en el Listado de Patrimonio Cultural de la UNESCO, incluye entre los objetivos específicos³ analizar el impacto social y económico de las inscripciones de bienes inmateriales en la lista Representativa de la UNESCO, abarcando el análisis del turismo y la activación del sector empresarial con la propuesta concreta de “examinar qué posibles incidencias ha tenido en los bienes inmateriales su inscripción en la Lista de la UNESCO, el impacto social y económico (creación de recursos y actividades culturales, sensibilización social, activación del sector empresarial, desarrollo del turismo), y la percepción que tanto del proceso de patrimonialización como de los resultados derivados tienen los agentes implicados y protagonistas”⁴.

El marco metodológico que aplicamos oscila entre la investigación cualitativa y la investigación cuantitativa, entre el estudio de los microespacios y grupos sociales, y el estudio macroscópico en el espacio de la globalización. Entre las técnicas de investigación empleadas combinamos la etnografía y la interpretación antropológica, la historiografía y el análisis de discursos y documentos, la modelización econométrica y el estudio de casos. Para ello, utilizamos como herramientas fundamentales las entrevistas a informantes cualificados (entrevistas en profundidad semidirigidas), cuestionarios, bases de datos y SIG, y la elaboración de técnicas novedosas como los “mapas difusos” con la intención de interrelacionar las percepciones de los agentes y protagonistas del patrimonio y el impacto político, económico, y empresarial (Castilla Espino y Jiménez de Madariaga, 2017).

En este sentido, más allá de la triangulación de datos documentales (históricos y administrativos) y datos estadísticos, nos interesa especialmente contrastar esto con las visiones y las opiniones que nos muestran los protagonistas de este entramado. Para abarcar todos los puntos de vista, hemos incluido perfiles de informantes diversos: representantes institucionales (a niveles internacional, estatal, autonómico y local) relacionados con el turismo patrimonial; profesionales, agentes y empresarios del sector turístico; representantes de asociaciones y colectivos implicados en el patrimonio cultural inmaterial; y la ciudadanía en general, o actores clave relacionados con los activos del patrimonio cultural inmaterial⁵.

³ Los objetivos específicos del proyecto abarcan desde el análisis de las actuaciones realizadas en la gestión de propuestas de inclusión en la Lista Representativa del Patrimonio Inmaterial de la UNESCO por el Estado español, a la identificación de la estructura y el reparto de competencias establecidos por los órganos de las administraciones públicas, el diagnóstico de los distintos bienes inmateriales inscritos, y la evaluación de los criterios seguidos para la selección de los bienes inmateriales propuestos por el Estado. A todo, se añade un objetivo específico centrado en el turismo y el sector empresarial.

⁴ Objetivo número 5 de nuestro proyecto de investigación.

⁵ La Organización Mundial del Turismo (OMT) en su estudio sobre el *Turismo y el Patrimonio Cultural Inmaterial*, señala igualmente la importancia de tener en cuenta las opiniones de las asociaciones y los actores relacionados con el patrimonio cultural inmaterial

Para completar la información, de una manera directa, incluimos en nuestra investigación el estudio específico de casos concretos⁶. Los cuatro casos seleccionados son: “La Patum de Berga”, inscrita en la Lista Representativa del Patrimonio Cultural de la Humanidad en el año 2008 (si bien, originariamente declarada en 2005); “El Flamenco”, inscrito en el año 2010; la “Fiesta de Patios de Córdoba”, inscrita en el año 2012; y la “Revitalización del saber tradicional de la cal artesanal en Morón de la Frontera (Sevilla, Andalucía)” incorporada en el año 2011 en el Listado de Mejores Prácticas de Salvaguardia de Patrimonio Cultural Inmaterial⁷. La selección de casos se realiza sobre el registro de bienes inmateriales declarados por la UNESCO en España donde existen actualmente 13 bienes inscritos en la Lista Representativa de Patrimonio Cultural Inmaterial, de los que 3 constituyen expedientes multinacionales. Además cuenta con 3 reconocimientos en el Registro de Buenas Prácticas.

⁶ Los criterios de elección de estos casos no han sido arbitrarios. Aún sin profundizar en esta cuestión metodológica, señalar solo que algunos de los criterios responden a la antigüedad de la inscripción en la UNESCO, la relevancia mediática, las implicaciones políticas en la declaración, la participación de la ciudadanía, y un ejemplo de lo que la UNESCO entiende por “buenas prácticas”.

⁷ A diferencia del Patrimonio Mundial para el que se aplican dos listas de bienes (*World Heritage List* y *World Heritage in Danger*), UNESCO establece en el Patrimonio Cultural Inmaterial tres listados de bienes: la Lista Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad (la más común y conocida), la Lista del Patrimonio Cultural Inmaterial que requiere medidas urgentes de salvaguardia, y el Registro de Buenas Prácticas, donde se incluye el último de los estudios de caso citados.

Tabla 1: Lista Representativa del PCI de la Humanidad. España.

Denominación	Países	Fecha
La cetrería, un patrimonio humano vivo	Emiratos Árabes Unidos, Austria, Bélgica, República Checa, Francia, Hungría, República de Corea, Mongolia, Marruecos, Qatar, Arabia Saudita, España, República Árabe Siria	2016
La fiesta de las Fallas de Valencia	España	2016
La fiesta del fuego del solsticio de verano en los Pirineos	Andorra, España, Francia	2015
La dieta mediterránea	Chipre, Croacia, España, Grecia, Italia, Marruecos, Portugal	2013
La fiesta de los patios de Córdoba	España	2012
La fiesta de “la Mare de Déu de la Salut” de Algemesí	España	2011
Los “castells”	España	2010
El canto de la Sibila	España	2010
El flamenco	España	2010
El Silbo Gomero, lenguaje silbado de la isla de La Gomera (Islas Canarias)	España	2009
Tribunales de regantes del Mediterráneo español: el Consejo de Hombres Buenos de la Huerta de Murcia y el Tribunal de las Aguas de la Huerta de Valencia	España	2009
El Misterio de Elche	España	2008
La Patum de Berga	España	2008

Fuente: UNESCO. Elaboración propia

Tabla 2: Registro de Buenas Prácticas de Salvaguardia

Denominación	País	Fecha
Metodología para realizar inventarios del patrimonio cultural inmaterial en reservas de la biosfera. La experiencia del Montseny	España	2013
Revitalización del saber tradicional de la cal artesanal en Morón de la Frontera (Sevilla, Andalucía)	España	2011
Centre for traditional culture-school museum of Pusol pedagogic project	España	2009

Fuente: UNESCO. Elaboración propia

Consecuentemente en este estudio se hace necesaria e imprescindible la interdisciplinariedad y la colaboración entre especialistas de distintas áreas de conocimiento, algo que escasea en la literatura científica sobre este tema (García del Hoyo y Jiménez de Madariaga, 2017). La participación de investigadores procedentes de diversas disciplinas como la antropología, economía, marketing y turismo, con el propósito de hacer compatible sus enfoques metodológicos y técnicas de estudio, enriquece la perspectiva sobre el turismo cultural específicamente interesado en el patrimonio cultural inmaterial⁸.

4. RESULTADOS

Teniendo en cuenta que nuestra investigación se encuentra actualmente en curso, aportaremos resultados parciales, si bien ya disponemos de datos, información y análisis suficientes para avanzar explicaciones sobre la trama patrimonio cultural inmaterial-turismo. Asimismo, consideramos interesante señalar las problemáticas que hemos detectado durante todo este proceso de investigación. Identificando estas problemáticas, las razones que las suscitan, los agentes y protagonistas, los efectos que se derivan, etc., podremos plantear propuestas de mejora como parte de los resultados de este estudio. Con esta intención, centraremos nuestra atención en desarrollar tres problemáticas que resultan especialmente reveladoras y que pueden provocar deliberaciones y generar debate.

⁸ En este sentido, dentro del proyecto de investigación “Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad. Patrimonialización, gestión y buenas practicas”, pueden destacarse las aportaciones de Castilla y Jiménez (2017) sobre la aplicación de mapas cognitivos difusos en el patrimonio inmaterial; y de García del Hoyo y Jiménez (2017).

4.1. La institucionalización y gestión del turismo patrimonial

Sin duda, las acciones desarrolladas por las organizaciones internacionales han sido decisivas en la extensión y repercusión del patrimonio cultural en un contexto mundial de globalización. Entre otras, resaltamos la labor de la UNESCO en la conceptualización y definición de lo que es el patrimonio cultural (sitios históricos, espacios naturales y manifestaciones inmateriales), su identificación, reconocimiento, y propuestas de protección. Desde la Convención del Patrimonio Mundial (1972) hasta la actualidad, el concepto de patrimonio ha ido cambiando a la vez que, desde la propia UNESCO, se establecían convenciones, directrices, declaraciones y recomendaciones que trataban de orientar a los diversos estados en cómo proteger, normativizar y gestionar “sus” patrimonios. Todos estos discursos de defensa patrimonialistas han ido calando a otros niveles territoriales en estados, regiones, comunidades y localidades, creándose leyes específicas sobre patrimonio y estructuras administrativas para su gestión. Es decir, se ha producido una progresiva institucionalización del patrimonio cultural.

Debemos señalar que las organizaciones internacionales, aunque no siempre son vinculantes ni afectan de igual manera a todos los estados, tienen una gran influencia en la concienciación de la importancia del patrimonio cultural, generando compromisos globales sobre todo en los estados que ratifican y adoptan esos compromisos. Como destaca Toselli (2006: 178) “la complejidad del mundo globalizado hace que el rol de las organizaciones internacionales sea de vital importancia en lo que hace a cuestiones relacionadas con la protección y el cuidado del patrimonio, tanto intangible como tangible”. En el caso de UNESCO, la concienciación hacia el patrimonio se ha extendido hacia los ciudadanos en general, con independencia de su nacionalidad, con la idea de que hay patrimonios “mundiales”, o sea, de todos; lo que nos hace a todos los ciudadanos del mundo corresponsables de su protección y salvaguarda. Asimismo, todos tenemos derecho a gozar y disfrutar de nuestro patrimonio mundial, un patrimonio que conocemos cada vez mejor, aún en la distancia, gracias a las nuevas tecnologías y los medios de comunicación. Esta inquietud por conocer, a la vez que los cambios ya señalados en el turismo, es lo que ha originado el turismo patrimonial.

En el caso del patrimonio cultural inmaterial, el turismo patrimonial no solo pretende conocer sino, también, percibir (olores, sabores, sonidos, texturas, etc.), experimentar (conviviendo con los nativos del lugar y, a ser posible, compartiendo –solo en parte- sus modos de vida), y sentir (emociones, sensaciones, impresiones, etc.). Así pues, el turismo patrimonial relacionado con visita de sitios, monumentos, museos y obras de arte, zonas arqueológicas y espacios naturales, es perfectamente compatible con el turismo patrimonial inmaterial; más aún, se complementan proporcionando una “experiencia turística total”, en la que el patrimonio inmaterial añade un valor de autenticidad y particularidad al destino turístico. Durante el desarrollo de nuestra investigación hemos comprobado abundantes coincidencias entre sitios y lugares con monumentos declarados Patrimonio Mundial de la UNESCO en los que, asimismo,

se han significado bienes inmateriales como Patrimonio de la Humanidad. Desde nuestro punto de vista, esta circunstancia está expresando por una parte, una revalorización de los lugares identificados como Patrimonio Mundial a partir de la activación de los bienes culturales inmateriales, pero también, por otro lado, el hecho de situar el Patrimonio Inmaterial UNESCO en sitios accesibles para los turistas, es decir, reconocidos internacionalmente dentro de un circuito turístico global⁹.

No obstante, el papel de las organizaciones internacionales relacionadas con el turismo patrimonial no es ajeno a críticas. Tomamos como puntos de referencia la Organización Mundial del Turismo (a lo que turismo respecta) y la UNESCO (a lo que patrimonio mundial y patrimonio cultural inmaterial se refiere), sin olvidar el papel desempeñado por ICOMOS (International Council of Sites and Monuments) para la definición del turismo cultural a través de las Cartas Internacionales en 1976 y 1999¹⁰.

Muchos de los escritos y recomendaciones generadas por estos organismos, si bien pueden ser un marco de referencia, en la mayoría de las ocasiones se quedan solo en “palabras escritas”, de manera que, escasamente, se llevan a la práctica. En ocasiones no es tanto por falta de voluntad de las instituciones estatales e intraestatales responsables del patrimonio y del turismo, sino por falta de recursos y medios. Por otro lado, las perspectivas teóricas y prácticas de estos organismos no dejan de ser eurocéntricas, lo que produce dificultades de aplicación y de actuación en ciertos países, precisamente los más desfavorecidos económicamente y con mayores problemáticas sociales y políticas.

Todo esto complejiza con la mercantilización del patrimonio cultural inmaterial con fines turísticos.

4.2. El Patrimonio Cultural Inmaterial como recurso /producto turístico:

Frente a la tendencia que la globalización genera en torno a la homogeneización cultural, el patrimonio cultural y el turismo patrimonial se han instituido como categorías claramente interdependientes.

Algunos de los efectos positivos del turismo sobre el patrimonio cultural ya han sido señalados por otros autores, por ejemplo, Toselli (2006:179) indica detalladamente una enumeración de muchos de estos efectos. El turismo actúa amentando en las comunidades

⁹ Esta última observación puede extraerse de las conclusiones que realiza J. Ryan (2015) en su estudio sobre las designaciones de Patrimonio Inmaterial de la UNESCO. Los países con mayoría de designaciones de Patrimonio Cultural Inmaterial son asimismo países que reciben una gran cantidad de visitantes extranjeros, por lo que las declaraciones de PCI pudieran estar estrechamente vinculadas al tamaño e importancia del sector turístico de un país.

¹⁰ En la evolución de la definición “turismo cultural” llama la atención la distinta conceptualización del patrimonio. Si en la Carta del Turismo Cultural de 1976 viene definido por la monumentalidad (monumentos y sitios histórico-artísticos), en la Carta de 1999 titulada “La Gestión del Turismo en los sitios con Patrimonio Significativo” se pone de relieve la amplitud del patrimonio cultural: “el concepto de Patrimonio es amplio e incluye sus entornos tanto naturales como culturales. Abarca los paisajes, los sitios históricos, los emplazamientos y entornos construidos, así como la biodiversidad, los grupos de objetos diversos, las tradiciones pasadas y presentes, y los conocimientos y experiencias vitales”.

locales la concienciación del valor que posee su propio patrimonio, visto el interés que éste despierta en otras personas, los turistas. En los colectivos se refuerza la identidad cultural y la pretensión de conocer su propia cultura, su historia y su patrimonio material e inmaterial; al tiempo que se extiende la preocupación por su conservación y salvaguarda, la defensa del patrimonio en peligro de desaparición, su revitalización o recuperación, de manera que muchos bienes patrimoniales que se podrían haber destruido u olvidado se mantienen por efecto del turismo. En definitiva, el turismo ha incentivado que el patrimonio cultural se ponga en valor, es decir, que se active por los beneficios sociales e identitarios que provoca sin dejar de tener en cuenta la posibilidad de producir riqueza económica. Además de generar recursos para el mantenimiento, la protección y la recuperación del patrimonio, el turismo puede promover “la comprensión y entendimiento entre los pueblos, a partir de un conocimiento más profundo de la comunidad anfitriona por parte de los visitantes, y viceversa” (Toselli, 2006: 179).

Esta interacción, turismo-patrimonio cultural, como han señalado algunos investigadores (Prats y Santana, 2005; Santana Talavera, 2003; Toselli, 2006) se produce en un contexto de globalización en el que, por una parte, en las culturas receptoras se ha generado una necesidad de redescubrir y fortalecer la identidad cultural, al mismo tiempo que al turismo cultural se le ha asignado un papel estimulador para revalorizar y recuperar los elementos culturales que caracterizan e identifican a cada comunidad.

Por otra parte, la masificación turística y una inadecuada gestión puede producir efectos negativos como la banalización del patrimonio, obviando sus significados simbólicos e identitarios, ofreciendo una imagen distorsionada o sobredimensionada de éste para aumentar su atractivo hacia el turismo cuando no, sencillamente, se recrea e inventa. Es cada vez más frecuente encontrar significativas transformaciones de los lugares que se han convertido grandes destinos turísticos, de modo que se produce una escenificación del patrimonio cultural y, más aún, del patrimonio inmaterial.

Otra de las principales problemáticas que hemos observado es la comercialización del patrimonio cultural, tanto material como inmaterial (Jiménez de Madariaga, 2002) cuando éste se modifica y pasa de ser un recurso económico (con beneficios para las economías locales) y ser un producto de mercado (en el que entran, por ejemplo, los grandes tour operadores). En este proceso, constatamos el peligro de modificar la naturaleza del patrimonio cultural inmaterial mediante acciones inadecuadas de difusión y promoción. Las manifestaciones inmateriales poseen valores significativos que en la comercialización o mercantilización se transforman. De percibirse como bienes “vivididos y sentidos”, por parte de la comunidad local, pasan a comportarse como bienes de consumo para una parte de la sociedad. Esta transformación otorga al patrimonio inmaterial significados que poco tienen que ver con los originarios, por ejemplo, la reproducción en serie de las artesanías con técnicas y materiales distintos a los originales, o las fiestas y rituales locales puestas en escena para los turistas.

Cada vez más se apuesta por crear marcas patrimoniales, intentando singularizar la oferta

patrimonial hacia el turismo. Esto se aprecia especialmente en ciudades Patrimonio de la Humanidad y en las grandes manifestaciones del patrimonio inmaterial. Ante la estandarización, se apuesta por la singularización (mostrar la “marca UNESCO” cuando se trata de un patrimonio reconocido, o crear una *city branding*), y por estrategias cosméticas (peatonalizar calles, teatralizar rituales, rediseñar mobiliario urbano, modernizar las señaléticas, etc.). De esta manera, entre los gestores locales y las empresas turísticas se recrea una imagen a veces excesivamente idealizada del destino (Monreal González, 2002). En estas ocasiones, se puede originar cierta frustración en los turistas cuando esa idea estereotipada que le han transmitido e interiorizado no corresponde con la realidad.

4.3. La influencia del turismo en el Patrimonio Cultural Inmaterial

Tanto la OMT como la UNESCO se han preocupado por la interrelación entre turismo y patrimonio cultural inmaterial aportando orientaciones sobre lo que debe ser el desarrollo de proyectos turísticos basados en el patrimonio cultural inmaterial, los principales retos a alcanzar y las estrategias adecuadas de gestión¹¹. Una de las cuestiones de interés que se señala es “integrar el patrimonio cultural inmaterial en la planificación y el desarrollo del turismo”, algo que en la práctica no se realiza sino, más bien, ocurre por lo general lo contrario: existe una frecuente falta de planificación en la puesta en valor del patrimonio con vistas a su uso turístico. Se considera fundamental definir los productos turísticos ya que esta definición ayuda a determinar a qué tipo de turistas y mercados dirigirse.

Paradójicamente, estos mismos organismos, confiando en la capacitación y habilidades empresariales, abogan por la creación de marcas en tanto que pueden ayudar a las comunidades a comunicar las especificidades de su patrimonio hacia el turismo.

En este estudio de la OMT, la cuestión de la sostenibilidad recae en los agentes implicados en el patrimonio cultural inmaterial (a quienes hay que identificar previamente y de los que hay que tener en cuenta sus opiniones) y crear mecanismos de participación. Esto se propone con la intención –ilusa- de “mitigar la tensión entre el desarrollo del turismo y el control sobre la identidad cultural”. Sin embargo, esa tensión suele manifestarse con frecuencia, y son escasos los ejemplos que hemos podido detectar, en nuestra investigación, de una acción participativa ciudadana real en la toma de decisiones y de gestión del patrimonio cultural inmaterial.

El asociacionismo parece ser el mecanismo más viable para una comunicación directa entre las comunidades y los agentes del turismo y del patrimonio. La acción de los movimientos sociales, agrupaciones y asociaciones, se generan y generan una concienciación sobre el patrimonio cultural que es el motor de actuaciones individuales y colectivas que benefician indirectamente al turismo: la difusión del conocimiento de ese patrimonio, tareas de limpieza y restauración, formalización de denuncias, manifestaciones públicas, etc. Los ciudadanos dedican su tiempo, esfuerzo y trabajo al patrimonio cultural de manera voluntaria, desinteresada y altruista, lo cual no deja de ser un sustitutivo de las funciones que deberían cumplir las administraciones públicas. El “voluntariado patrimonial” esconde tras de sí la

¹¹ Nos basamos en el estudio de la Organización Mundial del Turismo *Tourism and Intangible Cultural Heritage* (2012).

paradoja del desvío de tareas desde unos sistemas públicos carentes de presupuesto, personal especializado y normativas. Asimismo, extender la conciencia de responsabilidad sobre los bienes culturales a la ciudadanía, la idea de que el ciudadano es también responsable de la protección de su patrimonio cultural y no solo las administraciones públicas, descarga a estas últimas y compromete a la ciudadanía (Jiménez de Madariaga, 2017).

En tanto que, como sabemos, las culturas están en continuo proceso de cambio, estos organismos parecen estar especialmente preocupados por fijar los límites de esos cambios para que sean “aceptables”. Se propone que los límites de aceptabilidad sean consensuados a modo de “diálogo constante entre las comunidades y los agentes del patrimonio y del turismo”, de modo que así se pueda “mitigar la tensión entre el desarrollo del turismo y el control sobre la identidad cultural”. Aunque la práctica dialógica y el enfoque proactivo debieran ser objetivos prioritarios en la gestión del patrimonio cultural inmaterial, el hecho es que –tal y como hemos observado en nuestra investigación–, este diálogo es difícil de mantener por la confrontación de intereses entre los agentes de la administración, protagonistas locales y sectores turísticos y empresariales implicados.

No obstante, se resaltan los peligros que conlleva la comercialización de la cultura viva: la simplificación del patrimonio con fines de transmisión al turismo y la mercantilización excesiva. Se aboga por un equilibrio entre la optimización de los productos turísticos del patrimonio cultural inmaterial para hacerlos viables comercialmente y fomentar el desarrollo de un turismo capaz de salvaguardar los valores culturales de las localidades de destino.

5. CONCLUSIONES

En los tiempos de globalización que corren parece claro que gran parte de la vitalidad del turismo procede del patrimonio cultural. El sistema turístico internacional ha sabido aprovechar, desde finales del siglo XX, la tendencia social por la que se demandaban nuevas experiencias y autenticidades en la práctica turística. De este modo, el turismo cultural y específicamente el turismo patrimonial, se ha consolidado como uno de los principales atractivos en los territorios y las comunidades. Esta dinámica positiva entre el turismo y el patrimonio, material e inmaterial, se ha visto favorecida por diferentes procesos de institucionalización orquestados en las organizaciones internacionales (UNESCO, Organización Mundial del Turismo), que han puesto las bases reguladoras para la interacción entre ambas categorías (turismo-patrimonio cultural).

Podría afirmarse también que las fortalezas, oportunidades y amenazas que operan en el patrimonio cultural, material e inmaterial, provienen de las influencias del turismo. A niveles locales, el turismo está fomentando un desarrollo económico deseablemente sostenible. El turismo patrimonial abre nuevas oportunidades a localidades que hasta hace poco tiempo no eran prioritarias como destino turístico. Además, este hecho supone una ruptura en los ciclos estacionales del turismo. Como señala Ballart y Tresserras (2001: 202): “El turismo cultural

permite desviar visitantes a zonas menos saturadas y se puede practicar en cualquier época del año, rompiendo la estacionalidad”.

Como hemos visto, la influencia de las organizaciones internacionales ha sido decisiva en la institucionalización y gestión del turismo patrimonial, recomendando medidas de protección y buenas prácticas. Sin embargo, no siempre esas recomendaciones han sido aplicadas por los estados y otras administraciones más locales. Por un lado, el patrimonio cultural inmaterial, oscila entre ser activado como recurso turístico o bien como producto turístico. El patrimonio como recurso incentiva el desarrollo económico local y tiende a ser sostenible, mientras que el patrimonio como producto es mercantilizado carente de valor simbólico identitario, y con fines fundamentalmente de rentabilidad económica. Por otro lado, el patrimonio cultural inmaterial está afectado por el turismo, en tanto que las manifestaciones culturales se alteran para constituir un atractivo turístico. Tanto la OMT como la UNESCO y otros organismos internacionales se han preocupado por mitigar estas posibles alteraciones y hacer compatible los intereses y sensibilidades de todos los protagonistas, sectores y agentes implicados. Para ello se hace imprescindible una adecuada coordinación entre las autoridades culturales y turísticas, el diálogo y las decisiones consensuadas con el empresariado turístico y los protagonistas locales.

6. BIBLIOGRAFÍA

- Adie, B. A., & Hall, C. M. (2017). Who visits World Heritage? A comparative analysis of three cultural sites. *Journal of Heritage Tourism*, 12 (1), 67–80. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2016.1151429>
- Ballart Hernández, J., & Juan i Tresserras, J. (2001). *Gestión del patrimonio cultural*. Editorial Ariel.
- Bille, M. (2012). Assembling heritage: investigating the UNESCO proclamation of Bedouin intangible heritage in Jordan. *International Journal of Heritage Studies*, 18(2), 107–123. <https://doi.org/10.1080/13527258.2011.599853>
- Bortolotto, C. (2011). *Le patrimoine culturel immatériel: Enjeux d'une nouvelle catégorie*. Paris: Maison des Sciences de l'Homme.
- Carmona Zubiri, D., Travé Molero, R., Nogués Pedregal, A. M., & Culturdes, G. (2015). Los Misterios del patrimonio y el turismo en Elche. Lo global (UNESCO) en lo local (identidad). *Revista Andaluza de Antropología*, (8), 113–140.
- Carrera Díaz, G. (2005). La evolución del patrimonio (inter) cultural: políticas culturales para la diversidad. In G. Carrera Díaz & G. Dietz (Eds.), *Patrimonio inmaterial y gestión de la diversidad* (pp. 15–29). Sevilla: Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico.
- Castilla Espino, D., & Jiménez de Madariaga, C. (2017). Modelado del patrimonio cultural inmaterial de la Unesco mediante mapas cognitivos difusos. In I. Mendes, R. M. Borges,

International Journal of Scientific Management and Tourism (2018) 4-2: 349-366, Jiménez, C & Seño, F.: “Patrimonio cultural inmaterial de la humanidad y turismo”

- M. Coelho, & Z. Mendes (Eds.), *Annals of Applied Economics* (pp. 226–239). Lisboa: SOCIUS. Centro de Investigaçao em Sociologia Económica e das Organizaçoes.
- Colmenarejo Fernández, R. (2015). *Fundamentos para una gestión turística sostenible de la fiesta de los patios en Córdoba*. Universidad de Córdoba.
- García del Hoyo, J. J., & Jiménez de Madariaga, C. (2017). Revisión de propuestas y aplicabilidad de las metodologías de valoración al patrimonio inmaterial de la Unesco. In I. Mendes, M. R. Borges, M. Coelho, & Z. Mendes (Eds.), *Annals of Applied Economics* (pp. 240–254). Lisboa: SOCIUS. Centro de Investigaçao em Sociologia Económica e das Organizaçoes.
- García García, L., Muñoz Fernández, G. A., & López-Guzmán, T. (2015). El flamenco como producto del turístico cultural. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 2, 239–261.
- Gómez Schettini, M., Almirón, A., & González Bracco, M. (2011). La cultura como recurso turístico de las ciudades. El caso de la patrimonialización del tango en Buenos Aires, Argentina. *Estudios Y Perspectivas En Turismo*, 20, 1027–1046.
- González Cambeiro, S., & Querol, M. Á. (2014). *El patrimonio inmaterial*. Libros de la Catarata y Universidad Complutense de Madrid, Eds. Madrid.
- Jiménez de Madariaga, C. (2002). La comercialización del patrimonio cultural. In *VI Jornadas Andaluzas de la Difusión del Patrimonio Histórico* (pp. 93–106). Sevilla: Junta de Andalucía. Consejería de Cultura.
- Jiménez de Madariaga, C. (2017). De las prácticas participativas locales a la Unesco: la cal artesanal en Morón de la Frontera. In *XIV Congreso de Antropología. Antropologías en transformación: sentidos, compromisos y utopías* (pp. 51–58). Valencia: Universidad de Valencia.
- Kurin, R. (2004). La salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial en la Convención de la UNESCO de 2003: una valoración crítica. *Museum International*, (221–222), 68–81.
- López-Guzmán, T., Prada-Trigo, J., Pérez-Gálvez, J. C., & Pesantez, S. (2017). El Patrimonio Inmaterial de la Humanidad como herramienta de promoción de un destino turístico. *Estudios Y Perspectivas En Turismo*, 26, 568–584.
- López-Guzmán, T., & Santa-Cruz, F. G. (2017). Visitors’ experiences with Intangible Cultural Heritage: a case study from Córdoba, Spain. *Journal of Heritage Tourism*, 12(4), 410–415. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2016.1195834>
- Monreal González, P. (2002). El turismo como industria cultural. Hacia una nueva estrategia de desarrollo turístico en América Latina y el Caribe. In *Foro de Ministros de Cultura y Encargados de Políticas Culturales de América Latina y el Caribe*. Cuenca, Ecuador: Oficina Regional de Cultura para América Latina y el Caribe de la UNESCO.

- Recuero Virto, N., Blasco López, F., & García de Madariaga Miranda, J. (2016). *Marketing del turismo cultural* (1ª ed.). Madrid: ESIC Editorial.
- Rodríguez-López, M. (2017). La Fiesta de los Patios de Córdoba: promoción online de una tradición patrimonio cultural inmaterial de la Humanidad. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 3, 191–218.
- Ruiz Lanuza, A. (2015). Diferenciación de la Marca Unesco en el desarrollo de la oferta turística. El caso de tres destinos culturales andaluces. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 3, 179–190.
- Ryan, J. (2015). Intangible Cultural Heritage: The New Frontier of Destination Branding. In *Ideas in Marketing: Finding the New and Polishing the Old* (pp. 388–390). Cham: Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-10951-0_147
- Ryan, J., & Silvanto, S. (2009). The World Heritage List: The making and management of a brand. *Place Branding and Public Diplomacy*, 5(4), 290–300. <https://doi.org/10.1057/pb.2009.21>
- Ryan, J., & Silvanto, S. (2010). World heritage sites: The purposes and politics of destination branding. *Journal of Travel and Tourism Marketing*. <https://doi.org/10.1080/10548408.2010.499064>
- Santamarina Campos, B. (2013). Los mapas geopolíticos de la Unesco: entre la distinción y la diferencia están las asimetrías. El éxito (exótico) del patrimonio inmaterial. *Revista de Antropología Social*, 22(0), 263–286. https://doi.org/10.5209/rev_RASO.2013.v22.43191
- Santana Talavera, A. (2003). Turismo cultural, culturas turísticas. *Horizontes Antropológicos*, 9(20), 31–57. <https://doi.org/10.1590/S0104-71832003000200003>
- Serra-Majem, L., & Medina, F. X. (2015). The Mediterranean Diet as an Intangible and Sustainable Food Culture A2 - Preedy, Victor R. In R. R. B. T.-T. M. D. Watson (Ed.) (pp. 37–46). San Diego: Academic Press. <https://doi.org/http://doi.org/10.1016/B978-0-12-407849-9.00004-X>
- UNESCO. (2016). *Textos fundamentales de la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial de 2003* (2016th ed.). Sección del Patrimonio Cultural Inmaterial. División de Creatividad. Sector de Cultura. UNESCO.
- UNESCO. (2008). *Safeguarding Intangible Heritage and Sustainable Cultural Tourism: Opportunities and Challenges*. Bangkok: UNESCO and EIIHCAP.
- UNWTO. (2012). *Tourism and Intangible Cultural Heritage*. Madrid, Spain: World Tourism Organization. <https://doi.org/10.18111/9789284414796>
- Yúdice, G. (2002). *El recurso de la cultura* (1ª Edición). Barcelona: Editorial Gedisa S. A.