

POSIBILIDADES DE POTENCIAR EL TURISMO Y EL DESARROLLO DE COSTA DE MARFIL A PARTIR DE SU PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL

Kouassi Joseph Konan

Universidad de Abidjan

konanpheios@yahoo.fr

José Manuel Maroto Blanco

Universidad de Granada

marotingo@gmail.com

Resumen: En el siguiente trabajo presentamos una serie de activos ligados al patrimonio cultural inmaterial de Costa de Marfil con el propósito de que sean potenciados a fin de alcanzar cotas más altas de bienestar entre la población autóctona y preservar las costumbres de los pueblos costamarfileños. El aprovechamiento de la rica diversidad cultural del país africano puede ser una razón más para visitarlo, teniendo siempre en cuenta el respeto que hay que mostrar a las manifestaciones culturales con el fin de que se preserven en el tiempo. Es por ello que nuestro trabajo no puede entenderse si no es desde el respeto a las costumbres ancestrales y los efectos positivos que debieran generar, no solo para los turistas, sino también para los pueblos de Costa de Marfil.

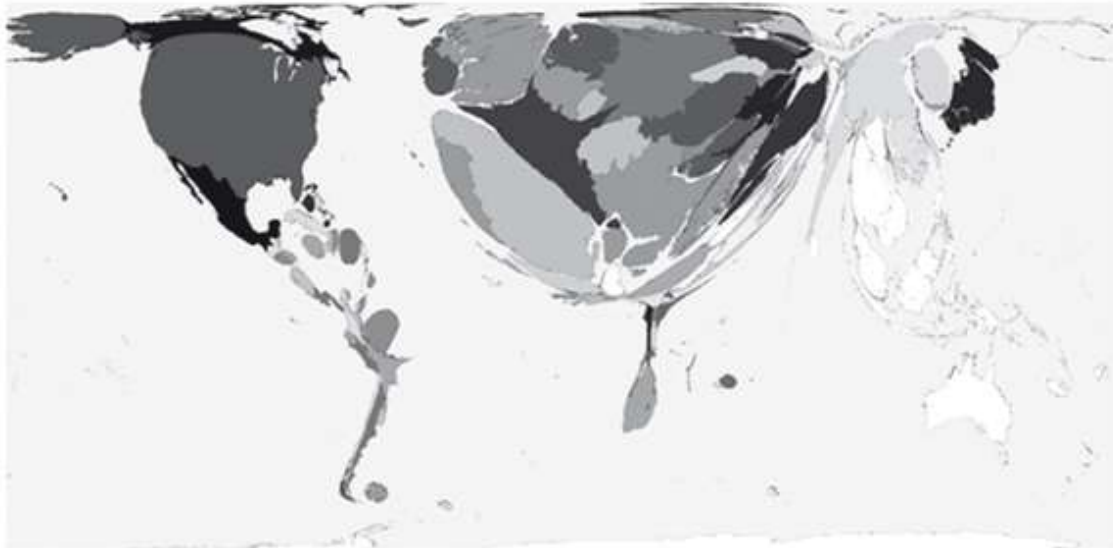
1. Turismo Cultural: las posibilidades que ofrece el patrimonio cultural inmaterial.

La historia reciente del turismo a nivel global sigue, desgraciadamente, una serie de patrones que potencian la desigualdad en el mundo. Como asegura Rivera (2012: 17) “la idiosincrasia del turismo encaja perfectamente en el proceso de globalización e internacionalización de la economía” donde “lejos de reproducirse un patrón de distribución homogénea sobre el territorio, éste sigue siendo muy desigual en función de las preferencias de la demanda y la influencia de los grandes operadores turísticos [...] dan(do) lugar a espacios o áreas turísticas concretas”.

Además, como asegura Salazar (2006, 118) en el turismo no se lleva a cabo un intercambio simplista en donde todas las partes ganan por igual, sino que se reproducen desigualdades, también en el ámbito cultural, puesto que “no siempre se da sobre la base del consentimiento y a menudo escapa a cualquier noción de entendimiento cultural propio (citado de Craik, 1994). Estas desigualdades se plasman de manera muy clara a nivel global, ocupando África un lugar subordinado también cuando nos referimos a una actividad económica concreta como el turismo.

En este continente, por ejemplo, la inestabilidad a nivel político y social, la escasez de infraestructuras de transporte o la oferta turística limitada está provocando que los impactos positivos del turismo sean reducidos e incluso se generen desigualdades a nivel interterritorial. Manuel Rivera (2010: 21) señala, además, la paradoja de que el proceso de democratización o el mayor acceso a la oferta turista no haya contribuido en muchas ocasiones a disminuir la pobreza y, en otras zonas en donde el desarrollo económico ha aumentado de forma notable, éste lo haya hecho a costa de hipotecar el futuro de las próximas generaciones, ya que se ha dañado el medioambiente con todo lo que ello conlleva.

Mapa 1. Mapa distorsionado de distribución de ingresos del turismo internacional por países en 2010.



Fuente: Worldmapper, 2010. Extraído de Rivera (2012: 24).

El mapa 1 muestra de manera clara la desigual distribución de los ingresos que genera el turismo, en donde África apenas aparece con representación y en donde se observa una diferencia clara entre los países empobrecidos y los países del denominado Norte global, que acumulan las mayores ganancias. Pese a ello, las estrategias que muchas veces se llevan a cabo para mejorar el número de ingresos a raíz del turismo suele ir relacionado con estrategias de rapiña y de beneficio rápido propias de las lógicas capitalistas. Como señala Rivera (2012: 34), el problema en África es, por otro lado, que el turismo generalmente no se señala como una amenaza debido a sus impactos negativos, puesto que los estragos de la acción antrópica son percibidos con más violencia en otros sectores económicos como la industria.

Es en este contexto en el que un turismo responsable puede ser realmente beneficioso tanto para los turistas como para los territorios en donde se practica esta actividad. En África, las oportunidades para potenciar el turismo bajo la condición indispensable del sostenimiento y la redistribución equitativa de la pobreza son inmensas. Un ejemplo de ello lo tenemos en la inmensa riqueza del continente en cuanto se refiere a su diversidad cultural y, debido al devenir histórico de sus sociedades, una ventaja comparativa con respecto a América del Norte o Europa (los principales beneficiarios del turismo a nivel mundial) lo tenemos en la riqueza de su patrimonio cultural inmaterial.

Según la Organización Mundial del Turismo (2013: 4), entendemos por patrimonio cultural inmaterial:

“Los usos, expresiones, conocimientos y técnicas, así como los objetos y espacios culturales asociados, que las comunidades y los individuos reconocen como parte integrante de su patrimonio cultural. Transmitido de generación en generación, y constantemente recreado, infunde en la humanidad un sentimiento de identidad y continuidad”

Y se manifiesta principalmente en los siguientes ámbitos:

1. Artesanía y artes visuales basadas en técnicas artesanales tradicionales
2. Gastronomía y artes culinarias
3. Prácticas sociales, rituales y festividades
4. Música y artes escénicas

5. Tradiciones y expresiones orales, incluido el lenguaje como vehículo de patrimonio cultural inmaterial
6. Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo” (Organización Mundial del Turismo, 2013: 3).

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura nos señala, además, que:

“El patrimonio cultural no sólo comprende los monumentos y las colecciones de objetos. Abarca también tradiciones o expresiones vivas heredadas de nuestros antepasados y transmitidas a nuestros descendientes, como tradiciones orales, artes del espectáculo, usos sociales, rituales, actos festivos, conocimientos y prácticas relativos a la naturaleza y el universo, o saberes y técnicas tradicionales de fabricación de objetos artesanales. Aunque esos elementos no son materiales –en el sentido de que no son tangibles– constituyen una parte muy importante de nuestro patrimonio cultural. Son el patrimonio cultural inmaterial, una forma viva del patrimonio que se recrea continuamente y evoluciona a medida que adaptamos nuestros usos y tradiciones al mundo que nos rodea. Nos infunde, con respecto a nuestras culturas, un sentimiento de identidad y pertenencia. A medida que el mundo cambia, la modernización y la mecanización se incorporan a este proceso vivo y, en muchos casos, pueden incluso propiciar y fomentar la creatividad. No obstante, son los pueblos quienes siguen desempeñando un papel esencial en la creación y perpetuación del patrimonio cultural inmaterial” (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, s.f.: 2).

Por otro lado, también es imprescindible tener en cuenta que su importancia no reside en la manifestación cultural de forma aislada, sino dentro de un contexto en donde estos conocimientos y técnicas se transmiten de generación en generación. Además, el valor social y económico de esta “transmisión de conocimientos es pertinente para los grupos sociales tanto minoritarios como mayoritarios de un Estado, y reviste la misma importancia para los países en desarrollo que para los países desarrollados” (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, 2011: 4). Potenciar el Turismo Cultural que se apoye en el patrimonio cultural inmaterial de los lugares de destino puede ser, sin lugar a dudas, una oportunidad para incrementar los ingresos de los países del Sur.

Sin embargo, el concepto de Turismo Cultural se presenta complejo, ya que plantear otros turismos como el de “sol y playa” no imposibilita consumir cultura. Sin embargo, negar la existencia de este tipo de turismo sería un despropósito cuando muchos de los viajes que se hacen a capitales europeas están íntimamente ligados a conocer la cultura del lugar. La visión eurocéntrica, además, ha provocado que el turismo que se realiza en África o Latinoamérica sea catalogado como “turismo de aventura”, lo que implica una infravaloración de las culturas no europeas (Moragues, 2006: 69-70).

Lo que parece claro es que el Turismo Cultural se vertebra en torno a la idea del consumo de cultura en todas sus vertientes (desde las creaciones artísticas hasta la gastronomía, pasando, por ejemplo, por las tradiciones, el arte o el lenguaje) mientras por otro lado, se presenta como una motivación más para fomentar la conservación del patrimonio (Morère y Perelló, 2013: 12). Este tipo de turismo, además, crece cada año, ya que la media de edad es cada vez más elevada y son precisamente las personas más mayores las que se sienten atraídas por este turismo antes que los jóvenes. Por otro lado, la hospitalidad se configura como un bien para atraer turismo y hacer del turismo un turismo de calidad (Munsters y Freund, 2005: 27-33) lo que implica una deconstrucción de las ideas dominantes y hegemónicas que presentan las realidades extraeuropeas con atributos negativos. Haciendo hincapié en este último punto,

debemos señalar que los beneficios de este turismo, que se apoya en el patrimonio cultural inmaterial, ofrecen innumerables beneficios para los turistas, aunque sean beneficios psicológicos, experiencias vividas y muy difícilmente cuantificables (Christou, 2005: 11).

Sin embargo, también es cierto que, como asegura Moragues (2006: 73):

“el Patrimonio natural y cultural, la diversidad y las culturas vivas constituyen los máximos atractivos del Turismo. El Turismo excesivo o mal gestionado con cortedad de miras, así como el turismo considerado como simple crecimiento, pueden poner en peligro la naturaleza física del Patrimonio natural y cultural su integridad y sus características identificativas”. El entorno ecológico, la cultura y los estilos de vida de las comunidades anfitrionas, se pueden degradar al mismo tiempo que la propia experiencia del visitante. El turismo debería aportar beneficios a la comunidad anfitriona y proporcionar importantes medios y motivaciones para cuidar y mantener su Patrimonio y sus tradiciones vivas.” (Moragues, 2006: 73).

Es por ello que entre las estrategias de transformación de activos del patrimonio cultural inmaterial en productos de turismo cultural, la Organización Mundial del Turismo (2013: 31-40) considera pueden ser útiles la creación de instalaciones para exhibir el patrimonio cultural, la “turistificación” de activos que no estén explotados; la combinación de productos y servicios afines en los denominados paquetes turísticos; concentrar activos de este patrimonio mediante la creación de espacios destinados a ello que eviten la mercantilización excesiva o que estandaricen estos activos, lo que atentaría contra su propia integridad; la creación o revitalización de itinerarios, circuitos y redes que sean capaces de combinarlos creando mayor interés de forma conjunta que por separado y de festivales y eventos. Todo ello, implementando medidas de seguimiento de los resultados de estas experiencias. Es imprescindible que sean sostenibles en todos los aspectos.

También hay que tener en cuenta a las asociaciones locales que han trabajado previamente por la preservación de la cultura, los aportes que nos puedan ofrecer las perspectivas académicas, la del sector turístico y, sin lugar a dudas y más importante, la de las propias comunidades locales. Tener en cuenta las buenas prácticas de otros Estados será clave para poder configurar una relación simbiótica entre turismo y patrimonio cultural inmaterial (Organización Mundial del Turismo, 2013: 14-17).

Así mismo, las comunidades locales deben ser protagonistas en la identificación y definición del patrimonio cultural inmaterial (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura: 2011, 11). No hay que pasar por alto que no solo debemos tener en cuenta el impacto del turismo en las poblaciones autóctonas, sino también en cómo afectan a las culturas tradicionales los procesos ligados al turismo y la posible redefinición de sus propias identidades, que pueden tener efectos negativos. (Salazar, 2006: 117).

De hecho, hay que tener en cuenta que los riesgos del turismo no son percibidos de la misma manera en los países ricos y en los empobrecidos. Los países del Sur hacen más hincapié en la buena redistribución de estas prácticas o el respeto al medio ambiente y se aspira a que no se simplifiquen “las culturas para que puedan ser transmitidas a los turistas así como que el propio turismo acabe condicionando el modo de vida de estas culturas vivas. Las ventajas son múltiples. Por un lado, puede hacer partícipes a los más jóvenes garantizando su continuidad en el futuro y, por otro, puede favorecer los medios de sustento de las comunidades rurales” (Organización Mundial del Turismo, 2013: 13).

Por estas razones, creemos que entre las posibles relaciones entre el turismo y los activos del patrimonio cultural inmaterial debemos apostar por una cooperación plena, que se caracteriza

por una colaboración entre el turismo y la cultura, una relación de constante diálogo constructivo y en donde los intereses de ambos estén equilibrados (McKercher y du Cros, 2002). En este estudio incluimos aquellos elementos que van desde las prácticas sociales, rituales y festividades a la música y artes del espectáculo. La primera categoría, la más vasta de todas, haría referencia a aquello que va de lo “sagrado a lo profano y de lo cotidiano a lo extraordinario” y la segunda entrarían, por ejemplo, manifestaciones como la música, la danza y el teatro. Siempre, partiendo desde una óptica del respeto al legado que nos han dejado, como bien señala la etimología de la palabra “patrimonio”, nuestros padres.

2. Manifestaciones culturales: oportunidades para fomentar un turismo responsable en Costa de Marfil.

Costa de Marfil se compone de un total de cinco grandes grupos étnicos (Akan, Mandé del Norte, Mandé del Sur, Krou y Gour) que agrupan la nada desdeñable cifra de 63 etnias. Esta diversidad étnica se traduce en una rica variedad de manifestaciones culturales. Pese a que en este trabajo nos centraremos en la zona litoral oriental ocupada por la etnia Akan (en concreto las sociedades Attié, Avikam, Agni, Ebrié, Alladjan, Abouré, Essouman, Ehotilé y Nzima), la diversidad dentro de este grupo étnico es enorme si bien existen rasgos comunes y valores compartidos como la fraternidad, la solidaridad, el respeto o la cohesión social.

La Tabla 1 nos muestra los acontecimientos culturales que tienen lugar en la zona litoral distinguiendo aquellas celebraciones que por su carácter tradicional recomendamos no cambiar sus fechas, ya que alterarían el sentido de cohesión grupal e infravalorarían el patrimonio cultural inmaterial, y aquellas celebraciones que se han creado en fechas más recientes, susceptibles de cambios para que puedan ser también activos turísticos consumidos por un mayor número de turistas extranjeros.

Tabla 1¹: Calendario de las principales manifestaciones culturales programadas en el litoral

Denominación de las manifestaciones culturales	Localidades de celebración	Periodo de celebración
El año nuevo entre los fieles de Papa Nouveau	Toukouzou Hozalème	Enero
Festival de la cosecha	Dabou	Enero
Mondo festival o la feria de los caracoles	Ahoué	Segunda semana de Febrero
Popo carnaval	Bonoua	Marzo
Festival de generación	Moossou	Abril
Dipri	Gomon, Yaobou, Elibou, Badasso y Sahué (Sikensi)	Segunda semana de Abril

¹ *Manifestaciones culturales programadas en la temporada alta del turismo de sol y playa (las vacaciones de verano) en los grandes países emisores de turistas a Costa de Marfil.

Festival de las músicas urbana de Abidjan (FEMUA)	Abidjan	11-13 de Abril
Festival Internacional de las músicas negras de Abidjan (FIMNA)	Abidjan	28 de Marzo- 1 de Abril
*Festival de generación	Moossou (Bassam)	Junio
*Commemoración de los muertos o festival de Lawou	Pueblos de Dabou	Julio
Festival de generación (Low)	Dabou	Agosto
*Festival de los ñames	Sikensi	Agosto
*Festival anual de generación en todos los pueblos Ebrié que rodean la Laguna Ebrié	Pueblos Ebrié de Abidjan y afueras	Agosto
*Climbié Beach	Assinie	Agosto
*Festival de los artes callejeros	Bassam	Agosto
*Papa Nouveau (festival de la liberación)	Toukouzou Hozalème	8 de Julio
Abissa	Bassam	Final de Octubre o principios de Noviembre
Koudan (Festival de trenza de pelo)	Abidjan	Sin determinar
M.A.S.A. (Mercado de las artes y espectáculos de Abidjan)	Abidjan	Sin determinar

Fuente: Elaboración propia a partir de Jean Prisca (2006, 30 nov.), A. Dedi (2010, 30 agosto), Momar (2008, 8 nov), Adédé (2010, 17 abril), Meledj (2010, 19 abril), Louamy (2007, 13 febrero), Université de Paris Descartes (2007).

La primera dificultad, tal y como se muestra en la Tabla 1, residen en la necesidad de hacer coincidir eventos culturales con el periodo de vacaciones (verano principalmente) de los países emisores de turistas al país marfileño. Las fiestas tradicionales como el Dipri² o el año nuevo

² El “Dipri” es el año nuevo entre las poblaciones Abidji. Es una fiesta esencial de unión de los Abidji que consta de cuatro etapas fundamentales: la procesión, el baño en el río sagrado, una competición mística y una ceremonia de libación, sinónimo de presentación de felicitación del año nuevo. El “Dipri” es una ceremonia de purificación, renacimiento, trascendencia y reanudación marcada por una reconciliación con sí mismo y los demás. Es el reflejo de un ciclo que se acaba y otro que empieza. Reconcilia en el mismo tiempo a los vivos con los muertos y los espíritus, contribuye a recrear en la comunidad la unidad y cohesión necesarias para su seguridad y supervivencia.

entre los Abidji, celebrado la segunda semana de abril, la Abissa o el año nuevo entre los N'zima celebrado a finales de octubre o a principios de noviembre, el Popo Carnaval³ (fiesta de las ñame) o año nuevo entre los Abouré, en marzo ven imposible su traslado a la época estival ya que sus celebraciones sustentan todos los valores culturales como la fraternidad y la solidaridad entre las poblaciones del litoral. Cambiar de fecha puede romper el equilibrio social, ya que están enraizadas en costumbres ancestrales, y quitarle toda la esencia mística.

Por ello, los turistas interesados en estas culturas son los que se deben acomodar a las fechas de celebración de estas fiestas. El primer objetivo de estas celebraciones es, para las poblaciones locales, valorizarlas y el turismo es, a grandes rasgos, una preocupación que no entra dentro de sus prioridades. Sin embargo, sí que se podrían publicitar a aquellos turistas que una vez hayan disfrutado de la diversidad cultural de la zona en la campaña estival, quisieran volver al país a disfrutar de estos eventos. Aún así, otro problema reside en la utilización por parte de las autoridades tradicionales del calendario lunar. La implementación del calendario gregoriano sería, a nuestro juicio, un error mayúsculo, y la introducción de estas fiestas como elementos potencialmente consumibles por los turistas (sobre todo en los meses de abril y mayo) debería un paso previo, el de inculcar a las poblaciones y depositarios de las tradiciones de una conciencia turística a fin de no distorsionar la belleza y la esencia de estas prácticas.

Como se muestra en la Tabla 1, el Mondo festival o feria de los caracoles⁴, el festival internacional de Zougrou⁵, el festival de las músicas urbanas de Abidján, el festival internacional de las músicas negras de Abidján, el festival de las artes callejeras de Bassam o el Climbié Beach⁶ de Assinie podemos categorizarlos como acontecimientos culturales modernos, recientes, que no hunden sus raíces en las más tradicionales culturas ancestrales. Se diferencian del primer grupo puesto que no habría ninguna dificultad en cambiar las fechas de celebración y hacerlas coincidir con el periodo de vacaciones de los principales países emisores de turistas a nuestro país.

Son estas las fiestas que podrían adaptarse a la demanda de los turistas y los acontecimientos más susceptibles de complementar nuestra oferta de sol y playa. El estudio anterior realizado sobre el clima reveló que el mes de junio es el más lluvioso en todas las estaciones meteorológicas de la zona oriental del litoral, por lo que, de hacerlas coincidir con el verano, lo más productivo sería insertarlas en el mes de agosto que es, sin duda, el mes más seco de verano en Costa de Marfil. Julio también sería una buena opción, puesto que es menos lluvioso que junio, pero el cambio de fechas, de producirse, debería contar con procesos participativos y decisiones consensuadas. Sería necesario contar con el beneplácito de tres actores fundamentales: los organizadores y las administraciones públicas y las instituciones privadas competentes.

La dimensión mística del “Dipri” permite a los iniciados hacer la demostración de sus poderes sobrenaturales como por ejemplo sacarse públicamente las entrañas con un cuchillo y curar en el acto la herida abierta gracias a la magia de su medicina ancestral.

³ Originalmente es la fiesta anual de los ñames entre los Abouré de Bonoua. En su forma actual el Popo Carnaval (desfile de carrozas, baile con máscaras) es de introducción reciente (1946). Inicialmente, era el culto ancestral del ñame y venía seguido de reuniones familiares, presentación de chicas púberes, celebración del matrimonio, bautismo, etc.

⁴ Feria gastronómica durante la cual en todas las comidas se utiliza sólo los caracoles como proteína. En todas las cocinas de la feria se presenta el caracol bajo todas sus variantes: asado, en salsa, brochetas, etc. Mondo Festival es pues la ocasión de valorización de las capacidades culinarias de las mujeres Attié, pueblo autóctono de Ahoué, lugar de celebración de este festival.

⁵ Baile urbano típicamente marfileño creado por los estudiantes de la facultad en 1992 para denunciar las malas condiciones de vida y trabajo. Hoy este baile, inicialmente estudiantil, se ha extendido a todas las capas sociales para denunciar todos los vicios sociales, la mala gobernanza o la pobreza entre otros.

⁶ Manifestación cultural que ofrece un viaje al corazón del Reino Essouman, pueblo autóctono de Assinie.

Sin embargo, debemos atender de manera especial a festivales, que independientemente de su categoría tradicional o moderna, tienen su periodo de conmemoración coincidente con la temporada alta del turismo de sol y playa. Tenemos, por ejemplo, el caso del festival de artes callejeras de Grand-Bassam, Climbié Beach, el festival de la liberación de Papa Nouveau⁷ y las diferentes fiestas de generación⁸. A esta categoría de manifestaciones culturales, cabe añadir la visita de los numerosos museos que se encuentran en la zona, como de las civilizaciones de Costa de Marfil en Abidjón-Plateau, el del arte contemporáneo de Abidjón-Cocody, el centro artesanal de la ciudad de Abidjón, la casa de las artes y tradiciones del litoral Alladjan en Jacqueville, el de Charles Combes de Bingerville, el de los ejércitos del campo Galliéni Abidjón-Plateau, el municipal de Cocody o el del pueblo artesanal de Bassam entre otros. Éstos se podrían combinar perfectamente con la oferta del sol y playa.

Imagen 1: Una máscara Wê (Oeste de Costa Marfil); Imagen 2: El Waniugo, máscara Senoufo (Norte de Costa de Marfil)



Fuente: Elaboración propia

En el museo de las civilizaciones de Costa de Marfil es, sin duda, el más importante de nuestra zona de estudio. En él se refleja de impecable manera la diversidad cultural del país subsahariano. En él, el turista tiene la posibilidad de conocer los simbolismos culturales de las 63 etnias que constituyen el pueblo costamarfileño. Fundamentalmente animistas, los pueblos aparecen representados principalmente por sus máscaras, tal y como se observa en las imágenes 1, 2 y 3, lo que es una expresión manifiesta de la diversidad de místicas de las sociedades tradicionales. También podemos encontrar recreaciones de lo que un día fueron los hábitats más extendidos a lo largo y ancho de la geografía de Costa de Marfil (véase imagen 4) o los medios de intercambio (véase imagen 5), tipos de indumentaria (véase foto 6). En suma, el museo de las civilizaciones de Costa de Marfil muestra al visitante aspectos relevantes de las culturas marfileñas.

Imagen 3: El Wanbèlè, otra máscara Sénoufo, escudo de la Universidad de Abidjón-Cocody; Imagen 4: Hábitat tradicional entre los pueblos de Costa de Marfil.

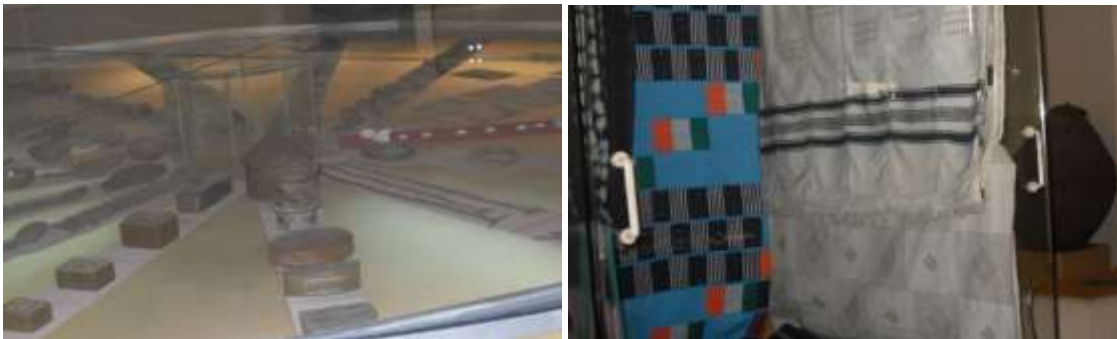
⁷ Padre de 33 hijos, el profeta Papa Nouveau es el fundador de la Iglesia Papa Nouveau. Debido a sus discursos que mostraban argumentaciones disidentes en la época colonial, fue encarcelado desde 1937 hasta 1942 y desde 1947 hasta el 8 de Julio de 1952. Una de sus principales profecías: algún día, blancos y negros comerán a la misma mesa. Cada 8 de Julio se celebra su liberación.

⁸ El festival de generación es la señal de identidad de los “Ebrié, Adjoukrou, Abouré y Attié” cuyo sistema de organización social, política, económica y militar se fundamenta en las clases de edad. La celebración de este festival es la expresión de la madurez (derecho de participar a las reuniones, disponer de tierras propias, contratar un matrimonio, etc.). Es el lugar de socialización de los iniciados. El iniciado aprende a defender a su comunidad y a contribuir al desarrollo de la sociedad, también en el aspecto cultural.



Fuente: Elaboración propia

Imagen 5: Pesos para pesar el oro en la sociedad tradicional Akan; Imagen 6: Indumentarias de los Baoulé (Azul), Sénoufo (blanco-gris y negro) y Gouro.



Fuente: Elaboración propia

Lo mostrado en las imágenes y los actos y celebraciones de las distintas etnias que habitan en Costa de Marfil, pese a invocar valores comunes como la solidaridad, la fraternidad o la conciencia de pertenencia a una misma comunidad, se llevan a cabo de manera diversa por cada una de las distintas sociedades. Éstas muestran la adaptación al medio de las distintas culturas y demuestran la continuidad con un pasado que se nutre de los saberes acumulados a lo largo de las distintas generaciones.

Se hace necesario, en este contexto, inculcar una conciencia turística responsable a la población marfileña, ya que como hemos visto con anterioridad, ni las manifestaciones culturales, ni los festivales tradicionales ni los festivales más modernos tienen fines turísticos. Esta concienciación debe empezar por una sincera implicación de los distintos Ministerios, que tradicionalmente no han sido tan sensibles a estos temas, así como de los demás sectores implicados.

Si bien existen festivales cuyas fechas pueden adaptarse a las temporadas de recepción de turistas, las que tienen un carácter tradicional y místico (cuyas fechas son inamovibles) pueden ser un reclamo importante para el turista occidental, puesto que la magia de las celebraciones escapa de la "racionalidad blanca" y ofrece la oportunidad de vivir una experiencia difícilmente comparable a las que se puedan vivir en los países occidentales. Siempre que sean organizados debidamente festividades como la del Popo carnaval, Abissa (Imagen 7), Dipri (véase Imagen 8), Climbié Beach, Mondo Festival, Koudan, las fiestas de generación, el festival de los artes callejera etc., podrían ser un gran atractivo para que el turista realice un viaje al corazón de la plural sociedad marfileña.

Imagen 7: Fiesta de Abissa. El caolín blanco es signo de purificación; Imagen 8: Demostración del poder místico de un iniciado del Dipri. Se cortará completamente la lengua para más tarde volvérsela a colocar y curar su herida.



Fuente: http://www.rezoivoire.net/cotedivoire/gd_bassam_culture.php y <http://museeenligne.blogspot.com.es/>

3. La legendaria hospitalidad marfileña y las oportunidades que ofrece para fomentar el turismo.

La hospitalidad, palabra que hace alusión a residencia, lugar de acogida, evoca la idea de compartir con las personas de fuera (Gauvin y L'hérault, 2004: 7). Evoca, sin lugar a dudas, cuatro factores que son imprescindibles en la actividad turística: la acogida, la residencia, la idea de compartir y los extranjeros, potenciando la idea de intercambio y potenciando la relación estrecha que debe existir entre las poblaciones autóctonas y los turistas y combatiendo idea xenófobas como la del echar al "intruso" (Bouillaguet y Chaudier, 2004: 153).

El turista, además, precisa de una necesaria buena acogida. La hospitalidad marfileña se presenta, en este momento, como una hospitalidad que no se aleja del corpus teórico de la hospitalidad bíblica o platónica pero que, debido a sus particularidades africanas, puede ser en sí mismo un activo turístico de primer orden. A la vista de los resultados de una encuesta realizada en un trabajo anterior (Konan, 2012), el 98,5% de los encuestados estaban a favor de brindar la máxima hospitalidad posible a los extranjeros, lo que nos reafirma en la idea de potenciar la hospitalidad como un bien para la sociedad en general y para potenciar el turismo en particular.

Así mismo, el himno nacional marfileño, adoptado en 1960, también conocido como *L'Abidjanaise* (La Abiyanesa) refleja la importancia que se le otorga a la hospitalidad por parte de las instituciones y de las poblaciones marfileñas:

1º verso: *Salut ô terre d'espérance* (saludo a la tierra de la esperanza)

2º verso: *Pays de l'hospitalité* (país de la hospitalidad)

14º verso, el último: *La patrie de la vraie fraternité* (La patria de la verdadera fraternidad)

En las culturas marfileñas, el turista es, además, considerado como un mensajero de Dios al que hay que recibir con todo el calor, el entusiasmo, la alegría y toda la fraternidad del mundo, lo que implica poder beneficiarse de favores divinos. Por temor a una sanción de la divinidad, el marfileño ha incorporado la hospitalidad en sus prácticas cotidianas, formando y consolidando lo que a día de hoy es parte de su esencia. Esta actitud acogedora es clave para promover el turismo, ya que los turistas suelen volver a aquellos destinos turísticos donde se sintieron a gusto con la acogida de las poblaciones autóctonas. Si es cierto que el producto turístico en sí mismo atrae, la acogida consolida esta atracción. La hospitalidad legendaria del pueblo marfileño, además, se traduce en hechos, como que la presencia en Costa de Marfil de una fuerte comunidad extranjera era, en 1998 y según el Instituto Nacional de la Estadística (INS), de 3.964.505 extranjeros, es decir, representaban el 25,8% de los 15.366.298 habitantes del país.

Estas tasas de inmigración tan altas continúan con una tendencia iniciada en la época colonial, en la que debido a que Costa de Marfil se configuró como una colonia de explotación, numerosas migraciones (muchas de ellas forzadas o provocadas) llegaron al país antes de la independencia. Además, con la independencia, la tendencia continuó debido a que el presidente Houphouët-Boigny no rompió ni con la economía de la época colonial ni con la utilización de mano de obra extranjera.

Las independencias de los años 1960 potenciaron los movimientos de población y los flujos migratorios desde el exterior a Costa de Marfil, alentados principalmente por el crecimiento económico marfileño en la década de los 70 en contraposición al de otros países vecinos. Por ejemplo, la comunidad nativa de Burkina Faso se acrecentó en 840.000 personas entre 1975 y 1988 (Bouquet, 2003:125).

Cabe señalar que la inmigración a Costa de Marfil no sólo tuvo como objetivo paliar las necesidades de mano de obra en el sector primario. También hubo una importante inmigración de funcionarios para cubrir otro tipo de necesidades como el de la enseñanza. Es por ello que Bouquet (2003:125) señala:

“Il faut également noter que les besoins en main d’œuvre ne se limitèrent pas à ce arm drain, mais qu’il fallut aussi recruter à l’étranger, des cadres, des enseignants et des fonctionnaires. Les fournisseurs furent le Sénégal, l’entité Dahomey-Togo et même la France...”

Derivado de lo anterior, podemos afirmar sin riesgo de equivocarnos que la hospitalidad en Costa de Marfil es una virtud compartida por todas las poblaciones que pueblan los 322.462 km² de territorio nacional. Una explotación idónea de esta virtud puede suponer una enorme ventaja para la implantación de esta actividad socioeconómica: el turismo. La hospitalidad, sin lugar a dudas, podría presentarse como un valor añadido a nuestra oferta de sol y playa.

4. Conclusiones.

Pese a que existe una falta de planificación y un tradicional escaso interés por parte de numerosos actores en Costa de Marfil para potenciar el turismo, y que éste sea de calidad, el país costamarfileño tiene un potencial enorme para atraer turistas extranjeros y aumentar así su volumen de ingresos. Se precisa que se inculque una adecuada conciencia turística que permita el aprovechamiento responsable de los recursos del país.

Algunos de los recursos más ricos del país marfileño son, sin duda, los históricos y culturales. Un turismo responsable, un turismo enriquecedor tanto para el visitante como para la población

local, requiere de un aprovechamiento del patrimonio cultural inmaterial que tengo como objetivo la preservación de las costumbres ancestrales y, a la vez, mejore los niveles de vida de la población.

Además, apoyándonos en otros condicionantes de la zona oriental del litoral marfileño como el clima (la temperatura media ronda los 25°C), pueden aprovecharse tanto las festividades tradicionales, para las cuales no recomendamos cambiar sus fechas de celebración, como las más modernas, cuya fechas pueden adaptarse al calendario vacacional de los principales países emisores de turismo internacional. Otros factores como la sagrada hospitalidad marfileña serán claves, estamos seguros, de consolidar el turismo. Costa de Marfil está lleno de oportunidades y hay que aprovecharlas de manera responsable.

Bibliografía

Bouillaguet, Annick y Chaudier, Stéphane (2004). "L'hospitalité Proustienne entre la lettre et l'esprit". En: Gauvin, Lise y L'hérault, Pierre. *Le Dire de l'Hospitalité*. Clermont-Ferrand: Ed. Presse Universitaire Blaise Pascal.

Bouquet, Christian (2003). Le poids des étrangers en Côte d'Ivoire. *Annales de Géographie*, 112(630). http://www.persee.fr/doc/geo_0003-4010_2003_num_112_630_895

Christou, Evangelos (2005). "Heritage and cultural tourism: a marketing-focused approach". En: Sigala, Marianna y Leslie, David. *International cultural tourism. Management, implications and cases*. Oxford: Elsevier.

Foucher, M (1991). *Fronts et frontières*. Paris: Fayard.

Gauvin, Lise, L'hérault, Pierre (2004). *Le Dire de l'Hospitalité*. Clermont-Ferrand: Ed. Presse Universitaire Blaise Pascal.

Institut National de la Statistique (1998). *Récensement Général de la Population et de l'Habitat*. <http://www.ins.ci/n/nada/index.php/catalog/51>

Konan, Kouassi Joseph (2012). *Estudio geográfico para el desarrollo turístico del litoral oriental de Costa de Marfil*. Granada: Editorial Universidad de Granada.

McKercher, Bob y du Cros, Hilary (2008). *Cultural Tourism: The Partnership between Tourism and Cultural Heritage Management*. Nueva York: The Haworth Press.

Moragues Cortada, Damián (2006). *Turismo, cultura y desarrollo*. Madrid: Agencia Española de Cooperación Internacional.

Morère Molinero, Nuria y Perelló Oliver, Salvador (2013). *Turismo cultural patrimonio, museos y empleabilidad*. Madrid: Fundación EOI.

Munsters, Wil y Freund de Klumbis, Daniela (2005). "Culture as a component of the hospitality product". En: Sigala, Marianna y Leslie, David. *International cultural tourism. Management, implications and cases*. Oxford: Elsevier.

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2011). *¿Qué es el patrimonio cultural inmaterial?* UNESCO. <http://www.unesco.org/culture/ich/doc/src/01851-ES.pdf>

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (s.f.). *Preguntas y respuestas sobre... el Patrimonio Cultural Inmaterial. UNESCO*. <http://www.mecd.gob.es/patrimoniolnmaterial/dms/microsites/patrimonio/patrimoniolnmaterial/unesco-patrimonio-inmaterial/textos-basicos/preguntas-y-respuestas.pdf>

Organización Mundial del Turismo (2013). *Turismo y patrimonio cultural inmaterial*. Madrid: OMT.

Rivera Mateos, Manuel (2012). "Un turismo desigual en un mundo globalizado: lógicas dominantes y alternativas de las nuevas formas de turismo". En: Rivera Mateos, Manuel y Rodríguez García, Luis (Coord.). *Turismo responsable, sostenibilidad y desarrollo local comunitario*. Córdoba: Cátedra Intercultural, Universidad de Córdoba.

Salazar, Noel B. (2006). "Antropología del turismo en países en desarrollo: análisis crítico de las culturas, poderes e identidades generados por el turismo", *Tabula Rasa*, 5, pp. 99-128. <http://www.scielo.org.co/pdf/tara/n5/n5a06.pdf>