

## Orishas, turistas y practicantes. La comercialización del patrimonio religioso en Cuba: Un ejemplo de estrategia de revitalización identitaria y económica

**Greycy Pérez Amores<sup>†</sup>**  
Universidad de La Laguna (España)

---

**Resumen:** Cuando el mercado de las religiones afrocubanas se envasó en forma de Patrimonio Cultural, lo que antes era motivo de marginación fue exaltado como parte de la identidad nacional, convirtiéndose en un aliado del poder. Nacen instituciones especializadas en proteger, legitimar y perpetuar estas creencias como mercancía, unificando tres elementos que coexistían en este entorno social sin que antes hubiesen tenido conexión directa: *religión-patrimonio-turismo*, un triángulo donde la *economía* ocupa el centro. Patrimonio y turismo unidos bajo el rostro de la religión en comunión con una ideología y una identidad, donde la poderosa presencia de la fe y la tradición, pero también de la mercancía, el debate político y la globalización muestran distintas facetas de la construcción del patrimonio cultural.

**Palabras clave:** Religión afrocubana; Turismo; Patrimonio cultural; Identidad; Globalización.

---

**Abstract:** When the market for Afro-Cuban religions was wrapped in the form of Cultural Heritage, what before was a cause for exclusion is was exalted as part of national identity, becoming an ally of political power. Specialized institutions were created to protect, legitimize and perpetuate these beliefs as a commodity, combining three elements that coexisted before in this environment without having had formerly a direct connection: *religion-heritage-tourism*, a triangle where the economy is at the center. Heritage and tourism together under the face of religion in communion with an ideology and an identity, where the powerful presence of faith and tradition, (but also of merchandise), together with political debate and globalization, show different facets of the construction of cultural heritage.

**Keywords:** Afro-Cuban Religion; Tourism; Cultural heritage; Identity; Globalization.

---

---

<sup>†</sup> Realizó estudios de Bellas Artes en el ISA, Cuba en 1994 y de Filosofía en La Universidad de La Laguna en el 2008. Actualmente cursa el doctorado en el Departamento de Prehistoria, Antropología e Historia Antigua en dicha Universidad.

## Introducción

“...Las teorías son redes que lanzamos para apresar aquello que llamamos el mundo...”<sup>1</sup> escribió Popper en una de sus más poéticas líneas y a través de las mismas racionalizamos, explicamos y dominamos la realidad y cuando las usamos no solo construimos discursos sino la realidad misma. Al pensar las religiones, en este caso, las afrocubanas y su relación con procesos complejos y plurales como patrimonio, turismo, leyes, economía (doméstica o nacional), nos adentramos en cuestiones que van más allá de la religiosidad misma. La Antropología hace tiempo que ocupa buena parte de su literatura a releerse y replantearse a sí misma (Latour, 2008; Apadurai, 2001; Levitt, 2007) poniendo en entredicho algo más que la terminología y los significados en un intento por responder a muchas preguntas que esta disciplina plantea. Modernidad, occidente, estado-nación, cultura, globalización, son solo algunas de las nociones que se cuestionan. Pero el estudio de las sociedades contemporáneas es una fuente constante de enriquecimiento práctico y teórico y cuando comencé mi acercamiento al estudio de las religiones afrocubanas en Canarias no sospechaba la peculiaridad del terreno que estaba pisando. La división entre modernidad y tradición, entre urbano y rural, occidente y oriente, naturaleza y cultura, ciudadanía y residencia cambian la geografía desde la que leer la realidad. Las barreras geográficas, políticas y ecológicas no son hoy barreras infranqueables (Galván, 2007; Levitt, 2007). Las megatecnologías del XXI han confabulado su desvanecimiento y los nuevos contornos lo ponen ahora las culturas, cada vez más resistentes dentro de la innegable McDonalización del mundo (Appadurai, 1990) donde la identidad y la diferencia mantienen una constante lucha y negociación.

Para estudiar fenómenos como el patrimonio cultural y el turismo en relación con el universo religioso, superpuesto a su vez con ámbitos como la política o la economía se hace necesario asumir la necesidad de una visión que vaya más allá de la comprensión de la realidad local. Adentrarse en espacios que rebasan barreras nacionales y se instalan en una realidad global desde la

que la lectura de los procesos y fenómenos adquieren novedosos y significativos matices. Por otra parte, son importantes los discursos de legitimación y reivindicación de las prácticas locales a nivel microsociales comprendiendo los procesos de conversión, institucionalización así como la naturaleza de las personas, organizaciones e instituciones implicadas en ello.

Este texto, forma parte de una investigación que intenta comprender el modo en que la religión es no solo una fuerza que construye la diferencia generando una mayor diversidad dentro de la homogeneizadora actualidad, sino que también genera la posibilidad de identidades localizadas en movimiento. Asumiendo el carácter poco dogmático de los cultos afrocubanos y su expansión en otras sociedades como es el caso de Canarias, me adentraré en los modos en que un culto ancestral pasa a ser parte de la identidad de un pueblo que la resignifica y la difunde de mano de aquellos que entran y salen de la isla de Cuba. Es en este contexto donde el turismo representa un elemento vital, pues junto a fenómenos como las migraciones, las estrategias económicas y las políticas patrimoniales, formula nuevas perspectivas desde las que releer el espacio de lo sagrado.

Patrimonio y turismo se hallan actualmente muy ligados y este texto es el resultado de un intento por definir el modo en que en un determinado contexto y en unas condiciones muy concretas este vínculo queda intensificado. ¿Cómo llega a ser patrimonio cultural un objeto, fenómeno o determinado elemento de una cultura y sociedad? ¿Cómo se produce el paso de lo potencialmente patrimonial al patrimonio en sí mismo? ¿Qué variaciones ocurren en este proceso y que cambios se generan? ¿Cómo la religión afrocubana pasa de ser atributo de un grupo determinado de la sociedad, por otra parte marginado, a un elemento fundamental de la cultura de una nación? ¿Cómo entender los cambios que en esta religión se producen al salir del país y entrar en contextos tan diversos como Suecia, Canarias o Alemania y como se relaciona esto con los procesos de su transformación en patrimonio cultural? Desde un estudio de las fuentes oficiales, survey y bibliografía sobre el tema, esta investigación

pretende abarcar una dimensión más local, que filtra la realidad microsociedad cubana y los complejos procesos de su configuración, ligados ahora a fenómenos globales como el turismo de masas, el desarrollo tecnológico y de los medios de comunicación, así como a la activación de ciertos elementos patrimoniales. Metodológicamente en la investigación en su conjunto he partido de una perspectiva antropológica transnacional y de una visión holística de carácter sistémico/circular de la difusión de los sistemas religiosos que en este caso transita también por un análisis sistémico procesual que intenta comprender el funcionamiento de los distintos agentes, actores y situaciones implicadas.

### **El Mercado de los Orishas**

A las 5:00 la laberíntica Habana Vieja es un hervidero de turistas, vecinos y policías. Los escalones de la Catedral se llenan de

encajes blancos, collares de semillas y cuentas de cristal a la caza de oportunos turistas. Los escaparates de las tiendas muestran un decorado de objetos rituales donde santos, amuletos y brebajes se acoplan a lámparas de diseño colonial, pinturas de artistas locales y joyería de lujo. Las casas-museos- templos se abren en una invitación a profanarlas y el toque del tambor y el canto yoruba derriten los mojitos y cubalibres de los turistas, que esta tarde, como muchas, buscan quien leerá su futuro en los caracoles, les dará ese amuleto que tanto necesitan o les proporcionará una curiosa fotografía para llevarse de recuerdo. En Tropicana, una danza de Yemayá ambientará la cena y antes de dormir, un baño con la esencia comprada en la Casa de los Perfumes, hecha a medida por una dependienta santera, culminará un día en La Habana Vieja. Bienvenido al mercado de los Orishas donde el valor del dólar puede marcar el destino que los santos imponen.



Figura 1. Vestidas de época, aunque los colores de los vestidos se relacionan con los santos (Amarillo-Oshún, Blanco-Obatalá) posan junto a los turistas.

Desde que en 1991 terminó la veda religiosa y el deslumbrante mercado de las religiones afrocubanas se envasó en forma de Patrimonio Cultural para convertirse en un prodigioso reclamo de turistas europeos y latinoamericanos, deseosos de hacer realidad sus más cotidianos anhelos, las religiones afrocubanas han prosperado mucho. Si hasta entonces, sol y playa, con un anexo de la UNESCO, eran los dones oficiales de esta isla del Caribe, más tarde sol, son y sexo, sus atractivos axiomáticos. Hoy, el lucrativo negocio de las almas ha desbordado las fronteras de las mismas instituciones religiosas y gubernamentales adueñándose de las calles, tiendas, casas y mercados. El resurgir religioso, apoyado por los novedosos procesos y tecnologías de la información, articulado con el poder e interrelacionado con las nuevas dimensiones de las prácticas sociales, cada vez más inmersas en las dinámicas capitalistas globales, ha hecho del patrimonio de saberes y objetos rituales, un instrumento identitario reconocido dentro y fuera del territorio nacional, que reporta beneficios económicos en una isla cuyo desarrollo depende considerablemente del turismo, desde el fin del bloque socialista y los convenios comerciales.

El tema del resurgir de las religiones afrocubanas en Cuba será un ejemplo para explicar el modo en que Patrimonio y Turismo se hallan conectados y su estrecha relación con temas como: identidad, cultura, política, religión y economía.

Si tenemos en cuenta que el turismo de masas, común en los años 70, deja de ser el ideal turístico desde finales del XX (sin decir con esto que desaparezca) consecuencias de las preocupaciones sobre la conservación ecológica, cultural y ambiental que surge en esos tiempos, no es de extrañar el surgimiento de nuevas propuestas turísticas (ecoturismo, turismo cultural, turismo de aventura, turismo religioso...) Evocan estereotipos filtrados por Internet y el cine, sorprendiéndose de la diversidad del mundo que ahora se acota entre páginas Web y ofertas de las compañías aéreas. Un mundo que parece cada día más pequeño, donde lo singular adquiere un carácter casi sacro y aquello que parece estar a punto de desaparecer se transforma en codiciada mercancía. El turista es ahora una persona interesada

en vivir experiencias exclusivas que el crecimiento de la oferta y la simulación cultural ponen al alcance de todos. Ahora es imprescindible la renovación de los destinos, motivar el mercado buscando elementos de diferenciación donde el patrimonio es visto como algo singular y atractivo y donde la experiencia del viaje es, en sí misma, lo fundamental. Lo que vives y recuerdas ahora es la mercancía: turismo=sueños. Cualquier lugar del planeta puede ser un destino. Ya no se necesitan grandes paisajes, solo convencer de la posibilidad de una experiencia única e inolvidable. El dinamismo cultural, la imaginación ante la demanda de lo exótico y el deseo de vivenciar lo novedoso suplen las carencias locales. La lógica turística, comercial e identitaria se unifican para hacer realidad una empresa que quiere beneficios y se apropia de los "nuevos" recursos: (tradiciones locales, rituales, vida cotidiana) de aquellos que aparentan vivir en el pasado o de la *cultura bastarda* (Santana, 2003). El nuevo patrimonio, más amplio y complejo, es más susceptible de ser manipulado por el poder y para ello la imagen que llega al turista es fundamental a la hora de diseñar sus expectativas. No debe olvidarse que aunque el turista medio desconozca o no sea consciente de aquello que consume, el bagaje cultural es fundamental, por ello la publicidad se basa en estos para ofrecerle justo lo que quiere vivenciar y aun no lo saben. Cinco conceptos básicos ayudan a visualizar el turismo hoy como un sistema que articula mucho más que ganancias: sostenibilidad y responsabilidad ligados al turista y calidad, innovación y competitividad, en relación al destino o producto. No se trata entonces de pensarlo solo como un negocio que da beneficios, opuesto a otras motivaciones, sino de verlo como una posibilidad de educar y conservar, si está debidamente planificado y gestionado.

### **Patrimonio, turismo e identidad.**

¿Pero qué es el Patrimonio? El término nos remite al siglo XIX, cuando el pasado era refugio para románticos y fundamento de legitimación de los intereses capitalistas burgueses. Las representaciones patrimoniales responden y legitiman a una ideología concreta y así como en el romanticismo,

el liberalismo y la creatividad definían un contexto marcado por el desarrollo de la libre empresa a beneficio de la burguesía y legitimando a una Europa occidental, en el caso de Cuba, se requiere de símbolos que le distingan del mundo y le den la originalidad suficiente para desarrollarse como destino turístico, sustituyendo valores ya obsoletos que antes eran su fuente de atractivo. La eficacia simbólica de estas religiones en el contexto cubano, dependen de muchos factores: contextualización en la práctica, condensación de atributos, capacidad de expresar sintética y emocionalmente la relación entre ideas y valores, transformando las creencias en emociones y reforzando la identidad. Deudor de la correlación entre ideas y valores, su activación es una forma de modelar la realidad, siendo en este caso, una activación salida casi de modo absoluto de una motivación turística y comercial, más que de una identitaria (Prats, 1997) como ocurre con otros elementos patrimoniales del país (Plaza de la Revolución, las representaciones nocturnas del Morro, paisajes como La Sierra Maestra). Estos valores dependen de los intereses, siendo variables y abiertos y formando parte, a la par que son activados por una estrategia política. Sin poder no existe el patrimonio (PRATS, 1998). El tiempo y la necesidad de adaptarse a las sociedades han hecho que este concepto se abra a horizontes más amplios y en la actualidad es considerado una *construcción social* que asociado a términos como Cultura, nos adentran en complejas y polivalentes teorizaciones (FERNÁNDEZ, 2006). Unido al desarrollo urbano, mercado, turismo, medios de comunicación y otros, es visto no solo como expresión de una cultura muerta, sino también como producción cultural y usos sociales, generalmente jerarquizados.

No todo lo que nos remite a cultura es factible de convertirse en Patrimonio, se requiere estar dentro del *pool virtual* conjunto de elementos que se agrupan alrededor de tres criterios: naturaleza, historia y genialidad, que tienen que ser activados mediante la articulación de un discurso, avalado a su vez, por la propia sacralidad de aquellos referentes, que, dependientes del contexto, los significados elegidos y la interrelación necesaria de ideas y valores, son asumidos como auténticos. Así, la reli-

gión afrocubana, es, según estos criterios, potencialmente patrimonial, teniendo solo que esperar las circunstancias socioeconómicas y políticas adecuadas para activarse por el poder como Patrimonio Cultural siendo conservado y difundido al considerársele un bien rentable. Las dinámicas locales se mezclan entonces con los intereses turísticos, asociando turismo y patrimonio en un recurso que solo llegará a ser producto cuando tenga las características adecuadas para ese mercado.

Muchos estudios sobre el tema de lo potencialmente patrimonial y lo que los procesos de activación conllevan intentan definir el modo en que en esta construcción social se reúnen conceptos como: original y copia, material e inmaterial, uso y desuso, así como su relación con procesos de legitimación, invención y creación de discursos de poder. Es un valor seguro que da prestigio, pero que depende del consumidor, siendo este la causa misma de su activación. El caso que aquí nos ocupa es un claro ejemplo de la estrecha relación entre: intereses, valores y situación histórica y de cómo se activa lo potencialmente patrimonial como parte de una estrategia política que ligada a empresas como el turismo, la transforman de bien a producto turístico. Veamos con más detenimiento este proceso. Las religiones afrocubanas han formado siempre parte de la cultura popular y las tradiciones de una parte del pueblo, conviviendo mejor o peor con una sociedad de apariencia laica. En un momento y por unas determinadas condiciones socioeconómicas se unifican tres elementos que coexistían en el entorno social cubano sin que antes hayan tenido una conexión directa: *religión-patrimonio-turismo*, en el contorno de un triángulo donde la *economía* ocupa el centro de la geometría. El bien pasa entonces a ser bien patrimonial y un recurso de gran poder de atracción para determinados sectores de la población. En el camino, se diseña y construye lo que será el producto turístico, sacándolo al mercado con las prudentes modificaciones y las dosis adecuadas de espectacularidad. Sobre esta figura, tres elementos a conjugar: *política-identidad-globalización*, que superpuestos, nos permitirán comprender su postulación como una parte vital del patrimonio cultural cubano. Ya no se trata de un tesoro histórico-

artístico sino de una forma de comprender la identidad, la oferta de un pasado idealizado por el que se paga el precio de una nostalgia que gana a la verdad (Fernández, 2006).

No estamos diciendo que en Cuba las religiones afrocubanas no fueran un elemento reconocido de la cultura popular, como expliqué, tampoco que sean una mera cuestión de interés económico o político. Mucho antes de los años 90 estas formaban parte de la estrategia gubernamental en Congresos, talleres y espectáculos. Ya en 1923, es fundada la Sociedad del Folclore Cubano y las visitas de políticos y personajes internacionales eran engalanadas con sus espectáculos. Pero hasta entonces no eran consideradas un bien a proteger, explotar y difundir por parte de las instituciones gubernamentales como una parte vital de la identidad del pueblo (Argyriadis, 2005). Eran, como el pasado aborigen, motivo de estudios etnográficos, no centro de iniciativas turísticas y culturales (aunque ya se exploraba al respecto) como si sucedería después, cuando el discurso oficial legitima con su autoridad la imagen del practicante de estos cultos como una parte primordial de la identidad cubana, elevando la santería a la

categoría de cultura cubana.

No podemos olvidar que en Cuba, el desarrollo del turismo viene muy relacionado a la necesidad de la recaudación de divisas, pues toda la actividad económica del país depende en buena medida de ello. Es importante recordar la diversidad de monedas existentes en este contexto: dólar, euros, pesos cubanos, chavitos, cuc, estas últimas monedas convertibles que han fluctuado por todo el territorio nacional sustituyendo temporalmente al dólar o el euro cuando estos han estado prohibidos. También comprender que no todas estas monedas pueden ser utilizadas por igual en todos los espacios comerciales del país y esto es fundamental para entender no solo la fluctuación de los precios de ciertas gestiones religiosas vinculadas a la demanda extranjera. El Estado y la población implicada hacen uso de ello para poder recaudar este dinero, que de otro modo no entraría en el país, fomentando su circulación.

En Cuba la religión (católica, espiritismo cruzado, afrocubana) ha permanecido solapada durante muchos años, pero no por ello ha mermado. Las campañas de higiene, por ejemplo, suelen tenerlas en cuenta siempre.



Figura 2. Representación en el castillo del Morro.

### Orientaciones a la Familia sobre Autofocal

## Aspectos a tener en cuenta para prevenir los criaderos de *Aedes aegypti*







SITIOS DE CRIADEROS DE MOSQUITOS	COMO ELIMINARLOS	CRIADEROS ELIMINADOS
<p>Tanques, cubos, palanganas, y otros depósitos de agua</p> 	<p>Mantén los depósitos de agua tapados, cepíllalos en su interior con frecuencia semanal, no botes el abate al cambiar el agua, tiene efectividad por tres meses; colócalos boca abajo si no están en uso.</p>	
<p>Latas y botellas</p> 	<p>Botellas, puros y otros recipientes, mantenlos boca abajo y preferiblemente, bajo techo; perfora las latas antes de botarlas.</p>	
<p>Floreros, vasos espirituales y plantas ornamentales</p> 	<p>Las plantas ornamentales siémbrales en tierra y cambia el agua de floreros y vasos espirituales en días alternos.</p>	
<p>Gomas</p> 	<p>Coloca las gomas bajo techo o rellénalas con tierra.</p>	

Figura 3. La religión forma parte de la vida cotidiana. Obsérvese la recomendación sobre utilizar los vasos espirituales en un Cartel de campaña sanitaria del 2006.

No hay símbolo inocente, los intereses (económicos, políticos) recolocan las significaciones según estrategias sociales e ideológicas mediante una selección de aquellas tradiciones y representaciones más eficaces en cada momento. Esta selección no es neutral, de hecho, en muchos casos la síntesis de los sistemas simbólicos identitarios que una sociedad posee no coincide con los que los turistas esperan y aunque lenta y parcialmente, son cambiados para complacer las expectativas del mercado. Con ello se reproduce lo que funciona, cambiando lo que no es rentable. La propia sociedad seleccionará aquellos elementos que respondan y correspondan a definirla (según el otro). Pasamos de la reflexividad cultural (el nosotros del nosotros) nacido de las versiones de la identidad representada en los patrimonios activados y respondiendo a los estereotipos de la visión dominante a la activación de un nuevo estereotipo (el nosotros de los otros) nacido de la imagen externa, la lógica comercial, la educación y los medios de comunicación sin tener que ser

contradictoria con la anterior (Prats, 1998). Así, el consenso, al ajustarse a la realidad cambia aquello que no es conveniente para su estrategia (expectativas turísticas) ajustando la representación social a las mismas y respondiendo a la lógica del consumo donde muchos elementos que no son seleccionados pueden desaparecer. El pasado aborigen, por ejemplo, apenas se menciona, no forma parte del discurso oficial ni de la publicidad turística. No interesa recordar las raíces Siboney o Caribes ya que estas no son lo que el turista espera encontrar en Cuba. Las religiones afrocubanas, sin embargo, son iconos representativos de un pasado ancestral y de un presente indómito, ligados hoy a intereses gubernamentales concretos que han impreso en su producción y reproducción, el poderoso sello del Patrimonio Cultural, equiparándose al pasado colonial de adoquines y catedrales, los paisajes protegidos, las figuras de guerreros modernos (guerrilleros) y a ese presente socialista que transforma la isla en un santuario de románticos.

### La expansión de los cultos afrocubanos como parte del patrimonio cultural y la identidad del pueblo de Cuba.

En un contexto como el de Cuba, donde el turismo de sol y playa ya no es suficiente y el consumo sexual se convierte en un fenómeno masivo que amenaza la imagen exterior de la Isla, el turismo religioso es visto como una salida (identitaria y económica) para paliar la crisis financiera y reformar la visión que del país se tiene. Nacen instituciones especializadas en proteger, legitimar, explotar y perpetuar estas creencias a modo de mercancía. Comienza la Edad de Oro de los Orichas. Expuestos en Galerías de Arte, vendidos en mercados locales, casas o tiendas de hoteles, transformados en souvenir a bendecir por iniciados, son exportados por Compañías de Danza y Teatro, Ferias de Artesanía y talleres especializados.



Figuras 4. Cuadro de una artista cubana en el año 2000. En la obra de muchos artistas plásticos cubanos hay uso de elementos relacionados a los cultos afrocubanos.

Los Orichas, son ahora un producto turístico más con la que el gobierno y las familias apuntalan la economía cotidiana del país y las incertidumbres existenciales. Así es transformado en patrimonio cultural de todos, un elemento de la identidad de un grupo determinado y lo que antes era motivo de marginación, ahora es exaltado como nacional convirtiéndose en un poderoso aliado del poder. Patrimonio, religión y turismo unen sus fuerzas para servir de apoyo a un sistema político que necesita una inyección económica para sobrevivir, formando parte de la oferta turística de la Isla, ahora organizada en torno a proyectos más centrados en una actualidad que demanda lo especial, lo novedoso, lo perdido, por encima de una tranquila tarde de sol, mojitos y arena blanca.

El turismo se nutre de los estereotipos, construyendo aquello que quieren comprar, ver, sentir, creer. Es un negocio al que ninguna región que lo requiera para desarrollarse económicamente desearía, aunque esta simbiosis: turismo-desarrollo, está siendo actualmente cuestionada. La cultura es apropiada por empresas e instituciones, transformada y normalizada para un consumo que requiere de la repetición y el dinamismo para adaptarse al mercado de ocio. Se ofertan como un espectáculo de forma planificada e intensiva, conjugando elementos que evocan: pasado primitivo, misterio de la iniciación, sensualidad y sexualidad de sus puestas en escena, impacto emocional, presencia del alcohol y otros tantos elementos que la convierten en materia perfecta para la explotación turística. Pasa de ser recurso de un grupo a recurso nacional, que siguiendo el paradigma optimizador se apropia de estas creencias transformándolas en un nuevo producto que amenaza ocupar el nicho de las religiones originales. Este proceso resulta de gran interés, sobre todo teniendo en cuenta que la construcción de las mismas en el pasado colonial tuvo por causa prohibiciones y secretos, influyendo en el modo en que se materializaron. Hoy, causas inversas vuelven a promover profundos cambios en el discurso interno y externo de estas.

Las relaciones entre Instituciones gubernamentales y Organizaciones religiosas dentro y fuera del territorio nacional han fomentado la creación de un discurso que



asume la originalidad y legitimidad de estos ritos frente a la figura de África, en un enfrentamiento por asumir la posición dominante de Cuna del Yoruba, para afianzar el control sobre este recurso. Ministerios como Educación, Cultura o Turismo facilitan el intercambio y la expansión de estas prácticas, reforzando su dogmatización y oficializando los estereotipos, mediante una cuidadosa planificación y gestión. Así, el hecho patrimonial (SANTANA, 2003) queda ligado a procesos sociales muy variados, donde será asumido de formas diversas. De este modo, tenemos que estas religiones forman parte del disfrute turístico de lo auténtico en tiempo de ocio, pero también son parte de la vida de muchos cubanos y turistas conversos, que viajan para completar su iniciación en estos cultos. Cuba recibe cada año una media de dos millones de turistas y no es de extrañar que el Estado preste atención a la explotación de este recurso en una era global, donde el turismo de masas ha sido superado y cada ciudad o pueblo demanda su singularidad. En la actualidad, ocurre lo que se ha llegado a denominar: canibalismo cultural, que es una forma de apropiación de los recursos (saberes, costumbres...) donde se consume a modo de delicatessen (FERNANDEZ V, 2000) la etnicidad ajena hasta conseguir hacer de la misma un producto apetecible para las sociedades hegemónicas como parte de su imaginario. El producto se despolitiza, despojándolo de su realidad y convirtiéndose en mercancía cultural.

Ahora las exigencias del mercado de ocio reivindican un bien cuyas características estéticas, simbólicas y morales estén acorde a las idealizaciones elaboradas por el consumidor. Lo auténtico es aquello que es considerado auténtico para el que lo consume, aunque signifique eliminar esa parte vital de la mercancía (antes de ser producto turístico) que le transforma en lo que es: un ritual religioso. Bastará señalar que forman un enjambre de productos y procesos donde el componente estético y exótico representa un importante papel. Suministrado y digerido a modo de espectáculos callejeros, compilaciones de DVD, representaciones de teatro y folclore o bailes temáticos en espacios de ocio, combinados con alcohol y sexo, conforman una mixtura satisfactoria para el turista actual, ávido de experiencias cul-

turales novedosas, tanto emocional como intelectualmente (SANTANA, 2003). Esperan ver lo que supone un conocimiento secreto destinado a elegidos, aunque en realidad estas performances quedan lejos de los verdaderos procesos rituales de estos cultos donde la sangre y la posesión instauran el diálogo con los dioses. La satisfacción del cliente exige ciertos requisitos entre los que están la presencia de elementos familiares que le transmitan la tranquilidad de tocar lo extraño y maravilloso que su mundo ya no posee (o lo prohibido) sin sentir que ha cruzado los límites morales, psicológicos y legales de su propia cultura, desembocando en la nostalgia de lo perdido y en el asombro de lo distinto. Lo autóctono es la llamada para degustar la experiencia de los detalles, tanto de un rito como de una imagen, amuleto, bebida o música.



Figura 5. Elegua, Orisha muy solicitado, cuya visión sobrecoge a los recién llegados.

La realidad ideada parece más auténtica que la real, aunque eso no significa que el turista se lo crea. Es consciente de que se trata de una representación hecha a su medida donde cada cual tiene su papel, un juego que ha pagado para disfrutar y del que exige el disfrute. Así, cuando es llevado

a una ceremonia en honor a Oshún, espera encajes dorados, danzas provocativas y sudor, mucho sudor y ron, en una teatralidad que debe conmocionarle y de la cual aspirará a formar parte y recordar. El impacto sobre la realidad de esos espacios (en este caso, espacios religiosos) variará en dependencia del grado de adaptación que el mismo presente, pero de manera general coinciden en la adulteración, mercantilización y transformación del producto o proceso final, como antes expresé, donde las nuevas formas de expresión religiosa sustituyen las antiguas formas de manifestación ritual.



Figura 6. Babalú Ayé bajo la forma de San Lázaro. Sincretiza los cultos católicos y africanos permitiendo un acercamiento más cómodo para occidentales.

La religión como producto cultural no es distinto de otros productos ofertados turísticamente, siendo construida para coincidir con la experiencia del sujeto que las consume y que tiene un ideal de lo auténtico y lo autóctono que debe ser materializado y representado o no será comprado. De ese

modo, envasada en atractivas ceremonias, pulcros altares, tintineantes pulseras, curiosas estatuillas, sugerentes santeras y sofocantes ritmos, es digerida, junto a los posters de Che Guevara, el cañonazo de las nueve y las arenas de la playa de Varadero, como parte del patrimonio turístico de este país. La folclorización (grupo folclórico de danza), la estereotipación (Casa del Caribe, Palacio de artesanía, la Casa de los perfumes) y la edulcorización de los rituales (sacrificios limpios, sin sangre, vestimenta estereotipada, falsas posesiones) la desarrollan como parte de la cultura oficial, donde la ortodoxia como ideal la somete a dogmatismos y controles. La institucionalización y profesionalización del ritual, hacen que aquel que se dedique a ella tenga más control, más información, prestigio y por supuesto posibilidades de negocio. El Estado, al promover estas religiones como patrimonio las transforma en abstracciones político-culturales, diluyendo sus diferencias y conflictos internos. Cada uno ocupa su papel en este espacio y tanto el que oferta como el que consume forma parte del imaginario social colectivo y a este responden. Es preciso pues, analizar las interacciones sociales que se desatan en este entorno donde lo tradicional, lo moderno, lo popular, lo público y lo privado convergen acentuando los estereotipos y articulando tanto lo residual como lo emergente tanto las prácticas innovadoras como aquellas pretéritas que aun forman parte de los procesos culturales (Canclini, 1999).

En Cuba, el criterio mercantilista reina sobre otros como el sustancialista, conservacionista o monumentalista. Los bienes simbólicos seleccionados se justifican por las ganancias que suscitan, respondiendo a una estética donde la espectacularidad y sus potenciales usos recreativos los convierten en materia tanto identitaria como comercial. ¿Se sienten los cubanos dueños de su patrimonio? ¿Lo son? ¿Desean serlo? Aunque el patrimonio es colectivo, la comunidad no tiene voz propia. Son sus representantes públicos los que lo definen como tal pudiendo ocurrir la alienación de la propiedad y conflictos entre los intereses políticos y la opinión de los grupos implicados (Delgado, 1999). El tiempo y una normativa de la UNESCO de 1954 han hecho que la exclusividad de los objetos considerados

patrimoniales hayan abierto espacio a otros bienes menos concretos, y la cultura ha llegado a ser vista como un bien a conservar por sí misma, aunque no siempre sea esta la realidad. Ese sí misma no significa que toda la cultura sea considerada un bien a conservar, sino que, como sucede en sociedades jerarquizadas es el sector social dominante quien dirige y controla, desde sus instituciones, lo que debe ser valorado o no (Fernández de Paz 2006). Desde este punto de vista, ocurre que este bien colectivo, antes de transformarse en recurso turístico, puede no ser motivo de interés, como si lo son otros como: sanidad o educación, siendo necesario convencer a la gente de su relevancia. Por tanto, el binomio Patrimonio-Turismo no solo manipula las identidades locales y se centra en los intereses mercantiles olvidando su valor cultural, sino que en parte sirve como un modo de conservar (incluso manipulando) un bien que posiblemente sería desechado u olvidado por sí mismo y muchas veces fabricado a demanda social. Este punto es muy importante, porque significa que las identidades son defendidas desde los intereses políticos y no a la inversa, y que el patrimonio ni es colectivo por ser de todos, ni lo vemos como tal. Mientras la gente no vea el patrimonio como algo propio, ni será patrimonio ni podrá conservarse (Delgado, 1999).

No se trata de hacer una elección entre la posibilidad de desarrollar económicamente una región o de dar valor a los elementos patrimoniales, sino de hacer compatibles ambos procesos, dando a la sociedad en general, el poder del uso y usufructo de su riqueza patrimonial. Lo auténtico no sería sino aquello que les representa, no a modo de objetos inmóviles y puros, sino como procesos vivos y flexibles, formando parte de sus modos de concebir y vivir la realidad. En Cuba, las resemantizaciones que industrias como las telecomunicaciones o el turismo han realizado sobre estas religiones con el fin de hacerlas asequibles y deseables, representan un testimonio de lo que ocurre cuando la interacción entre los derechos del grupo heredero de los bienes y el resto de la sociedad plantea conflictos, al secundar solo a aquellos religiosos que se rijan por las normas del poder y respeten los intereses del Estado. El resto es eliminado de la publicidad y las rutas turísticas.

El conflicto, no aparece entonces, cuando la práctica religiosa se convierte en producto turístico sino cuando se amenaza el control de la misma, cuando los practicantes no pueden ejercer el mismo derecho de explotación de este recurso, singular y elástico y competir con el Estado.



Figura 7. Artesanía De la Caridad del Cobre comprada cerca del Santuario de la patrona de Cuba. Dentro, pedacitos de cobre.

### De turista a practicante

#### Tenerife. Pequeño retrato antropológico de los cultos afrocubanos

Si tenemos en cuenta el bum migratorio que ha tenido lugar en Cuba desde hace años no resulta extraño comprender el modo en que estas mismas creencias han salido del territorio nacional, asentándose en otras realidades. Hasta aquí hemos comentado como las religiones afrocubanas son parte de la oferta turística, pero aun queda comprender como no solo es un mecanismo de atracción para curiosos y apasionados, sino que en muchos casos, el espectáculo religioso va más allá de la representación y se transforma en un modo de captar adeptos.

tos. Estos, generalmente extranjeros o cubanos que viajan a modo de turistas, pasan de espectadores a conversos cuya aportación económica es bastante considerable. Son personas que por múltiples razones asumen la posibilidad de que estas religiones les ayuden a resolver muchos de sus problemas cotidianos. Hay que tener en cuenta, que estas creencias evocan, no una vida de posibilidades futuras, sino soluciones puntuales. ...*La formula sería: Si ocurre esto, entonces creo en ti. Aquí no hay adaptación del creyente a la voluntad de la divinidad, ni grandes normas morales que condicionen la cotidianidad...*<sup>2</sup> Los sacerdotes y santeras se han puesto a la cola del nuevo mercado religioso entrando en la cadena de ofertas y demandas del mundo actual.

Distintos estudios antropológicos muestran cómo mediante la globalización, la vida política, económica, social y religiosa han trascendido los límites de las fronteras nacionales (Vertovec, 2001; Galván, 2005). Cuando reflexionamos sobre la experiencia migratoria en correlación con la movilidad cultural y religiosa, nos enfrentamos a un proceso de translocalización entre lo local y lo global, siendo los anclajes simbólicos un medio de construir cierta continuidad (Argyriadis, 2005) dentro de las ineludibles resemantizaciones. Las redes de información y movilidad hace que las dinámicas migratorias no puedan ser vistas como un fenómeno individual, sino como un mecanismo colectivo, donde la religión ocupa un papel significativo: parentesco ritual, matrimonios, amistad, son algunos de los mecanismos utilizados. Más allá de las leyes sobre retornados o nacionalizados existe una disposición cultural a la elección del destino (cuando este puede elegirse) y en este caso la evidente inexistencia de conflictos étnicos, culturales o lingüísticos, unidos a una historia donde convergen antiguos procesos migratorios y a una actualidad donde el consumo turístico es una constante, hacen del archipiélago canario, por ejemplo, un entorno de acogida muy favorable.

Las religiones afrocubanas nacen de la ausencia y las sustituciones, del sincretismo y la metamorfosis. Son adaptables y volubles y los creyentes las reconocen como tales. Los Orishas que descienden en las

islas de la mano de turistas conversos o inmigrantes practicantes ya vienen corregidos desde la misma Cuba y al llegar se asientan en las nuevas costumbres con rapidez. La mente del creyente es tan abierta y versátil como lo sea aquella religión que profese. No hay grandes traumas en las originales secuencias alegóricas y prácticas que estas creencias presentan en Canarias. Los espacios de lo sagrado resultan sorprendentemente dinámicos, cosa que se ha demostrado plenamente con el tiempo, dinámicos y fuertes. Lejos de mermar encuentran salidas múltiples y mil rostros atractivos para conjurar el siglo XXI.

El precio de las iniciaciones, “impuesto por el Orisha”, responde ahora, al precio al cambio del dólar o euro del mercado nacional o internacional (en dependencia del momento y la prohibición vigente). Los secretos registros del Babalawo, los textos sagrados, los estudios antropológicos realizados por iniciados o las ceremonias hasta entonces ocultas, se ofertan a precios estipulados por una naciente organización religiosa que no pretende quedarse fuera del mercado. Sin ofrenda no hay celebración, sin dinero no hay ofrendas y sin ella no hay prestigio, ni poder, ni soluciones (una ceremonia implica vestuario, comida, bebida, músicos, decoración, donaciones...). Es por ello que los ahijados extranjeros están muy valorados en la Isla, llegando a provocar guerras internas entre padrinos que pretender quedarse con el más provechoso. Los Orishas piden y piden y hay que complacerlos o tus proyectos y deseos se irán al traste. Curiosamente estos caprichosos y ancestrales dioses suelen pedir más a un turista o a un cubano que reside en el extranjero que a un vecino cercano o pariente que vive a dos manzanas del padrino y el altar. Cosas del más allá y es que los estereotipos no están de un solo lado, tanto el turista-cliente, como el producto (ritual, práctica, espectáculo, objeto) tienen una idea preconcebida del otro.

Algunas campañas de agencias turísticas, emitidas fuera de Cuba, ofertan menús de Santería, Espiritismo y cultos Congos, donde el cliente puede degustar exposiciones de artistas y conferencias de iniciados y participar en ceremonias oficiadas por consagrados y elegidos (siempre afines al gobierno) Bembé, Misas a los muertos, to-

ques de santo, excursiones, traslados y regímenes de comida.

Pero como ya indiqué, no solo se trata de las transformaciones que las necesidades nacidas del turismo dentro de Cuba plantean, sino de estas religiones también tienen que cambiar muchos aspectos formales o intrínsecos cuando se mueven fuera del territorio nacional. La flexible naturaleza de estos cultos (ausencia de leyes escritas y estrictas, de un centro cultural y espiritual, el secreto ritual) y la creatividad, han sido elementos vitales desde el nacimiento de las mismas. En ellas emergen y fluyen re-combinaciones cosmológicas, dotándola de gran facilidad adaptativa, llegando incluso a disolverse con otros cultos regionales en los nuevos entornos donde se desplaza (El culto de María Lionza en Venezuela) o tomar formas de difundirse más cómodas, estéticas y modernas (Adivinación a través de las Web o TV. en Canarias) llegando a permitir en muchos iniciados comportamientos que en la Cuba religiosa serían completamente prohibidos (no llevar la ropa y los símbolos estipulados, sustituir una planta o un animal por otra durante los rituales o sacrificios, no respetar los horarios impuestos, sustituir los músicos por DVD...). Al parecer los Orishas se vuelven más permisivos cuando emigran.

Desde la misma Cuba no parecen importar las diferencias entre las practicas del Oriente y el Occidente de la Isla, las superposiciones entre espiritismo, vodú o palo monte y las reelaboraciones producidas por aquellos que quieren convertir en dogma, una religión esencialmente dinámica y sincrética desde su nacimiento con el fin de poder ofrecer un fenómeno cuantificable, exportable y factible de controlar. Para ello las redes tecnológicas son una fuente de incalculable poder, en un contexto como el cubano, donde el control gubernamental es grande.

El siguiente texto, aparecido en una Web cubana: *Cuba, Una indentità in movimento. Sitiòs de culto* es un ejemplo de la publicidad que distintos centros del país desarrollan con el fin de promocionar a las religiones afrocubanas.

*“...Casa de Tato: Residencia y templo destinado al culto de las más importantes religiones afrocubanas, la Regla de Ocha o santería; la Regla de Palo Monte*

*y la sociedad Abakuá. Allí reside Tato y su esposa, religiosos respetados por la comunidad, la cual participó en la reciente restauración de la casa templo. Es lugar visitado con respeto por fieles creyentes del barrio, de la ciudad de La Habana y de otras partes del país. También acuden a este sitio visitantes extranjeros. En la casa templo se muestran todos los atributos de los cultos afrocubanos, se celebran eventos religiosos y festivos...”*<sup>3</sup>

Por otra parte tenemos que muchos procesos y elemento de estos cultos cuando vuelven a sus orígenes ya no son los mismos, sino que están matizados por los nuevos entornos y culturas a los que se han adaptado. Es un círculo, que la antropología sistémica tiene muy en cuenta, analizando este proceso como un viaje donde hay que valorar el contexto original, las formas de acceso, el nuevo contexto con sus readaptaciones y reelaboraciones y el retorno al origen. En Cuba, el cambio se manifiesta y vuelve a formarse el círculo en idas y venidas de bienes, personas, ideas, símbolos, prácticas y creencias. Un movimiento multidireccional que no acaba en Cuba – Canarias, sino que se expande a Venezuela, México, Francia y Alemania, Suecia, por ejemplo. El siglo XXI ha hechos de la movilidad física e informativa, su centro y estas creencias no permanecen en el suvenir sino que, enmarcadas en la realidad, se mueven con las mareas migratorias actuales y forman parte del paisaje de muchos espacios actuales.

El caso de la isla de Tenerife es un ejemplo de cómo los distintos procesos migratorios pueden traer aparejados la aparición de relecturas religiosas enmarcadas en espacios donde ocio, mercado y medios de comunicación quedan actualmente muy conectados entre sí. La religión en este contexto, hoy, representa un complejo entramado de prácticas y creencias, nacidas tanto de un mayoritario catolicismo como de los valores y creencias de una creciente inmigración y la existencia de una población autóctona con tradiciones y creencias muy arraigadas. Canarias, como sociedad multirreligiosa se nutre no solo de esa pluralidad, sino de una amalgama de prácticas y creencias presentes en la mente de sus habitantes, ofreciendo ya dentro del mismo catolicismo, una diversidad a

revisar. En su difusión por Canarias, la mujer juega un importante papel. Papel que intentaré definir teniendo en cuenta que la variedad de fenómenos implicados a la hora de visionarlas se diversifica en una multiplicidad donde los medios de comunicación, las estrategias económicas y los intereses privados se superponen en complejas iniciativas, que en algunos casos descansan en contextos ligados al esoterismo y la magia.

Con las personas llegan las ideas y con ellas, el cambio. No solo se trata de un movimiento físico de objetos y personas con sus creencias, sino del movimiento a través de las redes de la información que hacen posible la movilidad constante de conocimiento y una inevitable difusión e interacción de cultos y manifestaciones religiosas. En Internet se debate y fluye, no solo el hasta hace poco tiempo, conocimiento secreto de babalawos, sino que se distribuyen, reafirman y nacen relaciones de poder y novedades religiosas que repercuten en múltiples facetas de estos cultos (iniciaciones, consultas, cartas del año, objetos rituales...). La TV es el ámbito donde la estrecha línea entre magia y religión, entre esoterismo y santería es cruzada, dando como resultado curiosas mixturas donde se adivina por el tarot, teniendo como guía los signos del zodiaco y solucionando los problemas con trabajos de santería. La religión se mueve por la red a través de los hilos invisibles de la tecnología, instaurándose junto a la magia y el esoterismo en páginas donde una simple clave de acceso y un pago con Visa, nos remite a universos donde la fe y la mercancía distribuyen su potencial.

En el ámbito de lo privado, estas se muestran en un estado donde el adjetivo de pureza es sinónimo de autenticidad, una pureza que intenta acercarse a los orígenes (cubanos, africanos) Santeras y babalawos asumen la competencia que se da entre los distintos medios (locales, TV, privados...) teniendo en cuenta que el prestigio es fundamental. Sin embargo, la peculiaridad de estas creencias, nacidas del sincretismo y la improvisación ha hecho que se adapten con facilidad a los cambios, entre ellos, los que las actuales formas de comunicación promueven. Rapidez, eficacia y anonimato son fórmulas a las que estas religiones responden. Ahora, las Web, las líneas 906 o las 806, un respetable restaurante o una legal floristería atienden las demandas. Y es que aunque son muchos

los que hacen usos de estos servicios, son muy pocos los que lo admiten, pues todavía perduran prejuicios raciales, religiosos y sociales. Una realidad que critica, teme, pero usa estas ancestrales y actualizadas creencias. Ancestrales porque sus raíces se hunden en un África atávica y animista y una América colonial. Actuales porque en cada momento se han adaptado y reajustado quedando inmersas en unas dimensiones de eficacia, no solo tecnológica, sino estética y económica y porque forman parte de las dinámicas sociales, culturales y religiosas de hoy. Los contextos donde estas religiones aparecen pueden estar muchas veces relacionados con otros ámbitos de carácter mágico o esotérico. Magia, esoterismo y religión son ámbitos que deben, no obstante ser diferenciados, pues, aunque convergen en el universo aparente de estas creencias, tienen sus propias particularidades, que en el caso que nos ocupa, representa una forma más de definir el modo en que estas prácticas se han asentado en Tenerife.

Los escenarios religiosos de Tenerife no son los templos-casas del Orisha de Cuba, santuarios-museos promovidos por el gobierno como un producto turístico más, sino lugares mucho más comunes en la sociedad capitalista moderna. Los nuevos espacios se insertaran en el tejido urbano y empresarial de Tenerife. Pequeños locales en calles peatonales, avenidas o Centros Comerciales serán el lugar elegido, atrayendo clientes con productos relacionados con otras realidades esotéricas (Zen, nuevas espiritualidades, autoayuda, etc.) y enmarcadas en contextos tan variables como: librerías, bazares, floristerías o tiendas de bisutería y ropa. Es en este paisaje el papel de la mujer se hace más visible, siendo las encargadas de dar la cara al cliente y elaborar el discurso que permita un cómodo acercamiento. Se ocuparan de la venta de perfumes, talismanes, flores, libros, pociones, imágenes religiosas, velas, collares...etc. siendo los atractivos de frente al público, pero en la trastienda, tras una cortina o puerta siempre cerrada, una habitación espera las visitas más personalizadas donde la Ciprea Moneta (cauri) adivinará en el Diloggún. Se venden objetos y sustitutos para paliar las carencias de productos necesarios en los rituales y ofrendas (CD con los sonidos para cada ceremonia, bellísimas sopas para evitar los calderos de hierro don-

de huesos y sangre quedan al descubierto hiriendo las sensibilidades de los conversos, plantas exóticas...etc.). Desde estos locales, las simbologías disuelven las diferencias estéticas y culturales promoviendo una práctica ahora sumergida en la legalidad de un nuevo entorno social. Cambiando no solo los aspectos formales sino también el acontecer religioso en general, transformación esta que no permanecerá en Canarias, sino que emigrará con los que regresan o viajan a Cuba recubiertos del barniz estético y cultural del Archipiélago.

En Tenerife estas creencias conforman una peculiaridad formal y simbólica adaptándose a los entornos geográficos y a las normativas legales establecidas. Los ríos de Oshún son aquí correrías de agua dulce como el Barranco de Igueste de San Andrés en Santa Cruz. Los sacrificios a Changó se depositan en la Montaña Roja del Médano por el color rojo que la tierra presenta en esta y cuando no hay la posibilidad de sustitutos, los mecanismos llegan a límites de una abrumadora solvencia. Como cuando una creyente tuvo que entregar un trabajo a Oshun y al no encontrar aguas dulces no dudó y lo echó al mar diciendo "...*Yemayá lo*

*entregará por mí...*" (GALVÁN, 2005). Re-componiendo los espacios, los dioses se acomodan en una angosta y novedosa orografía, redefinidos desde esta religión por la forma, el color, la materia o la significación local. Los antiguos lugares sagrados de la isla son ahora dominio de los Orishas y vuelven a recibir sacrificios y ofrendas.

Tanto leyes como normas sociales enmarcan estos cultos y las practicantes deben responder a ello cuando ejecutan su labor. Los Orishas se conforman con sacrificios de aves y no de mamíferos. Los músicos son sustituidos por grabaciones graduables que evitan permisos para festejos hasta altas horas de la noche y muchas obligaciones religiosas son interpretadas con menos presión (vestuario, horarios). Recuerdo una noche en que una informante estaba en el cine y se le hizo algo tarde y al percatarse de ello, se quedó pensativa y luego relajándose exclamó "...*En Cuba aún no son las 12:00 de la noche...*" Los objetos de culto se hacen ahora portátiles (Eleguas de bolsillo y sutiles amuletos) cumpliendo con la demanda de una sociedad que pasa por el filtro de la discreción y el dinamismo.



Figura 8. Pulcro y decorativo Altar de Santería en Europa. Suecia.

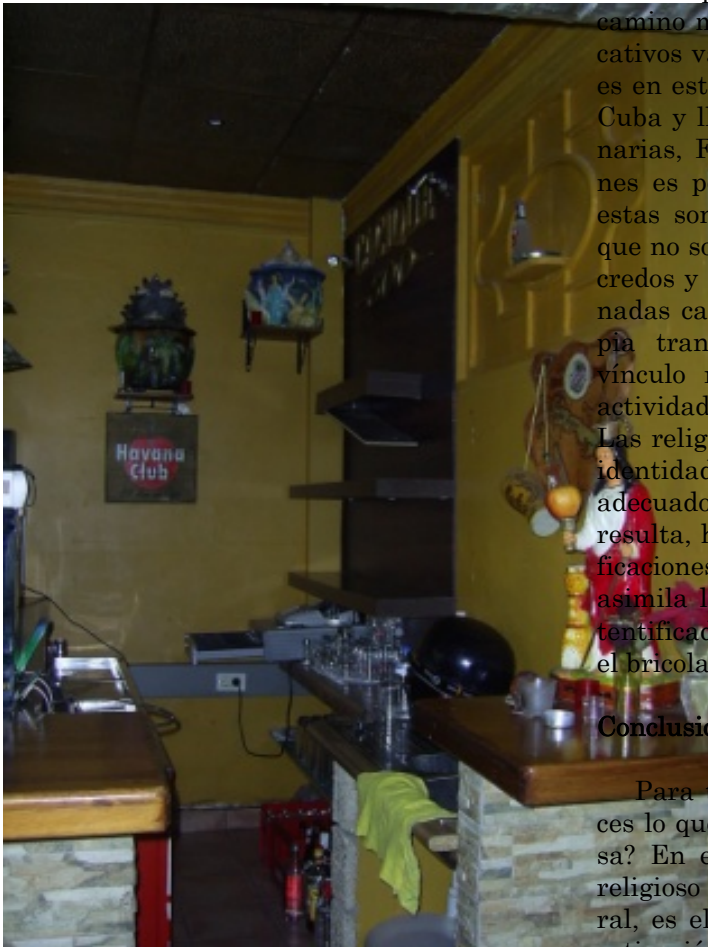


Figura 9. Rincón de contenido religioso en el pub Azucar, en el Puerto de La Cruz.

Los cultos afrocubanos, adaptables y volubles, hacen que para los Orishas que descienden a las islas de la mano de turistas conversos o inmigrantes practicantes, el espacio de lo sagrado resulta sorprendentemente dinámico, encontrando mil rostros atractivos para conjurar el siglo XXI. En Tenerife existe una red de practicantes y creyentes, de vendedores y compradores, de proveedores y clientes desde el que las creencias se difunden y se asientan y como ya indiqué, se hace vital diferenciar entre los distintos niveles y gradaciones, que van desde lo individual a lo colectivo, de la cita casual al trabajo personal, de la creencia a la práctica, de la magia a la religión. Desde las texturas locales los Orishas son parte del universo religioso de las islas, donde las negras ceremonias han sido cautelosamente blanqueadas para convalidar sus atractivos.

El turismo entonces es una de las vías pa-

ra la expansión de estas religiones y en el camino muchos elementos y aspectos significativos varían. La unión patrimonio-religión, es en este caso un puente vital para salir de Cuba y llegar a lugares como Alemania, Canarias, Francia... El mercado de las religiones es por tanto otro de los modos en que estas son apreciadas actualmente. Mercado que no solo consiste en la venta y elección de credos y símbolos o la exaltación de determinadas características locales, sino en la propia transformación de las sociedades. El vínculo religioso es canal de migraciones, actividades económicas e integración social. Las religiones afrocubanas, como parte de la identidad de un pueblo y con los requisitos adecuados para su redefinición simbólica resulta, hoy, territorio de relecturas, resignificaciones, donde el moldeable sincretismo asimila la novedad y cita la antigüedad autenticadora en una mixtura que promueve el bricolage.

### Conclusiones

Para terminar ¿Es el patrimonio entonces lo que activa el flujo turístico o viceversa? En el caso de Cuba y del patrimonio religioso como parte del patrimonio cultural, es el turismo la causa de su principal activación. La elección sociocultural hace que esta parte, antes ignorada, se asuma como propia, conservándose y protegiéndose por su rentabilidad, aunque, como expliqué, por el camino se combinan y reinterpretan elementos hasta conseguir un producto aceptable para el mercado. Los usos pueden entonces degradar o proteger el patrimonio, hacerlo renacer o desaparecer siendo una alternativa y marcando la forma de ver el mundo. Del tabú a la identidad es el camino que han seguido en Cuba las religiones afrocubanas al ser consideradas un bien turístico. La redefinición de los símbolos religiosos de la política cultural de los últimos tiempos ha permitido la proliferación de estas creencias y la circulación de literaturas, ceremonias y personas. El tráfico cultural (APPADURAI, 2001) es y ha sido una constante en la historia de la humanidad, pero la tensión entre homogeneización y heterogeneización hoy, es fundamental ante el impacto de un sistema turístico que no solo permite el movimiento de grandes masas, sino que promueve el hecho de auto



representarse para el otro, según se demande. La unión del patrimonio cultural y el desarrollo turístico como mecanismo de exteriorización y mercantilización las ha transformado en mercancía, cambiando la visión que muchos tenían de las mismas. Salen de la marginación desarrollándose dentro de una actualidad globalizada y consumista que nos remite a un universo donde tradiciones, intereses políticos y económicos, imposiciones del turismo y los símbolos más profundos quedan registrados en una página Web, conformando parte de las redes multidireccionales de la información que filtran, ordenan, exportan y venden el patrimonio cultural al precio que marca la oferta y la demanda. Patrimonio y turismo unidos bajo el rostro de la religión en comunión con una ideología y una identidad. Estamos ante la poderosa presencia de la fe, la magia y la tradición, pero también de la mercancía y el precio, del debate político y la globalización.

### Bibliografía

- Aguilar Criado, E.  
1999 "Patrimonio etnológico e inventarios para conocer, inventarios para intervenir". En Aguilar Criado, E. (Coord.) *Patrimonio etnológico: Nuevas perspectivas de estudio*. Granada: Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico.
- Argyriadis, K.  
2004. "Religión de indígenas, religión de científicos: construcción de la cubanidad y la santería". *Desacatos. Revista de Antropología Social* 17: 29- 52.
2005. "El desarrollo del turismo religioso en La Habana y la acusación de mercantilismo". *Desacatos. Revista de Antropología Social* 18: 29- 52.
- Appadurai, A.  
2001. *La modernidad desbordada. Dimensiones culturales de la globalización*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Cabrera, Lidia.  
1989. *El Monte*. La Habana: Letras cubanas.
- Fernández de Paz, E.  
2006. "De tesoro ilustrado a recurso turístico: el cambiante significado del patrimonio cultural". *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* (www.pasosonline.org), 4(1).pp. 1-12.
- Galván Tudela, J. A2007 "Las religiones en Canarias hoy, una perspectiva transnacional" en *Religiones minoritarias en Canarias. Perspectivas metodológicas*. Idea. pp. 61-107.
- Galván, A y a Viña, A. 2007 "Causas e itinerarios de la inmigración irregular" en *La inmigración irregular en Tenerife*. pp.61-110. Santa Cruz de Tenerife: Área de Desarrollo económico.
- García Canclini, N.  
1999. "Los usos sociales del patrimonio cultural". En Aguilar Criado, E. (Coord.) *Patrimonio etnológico: Nuevas perspectivas de estudio*. Granada: Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico.
- García V, Ángela Y.  
2007. "Religiones afrocubanas y Redes Transnacionales en Canarias. (A propósito de Tenerife) En Díez de Velasco, F., J. A. Galván Tudela (Eds.) *Las religiones minoritarias en Canarias. Perspectivas metodológicas*. Pp. 273-295. Santa Cruz de Tenerife: Ediciones Idea
- Latour. B.  
2008. "Llamada a revisión de la modernidad. Aproximaciones antropológicas" *Tecnogénesis. La construcción técnica de las ecologías humanas*. Vol. 2. AIBR.
- Levitt. P.  
2007. "Rezar por encima de las fronteras: Cómo los inmigrantes están cambiando el panorama religioso". Traducido por Luis Rodolfo Morán Quiroz y Alberto Galván Tudela. En *Gog Needs No Passport: How Immigrants are Changing the American Religious Landscape*. USA: The New Press.
2009. "Migrantes transnacionales: cuando "hogar" hace referencia a más de un país". *Aspectos fundamentales de la migración*. USA: American Jewish Committee.
- Limón Delgado, A.  
1999. "Patrimonio ¿de quién?". En Aguilar Criado, E. (Coord.) *Patrimonio etnológico: Nuevas perspectivas de estudio*. Granada: Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico.
- Lowenthal, D.  
1993. *El pasado es un país extraño*. Madrid: Akal.

- Prats, Ll.  
1997. *Antropología y patrimonio*. Barcelona: Ariel.
1998. "El concepto de patrimonio cultural". *Política y sociedad*. 27. pp. 63-76
2003. "Patrimonio + turismo = ¿desarrollo?". *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* (www.pasosonline.org), 1(2). Pp. 127-136.
- Santana Talavera, A.  
1997. *Antropología y turismo: ¿Nuevas hordas, viejas culturas?* Ariel, Barcelona.
2003. "Patrimonios culturales y turistas: unos leen lo que otros miran". *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* (www.pasosonline.org), 1(1): 112.
- Valerio, Fernando.  
2000. "Buena Vista Social Club: Canibalismo cultural y nostalgia imperialista". En *Retos para un nuevo milenio: Lengua, cultura y sociedad. Actas del Coloquio Internacional de la Asociación Europea de Profesores de Español*. Pp. 79-86. Colorado: Ed. Sara Saz. Fort Collin.
- Vertovec, St.  
2001. "Religion and Diaspora". Paper presented at *The Conference on New Landscapes of Religion in the West*. School of Geography and the Environment, University of Oxford.

## NOTAS

<sup>1</sup> Popper. Karl. 1995. "La lógica de la investigación científica". pp. 103. *Opera Mundi*. Barcelona.

<sup>2</sup> Santana J. 2007. "Mis muertos están enamorados de mi. Género y sexualidad, un caso etnográfico". En *Religiones minoritarias en Canarias*. Perspectivas metodológicas. Eds. Díez de Velasco y Galván Tudela. Ideas. Tenerife. Pp. 273-317.

<sup>3</sup> Página Web del consejo ecuménico, entidad que agrupa a más de cincuenta iglesias cristianas evangélicas y protestantes de Cuba. *Sitios de la cultura afrocubana.mht web.mht*.

*Recibido:* 01/06/2009  
*Reenviado:* 15/09/2009  
*Aceptado:* 30/09/2009  
*Sometido a evaluación por pares anónimos*