



# cultur

Revista de Cultura e Turismo

*Artigo:*

## **LA IMPORTANCIA DEL TURISMO CULTURAL EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD NACIONAL**

*Autores:*

*Iryna Kravets<sup>1</sup>*

*Patricia de Camargo<sup>2</sup>*

---

Copy right, 2007, CULTUR. Todos os direitos, inclusive de tradução, do conteúdo publicado pertencem a CULTUR - Revista de Cultura e Turismo. Permite-se citar parte de artigos sem autorização prévia, desde que seja identificada a fonte. A reprodução total de artigos é proibida. Os artigos assinados são de responsabilidade exclusiva do(s) autor(es), que serão informados que a aprovação dos artigos implica na cessão imediata de direitos, sem ônus para a revista, que terá exclusividade de publicá-los em primeira mão. Em caso de dúvidas, consulte a redação: [revistacet@hotmail.com](mailto:revistacet@hotmail.com)

A CULTUR – Revista de Cultura e Turismo, é um periódico científico eletrônico, idealizado no Programa de Mestrado em Cultura e Turismo da Universidade Estadual de Santa Cruz. Com a missão de fomentar a produção científica e a disseminação de conhecimento multidisciplinar relacionados com Cultura, Turismo e áreas afins, objetivando a troca de informações, a reflexão e o debate, provendo assim o desenvolvimento social.

---

**CULTUR – Revista de Cultura e Turismo**

CULTUR, ano 02 – n. 02 – jul/2008

[www.uesc.br/revistas/culturaeturismo](http://www.uesc.br/revistas/culturaeturismo)

---

<sup>1</sup> *Licenciada em Filología Hispánica. Actualmente cursa el XX Master Internacional de Turismo de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria/España como becaria del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio – Becas Turismo de España 2007 - [irina375@rambler.ru](mailto:irina375@rambler.ru)*

<sup>2</sup> *Licenciada en Artes y Derecho, con un Master en Turismo. Actualmente es profesora del Master de Turismo de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria/España y cursa el doctorado en Turismo de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria como becaria del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio – Becas Turismo de España 2006 – E-mail: [patriciacamargo@ists.org.br](mailto:patriciacamargo@ists.org.br)*

## **RESUMO**

O propósito deste artigo consiste em discutir sobre a importância do turismo cultural no renascimento de culturas locais. Depois de algumas considerações em relação com o turismo cultural, a identidade nacional e a construção da cidadania, é abordado a experiência da Bielorrússia, e sua trajetória até a identidade através das rotas turísticas culturais.

## **PALAVRAS CHAVES**

Globalização, turismo cultural, patrimônio, construção da identidade, cidadania, rotas turísticas culturais.

## **RESUMEN**

El propósito de este artículo consiste en reflexionar en torno a la importancia del turismo cultural en el renacimiento de culturas locales. Después de algunas consideraciones en relación con el turismo cultural, la identidad nacional y la construcción de la ciudadanía, se describirá la experiencia de Bielorrusia, y su camino hacia la identidad a través de las rutas turísticas culturales.

## **PALABRAS CLAVES**

Globalización, turismo cultural, patrimonio, construcción de la identidad, ciudadanía, rutas turísticas culturales.

## **ABSTRACT**

The purpose of this article is to emphasize the importance of the cultural tourism in the renaissance of local cultures. It also considers the aspects of the cultural tourism, the national identity and the process of their formation and describes the experience of the Republic of Belarus in the formation of Belarusian national identity by the means cultural tours.

## **KEY WORDS**

Globalization, cultural tourism, heritage, formation of the identity, nationality, cultural tours.

## 1. INTRODUCCIÓN

La globalización de una cierta manera siempre ha existido, solo hay que pensar en los griegos que impusieron su cultura a sus colonizadores, es decir, que los romanos tomaron su cultura y la hicieron propia; y éstos que fueron imponiendo su lengua y costumbres a los demás pueblos que conquistaron en la Antigüedad. Como apunta Néstor García Canclini (1995) la mayoría de los productos y mensajes que consumíamos se producían en nuestra propia sociedad, sin embargo, ahora ya es difícil saber lo que es propio, y a este peligroso proceso el autor llama de internacionalización de la globalización que supone “una interacción funcional de actividades económicas y culturales dispersas, bienes y servicios generados por un sistema con muchos centros, en el que importa más la velocidad para recorrer el mundo que las posiciones geográficas desde las cuales se actúa” (Canclini, 1995: p.16).

Vargas Llosa (2000) va más allá y propugna la muerte de algunas culturas incapaces de resistir a la invasión de las “culturas más potentes” o de las marcas más influyentes del planeta. El autor alerta que los pueblos más débiles “perderán su identidad -vale decir, su alma- y pasarán a ser los colonizados del siglo XXI, epígonos, zombis o caricaturas modelados según los patrones culturales del nuevo imperialismo, que, además de reinar sobre el planeta gracias a sus capitales, técnicas, poderío militar y conocimientos científicos, impondrá a los demás su lengua, sus maneras de pensar, de creer, de divertirse y de soñar” (VARGAS, 2000).

Al mismo tiempo la era de la globalización internacionalizada o de la mundialización presenta como paradoja que también provoca el resurgimiento nacionalista expresado en la extensa reconstrucción de la identidad (CASTELLS, 2001). La gran movilidad mundial relacionada con la búsqueda de mejores condiciones de vida o la huida de zonas conflictivas impone a ciertos pueblos el convivir con diversas culturas, y en muchos casos no se da una real integración entre los que llegan y los locales. Esta falta de integración provoca la expansión de fundamentalismos incluso en regiones más desarrolladas y alejadas de los conflictos. La intolerancia fortalece los fundamentalismos. Castells afirma que “la mayoría de los fundamentalismos en la historia, son movimientos reactivos, que pretenden construir una identidad social y personal basándose en imágenes del pasado y proyectándolas en un futuro utópico para superar los insoportables tiempos presentes” (CASTELLS, 2001: p. 48). Además apunta como principales fuentes del fundamentalismo presente a: la amenaza de la globalización y a la crisis de la estructura familiar.

¿De qué manera se pueden evitar estos fundamentalismos y reconstruir la identidad nacional? Este estudio trata estas cuestiones, y pretende demostrar a través de la experiencia de Bielorrusia la importancia del turismo cultural en la reconstrucción de la cultura e identidad nacionales sin que se caiga en el error de fortalecer posiciones extremistas que puedan conllevar a movimientos fundamentalistas.

Para alcanzar el objetivo marcado se realizó una investigación bibliográfica, seguida de un análisis de contenido de las políticas culturales y educativas del país, así como de sus principales medios de divulgación. Se analizaron las fuentes relacionadas con el turismo cultural y sus impactos, así como el concepto de la identidad y el nacionalismo. Para demostrar la importancia del turismo cultural en el ejemplo de Bielorrusia se realizó un análisis del material bibliográfico existente sobre las políticas adoptadas por el Gobierno de Bielorrusia para la construcción de la identidad nacional y el fomento del turismo interno. Se estudió la experiencia de las empresas que vienen desarrollando el turismo interno a través de las rutas turísticas educativas. Además, se propusieron algunas recomendaciones para mejorar la educación de la juventud y para a la vez conllevar a la formación de una ciudadanía consciente de su identidad nacional a través de las rutas turísticas culturales.

## **2. TURISMO CULTURAL. IMPACTOS POSITIVOS Y NEGATIVOS**

El turismo tiene una tipología bastante amplia que incluye diferentes tipos de turismo tales como: el turismo cultural (urbano, arqueológico, literario, etc.), el turismo natural (ecoturismo, agroturismo, etc.), el turismo activo (aventura, deporte, espacial, sexual, médico, religioso, etc.), el turismo de negocios (negocios, congresos, eventos, incentivo, etc.) y otros (KABUSHKIN, 2004). El interés de las personas por la historia, el arte y la cultura en general ha motivado el crecimiento del turismo cultural, que es aquel que tiene el objetivo de disfrutar de bienes culturales tales como: el patrimonio histórico, el artístico, arquitectónico, los museos, la gastronomía, la artesanía y otros; y que representa un contacto directo con diferentes costumbres y poblaciones, ocasionando un encuentro de culturas (LARGE y MILONE, 1995).

La OMT prevé que dentro de la demanda internacional, el turismo cultural crecerá más que las demás tipologías. Sobre el turismo cultural, Iriarte hace las siguientes observaciones, que permiten delimitar el término: “El turismo cultural se da cuando el atractivo que llama al turista es algún tipo de producción humana, una obra de arte o un conjunto de ellas, una tradición culinaria,

una construcción o un conjunto arquitectónico de características muy peculiares, una ceremonia única en su genero, una danza, allí tendremos turismo cultural. Pero también es turismo cultural la convivencia con comunidades indígenas o de pescadores, por ejemplo” (IRIARTE, 2004).

El turismo cultural forma parte del fenómeno turístico en general que mueve millones de personas en el mundo y tiene repercusiones de muy diversa índole. Esas repercusiones, o también llamados impactos, pueden ser asociados a tres categorías según Santana: A) Impacto económico: costes y beneficios económicos; B) Impacto físico: alteraciones espaciales y del medio ambiente; C) Impacto social y cultural: cambios en la forma de vida a nivel colectivo e interpersonal (SANTANA, 1997).

Se discuten mucho las repercusiones negativas del turismo cultural tales como: la comercialización de la cultura, el falseamiento y la romantización de la historia, los cambios de uso del lenguaje local durante el contacto de los turistas con la población, la transformación de la artesanía popular, los impactos ambientales, etc. Al mismo tiempo merece la pena subrayar los aspectos positivos: el mantenimiento del patrimonio, el renacimiento de la historia, las costumbres, las fiestas y ceremonias que estaban a punto de desaparecer, la atracción a los centros culturales de los negocios, el enriquecimiento de la personalidad, el intercambio cultural entre los turistas y la población local, la creación de una imagen positiva del destino. Cabe destacar la importancia del turismo cultural en el conocimiento de su propia cultura por la misma población lo que contribuye a la concienciación de su identidad nacional (SANTANA, 1997; MATHIESON y WALL, 1990).

### **3. IDENTIDAD NACIONAL Y SU CONSTRUCCIÓN**

En el diccionario de la Real Academia Española *la identidad* es definida como el “conjunto de rasgos propios de un individuo o de una colectividad que los caracterizan frente a los demás; la conciencia que una persona tiene de ser ella misma y distinta a las demás”.

Según Néstor García Canclini, “la identidad es una construcción que se relata. Se establecen acontecimientos fundadores, casi siempre referidos a la apropiación de un territorio por un pueblo o a la independencia lograda enfrentando a los extraños. Se van sumando las hazañas en las que los habitantes defienden ese territorio y fijan los modos legítimos de vivir en él para diferenciarse de los otros”. Se puede decir que la identidad la constituyen museos, rituales cívicos, discursos políticos; es el relato artístico, folclórico y comunicacional; es teatro y es política, es actuación y es acción” (CANCLINI, 1995).

Últimamente, la globalización representa un peligro para las culturas locales, poniendo en juego la pérdida de valores culturales, sociales que propician el desvanecimiento de tradiciones, costumbres y actitudes culturales. Sin embargo, las naciones y las etnias siguen existiendo. La construcción de la identidad incluye muchos aspectos, entre cuales se pueden distinguir: la actividad por parte del gobierno, el desarrollo de los medios de comunicación, la divulgación de la cultura tradicional, la formación de la sociedad civil por una serie de “aparatos”, como la Iglesia, los sindicatos, los partidos políticos, las asociaciones cívicas, los sistemas educativos, etc. (CANCLINI, 1995; CASTELLS, 2001).

Históricamente, la radio y el cine contribuyeron en la primera mitad del siglo XX a organizar la identidad y el sentido ciudadano en las sociedades nacionales. La comunicación ayudó a que los grupos de diversas regiones de un mismo país, antes lejanos y desconectados, se reconocieran como parte de una totalidad (BARBERO, 1987).

Como ejemplo ilustrativo se puede mencionar la formación de la identidad nacional de Finlandia. Se realizó a través de la prensa, cuando los periodistas fineses pugnaron por su identidad nacional, autonomía e independencia (desde finales del siglo XVIII hasta la independencia del país). Este proceso se basaba en la construcción de la identidad cultural-lingüística de la nación (es cuando se publicó el primer libro en lengua finesa), en el encauzamiento de un movimiento nacionalista organizado contra la “rusificación”, en el advenimiento de un periodismo moderno, en reclamo de la independencia y un cambio social (MAESTRO, 1997).

Hay que tener en cuenta que los medios de comunicación muchas veces no reflejan la realidad de forma correcta, sino que también la construyen, lo que, por supuesto, puede influir en la configuración de la identidad nacional. "Los medios manipulan la realidad, inevitablemente, en cuanto elaboran sus mensajes a partir de una materia prima, pero también manipulan las conciencias cuando ocultan ese proceso y ofrecen como la realidad misma aquello que es producto de una selección, un tratamiento y una publicitación" (SÁNCHEZ, 1997: 65).

Existen ideas de que la identidad nacional se forma mediante la interacción de cuatro series de factores: factores primarios, como la etnicidad, el territorio, la lengua, la religión, y cosas semejantes; factores generativos, como el desarrollo de las comunicaciones y la tecnología, la formación de las ciudades, el surgimiento de ejércitos modernos; factores incluidos, como la codificación del lenguaje en gramáticas oficiales, el establecimiento de un sistema de educación nacional; y factores reactivos, es decir, la defensa de intereses sometidos a un grupo social

dominante o un aparato institucional. Así, pues, la identidad nacional se construye cultural y políticamente (CASTELLS, 2001). Como se sabe, los principales representantes de la Identidad Nacional de un país, son los símbolos patrios (bandera, escudo, himno), diversas manifestaciones culturales características de cada país, la moneda y el idioma (en algunos países). Las manifestaciones culturales están representadas por la música y la comida típicas, la forma de vestir y de hablar, los mitos y las leyendas, los refranes, supersticiones, expresiones típicas, los juegos infantiles (NAREA, 2008). Por lo tanto cabe señalar la importancia de los sistemas educativos nacionales cuyos marcos normativos institucionales se encargan de transmitir determinados valores, concepciones, estereotipos, y conocimientos sobre el país que contribuyen a la construcción de la identidad nacional basada en la formación del ciudadano que representa una de las metas más importantes y prioritarias de las agendas político-educativas contemporáneas tanto en democracias débiles e incipientes, como en aquellas ya consolidadas (ORAISON, 2005).

El patrimonio histórico-territorial, la producción artística, el cine y la cultura en general también juegan un papel importante en la construcción de la identidad. “La reflexión actual sobre la identidad y la ciudadanía se va situando en relación con varios soportes culturales, no sólo en el folclore o la discursividad política, como ocurrió en los nacionalismos del siglo XIX y principios del XX. Debe tomarse en cuenta la diversidad de repertorios artísticos y medios comunicacionales que contribuyen a reelaborar las identidades” (CANCLINI, 1995).

#### **4. TURISMO E IDENTIDAD NACIONAL**

El patrimonio es uno de los principales recursos turísticos que se ha convertido en uno de los referentes simbólicos de los valores identitarios de una buena parte de las comunidades humanas. Dejando al margen los significados iniciales (“herencia del padre” o el “conjunto de los bienes de alguien, cualquiera que sea su origen”), la palabra patrimonio adquirió unos nuevos significados que se acercan a la esencia de la cultura y a la identidad del pueblo (MÉNDEZ, 2002).

Ha de tenerse presente que los bienes patrimoniales no poseen, intrínsecamente, valor simbólico e identitario. Por el contrario, para que un objeto pueda convertirse en patrimonio es precisa la puesta en marcha de una serie de estrategias, un proceso de “patrimonialización” en el que participe la sociedad. Es muy importante conservar el patrimonio, ya que es un referente simbólico de los valores de identidad, y su conservación juega un importante papel, que ampliamente utilizan las instituciones públicas y entidades de diferente índole económica

(MÉNDEZ, 2002). A este proceso Prats llama: activación patrimonial, es decir, de entre un conjunto de bienes que se pueden patrimonializar, la sociedad o aquellos que tienen el poder decisorio, determinan cuáles serán los elegidos para conformar el patrimonio nacional (PRATS, 1997).

El patrimonio dada su capacidad simbólica, se convierte en un potente instrumento para legitimar las identidades (locales, regionales, etc.). Al mismo tiempo, junto a la importancia del bien patrimonial como base identitaria de los individuos es evidente el valor turístico y comercial que tiene hoy. Más allá de sus significados de identidad, el patrimonio cultural se entiende como recurso y se valora como factor de desarrollo turístico; por ello es cada día más demandado y debe ser un pilar para desarrollar estrategias y planes de futuro. Sin embargo, no se trata de una mera venta de cultura, sino de una puesta en valor para los visitantes y, especialmente, para la sociedad local. (SANTAPAU, 2002). Por lo tanto, para ayudar a la ciudadanía en la concienciación de su identidad nacional es de gran valor enseñarle el patrimonio nacional como herencia de nuestros antepasados, la tradición y la historia llenos de valores artísticos, paisajísticos a través de las rutas turísticas culturales.

El turismo cultural nos acerca a la cultura local y mundial, nos da la posibilidad de conocer tanto patrimonio cultural tangible (centros históricos, paisajes urbanos, museos), como intangible (costumbres, leyendas, música, danzas, cocina tradicional), además nos brinda conocimientos nuevos, y nos enseña y al mismo tiempo educa (SOCORRO, 2008). Precisamente la cultura nos inculca valores humanos tales como el respeto, la tolerancia, el reconocimiento y aprecio de opiniones opuestas, la valoración de la identidad personal, así como el conocimiento del patrimonio nacional que nos aporta valores nacionales.

Barreto (2000: p. 46/47), justifica la importancia del turismo cultural de la siguiente manera: “mantener algún tipo de identidad – étnica, local o regional – parece ser esencial para que las personas se sientan seguras, unidas por los lazos extemporáneos a sus antepasados, a un local, a una tierra, a costumbres y hábitos que les dan seguridad, que les informan quienes son y de donde vienen, en fin para que no se pierda en el tumulto de informaciones, cambios repentinos y cantidad de estímulos que el mundo actual ofrece”.

Camargo (2003) propuso utilizar las rutas turísticas culturales en escuelas de Enseñanza Media como herramienta de aprendizaje y de concienciación de la comunidad local. Su investigación está basada en la Teoría de las Inteligencias Múltiples de Howard Gardner que



defiende el aprendizaje a través de medios multimodales. La investigación realizada en la ciudad de Curitiba (Brasil) demostró que a través del turismo cultural los alumnos se acercan al patrimonio histórico-cultural de su ciudad pasando a valorizarlo.

## **5. BIELORRUSIA: LA CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD NACIONAL**

Antiguamente, Bielorrusia formaba parte de la URSS (Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas). El estado soviético estaba organizado en un complejo sistema de 15 repúblicas federales, a las que se sumaban repúblicas autónomas dentro de las repúblicas federales, territorios (krai) y distritos autóctonos autónomos (okrug), comprendiendo además cada república varias provincias (oblasti). En cuanto a la identidad nacional, fueron la historia, la religión y la identidad rusas las que se convirtieron en el blanco principal de la represión cultural de las naciones que entraban en el estado soviético. El poder centralizado se ubicaba en Moscú (Rusia) y determinaba la política en cada uno de los países miembros de la URSS, sin prestar mucha atención a la diversidad de tradiciones, valores, modo de vivir y pensar. Tuvo lugar una política de “rusificación”: se imponía la cultura rusa; en los colegios se desarraigaba el idioma nacional que se reemplazaba por el ruso; la gente tenía que seguir las tradiciones rusas (CASTELLS, 2001).

En 1991 la URSS dejó de existir. Todos los países-miembros empezaron su propio camino hacia la identidad. En el caso de Bielorrusia, en aquel entonces la lengua nacional estaba casi completamente perdida, las costumbres típicas bielorrusas abandonadas, las famosas personalidades del país olvidadas. Pero la proclamación de la soberanía de Bielorrusia ejerció una influencia enorme en el contenido y las tendencias en el desarrollo de la cultura y ciencia nacionales. Después de la “desnacionalización” del país e indiferencia hacia la historia y cultura de la nación que se observaba a partir de los años 30 del siglo XX, era muy importante empezar el proceso de renacimiento de la cultura nacional bielorrusa y reconstrucción de la identidad nacional (GOUJON, 2007)

Preocupaba mucho el problema de la lengua nacional olvidada que juega un papel importante en la construcción de la identidad de una comunidad determinada. Por lo tanto según la ley “Sobre las lenguas en Bielorrusia” el 27 de enero de 1990 la lengua bielorrusa fue proclamada nacional. Se convirtió en la lengua oficial. Era obligatorio usarla en las entidades públicas, en las empresas y en los centros docentes (HISTORIA DE BIELORRUSIA, 2002).

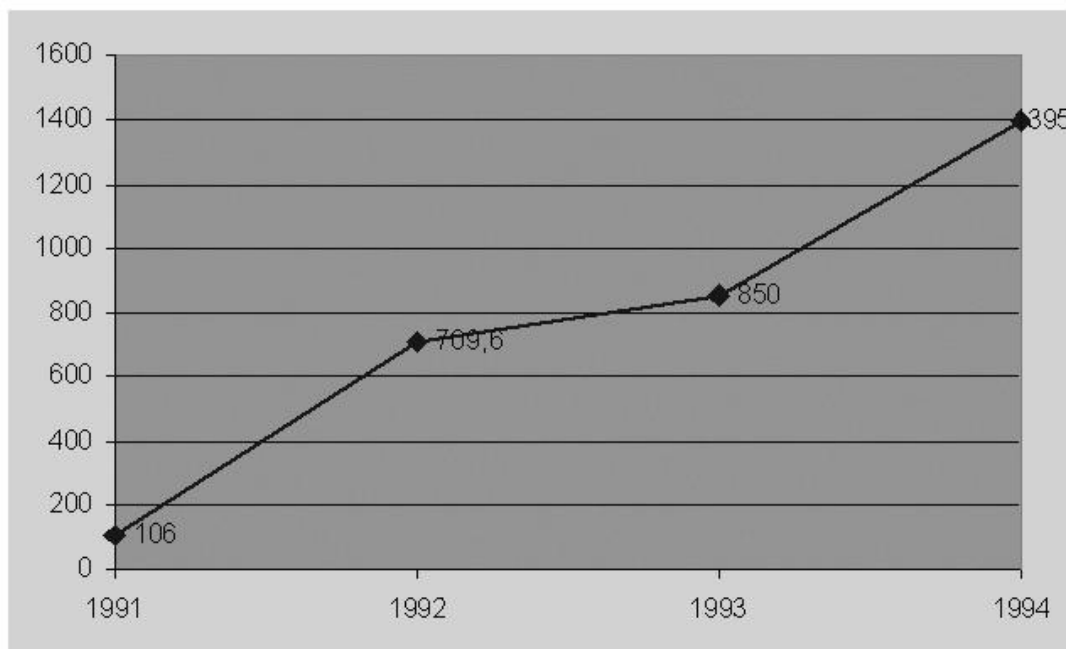
El proceso hacia la formación de la identidad bielorrusa fue muy difícil. La gente fue obligada a aprender la lengua natal: todas las clases que antes se impartían en ruso pasaron a impartirse en bielorruso, y además se empezaron a imprimir libros en la lengua nacional. Todos los colegios estaban obligados a crear asignaturas especiales que contaran la historia y cultura del país. Fue el primer paso el que más costó a la gente ya “rusificada”, quien sintiéndose presionada se resistía a aceptar los cambios.

El programa del gobierno sobre la cultura nacional favoreció muchísimo la construcción de la identidad nacional bielorrusa. Se aumentó la cantidad de teatros bielorrusos que montaban espectáculos en lengua bielorrusa basados en obras de escritores destacados y que contaban la historia del país. Los festivales de música y poesía nacionales recibieron un gran desarrollo. Se hizo todo lo posible para renovar las tradiciones olvidadas, fiestas, ritos, y arte típicos nacionales. Se abrieron museos etnográficos, de artesanía, y museos en honor a grandes personalidades bielorrusas. Volvió a la cultura bielorrusa Francisco Skarina<sup>3</sup>, primer impresor de la Europa de este. Se declaró el año 1990 por la UNESCO como el año de F. Skarina. Hay que destacar que toda la actividad cultural mencionada sigue desarrollándose hasta hoy en día siendo muy valorada por los mismos ciudadanos, así como por los turistas extranjeros (CHIGRINOV, 2002).

Una vez abierta la “cortina de acero” la gente tuvo la posibilidad de conocer países extranjeros y empezó a absorber la cultura occidental. La gente no conocía y no valoraba nada dentro del país, no tenía ni la menor idea de su pasado, pero conocía la historia de los países extranjeros. Esto se vio reflejado en el nivel de crecimiento del turismo emisor (véase Figura 1).

---

<sup>3</sup> *Francisco Skarina (o Francisk Skorina) fue la primera persona de Bielorrusia y entre los eslavos que empezó a imprimir libros. Científico-ilustrador, pensador-humanista, escritor de la Época de Renacimiento. Nació en Bielorrusia (Polotsk), estudió en las Universidades prestigiosas de Vilna (Lituania), Cracovia (Polonia), Padua (Italia), hasta ahora en esa universidad italiana se encuentra el retrato de F.Skorina entre las personas más destacadas, al lado de Galileo Galilei. Creó en Praga (República Checa) la primera imprenta bielorrusa. Traducía al bielorruso y imprimía libros (sobre todo religiosos) lo que tuvo un papel importante en el desarrollo de la cultura bielorrusa (ya que en aquel entonces los libros se escribían a mano, lo que tardaba mucho, y casi todos estaban en la lengua latina). Imprimía los textos antiguos con pequeños comentarios que los hacía comprensibles, primero en utilizar ilustraciones y la primera letra capital dibujada al principio del texto. La primera persona que empezó a desarrollar la literatura bielorrusa. De esa manera el pueblo bielorruso fue el primero entre toda Europa de Este en recibir los libros impresos en su lengua natal y no en latín o lenguas eslavas antiguas que se usaban sólo en la iglesia y no se entendían. (Fuente: “Хмо заснаваў беларускае кнігадрукаванне?” <http://knihi.com/pytanni/041.html>)*



**Figura 1: La dinámica del crecimiento del turismo emisor bielorruso**

Fuente: BELARUS EXPO 2000.

Esto motivó la creación del programa del desarrollo del turismo interno que aportó muchísimo a la concienciación de la identidad nacional. El gobierno hacía todo lo posible para que la propia población conociera su cultura: impuso a todas las agencias de viajes desarrollar el turismo interno creando rutas turísticas culturales dentro del país para “acercar” la población a su cultura; en las escuelas se organizaban clases especiales para poder realizar esos tours; también se llevaba a los escolares a las exposiciones de arte, al ballet, al teatro, etc. Después de las rutas se promovían debates en las clases, y se motivaba a los alumnos a buscar información adicional en cuanto al tema.

¿Por qué es importante motivar a que las personas conozcan su propio país? “Las personas eligen entre las prácticas sociales de su entorno, en función de sus creencias sobre el valor de esas prácticas. Y tener una creencia sobre el valor de una práctica consiste, en primera instancia, en comprender los significados que nuestra cultura le otorga” (KYMLICKA, 1996: 120). Como las personas van a relacionarse con su entorno, si no comprenden los significados de las prácticas sociales nacidas en este entorno, y derivadas de él.

No se estableciendo los vínculos no se ejerce la ciudadanía, que nada más es que utilizarse y a la vez alimentar a las prácticas sociales, añadiendo sus valores y creencias para enriquecerlas. La ciudadanía es una calle de mano doble, donde mientras el ciudadano la construye, a la vez la utiliza como apoyo.

Actualmente las agencias de viajes disponen de gran cantidad de rutas culturales organizadas dentro del país que cuentan el pasado y el presente de Bielorrusia, lo que facilita el conocimiento de la historia y de la cultura nacionales; y por lo tanto de las prácticas sociales. Cada fin de semana muchos centros culturales están llenos de jóvenes turistas de toda la república.

Más tarde la idea de utilizar el turismo cultural en los colegios para restablecer los valores de la identidad bielorrusa sirvió para elevar el nivel cultural de los escolares. Hoy en día existen clases especiales en las cuales los alumnos visitan museos, teatros, opera, ballet, cine, conciertos lo que, sin duda, da la posibilidad al alumno de orientarse en el “mundo cultural” del país, de poder formar su propia opinión en cuanto a la cultura y de emprender los primeros pasos para conocerla, entenderla y valorarla.

Actualmente esa práctica se emplea mucho en todos los colegios y universidades. La cultura permite desarrollar una personalidad multifacético, que hace el proceso de aprendizaje más fácil. Muchas instituciones culturales (teatros de opera y ballet, museos, etc.) tienen ofertas especiales para escolares y estudiantes con un precio reducido para las entradas. Cada vez más la juventud se siente más interesada en sumergirse a esos actos culturales lo que demuestra la gran cantidad de espectadores jóvenes.

Hoy en día son muy populares los viajes incentivos dentro del país. Éstos tienen un gran recibimiento por parte de los escolares, así como de las empresas, lo que ayuda, sin duda, a promover la cultura nacional bielorrusa no sólo entre las generaciones jóvenes que representan el futuro del país, sino entre la población adulta que se considera mas arraigada y difícil de aceptar cosas nuevas.

Toda esa actividad dirigida a la concienciación de la identidad nacional favoreció el desarrollo del turismo interno basado en el turismo cultural. Para los bielorrusos su país como destino turístico está en el segundo lugar después de Turquía, que propone sol y playa, lo que por su situación geográfica no puede proporcionar Bielorrusia (SITE TURÍSTICO DE BELARÚS, 2008).

Sin embargo, a pesar de todos los logros alcanzados, el gobierno de Bielorrusia intenta seguir desarrollando el turismo interno, lo cual queda reflejado en el Programa Nacional del

Desarrollo Turístico. En el programa se subraya la actividad turística orientada a la educación de la juventud y el desarrollo de la identidad nacional. Se propone la elaboración de nuevas rutas culturales por el país que puedan enseñar la historia y la cultura del país (PROGRAMA NACIONAL DEL DESARROLLO TURÍSTICO EN LA REPÚBLICA DE BELARÚS, 2006). Se motiva desde el gobierno a las agencias de viajes para que promuevan determinadas atracciones a través de diferentes concursos. Así el año 2008 empezó con la condecoración de los ganadores del concurso nacional “¡Descubre Belarús!” donde se eligieron la mejor ruta turística nacional, el mejor touroperador del turismo interno, la mejor página Web que cuenta sobre Bielorrusia, etc .

Además, el nuevo Programa Nacional del Desarrollo Turístico destaca el turismo interno como el punto de partida hacia el desarrollo del turismo receptivo internacional. Lo que subraya el papel del turismo cultural en el desarrollo del turismo interno. Así pues, ya se realizan los primeros intentos de atraer a turistas de países vecinos con un pasado semejante y cultura parecida en base a las rutas turísticas culturales. Así del 6 al 10 de diciembre de 2007 fue organizado el viaje para 200 escolares de Moscú (Rusia) en el llamado “tren de la memoria”. El objetivo del viaje fue enseñar la historia en el período de la II Guerra Mundial, y relatar los acontecimientos que eran muy importantes para toda ex URSS en los mismos lugares donde pasaron.

De acuerdo con lo anteriormente expuesto se ve la importancia de las rutas turísticas culturales en la construcción de la identidad nacional y la educación de la ciudadanía, así como en el desarrollo del turismo interno. Para un desarrollo sostenible se pueden proponer algunas ideas que puedan mejorar la educación de los jóvenes que a su vez contribuirán a la formación de la futura ciudadanía del país:

- Teniendo en cuenta que la educación precisa de material de apoyo, técnicas y herramientas para llegar al alumno, se deben elaborar rutas turísticas especializadas en una asignatura o tema determinados para facilitar la comprensión del material académico. Por ejemplo, visita a los castillos-sedes de los príncipes-antiguos gobernantes del territorio durante el estudio de un determinado período histórico; visita a museos literarios que reflejan la vida determinados escritores en la asignatura de literatura; por otro lado con respecto a biología, geografía, ecología, etc. – visita a parques naturales y zonas protegidas, etc.

- Organizar las rutas donde los escolares sean los actores y no espectadores pasivos. Por ejemplo, introducir en una visita un mini-espectáculo a base de las leyendas típicas del lugar donde los mismos escolares puedan tomar parte activa del espectáculo.
- Motivar la participación de los escolares en la creación de las rutas a través de la tecnología de la Web 2.0, donde los escolares puedan intercambiar sus opiniones en cuanto al viaje realizado, dar consejos y organizar su propia ruta virtual.
- Organizar rutas culturales obligatorias al teatro en colaboración con los actores durante el estudio de una determinada obra literaria.
- Usar excursiones en la enseñanza de las lenguas extranjeras, donde los escolares sean guías de la excursión en la lengua extranjera.
- Promover a los escolares a la participación en festivales escolares de música, baile, poesía, etc.
- Crear una lista de actividades culturales obligatorias que estén reflejadas en el programa educativo del país.

## 6. CONCLUSIONES

Últimamente, debido al fenómeno de la globalización que tiende a absorber las culturas regionales, sus costumbres, tradiciones y productos culturales, la reconstrucción de la identidad nacional tiene gran importancia ya que favorece al renacimiento de las culturas locales y del sentimiento de pertenecer a un lugar. “La identidad cultural proporciona un anclaje para la autoidentificación (de las personas) y la seguridad de una pertenencia estable sin tener que realizar ningún esfuerzo. Pero esto, a su vez, significa que el respeto a sí misma de la gente está vinculado con la estima que merece su grupo nacional. Si una cultura no goza del respeto general, entonces la dignidad y el respeto a sí mismos de sus miembros también estarán amenazados” (Margalit y Raz, 1990: 447/449, In: KYMLICKA, 1996: 128/129).

Merece la pena destacar que, junto a la importancia del bien patrimonial de un país como base identitaria de los individuos es evidente el valor turístico y comercial que tiene hoy. Por lo tanto, para ayudar a la ciudadanía en la concienciación de la identidad nacional es de gran valor enseñar el patrimonio nacional como herencia de sus antepasados, la tradición y la historia llenos de valores artísticos y paisajísticos a través de las rutas turísticas culturales. Tal experiencia permite además de fomentar al turismo interno, preparar a sus ciudadanos para recibir una demanda turística internacional en su territorio.

## REFERENCIAS

- BARRETO, Margarita (2000): **Turismo e Legado Cultural**. Campinas: Papirus.
- BELARÚS EXPO 2000 (adaptación al español). - [http://expo2000.bsu.by/main\\_document.idc?id=75&ps=56](http://expo2000.bsu.by/main_document.idc?id=75&ps=56)
- CAMARGO, Patricia (2003): **Rutas Turísticas Culturales: una herramienta para el aprendizaje de los alumnos de la enseñanza media**. Tesina realizada para el Master Internacional de Turismo. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria.
- CANCLINI García (1995): **Consumidores y Ciudadanos. Conflictos Multiculturales de la Globalización**. México: Grijalbo.
- CASTELLS, Manuel (2001): **La era de la información: Economía, sociedad y cultura. Vol.2: El poder de la identidad**. Madrid: Alianza Editorial.
- GOUJON, Alexandra (Гужон А) (2007): **Nationalisme et identite en Bielorussie // Almanach de la recherche franco-russe /Франко-Российский научных альманах**. 1. 2007. Le nationalisme russe dans les sciences sociales / Русский национализм в общественных науках, <http://www.centrefr.net/article=127> (enero 2008)
- IRIARTE, Fernando Céspedes (2004): **Cultura y turismo cultural**. - <http://www.monografias.com/trabajos16/cultura/cultura.shtml> - 15.03.2008
- KYMLICKA, Will (1996): **Ciudadanía Multicultural**. Barcelona: Paidós
- LAGE, Beatriz Helena Gelas; MILONE, Paulo César (1995): **“Cultura, Lazer e Turismo”**. In: **Turismo em análise**. Sao Paulo: Universidade de São Paulo.
- MAESTRO, Javier (1997): **La formación de la identidad nacional de Finlandia a través de la prensa**. <http://ehu.es/zer/zer2/5artmaes.html> - Marzo/2008.
- MATHIESON, A. y WALL, G (1990): **“Turismo: Repercusiones económicas, físicas y sociales”**. México: Trillas.
- MÉNDEZ, Rosa Fonte (2002): **De la invención de las raíces a los procesos de la patrimonialización folklórica**. <http://usuarios.lycos.es/odiseomalaga/pc03.htm> - 17.03.2008
- NAREA A. G. (2008): **Identidad Nacional**. - <http://www.monografias.com/trabajos14/dentnac/identnac.shtml> – marzo/2008.
- ORAISÓN, Mercedes (coord.), Daniel J. Corbo, Sílvio Gallo y Newton Aquiles von Zuben (2005): **La Construcción de la Ciudadanía en el Siglo XXI** Edita: Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI) – [http://www.campus-oei.org/publicaciones/otros\\_construccion.htm](http://www.campus-oei.org/publicaciones/otros_construccion.htm) - 18.03.2008
- PRATS, Llorenç (1997): **Antropología y Patrimonio**. Barcelona: Ariel Antropología
- PROGRAMA NACIONAL DEL DESARROLLO TURÍSTICO EN LA REPÚBLICA DE BELARÚS (2006): **Постановление Совета Министров Республики Беларусь: Национальная программа развития туризма Республики Беларусь/Resolución del Consejo de Ministros de la República de Belarús: Programa Nacional del Desarrollo turístico en la República de Belarús**. - <http://www.belarustourism.by/tourbusiness/law/> - 15.01.2008
- QUEIROLO, Jorge Hernán. **Impacto de la globalización en los países y en las personas**, ISBN 956 - 291 - 310 - 4.
- SANTANA, Agustín (1997): **“Antropología y turismo, ¿Nuevas hordas, viejas culturas?”**. Barcelona: Ariel

- SANTAPAU, María del Carmen Pastor (2002): **Rutas turístico-culturales y patrimonio histórico de la Alcarria conquense** (Cuenca, Castilla-La Mancha). - (<http://www.cervantesvirtual.com/servlet/SirveObras/hist/04709516466826584332268/p0000001.htm>) – 19.03.2008
- SOCORRO, M<sup>a</sup> Victoria Nuez (2008): **Apuntes del modulo “Patrimonio y turismo”**. Master Internacional de Turismo. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria.
- SÁNCHEZ, José Luis Noriega (1997): **Crítica de la seducción mediática**. Madrid: Tecnos.
- VARGAS, Mario LLOSA (2000): **Las culturas y la globalización**. El Pais digital/ [http://www.politica.com.ar/Estado\\_y\\_globalizacion/Las cult y la glob Vargas llosa.htm](http://www.politica.com.ar/Estado_y_globalizacion/Las_cult_y_la_glob_Vargas_llosa.htm) Consulta realizada - 20.01.2008.
- SITE OFICIAL DEL TURISMO EN BIELORRUSIA (<http://www.belarustourism.by/tourbusiness/law/>) enero 2008.
- SITE TURÍSTICO DE BELARÚS: [www.tio.by](http://www.tio.by) – 18.03.2008
- Гісторыя Беларусі. Курс лекцый. Ч.2. Мн., 2002г./ **Historia de Bielorrusia**. Material académico. Parte 2 (2002). Minsk.
- Чигринов, П.Г. Очерки истории Беларуси. Мн., 2002г./ Chigrinov, P.G (2002): **Ensayos de la historia de Bielorrusia**. Minsk.
- Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма. 2004: "Новое знание" ISBN: 985-475-210-0/Kabushkin N.I (2004): Management del turismo. Novoe izdanie: ISBN: 985-475-210-0
- Более 200 **московских школьников посетят Беларусь на "Поезде Памяти"**/Más de 200 escolares moscovitas visitarán Bielorrusia en el “Tren de la memoria” – portada [www.tio.by](http://www.tio.by) – 21.01.2008