

Patrimonio Inmaterial, identidad y turismo en España¹

José Manuel Rodríguez Rodríguez²

En el año 2001 la UNESCO comenzó a elaborar un listado —a la vez que definir el propio concepto— de Patrimonio Inmaterial, elenco que sirviera de acicate para que las comunidades participasen directa y directamente con este patrimonio y sus valores lo pudieran documentar, identificar, proteger, promover y revitalizar.

Paralelamente, en cada país e incluso en cada región (en el caso de España), existen un sinnúmero de catalogaciones y conceptos que en ocasiones, lejos de proteger y revitalizar el Patrimonio Inmaterial, generan conflictos entre los actores y comunidades protagonistas, llegando a duplicarse diferentes tipos de salvaguardas para un mismo bien patrimonial obligando a los actores/protagonistas de las celebraciones/fiestas a conservar o representar sus rituales en ocasiones basándose en una ley administrativa, lo que supone una clara transformación de la celebración en sí misma.

La comunicación analiza el diálogo entre identidad y turismo, especialmente en los ritos populares que presentan algún tipo de catalogación o salvaguarda institucional en España, donde la evolución de estos ha derivado en la conversión de estos en un producto turístico y, por tanto, con posibilidad de ser promocionado y comercializado por las políticas públicas, transformando las manifestaciones populares en algo completamente diferente y, con frecuencia, sin tener en cuenta a las comunidades protagonistas de estos rituales.

Palavras-chave: Patrimonio, Inmaterial, Turismo, España.

Please provide the English version of the title

In 2001, UNESCO began creating a list and defining Intangible Cultural Heritage to encourage direct community involvement in documenting, identifying, protecting, promoting, and revitalizing it.

Simultaneously, in each country and region (like Spain), numerous classifications sometimes hinder rather than help, causing conflicts among stakeholders and leading to duplicated safeguards for the same heritage. This forces communities to adapt their celebrations based on administrative law, altering their essence.

Communication studies the interplay between identity and tourism in officially recognized popular traditions in Spain, where they've evolved into tourism products, often promoted without considering the originating communities.

Key words: Heritage, Intangible, Tourism, Spain.

¹Este trabalho foi apresentado no XXIX Congresso Internacional de Antropologia de Ibero-América e no VI Seminário de Pesquisa em Rede Internacional, realizado no Centro Universitário Mais – UNIMAIS, realizado em Inhumas, Goiás, Brasil, de 29 a 31 de maio de 2025. Trabalho publicado nos anais do evento.

²Universidad de Salamanca. jmrodriguez@usal.es