

CONSUMIR Y CONSUMAR NATURALEZA. PRÁCTICAS TURÍSTICAS EN LA NATURALIZACIÓN DE LA SIERRA DE ARACENA

por

Esteban Ruiz-Ballesteros¹

Resumen: Naturaleza es una categoría cultural; por tanto, los entornos naturales no lo son en sí mismos sino en tanto en cuanto le son atribuidos características y valoraciones particulares. Los procesos a través de los cuales un determinado espacio se convierte en naturaleza incluyen dimensiones discursivas, políticas, perceptivas y prácticas. Sin una aproximación completa e integral a todas estas dimensiones nuestra comprensión de los procesos de naturalización será fragmentaria y parcial. Pero asimismo es necesaria una consideración amplia de los actores y agentes vinculados a dichos procesos. Este artículo explora específicamente el papel de los turistas como consumidores y consumidores de naturaleza, focalizando en el análisis de sus prácticas más significativas. Como conclusión se destaca la necesidad de estudiar las prácticas turísticas si aspiramos a desvelar de forma completa la esencia de los procesos de naturalización. Este ejercicio analítico se ilustrará etnográficamente desde un espacio naturalizado concreto, que sin embargo comparte casuística con múltiples territorios periféricos sur-europeos: la Sierra de Aracena (Andalucía, España).

Palabras clave: Naturaleza; naturalización; prácticas; turismo; Sierra de Aracena.

Resumo: Natureza é uma categoria cultural, no entanto os ambientes naturais não o são por si, na medida em que se lhes atribuem características e valorações particulares. Os processos pelos quais um determinado espaço se converte em natureza incluem dimensões discursivas, políticas, perceptíveis e de praxis. Sem uma aproximação completa e integral a todas estas dimensões a nossa compreensão dos processos de naturalização fica fragmentária e parcial. Mesmo assim torna-se necessária uma consideração ampla de atores e agentes ligados aos processos em causa. Neste artigo explora-se o papel dos turistas como consumidores e consumidores de natureza, focando as suas práticas mais significativas. Como

¹ Universidad Pablo de Olavide (Sevilla, España) Departamento de Antropología Social, Psicología Básica y Salud Pública. Este artículo se ha elaborado en el contexto de los proyectos “Retóricas de la naturaleza y turismo de base local: estrategias de sostenibilidad” (MINECO CSO2012-33044) y “Turismo de base local y resiliencia socioecológica” (MINECO CSO2017-84893). El autor agradece a José María Valcuende y José Antonio Cortés-Vázquez sus valiosos comentarios y sugerencias sobre el borrador final del texto.

conclusão sublinha-se a necessidade de estudar práticas turísticas sem aspirar a desvendar por completo a essência dos processos de naturalização. Tal exercício analítico é ilustrado com dados etnográficos compilados num espaço naturalizado concreto que, aliás, comunga com outros territórios periféricos da Europa do sul: a serra de Aracena, na Andaluzia.

Palavras-chave: Natureza; naturalização; práticas turismo; Serra de Aracena.

INTRODUCCIÓN

Uno de los aportes más importantes de la antropología social a los estudios ambientales ha sido desvelar que la naturaleza es una mera categoría cultural; y que, por tanto, *la naturaleza no es natural*. “Naturaleza” es una noción propia de la cultura occidental para catalogar y referirse a ciertos entornos que evidencia tanto una perspectiva onto-epistemológica particular (Descola 2005, Descola and Pálsson 1996, Raffestin 1996) como una *forma de estar* en esos entornos desde un punto de vista fenomenológico (Ingold 2000). Una vez abierta esta senda reflexiva, la desmitificación de lo natural ha seguido un proceso que nos lleva a conceptualizar la naturaleza como una intervención político-etnocéntrica sobre el espacio, que modela territorios y condiciona las actividades e identidades de sus habitantes y transeúntes (Cortés-Vázquez 2014, Santamarina 2009 y 2016, Valcuende y Ruiz-Ballesteros 2018). La naturaleza es una forma de catalogar al entorno que propicia dominación sociopolítica al generar exclusividades en su gestión, tanto como consecuencia de la necesidad de protegerlo y conservarlo, como del deseo de explotarlo.

Por tanto, un determinado territorio no es en sí mismo “natural” sino que ello depende de las características y valores que se le atribuyan; en definitiva: la naturaleza se hace. En este sentido no debe extrañarnos que en algunos contextos se hable abiertamente de “desarrollo natural” del territorio – tal y como estamos habituados a referirnos a desarrollo económico o social –. Esto es: al tiempo que se declara como naturaleza un territorio concreto se toman las medidas y determinaciones apropiadas para “desarrollar” ese carácter natural que se le atribuye, la naturaleza no es consustancial al lugar, sino que emerge de nuestra categorización y de la intervención que esta desata. No es extraño entonces encontrar cada vez más esa paradójica expresión – desarrollo natural – que sugiero aquí de forma provocativa. La naturaleza se crea; y por tanto es susceptible de ser desarrollada.

Pero el devenir de lo natural no acaba aquí, sino que en sintonía con todo este proceso reflexivo que refiero muy sucintamente, la naturaleza se convierte en

un objeto de consumo a distintos niveles y con una multidimensionalidad material e inmaterial sin límites (García Canclini 1995). No sería descabellado afirmar que la naturaleza es en la actualidad uno de los productos que de forma privilegiada nos ayudaría a entender la esencia, profundidad y sentido del capitalismo contemporáneo.

Pero si la naturaleza termina siendo una etiqueta (categoría cultural) que sirve para desarrollar territorios que pasarán a formar parte destacada del mercado (en virtud de las pautas de consumo que se implementan a su alrededor). ¿Cómo tiene lugar este complejo proceso? Visto desde la perspectiva que aquí propongo, la naturaleza, para ser efectiva, tendría que consumarse y consumirse. La naturaleza es el producto final de un proceso que llamamos naturalización (Ruiz-Ballesteros et al. 2009) que debe consumarse plenamente. “Consumar”, según la RAE, implica “como se lleva a cabo totalmente una cosa” lo que en nuestro caso de estudio equivaldría a preguntarse ¿cómo toma cuerpo en sus distintas dimensiones y sobre un territorio determinado esa categoría que llamamos naturaleza? Este es un tema sobre el que estamos indagando desde hace unos años en el Grupo de Investigación Social y Acción participativa (GISAP) de la Universidad Pablo de Olavide (Cortes-Vázquez 2012 y 2014, Córtes-Vázquez y Ruiz Ballesteros 2018, Escalera 2011, Ruiz Ballesteros y Cáceres Feria 2016b, Ruiz-Ballesteros et al. 2009, Valcuende, Quintero y Cortés-Vázquez 2011, Valcuende y Ruiz-Ballesteros 2018).

La naturaleza es una entidad discursiva: una categoría para representar el entorno con amplias consecuencias políticas (Escobar 1999) cuando, como es habitual, se asocia a conservación (Adams y Hutton 2007, Anderson y Berglund 2003); pero al mismo tiempo y en un plano concurrente, la naturaleza se revela también como una realidad perceptiva: una manera particular de captar a nivel sensorial el entorno (Ingold 2000, Ruiz-Ballesteros *et al.* 2009). La naturaleza se consume, de este modo, al nombrar y percibir el entorno de una determinada manera. Por tanto, es una relación particular del humano con el entorno – en el contexto de una cultura específica – la que convierte a éste en naturaleza. Así hay territorios que son considerados hegemónicamente naturales (parques, reservas) y otros que sencillamente no tienen tan nítidamente atribuido ese carácter. Pero la exploración de la consumación de la naturaleza debe ir más allá atendiendo a su dimensión fenomenológica; es decir, la naturaleza como tal no solo se consume en virtud de nuestras capacidades para representarla y percibirla, sino que de una manera más radical se consumiría en el contexto de nuestra acción sobre el mundo (de la cual representar y percibir son solo parte). Pudiera plantearse, de forma simplificadora pero elocuente, que mientras representar y percibir son capacidades del ser humano en tanto que observador, la dimensión fenomenológica focalizaría en la agencia humana: la naturaleza como práctica sobre un determinado entorno. Tenemos

asumido que la naturaleza puede ser un sustantivo o un adjetivo, sin embargo, con esta perspectiva fenomenológica lo que se propone es que la naturaleza se considere verbo, como acción antes que esencia ontológica o atributo epistemológico, practicar naturaleza: *naturing*. De esta forma la naturaleza emergería como consecuencia no solo de lo que se piensa o percibe sobre el entorno, sino de lo que se hace con/en él. Así se podría completar el análisis de su consumación.

Naturaleza no es solo un fenómeno discursivo-político, o una posición sensorial-perceptiva, sino también un proceso que conlleva, fundamentalmente, transformaciones en las prácticas y comportamientos básicos de los humanos que habitan o transitan espacios “naturalizados”, muy en la línea de la *environmentality* (Agrawal 2005, Cortés-Vázquez y Ruiz-Ballesteros 2018). Esta es la esencia de una dimensión fenomenológica que nos permitiría abordar la consumación de la naturaleza como una forma integral de pensar-estar-situarse-actuar en el entorno.

Siguiendo esta línea de investigación hemos explorado en distintos contextos etnográficos esta consumación de la naturaleza, profundizando en sus diversas dimensiones: político-discursiva (Valcuende y Ruiz-Ballesteros 2018), perceptiva (Ruiz-Ballesteros et al. 2009), fenomenológica (Ruiz-Ballesteros y Cáceres-Feria 2016b, Cortés-Vázquez y Ruiz-Ballesteros 2018), con ello procuramos una comprensión más completa de los procesos de naturalización que tanta importancia tienen para comprender los fenómenos ambientales contemporáneos. Pero hasta ahora hemos trabajado fundamentalmente con quienes habitan los espacios naturalizados, obviando en cierto sentido a los que los transitan: turistas, visitantes y viajeros. Estos contribuyen igualmente al proceso de producción de la naturaleza, al menos porque constituyen una parte importante de quienes la consumen. Pero ¿solo la consumen?

Cabría pensar – dicotómica y simplificada de nuevo – que mientras los que habitan la naturaleza son los protagonistas de su consumación, los que la transitan se limitan a consumirla. Como suele ocurrir con este tipo de maniqueísmo analítico, asumirlo como perspectiva explicativa nos aboca a una parcial comprensión del fenómeno en cuestión. Ante una naturaleza fuertemente mercantilizada – y no solo en cuanto al turismo sino también en tanto etiqueta que contribuye relevantemente a la valorización de la producción agro-ganadera y artesanal, por ejemplo – es muy difícil, y arriesgado, separar su consumación de su consumo. ¿Es posible consumir la naturaleza sin que esta se haya consumado plenamente?, por otro lado ¿es viable una consumación plena sin consumo? Parece lógico pensar que el consumo de la naturaleza es consecuencia de su consumación, pero no menos que la consumación de lo natural es imposible sin su consumo. Consumar y consumir tienen aquí una relación recursiva, y además es conveniente tomar en

consideración que transeúntes y habitantes de espacios naturalizados contribuyen al mismo tiempo a ambos procesos². De ahí la oportunidad y la necesidad de analizar el papel de los turistas no sólo en el consumo de la naturaleza – dimensión obvia y relativamente bien conocida – sino igualmente en su contribución a la consumación de esta, como protagonistas también del proceso de naturalización: los turistas construyen naturaleza en tanto en cuanto la consumen, y ello es posible porque *practican* naturaleza y en ello la consuman-consumen.

En este sentido, la observación de la práctica de la naturaleza de los turistas en la Sierra de Aracena (Andalucía, España), focalizada más concretamente en uno de sus municipios más significativos – Alájar –, nos servirá de hilo conductor para indagar exploratoriamente en el sentido y la utilidad de esta perspectiva analítica. Como veremos, el devenir y las características de esta comarca y municipio son suficientemente significativas para poder extrapolar nuestras reflexiones a otras tantas zonas de la península y del sur de Europa.

LA SIERRA DE ARACENA Y ALÁJAR

La Sierra de Aracena (también conocida como Sierra de Huelva) es una comarca que ocupa la zona norte de la provincia de Huelva y que en sus aproximadamente 30.000 km² incluye a 28 municipios que suman unos 36.000 habitantes (2017, IECA). Como tantos otros territorios periféricos europeos, ha sido “convertida en naturaleza” a través de la declaración, a finales de los ochenta, de 18.700 km² (63% del territorio comarcal) como Parque Natural Sierra de Aracena y Picos de Aroche.

Esta zona se configuró históricamente como un enclave periférico y en cierto modo autárquico, aunque no aislado, a pesar de situarse en la frontera con Portugal. Tradicionalmente, sus principales actividades económicas han sido la agricultura, la ganadería y el aprovechamiento forestal (principalmente corcho y castaña). Las industrias más destacadas han sido la producción de corcho (hoy prácticamente desmantelada) y la elaboración de productos derivados del cerdo ibérico (jamón de Jabugo DO), sector en claro auge. La transformación general del mundo rural que afectó a España a mediados del siglo XX tuvo una especial incidencia en la Sierra de Aracena. Se desmanteló toda su pequeña industria local y gran parte de

² Esta relación recursiva entre consumación y consumo podría ser vinculada con las nociones de *prosumption* y *prosuming*, usados con la intención de integrar a efectos descriptivos y analíticos los procesos de producción y consumo. Para una aplicación de esos conceptos al ámbito de la conservación ambiental ver Büscher y Igoe 2013.

la producción agro-ganadera, proceso que se agravó aún más con las epidemias que afectaron al cerdo ibérico. La migración se convirtió en un fenómeno social definitorio y el carácter periférico se acentuó en tanto en cuanto las vías de comunicación no se modernizaban. Toda la comarca experimentó un agudo proceso de despoblamiento.

La Sierra de Aracena presentaba en los años ochenta del siglo XX síntomas evidentes de deterioro ambiental, demográfico y económico. En virtud de ello, y tras la entrada de España en la Comunidad Europea, esta comarca fue objeto preferente de diferentes políticas públicas para la reactivación y el desarrollo rural. Dichos planes y programas públicos presentaban como ejes básicos de actuación la conservación ambiental, la patrimonialización cultural, la promoción de productos locales (alimentos, artesanías), y el desarrollo del turismo. En consonancia con esta lógica, en 1989 se crea el Parque Natural Sierra de Aracena y Picos de Aroche, y se comienzan a desarrollar distintas políticas para la promoción económica del turismo y los productos locales a través de los distintos programas LEADER y PRODER de la Unión Europea (desde 1994). Se configura así una estrategia que marca el devenir de toda la comarca hasta la actualidad (ver Cantero y Ruiz-Ballesteros 2011 y 2012). No podemos olvidar el impacto que también ha tenido la modernización, a finales de los ochenta y principios de los noventa, de las vías de comunicación por carretera, especialmente la N-433 Sevilla-Lisboa, que ha mejorado las conexiones de la comarca con el exterior. Todo ello ha contribuido a una transformación sustancial (ambiental, económica, demográfica, cultural...) que si bien sostenida en el tiempo, muestra hoy claramente sus efectos, sobre todo a nivel del desarrollo turístico que en la actualidad es uno de los pilares básicos de la economía comarcal.

En efecto, el turismo es el catalizador del desarrollo local. Sobre todo, después de que la crisis de 2009 haya desplazado al sector de la construcción como motor económico y limitado profundamente el papel del sector público en la economía, amén de mantener el empleo agrario, ganadero y forestal a niveles muy bajos. El producto turístico local se focaliza en la naturaleza y la ruralidad, articulando la peculiaridad biofísica del entorno con su antropización secular que explica el carácter de sus paisajes y el propio urbanismo. El senderismo y la gastronomía son los mayores alicientes para el visitante que busca incorporarse a esa “naturaleza humanizada” (Ruiz-Ballesteros y Cáceres-Feria 2016a).

En este contexto nuestro trabajo de campo se ha centrado principalmente en Alájar, una localidad situada en el corazón del Parque y en su entorno más emblemático: la Peña de Arias Montano. Su población ronda los 820 habitantes (en 1920 tenía 2.491 habitantes) y su término municipal ocupa 41,5 Km².

El casco urbano está declarado Conjunto Histórico-Artístico desde 1982; en su buena conservación juega un papel esencial tanto el descenso demográfico, como la estricta regulación urbanística y el reciente desarrollo turístico. Alájar comparte la evolución descrita para el conjunto de la comarca, pero presenta también ciertas peculiaridades. Si bien ha experimentado una aguda crisis demográfica, este pueblo paliado notablemente esa tendencia a partir de un flujo persistente de población neo-rural (Ruiz-Ballesteros y Cáceres-Feria 2016a, Cáceres-Feria y Ruiz-Ballesteros 2017). Asimismo, el impacto del desarrollo turístico ha sido muy relevante, con consecuencias sociales, económicas y urbanísticas evidentes. Si bien Alájar tenía ya una cierta tradición turística, a partir de los noventa surge una oferta importante de restauración y desde el 2000 aparecen pequeños hoteles y alojamientos de distintas tipologías, amén de otras iniciativas complementarias (restaurantes, guías, artesanías...). Se ha configurado así un sector turístico muy importante, en el que convergen las políticas y subvenciones públicas con una exclusiva iniciativa local, convirtiéndolo en un claro ejemplo de turismo de base local. El turismo es, por tanto, uno de los distintivos básicos de este pequeño pueblo (Ruiz-Ballesteros y Cáceres-Feria 2016a) que se sitúa en un enclave naturalizado.

NATURALEZA COMO PRODUCTO TURÍSTICO: CÓMO LOS TURISTAS CONSUMEN Y CONSUMAN LA NATURALEZA

El sentido turístico de Alájar gira en torno a un consumo integral y complejo del territorio. En primera instancia consiste precisamente en que el espacio visitado – el pueblo y sus alrededores – se convierta, aun en forma de simulacro – como ocurre frecuentemente en el turismo –, en una suerte de lugar (Augé 1992) para sus visitantes. Y para ello nada mejor que desarrollar una forma de consumo que, si bien está mediada por el mercado, lo procura trascender en algunos aspectos sustanciales.

Se supone que Alájar no es un destino completa y absolutamente mercantilizado, hay partes y dimensiones fundamentales de su constitución como producto que no están estrictamente sujetas a la relación mercantil de compra/venta: pasear, contemplar, respirar, oler..., son actividades gratuitas, ni se compran ni se venden directamente. Por Alájar, para disfrutar cabalmente del destino, se procura pasar de una manera algo más reposada, marcando cierta distancia con la forma en la que se transita por un centro comercial, por ejemplo. Con ello se pretende connotar de otra manera el propio tiempo, aunque ello se produzca en gran medida en

forma simulada. En cualquier caso, la premura ansiosa de nuestros días habituales se procura compensar con una repetición regular de visitas cortas, con lo cual el lugar es sujeto a una especie de peregrinación cíclica. Con ello hay una voluntad de incorporarse al entorno y de incorporar al entorno a sí mismo. Esta es la clave para convertirlo en *lugar* y desarrollar el tipo de *consumo* al que nos estamos refiriendo. Alájar, turísticamente, implica un “consumo de lugar”, ahí reside el grueso de su sentido turístico, y en esta perspectiva creemos que se puede englobar a los visitantes y turistas, por más que estos reflejen una amplia heterogeneidad interna.

Este consumo del lugar consuma la naturalización como proceso. No resulta comprensible un proceso de naturalización sin contemplación, sin público. Hoy en día por más medidas de protección y conservación que se implementen, no cabe una naturaleza sin espectadores, en este sentido el consumo del turista se ha convertido en parte sustancial de la naturalización. La turistización del territorio natural es inextricable, y parte fundamental, del “desarrollo natural” que experimenta la comarca. No bastaría solo con normas, restricciones y reglamentos de uso y gestión, sin la presencia del turista el “desarrollo natural” no se completaría, y por tanto la naturaleza no se consumiría. Y esta consumación tiene en el consumo un pilar fundamental. ¿En qué consiste el consumo del turista?

El visitante/turista a la Sierra de Aracena practica una proyección/identificación (Morin 2001) con el lugar que visita atendiendo a una doble atribución sobre este: por un lado, destaca su carácter natural y al mismo tiempo su autenticidad cultural. Desde ahí se genera una retórica – tanto para los que venden el lugar como igualmente para los que lo compran – que lo define como natural, en su vertiente biofísica (paisaje, relieve, flora, fauna) y como auténtico desde la perspectiva socio-cultural (arquitectura, mobiliario, maneras de relación, festividades, comida tradicional). Es frecuente por tanto que se (con)funda todo ello en una suerte de amalgama discursiva que cristaliza como *naturaleza antropizada auténtica* (fruto del tiempo y de una manera tradicional de relación humanos-entorno).

Para el visitante – desde una perspectiva más práctica que discursiva –, la forma más profunda e íntima de esa proyección-identificación con el lugar se materializa fenomenológicamente a través de su propio cuerpo que se convierte en el principal agente naturalizador. El consumo de la naturaleza – objeto de la visita – se lleva a cabo de manera radical a un doble nivel: (1) la incorporación del lugar al cuerpo y (2) la incorporación del cuerpo al lugar.

La incorporación del lugar al cuerpo se practica fundamentalmente mediante la alimentación, es decir, la incorporación material del lugar a través de su ingesta: comer, beber y oler los productos definitorios y particulares, identificados como genuinamente locales (del cerdo ibérico a las setas pasando por la miel y el queso,

del agua de manantial al vino, llegando a las infusiones o las especias, e incluso a los productos particulares de la huerta). No en vano todos estos elementos son los que reflejan más nítidamente el doble carácter natural/cultural (biocultural) que se atribuye al lugar.

Por su parte, la incorporación del cuerpo al lugar se alcanza mediante el paseo y el tránsito que permite al cuerpo incorporarse al entorno a través de la vista, olfato, tacto, oído..., el camino y la contemplación, la respiración de los espacios transitados. El senderismo o el simple paseo por las callejas del pueblo insertan materialmente al visitante en el lugar al desplegarse como práctica del caminar (de Certeau 1984) que alcanza un papel estratégico en la naturalización de espacios rurales (Toniol y Steil 2015).

Estas dos prácticas (comer, caminar) articulan inextricablemente consumo y consumación de la naturaleza, dando sentido en el ámbito turístico al *naturing* (naturaleza como acción, como verbo). La naturaleza, tal como se la considera en estos contextos, no lo es completamente hasta que no se pasea y degusta, siendo estas dos actividades las que permiten materializarla a través del cuerpo, es decir de la manera más íntima e intensa posible, más allá y a la vez complementariamente, de la propia contemplación visual que es mucho más pasiva y por supuesto a un nivel que trasciende cualquier intelectualización.

Muchos de los empresarios locales, de distintos perfiles y con muy diferentes negocios han coincidido en una valoración general sobre qué buscan las personas que visitan el pueblo: comer y caminar. De ahí que senderos y restaurantes se consideren los principales atractivos turísticos y catalizadores básicos de esas “incorporaciones del/al lugar” a las que nos venimos refiriendo. Estas prácticas se rastrean en todas las actividades turísticas que se producen en el ámbito local, incluso en aquellos sectores que estaríamos tentados de no considerar si nos ocupamos del turismo.

MJ me dice que para su tienda el turismo es muy importante, que ella la tiene organizada separadamente para la gente del pueblo y para los turistas, diferenciando nacionales y extranjeros, me recalca [sorprende tanta segmentación racional]. Explica esta estrategia con el ejemplo de los quesos que vende, descritos con todo lujo de detalles, como si fuera la gerente de una tienda gourmet. Me presenta los quesos extremeños y me indica los premios de uno de ellos – Flor de Barros – me cuenta que son los quesos preferidos por los habitantes del pueblo; por otra parte están los quesos de la comarca como el doña Manuela, más recientes [tiene pocos años] y que son la predilección de los turistas que buscan

ante todo el producto local y que no prestan la más mínima atención a los productos extremeños. Es lo mismo que pasa con la miel. Me presenta también la primera cosecha de vino de la sierra, Bienteveo de Almonaster, que también vende de forma destacada entre los turistas sin que levante ningún entusiasmo especial en los locales ya que además es comparativamente caro [charla con MJ dueña de una tienda de comestibles, diario de campo, 27 noviembre 2013].

Su negocio de casas rurales intenta ofrecer todo lo que la gente necesita para estar en el complejo sin tener que salir, tiene pista de tenis y piscina ya que “sin piscina – nos dice – aquí no hay negocio”. Pero es consciente de que lo fundamental es que haya actividades. Por eso uno de sus fuertes son los senderos, diseñados por él mismo para que sean circulares: la gente sale de la casa y regresa a ella volviendo por otro sitio. El trabajo para construir y cartografiar estos senderos es muy importante y está enlazado con la búsqueda de viabilidad del negocio, es la forma de que la gente encuentre sentido a permanecer en las casas una semana o más. Ha diseñado ocho senderos que aprovechan trazados “oficiales” aunque también, para buscar la circularidad, ha optado por abrir rutas alternativas y señalizaciones “no legales”. Él mismo las ha trazado paseando con su perro, preguntando – a gente del pueblo y sobre todo a JM – si había senderos privados. Los senderos al principio estaban muy mal y han mejorado mucho gracias al Parque y al Grupo de Desarrollo Rural (GDR) Se encuentra a gente por los senderos que sin ser sus clientes se han bajado de la web las rutas que él ha diseñado. Aunque no está permitido él señala con latas pintadas los senderos para orientar a los turistas.

Nos presenta la última ruta que ha abierto: *The Gorge Walk*, aprovechando que el parque ha mejorado algunos senderos él los ha conectado circularmente desde las casas. Se trata de una ruta que pasa por uno de los lugares más abruptos de la zona [charla con P propietario de alojamiento rural, diario de campo, 26 julio 2013].

Consumir el lugar, consumir el doble proceso de incorporación entre cuerpo y entorno, comer y caminar. Por un lado, una suerte de ingesta cuasi ritual a través de los alimentos locales, por otro un tránsito sobre el territorio que permite no solo insertarse físicamente en él, situarse en medio de la naturaleza y desplegar en ella todos los sentidos, sino de forma más radical: respirarla. Ingerir y respirar

constituyen las prácticas físicas más básicas a través de las cuáles se consume la naturaleza, dándose lugar a la consumación de la naturalización.

HUMANOS, TRADICIONES Y NATURALIZACIÓN

Pero el proceso de naturalización, a través del turismo, penetra aún más en el entorno, para extenderse sobre sus propios habitantes. Los turistas no solo naturalizan, a través de sus discursos y prácticas, los elementos biofísicos del entorno que consideran relevantes, sino también pautas socioculturales. Esta circunstancia es extremadamente significativa para profundizar en la comprensión del propio proceso de naturalización.

En cierto sentido, la aspiración – en clave simulacro – del visitante y el turista es consumir la relación “tradicional” que ellos entienden que se produce entre los humanos y el medio, es en ese contexto donde se encarna no solo la naturaleza – materializada en el entorno – sino, más importante: la forma “natural” de interactuar con ella, aquí entendida como “tradicional”. En definitiva, el proceso de naturalización comporta también la pretendida participación del visitante en esa supuesta forma tradicional de vida. Esa forma de vida goza de valoración y respeto en tanto en cuanto es la que ha llevado al socio-ecosistema hasta su estado actual como naturaleza a proteger y conservar. En este contexto se encuadra de forma más general el senderismo y la gastronomía como aproximación a las formas tradicionales – y por lo tanto apegadas a la naturaleza – de tránsito e ingesta. Por tanto, la naturalización, como práctica, implica realmente para el turista un intento de imitación, en forma de simulacro, de la supuesta vida de otras personas: los habitantes del lugar.

Es en este punto que el modelo de praxis turística local entronca de lleno con el neorruralismo, dándole sentido a una estrategia que pretende una aproximación a otra forma de vida, que cubriría un espectro muy amplio, desde el visitante de fin de semana que degusta productos típicos y pasea por callejas entre huertos, hasta el urbanita que se viene a vivir al campo para inaugurar una nueva vida más natural. Siendo conscientes de las amplias diferencias entre un perfil y otro, debemos al mismo tiempo reconocer que ambos responden a una misma tendencia: la vuelta a la naturaleza desde los ámbitos urbanos, solo que expresada en grados distintos. Visitar o residir como forastero en Alájar implica en mayor o menor medida e intensidad, una aproximación a la forma de vida en el pueblo.

Esta pretensión es compleja y frívola a un tiempo, y se materializa en prácticas muy diversas, desde el consumo de casa rústica y chimenea a saludar a los desconocidos por las calles del pueblo o en los senderos, pasando por la predilección por los bares de sabor más local; claro que todo ello se combina con un atuendo estético que marca con nitidez al visitante como turista rural antes que como paisano. Paradójicamente, todos esos comportamientos que se asumen cuando se visita Alájar pretenden encarnar un estilo de vida alejado, e incluso antitético, al urbanita. En definitiva, la base de esas prácticas que anhelan, expresan, consuman y consumen lo natural/rural, evoca una clara tendencia al atavismo, que en nuestro caso de estudio hemos visto encarnada fundamentalmente en torno al fuego, quintaesencia de las pautas humanas “ancestrales”.

Resulta sistemático entre los visitantes – niños y adultos – sobre todo cuando pernoctan, la asimilación – a nivel doméstico – de la naturaleza con el fuego. La chimenea y la candela, incluso cocinar directamente en el fuego, se convierten en un ingrediente esencial de la visita a la naturaleza, en tanto en cuanto evoca la forma tradicional de calentarse, cocinar e incluso iluminarse. El fuego constituye un referente de la práctica turística que se ancla a un supuesto atavismo con capacidad suficiente para articular las dimensiones sociocultural y biofísica de la naturaleza.

No puede haber un alojamiento turístico en el pueblo que no disponga de chimenea, si no tanto por un sentido práctico, sí por sentido estético, incluso escenográfico. El fuego es un componente esencial de la naturaleza en tanto que elemento inexcusable de la visita, la relación del visitante con él implica quizá la escenificación de su aproximación directa, sin intermediación, a lo auténtico, lo natural, lo tradicional. Para el urbanita medio contemplar el fuego y servirse de él supone un acercamiento a la humanidad más básica, a las formas menos tecnológicas de vida y por tanto recrea un simulacro del humano natural.

En el contexto de Alájar solo hemos identificado a otro elemento que rivalice en este sentido con el fuego: la huerta (Ruiz-Ballesteros y Cáceres-Feria 2016b); pero su práctica, por razones obvias, no facilita una aproximación tan circunstancial y momentánea como el fuego, quedando su relevancia restringida a los forasteros residentes. No obstante, en uno de los alojamientos rurales más importantes de la localidad, su dueño mantiene dos huertos, uno cerrado para consumo propio, y otro abierto para el disfrute de sus clientes que pueden visitarlo y disponer de él como quieran si están interesados. Él presenta este huerto como otro elemento, junto al senderismo, que permite a los visitantes entrar en contacto directo con la naturaleza. El huerto, como atractivo turístico, es todo un éxito, “aunque los turistas lo destrozan todo, no saben ni andar por él” nos comentaba el empleado que trabaja en su cuidado.

El visitante llega a Alájar para consumir el lugar de forma integral y compleja, y eso implica también a su gente, al menos en la imitación de lo que se consideran formas tradicionales y por ende naturales de vida. Y por supuesto no solo en la imitación de algunas prácticas simuladas, sino también en la contemplación de labores y faenas “ancestrales” (por ejemplo, el trabajo en las huertas o con los animales). No obstante, en este ámbito Alájar nos ofrece una circunstancia muy particular que de nuevo nos ayuda a reflexionar sobre el sentido más profundo de la naturalización.

La contemplación de los habitantes locales parte de una pregunta básica: ¿cómo vive esta gente que habita la naturaleza? Estamos pensando obviamente en el paisano más tradicional, auténtico y añejo, ese que cultiva un huerto, alimenta cerdos o produce artesanía y que vive en una supuesta ancestralidad. Pero en Alájar encontramos también al *hippie* neo-rural, un elemento establecido y arraigado en el lugar, que de forma consciente ha elegido un modo de vida que – como se mostraba antes – coincide en sus principios y anhelos más básicos, con la estrategia del visitante de acercarse a la naturaleza (aunque difieren claro está en el grado, consecuencias y profundidad de ambas posturas y prácticas). La particularidad es que en Alájar esta forma de vida se ha convertido en un reclamo/atractivo turístico en sí mismo, que se materializa en el hecho de que los *hippies* y su aldea, el Calabacino, constituyan un producto turístico parte del proceso de naturalización.

Una de las aldeas de Alájar, el Calabacino, es conocida internacionalmente como ecoaldea que desde los años setenta alberga a una heterogénea población que sin embargo comparte una forma alternativa de vida en la que la naturaleza y la comunidad, como discurso y praxis, constituyen los elementos nucleares del enclave. No es baladí que esta aldea se haya convertido en sí misma en un atractivo turístico local, indicación prioritaria de la guía *Lonely Planet* en referencia a la Sierra de Aracena.

Sí, el Calabacino es un atractivo turístico del pueblo. Aquí viene mucha gente que me pregunta por la aldea hippie, la gente la busca porque está en las guías. Yo les explico que no se trata de una comuna, pero que sí tienen energía renovable, y no hay coches. Sí, los hippies son un atractivo turístico. Es cierto que los hippies tienen incidencia en la vida del pueblo, tienen capacidad de consumo y desarrollan actividades que sin ellos no se harían y que no hay más que en las ciudades. Los hippies son un valor cultural del pueblo [charla con G, guía turística, cuaderno de campo, 30 noviembre 2013].

Es sintomático que cada vez más los turistas visiten el Calabacino, y que con ello se entienda que la visita a esta aldea es en cierto sentido una visita a la naturaleza, a una forma de vida natural – como la del paisano más tradicional –; en definitiva, como muestra de una cultura naturalizada y en consecuencia de humanos que parecen estar más cerca de la naturaleza, casi formando parte de ella (Valcuende y Ruiz-Ballesteros 2018). No solo las plantas y los animales, también los humanos que habitan el entorno son motivo de admiración y contemplación. Por todo ello no debe extrañarnos que en el panel oficial de uno de los senderos que atraviesan el Calabacino, aparezca no sólo la consabida advertencia respecto a la interacción con animales y plantas, sino que esta se extienda a la relación con los propios habitantes “naturalizados”: “Podemos contemplar los paisajes y la aldea, pero no debemos molestar a los habitantes de la zona”.

No hay mejor muestra de la consumación del proceso naturalizador: los habitantes precisan de una cierta protección, de la misma forma que plantas y animales, para no ser importunados. Límites al consumo para una correcta consumación de la naturaleza.

REFLEXIONES EN TORNO AL TURISMO Y LA NATURALIZACIÓN

Caminar por un sendero, comer productos locales, contemplar el fuego de una chimenea, habitar una casa rústica, participar en la fiesta local, observar a los nativos, imitar algunas pautas de su supuesta vida cotidiana... son elementos que conforman contemporáneamente el “desarrollo natural” de una comarca profundamente antropizada. La praxis de la naturaleza que implementan turistas y visitantes (*naturing*) no solo supone un consumo de la misma, sino que constituye también una base importante de su consumación como espacio naturalizado (*prosumtion*). Por tanto, desde una perspectiva que considera que la naturaleza se construye, que está sujeta a un profundo proceso político-discursivo, pero que asimismo tiene que ver con una dimensión perceptiva y sobre todo con una praxis social concreta, este enfoque sobre la práctica turística debe ser tenido muy en cuenta, ya que además de incidir sobre la esfera del consumo, complementa sustancialmente la comprensión de la consumación de la naturaleza.

Tras estudiar, desde otras perspectivas analíticas, cómo se desarrolla en Alájar el proceso de naturalización y su turistización (Ruiz-Ballesteros y Cáceres-Feria 2016a y b, Cáceres-Feria y Ruiz-Ballesteros 2017) resulta esclarecedor traer a colación las prácticas turísticas ya que estas no solo impactan sobre el devenir

del socio-ecosistema, la vida cotidiana y las relaciones humano-ambientales locales, sino que se convierten en un referente crucial desde el que la población local construye su entorno como naturaleza. No en vano su carácter natural es el principal reclamo para el sector económico más importante del pueblo: el turismo.

No basta con el análisis de la *environmentality* asociada a la naturalización, o de las consecuencias de la conservación para los intereses locales, ni incluso del efecto de todo ello a nivel de mercado; los que transitan como turistas y visitantes el territorio evidencian un hecho radical: cómo este se consume. Sus prácticas resultan básicas para entender cómo se configura, cómo se valora y construye materialmente la naturaleza.

El consumo de la naturaleza no es una mera consecuencia del proceso de naturalización; no podemos suponer que solo después de que se naturalice un territorio (se consuma) se pone a disposición del consumo turístico. Hay un problema evidente en la conceptualización de la secuencia y causalidad entre consumir y consumir. El consumo es también causa de la naturalización, no solo efecto; por tanto, se trata más bien de una relación recursiva entre consumir y consumir. Que el territorio se acondicione de nuevo para ser transitado a pie (tras décadas de abandono de sus caminos), que ciertos productos derivados de sus animales y plantas (hasta hace muy poco denostados) se hayan convertido en delicatessen, y que viviendas semiderruidas y de estructura anacrónica o aldeas abandonadas, sean un reclamo para nuevas formas de vida, segundas residencias y alojamientos rurales, no son simples consecuencias de una cadena causal unilineal, no son mero producto de un discurso natural y neorrural o de una actuación político-administrativa. Estas expresiones del consumo son parte integral del complejo proceso de naturalización. Hoy en día una naturaleza no consumida no es naturaleza.

Consumir es consumir, sin esta premisa difícilmente puede comprenderse el proceso de naturalización, y en consecuencia intuir y apreciar cómo su desarrollo reconfigura las prácticas del lugar, y al lugar en sí mismo: alquileres, producción, arquitectura, urbanismo, ocupación y tránsito del campo. La naturaleza del siglo XXI es objeto de consumo y como tal se ancla a prácticas propias del mercado tanto como lo hace a una legislación que la rige o a las formas de gestión que la administran, circunstancias indiscutiblemente determinantes para el estudio de los procesos de naturalización. Esta amalgama de dimensiones toma cuerpo claramente cuando atendemos a las prácticas específicas de los actores concernidos; en este sentido, los turistas son, sin duda, uno de los protagonistas del proceso. Estudiar sus prácticas en los territorios que están siendo naturalizados nos permite ampliar nuestro conocimiento sobre qué significa, cómo se desarrolla y qué implica la naturalización.

BIBLIOGRAFIA

- ADAMS, W. M. & HUTTON, J. (2007), People, parks and poverty. Political ecology and biodiversity conservation. *Conservation and Society* 5(2): 1471-1483.
- AGRAWAL, A. (2005), *Environmentality: Technologies of Government and the Making of Subjects*. Durham, NC: Duke University Press.
- ANDERSON, D. G. & BERGLUND, E. K. (eds.) (2003), *Ethnographies of conservation. Environmentalism and the distribution of privilege*. New York, NY: Berghahn Books.
- AUGÉ, M. (1992), *Non-lieux. Introduction à une anthropologie de la surmodernité*. Paris: Seuil.
- BÜSCHER, B. & IGOE, J. (2013), Prosuming' conservation? Web 2.0, nature and the intensification of value-producing labour in late capitalism. *Journal of Consumer Culture* 13(3), 283-305.
- CÁCERES-FERIA, R. & RUIZ-BALLESTEROS, E. (2017), Forasteros residentes y turismo de base local. Reflexiones desde Alájar (Andalucía, España). *Gazeta de Antropología* 33(1) art. 06.
- CANTERO, P. & RUIZ-BALLESTEROS, E. (2011), Mundo rural y desarrollo en perspectiva eco-gastronómica. Apuntes desde la Sierra de Aracena, en J. Escalera, dir., *Consumir naturaleza. Productos turísticos y espacios protegidos en Andalucía*, Sevilla: Aconcagua, p. 49-99.
- CANTERO, P. & RUIZ-BALLESTEROS, E. (2012), El alimento y su dimensión socio-ecológica. En torno al tomate 'rosao' de la Sierra de Aracena. *Revista de Dialectología y Tradiciones Populares*, vol. LXVII (2): 385-408.
- CORTÉS-VÁZQUEZ, J. A. (2012), *Naturalezas en conflicto. Conservación ambiental y enfrentamiento social en el Parque Natural Cabo de Gata-Níjar*. Valencia: Germanía-Asociación Valenciana de Antropología.
- CORTES-VAZQUEZ, J. A. (2014), Protected areas, conservation stakeholders and the naturalization of southern Europe. *Forum for Development Studies* 41(2): 183-205.
- CORTES-VAZQUEZ, J. A. & RUIZ-BALLESTEROS, E. (2018), Practicing Nature: A phenomenological rethinking of environmentality in natural protected areas in Ecuador and Spain. *Conservation & Society*.
- DE CERTEAU, M. (1984), *The Practice of Everyday Life*. Berkeley: University of California Press.
- DESCOLA, P. (2005), *Par-delà nature et culture*. Paris: Gallimard.

- DESCOLA, P. & PÁLSSON, G. (1996), 'Introduction', in Philippe Descola and Gísli Pálsson, eds., *Nature and Society: Anthropological Perspectives*, p. 1-23. London: Routledge.
- ESCALERA REYES, F. J. (dir.) (2011), *Consumir naturaleza. Productos turísticos y espacios protegidos en Andalucía*. Sevilla: Aconcagua.
- ESCOBAR, A. (1999), After nature: steps to an antiessentialist political ecology. *Current Anthropology* 40(1): 1-30.
- GARCÍA CANCLINI, N. (1995), *Consumidores y Ciudadanos. Conflictos Multiculturales de la Globalización*. México, D. F: Grijalbo.
- INGOLD, T. (2000), *The Perception of the Environment*. London: Routledge.
- MORIN, E. (2001) [1956], *El cine o el hombre imaginario*. Madrid: Paidós.
- RAFFESTIN, C. (1996), 'Penser, classer, utiliser la nature', en M. Gonseth, J. Hainard y R. Kaehr, eds., *Natures en tête*, pp. 711-84. Neuchâtel: Musée d'ethnographie.
- RUIZ-BALLESTEROS, E. & CÁCERES FERIA, R. (2016a), Community-building and amenity migration in the development of Community-based tourism. An approach from Southwest Spain. *Tourism Management* 54: 513-523.
- RUIZ-BALLESTEROS, E. & CÁCERES FERIA, R. (2016b), Nature as praxis. Kitchen gardens and naturalization in Alájar (Sierra de Aracena, Spain). *Journal of Material Culture* 21(2): 205-222.
- RUIZ-BALLESTEROS E. *et al.* (2009), Naturalising the environment: Perceptual frames, sense, and resistance. *Journal of Material Culture* 14: 147-167.
- SANTAMARINA CAMPOS, B. (2009), De parques y naturalezas: enunciados, cimientos y dispositivos. *Revista de dialectología y tradiciones populares* 64 (1): 297-324.
- SANTAMARINA CAMPOS, B. (2016), La naturaleza de las naturalezas patrimonializadas: Una aproximación a las formas hegemónicas de representar lo natural *Arxiu d'etnografia de Catalunya: Revista d'antropologia social* 16: 153-177.
- TONIOL, R & STEIL, C. A. (2015), *On the nature trail: converting the rural into the ecological through a state tourism policy*. New York: Nova.
- VALCUENDE DEL RIO, J. M. & RUIZ-BALLESTEROS, E. (2018), Trapped in nature. Concepts of humanity in the naturalization of protected areas. *Journal of Political Ecology*.
- VALCUENDE DEL RIO, J. M.; QUINTERO MORÓN, V. & CORTÉS-VÁZQUEZ, J. A. (2011), Naturalezas discursivas en espacios protegidos. *AIBR: Revista de Antropología Iberoamericana*. 6(1): 28-56.