

# Más allá de la piel y la máscara: turismo, autenticidad y prácticas expositivas en el Sacromonte<sup>1</sup>

## Beyond the Skin and the Mask: Tourism, Authenticity and Exhibition Practices in Sacromonte, Granada

Juan de Dios López López  
Universidad de Granada – Taller ACSA

### RESUMEN

En este estudio se analiza cómo se fue conformando una imagen orientalista del barrio granadino del Sacromonte desde el siglo XIX, y cómo dicha imagen fue diseminada a través del circuito del turismo internacional. En este análisis, el uso de la etnicidad [gitana, en este caso] como atractivo turístico ocupará un lugar preponderante. Se muestra cómo la adaptación y configuración del barrio a las demandas del turismo se ha considerado como un indicio de inautenticidad. Tras una revisión teórica sobre cómo ha sido tratada la cuestión de la autenticidad en los estudios sobre turismo, se expone cómo se fue configurando dicha representación orientalista y cómo distintas propuestas expositivas, surgidas en el ámbito local, han integrado la imaginería turística producida en torno al barrio y sus atractivos. Finalmente, se analizan distintas críticas en torno a la autenticidad del Sacromonte, que se han venido sucediendo desde su constitución como destino turístico, y defendemos la investigación etnográfica como una estrategia útil para superar tanto las explicaciones primordialistas como constructivistas en los debates sobre la autenticidad y las identidades locales en contextos turísticos.

**Palabras clave:** Museos; Gitanos; Autenticidad; Turismo étnico; Identidades locales; Granada.

### SUMMARY

This study analyses how the Sacromonte neighbourhood of Granada has been shaped by an orientalist image since the 19th century, and how that image spread across the international tourism circuit. We explore the use of ethnicity [in this case Gypsy] as a tourist attraction and show how the

---

<sup>1</sup> Debo agradecer al profesor Leonardo Piasere la sugerencia de utilizar el archivo digitalizado de la *Journal of Gypsy Lore Society* para analizar las representaciones del Sacromonte que han sido publicadas en esta revista desde finales del siglo XIX. También agradezco al profesor Tibor Cserti Csapó su invitación a publicar una nota sobre algunos museos del Sacromonte en la revista *Romología*, de la que este artículo constituye una derivación. Por último, agradezco a Giuseppe Beluschi Fabeni, a Gunther Dietz y a F. Javier García Castaño sus comentarios a un primer borrador de este texto. Algunos datos y reflexiones de este artículo han aparecido ya en López López y Beluschi Fabeni (2014), aunque en aquella ocasión nos centrábamos en cómo el Sacromonte ha sido representado por las administraciones públicas y los conflictos políticos que han afectado, y continúan afectando, al conjunto de la zona. Tanto ese trabajo anterior, como el presente, forman parte de mi trabajo de tesis doctoral en curso.

neighbourhood's configuration and adaptation to the demands of tourism have been considered evidence of its inauthenticity. After a theoretical review of the issue of authenticity in tourism studies, we discuss this orientalist representation and how various local exhibition practices have coloured tourist imaginary of the neighbourhood and its attractions. Finally, criticism that has been directed at Sacromonte's authenticity since it became a tourist destination is analysed, and ethnographic research defended as a useful strategy to get beyond both primordialist and constructivist explanations in debates about authenticity and local identities in tourism contexts.

**Key words:** Museums; Gypsies; Authenticity; Ethnic Tourism; Local Identities; Granada.

## INTRODUCCIÓN

El barrio del Sacromonte es un conocido enclave de la ciudad de Granada (Andalucía) y, junto a la Alhambra, constituye uno de los recursos turísticos más conocidos de la ciudad. La importancia de este barrio como centro de atracción turística para la ciudad de Granada y el conjunto de Andalucía se remonta, al menos, al romanticismo decimonónico y se ha mantenido, con altibajos, hasta la actualidad. Desde los inicios, el Sacromonte ha sido insistentemente caracterizado como un «barrio gitano» y ese carácter gitano constituye uno de sus principales atractivos turísticos, junto a sus características viviendas-cuevas y las zambras<sup>2</sup> como expresión artística y cultural.

En este trabajo nos proponemos analizar cómo los habitantes del Sacromonte, así como distintos agentes turísticos locales, se han re-apropiado de imagen que se ha difundido de ellos y de su entorno cotidiano a través del circuito internacional del turismo, la han reelaborado en prácticas locales y la han re-interpretado tanto en sus procesos de identificación colectiva como con el fin de mantener la posición del barrio en el mercado turístico. Desde el punto de vista teórico, nuestra intención es superar el añejo debate sobre la autenticidad, situando la noción en el lugar que consideramos que le corresponde: como una categoría práctica de la industria turística, pero inoperante desde el punto de vista analítico.

A pesar de que nuestra indagación se circunscribe a un contexto local específico, se vincula a varios de los debates más recurrentes en los estudios antropológicos sobre el turismo, como el impacto del turismo sobre las culturas e identidades locales o la cuestión de la autenticidad del destino. La antigüedad y persistencia de la constitución de «lo gitano» como recurso turístico en el Sacromonte posibilita también obtener una perspectiva amplia y diacrónica de los procesos de *commodification* y mercantilización de las identidades, así como de la participación en dichos procesos de los distintos sujetos implicados.

El texto ha sido estructurado en cinco epígrafes. Tras una revisión teórica sobre

---

<sup>2</sup> Las zambras constituyen un espectáculo flamenco característico del Sacromonte, cuyo origen se remontaría a la instalación de familias gitanas en el barrio tras la conquista de Granada por los Reyes Católicos, donde se habrían mezclado con grupos moriscos. La zambra sería el resultado de la hibridación de músicas y bailes de ambos grupos. En su formato actual, las zambras datan de finales del siglo XIX y el inicio de la actividad turística (Bejarano Franco 2005). La palabra zambra denota hoy tanto al propio espectáculo, como a los grupos artísticos más o menos estables que lo interpreta y a cada una de las cuevas donde habitualmente se ofrece al público visitante.

cómo ha sido abordado el problema de la autenticidad en los estudios turísticos, los dos siguientes epígrafes están dedicados a describir cómo se fue conformando una imagen orientalista del Sacromonte, vinculada a la etnicidad gitana, que ha sido integrada en distintas prácticas expositivas y museísticas surgidas en el propio barrio y en la ciudad de Granada. En el cuarto epígrafe se exponen algunas de las críticas que se han ido sucediendo en torno a la supuesta «inautenticidad» del Sacromonte y su constitución como gran «parque temático gitano», a partir de la adaptación del barrio y de sus actividades comerciales a la demanda turística. Finalmente, en el último epígrafe, se plantea cómo la población local, a través de un proceso mimético, se ha reapropiado de las imágenes turísticas en sus propias narraciones identitarias y defendemos la necesidad de superar el debate sobre la autenticidad a partir de la investigación etnográfica.

## 1. EL PROBLEMA DE LA AUTENTICIDAD EN EL ESTUDIO DEL TURISMO

El número 50 de la *Journal of Gypsy Lore Society*<sup>3</sup>, publicado en 1971, recogía una pequeña polémica en torno al Sacromonte granadino. Jean-Pierre Liégeois publicaba un artículo sobre las cuevas utilizadas como vivienda por grupos gitanos en Andalucía, centrándose sobre todo en los núcleos cueveros de la comarca granadina de Guadix (Liégeois 1971). En el *PostScript* de dicho artículo, no obstante, se centraba en el barrio del Sacromonte y comenzaba criticando el artículo que un año antes, en la misma revista, había publicado la estadounidense Virginia Walker (1970). Según Liégeois, Walker había cometido un error interpretativo al calificar el Sacromonte como un *ghetto* gitano. Para el autor francés, el Sacromonte no podía ser considerado como tal, puesto que eran pocas las familias gitanas que vivían en el barrio y porque no era considerado como *ghetto* por los habitantes de la ciudad de Granada. La larga historia del turismo en el barrio, decía Liégeois, había terminado por destruir el Sacromonte y lo había convertido en un mero escenario turístico.

<sup>3</sup> En 1888 se fundó en Gran Bretaña la *Gypsy Lore Society* (GLS), la sociedad más antigua y conocida de estudios gitanos o romaníes. Desde el primer año de su fundación, la GLS comenzó a publicar la *Journal of Gypsy Lore Society* (JGLS), acogiendo estudios procedentes de múltiples contextos geográficos y de distintas disciplinas (lingüística, antropología, historia, etc.). Esta amplitud temática y geográfica ha ayudado a la pervivencia de la GLS y su revista: en la actualidad la sociedad sigue activa y celebra anualmente un encuentro internacional y la JGLS continúa publicándose, desde 2000 bajo el nombre de *Romani Studies*. La historia de la Sociedad y de la revista está bien documentada y pueden consultarse al respecto Willems (1997) y Nord (2006), entre otros.

Los gitanos españoles ocuparon un lugar prominente en el imaginario de los primeros miembros de la Sociedad cuya influencia más destacada fue la obra de George Borrow, quien había escrito abundantemente sobre ellos, por ejemplo en *The Zincali. An account of the Gypsies of Spain*. Wim Willems (1997) se refiere a los miembros de la GLS como «los herederos de Borrow».

Para la redacción de este texto se han revisado todos los artículos de la JGLS que hacían referencia al Sacromonte, tarea que ha facilitado el hecho de que todos los números de la revista hayan sido digitalizados y estén disponibles *on-line* en la plataforma *ProQuest*. Buscando «Sacromonte» o «Sacro Monte» aparecen 27 registros, de los cuales, excluyendo la sección de *Review*, resultan 15 artículos que hace mención al barrio granadino.

El Sacromonte actualmente es sólo una *façade*. Destruído por los turistas, pronto no será más que un montón de *pesetas*<sup>4</sup> (Liégeois 1971: 19)

En el mismo número, Virginia Walker publicaba una carta abierta contestando a las críticas de Liégeois. La autora defendía su postura y afirmaba que era Liégeois quien cometía el error. Liégeois, según Walker, al haber visitado el Sacromonte solo durante unas pocas jornadas, no había comprendido bien la forma de vida de los gitanos cueveros. Ella, por el contrario, había alquilado y vivido en una cueva durante el año 1962 y había llegado a convertirse en una «verdadera gitana habitante de las cuevas»:

Soy, (...), o he sido en el pasado, una troglodita que con el tiempo evolucionó hasta convertirse en un una *troglófila* (una amante de las cuevas). En 1962 viví la vida —*de verdad*<sup>5</sup>— de una gitana andaluza habitante de las cuevas. [Y añadía:] «Mi tiempo con los gitanos, mi tiempo en la cueva, ha cambiado mi vida por completo (Walker 1971: 159-160)

Walker (1971: 161) contrastaba la vida *de verdad* que había experimentado entre los gitanos de las cuevas del Sacromonte, «tan simple y verdadera», con su vida anterior en Estados Unidos, «tan apresurada y complicada». Ante las críticas de Liégeois, Walker admitía que su artículo de 1970 se inclinaba en ocasiones a la romantización, pero lo justificaba porque

la vida con los gitanos españoles —a pesar de sus condiciones de pobreza— es tan colorida como un póster turístico de España. Era vivir continuamente en *El Amor Brujo* de Manuel de Falla o en el tercer acto de *Carmen* (Walker 1971: 161)

No obstante, la autora afirmaba que la permanencia prolongada en el Sacromonte le permitió llegar a observar a los gitanos granadinos «con ojos de gitana». Esta anécdota, aparentemente sin mayor trascendencia y sólo tangencialmente relacionada con el fenómeno turístico, puede ser de utilidad para ejemplificar los diversos modos en que ha sido pensada la cuestión de la autenticidad en los debates académicos sobre el turismo y cuál es su valor explicativo en el estudio de dicho fenómeno en el Sacromonte y otros contextos turísticos.

Uno de los primeros autores en utilizar este concepto en el estudio del turismo fue Dean MacCannell (1973), quien consideraba que «la búsqueda de autenticidad» era la principal motivación de la actividad turística. Siguiendo la teoría interaccionista de Goffman, MacCannell distingue en los contextos turísticos entre regiones frontales y traseras. Las regiones frontales podrían ser caracterizadas como espacios en los que la vida local es escenificada para el consumo turístico, mientras que en las traseras se desarrollaría la vida local «de verdad». Según MacCannell, el turista siempre espera acceder a la región trasera, por lo que la industria turística local, para satisfacer esta demanda, prepara algunas regiones delanteras de modo que aparenten ser traseras, y con ello más «auténticas». La «autenticidad escenificada» en los contextos turísticos, por tanto, es para MacCannell una mascarada o una mera fachada. Y, como hemos visto, esa era la posición de Liégeois quien consideraba al conjunto del Sacromonte, ya en la década de los 70 del pasado siglo, exclusivamente como una región frontal, una *façade*, un dispositivo destinado al turismo y desprovisto de autenticidad.

<sup>4</sup> Todas las traducciones de los originales en inglés son nuestras.

<sup>5</sup> En castellano en el original.

La propuesta de MacCannell ha sido criticada y superada ampliamente (véase, entre otros, Cohen 2004; Nogués Pedregal 2011, Korstanje 2013). Para Nogués Pedregal (2011:17), a pesar de la enorme influencia de MacCannell en los estudios sobre turismo, algunos de sus planteamientos deberían estar situados hace tiempo «en el ámbito de lo anecdótico». La crítica principal al concepto de «autenticidad escenificada» propuesto por MacCannell es que presupone la existencia de formas culturales «auténticas o puras» (el *backstage*), que son ocultadas a los turistas, pero que en cualquier caso estarían ahí. Existiría, pues, una «autenticidad objetiva» (Wang 1999)<sup>6</sup>. Por el contrario, desde el constructivismo, la autenticidad ha sido evaluada como un constructo social, como el resultado de la negociación en torno al significado de determinados objetos turísticos (Cohen 2004: 104). De modo que a una misma atracción turística podrían serle atribuidos distintos grados de autenticidad dependiendo del contexto y de los agentes implicados en su evaluación.

Para Wang (1999), tanto la perspectiva objetiva como la constructivista consideran el problema de la autenticidad exclusivamente en relación al objeto o la atracción turística, y no tienen en cuenta la actividad y la experiencia del turista. Wang propone el concepto de «autenticidad existencial» para caracterizar cómo el turista puede obtener una experiencia «auténtica» más allá de la verdad o falsedad del objeto o el destino turístico. La «autenticidad existencial» es, para Wang (1999: 352), «un potencial estado existencial del Ser» que puede ser activado a partir de la actividad turística. En este sentido, sería un tipo de «autenticidad» ligada a la actividad y al propio turista, y no al objeto o al destino turístico. Desde esta perspectiva, el turismo posibilita la adopción durante un periodo limitado de tiempo de una «nueva identidad». Una identidad que se juzga más auténtica, más acorde con la «verdadera esencia» del propio ser, puesto que estaría liberada de las constricciones de la vida cotidiana (Boissevain 2011). La experiencia de Virginia Walker, cuya vida «cambió por completo» al vivir en una cueva del Sacromonte y llegó a «ser una gitana andaluza», podría caracterizarse, siguiendo esta línea de análisis, como una experiencia existencialmente auténtica.

Estos tres modos diferentes de contemplar la autenticidad en contextos turísticos (objetiva, constructivista y existencial, que aquí hemos expuesto necesariamente de una manera muy breve y simplificada), si bien pueden ser útiles para comprender determinados aspectos del turismo, como la experiencia subjetiva de los turistas o la espectacularización de determinadas tradiciones locales por parte de la industria, no explican cómo afectan las imágenes turísticas a la población local ni qué tipo de relaciones empíricas se establecen entre anfitriones e invitados (cfr. Francesch 2011). En distinto grado, estas tres perspectivas teóricas comparten un mismo presupuesto erróneo: la sospecha de que las poblaciones receptoras de turismo mantienen una actitud falsaria respecto a sus visitantes. La mera pregunta por la autenticidad del destino evidencia tal suposición. Y, al mostrar a los receptores de turismo como consumidores falsarios, los turistas son presentados como «inocentes víctimas» del engaño (aunque puedan llegar a experimentar una «autenticidad existencial») o como perspi-

---

<sup>6</sup> MacCannell, no obstante, ha rechazado que tales conclusiones puedan extraerse de su obra y que pueda presuponerse que existe «posibilidad alguna de autenticidad en forma pura» a partir del concepto del concepto de «autenticidad escenificada» (MacCannell 2007: 150).

caces escrutadores cuya principal actividad turística sería discernir lo auténtico entre las bambalinas de la escena.

Nuestro objetivo aquí, por lo tanto, no es evaluar la «autenticidad» del Sacromonte o de la experiencia turística de quienes lo visitan, sino comprender cómo, a lo largo del tiempo, los distintos agentes implicados (autoridades públicas, la industria y el conjunto de la población local —a menudo exotizada—) han sobrellevado los estereotipos y lidiado con sus representaciones turísticas (cfr. Boissevain 2011) y cómo estas han afectado tanto a la configuración del barrio como a los procesos de identificación colectiva de sus habitantes.

Para ello, en las próximas páginas, expondremos gradualmente cómo fue caracterizado el Sacromonte por los primeros viajeros románticos, cómo dicha imagen fue incorporada a la oferta turística del barrio y, paradójicamente, cómo tal adaptación a la demanda turística ha sido considerada como un indicio de inautenticidad.

## 2. LA MIRADA ORIENTALISTA

La obsesión europea por los gitanos españoles encuentra en el Sacromonte uno de sus principales referentes (Charnon-Deutsch 2004). La morfología del Sacromonte, caracterizada por las cuevas utilizadas como vivienda y por sus vistas a la Alhambra (el monumento más visitado de España y ligado al pasado musulmán de la península ibérica); el exotismo atribuido a sus habitantes y el atractivo de las zambras (un espectáculo flamenco supuestamente originario del Sacromonte y en el que se mezclarían elementos gitanos y moriscos) convirtieron a este barrio granadino en objeto de fascinación para los viajeros europeos desde el siglo XIX, llegando a ser uno de los destinos favoritos en el recorrido del *Grand Tour*.

El encanto atribuido a la ciudad de Granada, a sus gitanos y a sus zambras cautivó a literatos, artistas plásticos y músicos, tanto autóctonos como extranjeros. La nómina es extensa, y existe una abundante bibliografía sobre ello, por lo que no nos detendremos en detallarla<sup>7</sup>. Cabría destacar, no obstante, la importancia de Carmen —novela publicada por Prosper Mérimée a mediados del siglo XIX y adaptada, con gran éxito, a la ópera por Bizet en 1875— en la construcción de una imagen determinada de España que influiría en los literatos y viajeros posteriores. Una imagen en la que la figura del «gitano libre y pasional» ocuparía un lugar central y que impregnó multitud de productos culturales y objetos de consumo de la Europa de final del XIX (Colmeiro 2002).

En cualquier caso, como advierte Charnon-Deutsch (2004), es importante tener presente que no sólo los viajeros extranjeros difundieron una imagen estereotípica del gitano, sino que también lo hicieron artistas e intelectuales españoles que contribuyeron a su propia auto-exotización a través de la figura del gitano andaluz. La representación orientalista de España realizada por autores foráneos tuvo su reverso autóctono en el casticismo y la literatura costumbrista española. Y Andalucía «constituirá uno de los cruces de caminos más recurrentes entre las lógicas del casticismo y el orientalismo» (González

---

<sup>7</sup> Pueden consultarse a este respecto, entre otros, a Charnon-Deutsch (2004), Lundström (2007) y Viñes (1999).

Alcantud 2002: 120; véase también González Alcantud 2011: 189-219). En Granada, a finales del siglo XIX, se habían desarrollado ya verdaderas infraestructuras turísticas y comenzaba a explotarse comercialmente el exotismo que le había sido atribuido. Una figura controvertida, en este sentido, fue la de «Chorrojumo» (Chorro de humo) quien, autoproclamado «rey de los gitanos» [Imagen 1], servía de guía turístico a los viajeros que visitaban la ciudad. No era el único gitano que se dedicaba a esta tarea, según cuenta Adriano Colocci (1889), que afirmaba haber practicado el caló con él durante su estancia en Granada<sup>8</sup>, pero sí el más conocido. El nombre real de Chorrojumo era Mariano Fernández (o Manuel o Rafael, según las fuentes) y sirvió de modelo al pintor Mariano Fortuny, quién para retratarlo lo vistió con un atuendo exótico y anacrónico. A partir de esta experiencia, Chorrojumo comenzó a utilizar habitualmente esta vestimenta y a vender su imagen a los viajeros, haciendo de modelo para fotógrafos y pintores, vendiendo postales con su imagen y acompañando a los turistas por la ciudad (Lundström 2007). Según Colocci (1889) acompañaba a los turistas al «barrio de los Gitanos» y organizaba allí espectáculos flamencos para los extranjeros. A su muerte, en 1906, le sucedió su hijo quien tomó tanto su nombre como su título de «rey de los gitanos» (González Alcantud 2011). Tras la muerte del segundo Chorrojumo, en 1947, la figura real desapareció de las calles, pero no así su leyenda y su imagen: en la actualidad, una estatua de Chorrojumo preside la entrada al Sacromonte.

En ocasiones no ha sido necesario viajar hasta Granada para contemplar los encantos exóticos del Sacromonte, sino que era el propio barrio el que viajaba para poder



IMAGEN 1.—«Chorro e jumo» rey de los gitanos. 1898. Fotografía de José García Ayola. Disponible en <http://www.museosdeandalucia.es>

<sup>8</sup> Esta afirmación del conocido ziganólogo italiano y la exhibición de sus destrezas lingüísticas han de tomarse con todas las cautelas. Leonardo Piasere (1996) ha demostrado que la relación real de Adriano Colocci con los *Zingari* fue muy esporádica, si no nula; que siempre recurrió a un «hombre secreto» (nunca citado) para producir sus informaciones de campo y que su conocimiento del romanés era muy superficial: «Colocci è un buon conoscitore della letteratura ziganologica, ma è evidente che con gli Zingari non ha mai vissuto (cheché ne lasci intendere) ed è più che ignorante di romanes (...)» (Piasere 1996: 123-124).

ser contemplado. Así ocurrió, como muestran Sazatornil y Lasheras (2005), en la Exposición Universal de París de 1900, donde una recreación del Sacromonte fue uno de los atractivos de la instalación *L'Andalousie au temps des maures*. Esta instalación reiteraba algunos de los contenidos de la exposición de 1889 donde se ofreció un espectáculo flamenco protagonizado por una «troupe de gitanos». La prensa granadina de aquella época, como muestra Manuel Lorente (2007: 37), recoge los testimonios de algunos intelectuales locales que protestaron ante que fuese la «gitanería» el máximo exponente de la ciudad en la exposición parisina de 1900.

Una prueba del grado de difusión e interés que el Sacromonte ha tenido a nivel internacional radica en el hecho de que algunos artistas flamencos adujesen su origen gitano y sacromontano como marchamo de autenticidad. Una de las bailaoras más reconocidas del primer tercio del Siglo XX fue Carmen Amaya quien actuó en espectáculos organizados en Europa, Latinoamérica y Estados Unidos. Nacida en una barraca del barrio barcelonés del Somorrostro, Carmen Amaya afirmó ante la prensa en varias ocasiones que era originaria del Sacromonte granadino. Tal declaración, fue recogida por varios aficionados y estudiosos del flamenco que contribuyeron a la confusión sobre sus orígenes. Miru Capuya (1945), por ejemplo, decía que Amaya «había nacido en las ‘cuevas’ de Granada en octubre alrededor del año 1920» (p. 66) y añadía que «era tan salvaje y auténtica como la cueva en la que nació» (p. 71). Para McFarlane (1952: 125) la «frenética y salvaje» forma de bailar de Carmen Amaya era «patrimonio del Sacromonte».

La figura de la gitana exótica, aderezada con el primitivismo asociado a las cuevas y con el flamenco, considerado como la expresión de una cultura eminentemente pasional, constituyó la base sobre la que se generó la imagen orientalista del Sacromonte, exportada por el movimiento romántico y la industria turística. En el siguiente apartado, describiremos el modo en que los agentes turísticos locales (autoridades públicas, artistas, empresarios, asociaciones y la propia población del barrio) se han relacionado con dicha imagen y cómo ha sido tratada en distintas prácticas expositivas puestas en marcha en la ciudad.

### 3. ZAMBRAS Y MUSEOS EN/DEL SACROMONTE

La industria turística moderna de Granada otorgó desde sus inicios un papel relevante al Sacromonte y a sus gitanos. En 1929, un año después de su creación, el Patronato Nacional de Turismo de España editó un cartel publicitario de Granada que había diseñado el artista local Hermenegildo Lanz. En este cartel [Imagen 2], se puede apreciar en primer término un conjunto de casas cueva, seguido de la Alhambra, Sierra Nevada y el mar. Una perspectiva imposible de la ciudad que, sin embargo, como afirma Javier Hernández (2008: 72) en su análisis de este mismo cartel, sintetiza muy bien el imaginario turístico de Granada. No mucho más tarde, comienza a plantearse un discurso museístico formal en torno al Sacromonte.

En 1948, Antonio Gallego Burín —historiador del arte y alcalde franquista de Granada desde la Guerra Civil española hasta 1951— organizó la *I Exposición Gitana* de Granada durante el Corpus Christi, fiesta mayor de la ciudad. Aunque esta exposición no se organizó en el Sacromonte, las casas-cueva y el conjunto del barrio tuvie-

ron una presencia y una importancia fundamental en la muestra. Los materiales y recursos utilizados en esta exposición configurarían la base sobre la que más tarde se organizaría la 'Sala Gitana' del Museo Casa de los Tiros, uno de los más importantes de Granada, situado en el barrio del Realejo, en el centro histórico de la ciudad. El Museo Casa de los Tiros, dedicado a la historia y la cultura local fue impulsado también por el propio Gallego Burín (cfr. González Alcantud 2005: 145-161; 2011).

Las cuevas en sí mismas y el propio barrio habían tenido siempre una función expositiva, museística (cfr. Rothéa 2008: 371-382), y, durante todo este tiempo en la mayor parte de las cuevas que bordeaban el camino principal del Sacromonte se ofrecían zambras y espectáculos a turistas y viajeros. No podía dejar de plantearse, por lo tanto, la necesidad de implantar un museo en el propio barrio. Lo hizo en 1965, dos años después de que unas copiosas lluvias provocaran inundaciones en la zona y obligaran a desalojar a la mayor parte de la población gitana de las cuevas, el gobernador civil de la ciudad proponiendo «levantar en el Sacro Monte una cueva-modelo, para mantener así el auténtico folklore gitano» (Lorente Rivas 2007: 143). Los estatutos de esta cueva-modelo, que llevaría el nombre de Hogar Gitano Internacional, fueron redactados por una comisión presidida por Gallego Morell, delegado regional del Ministerio de Información y Turismo<sup>9</sup> e hijo de Gallego Burín. Según la prensa de la época, durante las reuniones de la comisión se acordó también que una delegación de gitanos del Sacromonte —«seleccionado entre todos los de las cuevas que se dedican actualmente a las zambras»<sup>10</sup>— participasen en la reunión internacional de Gitanos organizada por el Vaticano que se celebraría ese mismo año en Pomezia (Italia).

<sup>9</sup> No fue el único cargo institucional que desempeñó Gallego Morell (1923-2009). En distintas épocas, tanto durante el franquismo como en la transición democrática, ocupó, entre otros, los siguientes cargos: teniente de Alcalde del ayuntamiento de Granada, director del Museo Casa de los Tiros, presidente del Patronato de Turismo de Andalucía, presidente del Patronato de la Alhambra y el Generalife y rector de la Universidad de Granada (y de la de Málaga, que contribuyó a fundar). Agradezco a Javier García Castaño esta información.

<sup>10</sup> 'Un Hogar internacional gitano en Granada', *ABC*, 27/05/1965, p. 78

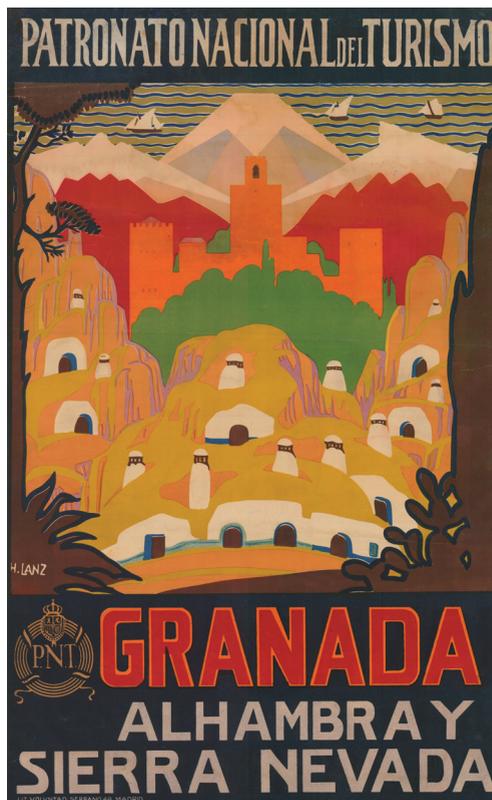


IMAGEN 2.— Cartel turístico de Granada editado por el Patronato Nacional de Turismo en 1929. Fuente: Colección de carteles del Centro de Documentación Turística de España, Subdirección de Conocimiento y Estudios Turísticos, [www.iet.tourspain.es](http://www.iet.tourspain.es)

El Hogar Gitano se instalaría en las cuevas de la «Chumbera» donde, cuatro décadas después, se instaló el «Centro Internacional de Estudios Gitanos» (2000) y el «Museo Etnológico de la Mujer Gitana» (2006). En la actualidad, el Sacromonte continúa siendo uno de los recursos turísticos de Granada más publicitados por las administraciones públicas y el carácter «gitano» del barrio se señala invariablemente como uno de sus principales atractivos (López López y Beluschi Fabeni 2014).

Según la guía «El arte flamenco en Granada»<sup>11</sup>, publicada por el Ayuntamiento de la ciudad, en la actualidad existen en el Sacromonte cuatro museos: el Museo Cuevas del Sacromonte, el Museo de la Mujer Gitana, la Zambra Museo María la Canastera y el Museo de la Zambra Cueva del Curro; lo que probablemente convierte al Sacromonte en el barrio con mayor concentración de museos por habitante de Andalucía.

Los dos primeros museos, el de Cuevas del Sacromonte y el de la Mujer Gitana [Imagen 3], están gestionados por entidades privadas sin ánimo de lucro (la Asociación Cultural Valparaiso y la Asociación de Mujeres Gitanas Romí, respectivamente) y están situados en varias cuevas municipales cedidas por el ayuntamiento de la ciudad. El Museo Cuevas del Sacromonte, que se define como museo etnográfico y medioambiental, se centra en la 'cueva' como tipología de habitación tradicional del barrio, y en los distintos usos que se le han dado: vivienda, cuadra, lugar de trabajo, etc. Además cuenta con una exposición permanente dedicada al flamenco en el Sacromonte. Por su parte, el Museo Etnológico de la Mujer Gitana tiene como principal finalidad «dar voz a la garganta muda de la mujer gitana, rompiendo los lazos de la doble discriminación que padecen por ser mujeres y por ser gitanas, además de crear un espacio de encuentro permanente no solo para la comunidad gitana, sino para todo tipo de población» (Martín Cáceres 2010: 51). El museo se distribuye a través de varias cuevas que acogen temáticas distintas como la historia del pueblo gitano, la relevancia de la mujer gitana, arte y literatura, música, esoterismo, medicina tradicional, etc.

La Zambra María la Canastera y el Museo de la Zambra Cueva del Curro son «cuevas-espectáculo» que se promocionan también como espacios expositivos, subrayando especialmente la historia de la zambra, espectáculo que ofrecen a las visitantes-clientes. La Zambra María la Canastera fue constituida en 1954 por María Cortés Heredia, la Canastera, y José Carmona, su marido. Y entre sus visitantes más ilustres pueden señalarse, entre otros, a los reyes de España, Bélgica y Jordania, y gente del cine como Anthony Quinn, Ingrid Bergman, Claudia Cardinale o Imperio Argentina<sup>12</sup>. En 2010, el ayuntamiento de Granada inauguró una estatua de María la Canastera en un céntrico bulevar de la ciudad [Imagen 4], junto a otras de figuras de reconocido prestigio relacionadas con Granada como Federico García Lorca o Manuel de Falla. La Cueva del Curro está vinculada a la figura de su propietario, Curro Albaicín, un conocido y polifacético artista originario del Sacromonte, que ha sido descrito como una de las personas que más ha contribuido a la salvaguarda de las zambras tras las lluvias torrenciales que obligaron a desalojar a la mayor parte de las familias gitanas

<sup>11</sup> Disponible en formato digital: [http://granadatur.com/fileadmin/descargas/TURISMO\\_arte\\_flamenco\\_FINAL\\_guia\\_interior\\_baja.pdf](http://granadatur.com/fileadmin/descargas/TURISMO_arte_flamenco_FINAL_guia_interior_baja.pdf)

<sup>12</sup> Puede consultarse más información al respecto en la web de la Zambra <http://www.maria-lacanastera.com/>



IMAGEN 3.—Cartelería informativa en el Sacromonte, indicaciones para el Museo Cuevas del Sacromonte, el Museo Etnológico de la Mujer Gitana y el local de espectáculos flamencos «Venta del Gallo». Fotografía del autor.



IMAGEN 4.—Estatua de María la Canastera en bulevar de la Avenida de la Constitución (Granada). Fotografía del autor.

que allí vivían (Cabrero Palomares 2009). Ha escrito varios trabajos sobre el Sacromonte y las zambras y colaborado en documentales sobre la historia del barrio<sup>13</sup>.

Como los distintos espacios expositivos, la toponimia del Sacromonte también insiste en esta relación entre las cuevas, «lo gitano» y las zambras. La mayor parte de las cuevas, sobre todo las situadas en el Camino del Sacromonte —la calle principal del barrio y la zona más turística— y dedicadas a usos hosteleros, son nombradas mediante rótulos y carteles con nombres inspirados en el mundo del flamenco (La Cantaora, La Bulería, La Zíngara, La Faraona, etc.). Como venimos diciendo, estas cuevas-espectáculo en las que se pueden contemplar representaciones de la zambra cumplen en sí mismas, más allá de su oferta de flamenco, una función expositiva propia.

Estas zambras constituyen la representación simbólica de la vinculación entre las cuevas y la etnicidad gitana. O, dicho en términos patrimoniales, la etnificación de las cuevas como patrimonio cultural material, vinculado a «lo gitano», se realiza mediante su conexión con el patrimonio inmaterial etnificado y corporeizado que constituye la zambra. Las «cuevas-espectáculo» pueden interpretarse como una suerte de etnoempresas donde la gitaneidad de los productores-empresarios es lo que garantiza la autenticidad del producto. Como advierten John L. y Jane Comaroff, toda etnoempresa «implica la administración y comercialización de productos y prácticas culturales, *qua* propiedad intelectual, es decir, como fuentes de valor —de hecho como capital exclusivo—, inseparable del ser y de los cuerpos de los propietarios-productores» (Comaroff y Comaroff 2011: 85). Nos encontramos ante una doble instrumentalización de la zambra y el «patrimonio gitano»: la primera, que podríamos denominar externa, activada por la industria turística y los poderes públicos locales cuyo objetivo es exponer la imagen exotizada del Sacromonte para atraer turistas a la ciudad y, por otro lado, una instrumentalización interna, por parte del propio grupo etnificado, que utiliza sus marcadores étnicos a modo de propiedad intelectual comercializable.

La etnicidad «exótica» atribuida a los gitanos y la representación de la zambra *in situ*, en una cueva del Sacromonte —el no menos exótico lugar en el que se estima que tuvieron su origen—, han proporcionado al barrio su atractivo turístico. Sin embargo, como veremos a continuación, la adaptación de la configuración urbana de la zona, así como de sus actividades económicas, a la demanda turística han provocado, desde fechas muy tempranas, suspicacias acerca de su autenticidad.

#### 4. LA CIUDAD MUSEALIZADA

La imagen del Sacromonte como un gran «parque temático gitano» es frecuente entre quienes —prácticamente desde su consolidación como destino turístico— han cuestionado su «autenticidad»; y, al mismo tiempo, ha sido una propuesta formal realiza-

<sup>13</sup> En 2014 ha sido coguionista y coprotagonista de *Sacromonte. Los sabios de la tribu*, una película documental sobre el flamenco en el Sacromonte, dirigida por Chus Gutiérrez. También ha aparecido en el documental etnográfico *Sacromonte de ida y vuelta* dirigido por Silvia Paggi y en el que nosotros mismos colaboramos como investigadores. Este último está disponible en <http://weproject.unice.fr/>

da por autoridades políticas y los agentes turísticos de la ciudad desde mediados del siglo XX. La creación de un «parque etnológico de las cuevas» y el aprovechamiento de la mayor parte de éstas como infraestructura hostelera son algunas de las propuestas más recurrentes en este sentido (Rothéa 2008; López López y Beluschi Fabeni 2014).

La figura exotizada del «gitano», las cuevas como modelo «primitivo» de vivienda y las zambras como expresión artística singular han aportado un valor patrimonial y diferencial al Sacromonte, en el contexto del turismo internacional, del que tanto las autoridades políticas como los propios gitanos han sido conscientes. Un valor que, por supuesto, es susceptible de ser transformado en beneficios económicos. En su análisis del cine folklórico español de la primera mitad del siglo XX, Jo Labanyi (2004) señalaba que la explotación comercial de «lo gitano» siempre ha formado parte de la economía capitalista moderna y ha proporcionado rentabilidad en la exportación de productos culturales españoles al exterior. El éxito turístico del Sacromonte, vinculado a esta imagen exotizada del gitano, ha provocado críticas a la «autenticidad» de lo expuesto. Esa es una de las grandes paradojas sacromontanas: a pesar de su éxito turístico, el Sacromonte ha sido frecuentemente descrito como un gran escenario artificial, inauténtico, poblado de máscaras y personajes teatrales, por parte de algunos viajeros más o menos especializados. Entre ellos podemos señalar a estudiosos de los romá y los gitanos que trataron de encontrar en el Sacromonte un lugar dónde llevar a cabo sus investigaciones, pero que terminaron decepcionados al no encontrar al «verdadero gitano» (Willems 1997) que habían ido a buscar. Tras un viaje por España en 1888, Adriano Colocci afirmaba que «uno está muy equivocado si cree que el tipo puro del gitano tradicional se encuentra todavía allí», y que en el Sacromonte, el «barrio de los Gitanos», sus vecinos se dedicaban sobre todo a «mendigar a los turistas» y las mujeres a «decir la fortuna o representar bailes flamencos ante los extranjeros» (Colocci 1889: 287). Un discurso que se ha ido sucediendo con relativa estabilidad hasta la actualidad. El irlandés Walter Starkie, quien fuera presidente de la *Gypsy Lore Society*, tras una visita al Sacromonte en la década de los treinta, afirmaba que las cuevas decepcionarían a cualquier investigador de «la vida primitiva y nómada de los gitanos» y se asombraba de que fuesen «demasiado confortables» y de que incluso dispusieran de electricidad (Starkie 1985: 268-269). En esa misma línea se pronunciaron, ya en las décadas de los setenta y ochenta del siglo pasado, Merryll F. McLane (1987) y otros. Más recientemente, José Antonio González Alcantud (2005:115) señalaba que «la impostura forma una parte sustantiva del ambiente sacromontano» y, según Manuel Lorente (2007), ante las sospechas de inautenticidad, en la actualidad no es extraño en el Sacromonte escuchar a turistas extranjeros preguntando dónde pueden encontrar flamenco «de verdad», no para extranjeros, tratando de asistir a fiestas «privadas» o «domésticas». Estarían buscando, en términos de MacCannell, el *backstage* de la escenificación turística.

La producción de diferencia es una de las principales tareas que la industria local debe acometer para competir en el mercado de los destinos turísticos (Kirshenblatt-Gimblett 1998), una tarea que no está exenta de paradojas. En una economía capitalista la demanda turística genera inevitablemente infraestructuras y oferta turísticas. La contradicción en este específico sector económico radica en que la instalación de nuevas infraestructuras y la oferta estandarizada puede quebrar, para algunos consumidores, ese halo místico de la 'diferencia' que motivó en primer lugar la deman-

da. Para mantener una posición ventajosa en el mercado turístico, los distintos destinos deben evitar la excesiva visibilidad de los mecanismos de producción de la diferencia y contener la sobreoferta turística.

En el caso del Sacromonte, el conjunto del barrio se ha ido configurando como un gran museo al aire libre. Según García Canclini, «la multiplicación de museos-para-atraer-turistas ha llevado a rediseñar la ciudad entera como museo» (2007: 97-98). En este sentido, la abundancia de espacios expositivos, así como de locales de ocio y espectáculos contrasta con la escasez de otro tipo de infraestructuras comerciales (tiendas de alimentación y otros productos cotidianos) y de prestación de servicios. Esto no significa, sin embargo, que la tesis de la inautenticidad del Sacromonte sea cierta. A pesar de su especialización como destino turístico, en el barrio hay vida real, hay vecinos y trabajadores que se relacionan cotidianamente con los visitantes y que gestionan de modos diversos las imágenes y los estereotipos que les han sido atribuidos.

Según los últimos estudios realizados para la planificación urbanística de la zona, en la actualidad hay unas 350 cuevas en el Sacromonte, de las que 27 estarían destinadas a zambras y otro tipo de locales de ocio (cfr. López López y Beluschi Fabeni 2014). El resto siguen siendo usadas como viviendas permanentes o como alojamientos turísticos temporales. Una parte de estas cuevas (o casas-cueva) han sido adquiridas por ciudadanos extranjeros que se han convertido en residentes permanentes del Sacromonte, y algunas han sido alquiladas por jóvenes y estudiantes de la Universidad de Granada. Además, una buena parte de las cuevas sigue estando habitada por familias gitanas que, o bien no se vieron afectadas directamente por las inundaciones de 1963 o que con el tiempo consiguieron volver. Algunos de quienes no consiguieron volver y sus descendientes, no obstante, han seguido trabajando en las zambras del Sacromonte y en el sector turístico vinculado al flamenco de la ciudad. En la zona más alta del Sacromonte, conocida como Cerro de San Miguel, hay también una serie de cuevas que han sido ocupadas de forma no regulada por personas de distintas nacionalidades (entre los que hay españoles y también ciudadanos de distintos países europeos y África subsahariana). El ayuntamiento de la ciudad ha intentado en distintas ocasiones desalojar estas cuevas, entre otros motivos, con la intención de instalar allí nuevas infraestructuras turísticas.

Por otra parte, en la actualidad hay una escuela en el Sacromonte, acreditada por el Instituto Cervantes, en el que se combinan la enseñanza del español con cursos formales de las distintas disciplinas del flamenco (cante, baile y toque) al que asiste alumnado de distintas nacionalidades. Se trata de la escuela Carmen de las Cuevas. También, en la Chumbera —recinto de titularidad municipal en el que se encuentra el Museo de la Mujer Gitana—, está instalada la Escuela Internacional de Flamenco Manolete. Y varias zambras y personas particulares ofrecen también clases de baile y guitarra. El alumnado de estas escuelas, procedente en gran parte de fuera de Granada y de España, podría ser considerado un tipo especial de turista, muy comprometido con el flamenco y cuya estancia suele extenderse en el tiempo bastante más que la del visitante ocasional.

En este contexto, la presencia de turistas en el barrio se vive como algo cotidiano y, en todo caso, constituyen más un motivo de orgullo que de rechazo, a pesar de los conflictos que pueden generar al situar al Sacromonte en el centro de disputas económicas, urbanísticas e inmobiliarias.

Si bien el debate sobre la autenticidad, tal y como es planteado por los críticos y ciertos sectores intelectuales, no es una de las preocupaciones principales de quienes viven y trabajan en el barrio, sí que manifiestan cierta nostalgia por un pasado idealizado, previo a las inundaciones y la expulsión de la mayor parte de la población gitana. Tal sentimiento nostálgico se vincula a la zambra y al flamenco, y a su aprendizaje «natural», aparentemente no reglado, de generación en generación. Curro Albaicín, durante el rodaje de *'Sacromonte de ida y vuelta'* (véase nota 13), nos lo contaba de una forma muy expresiva:

1963 fue una año nefasto para el Sacromonte, fue arrancar la raíz, ya nunca volvió a ser lo mismo, ni nosotros —los habitantes—, ni el barrio. Se perdió la manera de vivir como vivíamos, de aprender el flamenco unos de otros, los pequeños de ver a los mayores. Y ahí ya murió el barrio. (...) ya sólo quedan el paisaje y las momias.

Esta última expresión se asemeja a algunas de las metáforas con las que se ha caracterizado a los objetos, tanto materiales como 'inmateriales', sometidos a procesos de patrimonialización o musealización. Barbara Kirshenblatt-Gimblett (1998) señala que obtienen una «segunda vida», mientras que Hernández y Martí (2008), por su parte, califica al patrimonio como un 'zombi' dotado de «vida artificial». La función expositiva del Sacromonte, que desborda a las zambras y a los museos formales —dispositivos especializados en la exhibición—, ha llevado a la concepción del conjunto del barrio como un gran museo al aire libre. Un museo habitado, en el que esa «segunda vida», constituida por las imágenes turísticas y la nostalgia por un pasado idealizado, interactúa inevitablemente con la «vida real», compuesta de relaciones sociales concretas y conflictos políticos.

En el siguiente epígrafe defenderemos la necesidad de desprenderse de la «sospecha de inautenticidad» atribuida al Sacromonte, y a otros contextos turísticos, para poder estudiar y comprender las relaciones sociales empíricas que propicia la actividad turística.

## 5. MÍMESIS Y SUBVERSIÓN DEL ESTEREOTIPO

La mirada del turista provoca en la «comunidad anfitriona» un sentimiento de orgullo por lo propio que desemboca en la activación de diversos recursos patrimoniales, que hasta el momento podían haber pasado desapercibidos en tanto que objetos o prácticas cotidianas. Se fomenta entre los anfitriones de este modo «la reflexión sobre sus propias culturas y tradiciones» (Boissevain 2005:220) y la nostalgia de un pasado idealizado. La instalación de museos etnográficos en los cuales la mayor parte de los objetos que se exhiben son utensilios domésticos y cotidianos ya en desuso —así como la decoración de las cuevas-espectáculo que, además de antiguas fotografías, exponen también ese tipo de utensilios— responde a esta reflexión y valoración de «lo propio».

Al elegir un determinado destino entre muchos posibles, el viajero extranjero se convierte en una fuente de prestigio (y recursos) y, por lo tanto, se le pretende fidelizar. En el caso de Granada y el Sacromonte, la figura del viajero ha llegado a integrarse en el conjunto del patrimonio histórico y cultural de la ciudad. Podemos señalar va-



IMAGEN 5.— Monumento al Viajero, situado en el Paseo del Violón (Granada). Fotografía del autor.

rios ejemplos al respecto: la sala dedicada a Washington Irving y a los viajeros románticos del Museo Casa de los Tiros, las innumerables referencias a sus obras en las guías turísticas editadas por la ciudad o el «Monumento al viajero» inaugurado en 2013 por las autoridades locales y regionales (Imagen 5).

No hay duda de que turistas y viajeros han contribuido a la valoración, por parte de la población local, del patrimonio sacromontano, representado por las zambras, las cuevas y la propia etnicidad gitana. No obstante, la pregunta no debería ser si esto ha contribuido o no a la destrucción del «auténtico Sacromonte». El debate sobre la autenticidad se ha demostrado estéril: a lo largo de los aproximadamente dos siglos se han ido repitiendo los mismos tópicos y ninguna respuesta ha resultado satisfactoria.

La pregunta ha de ser reformulada. Más que por su grado de autenticidad, deberíamos preguntarnos cómo la población del Sacromonte y quienes allí trabajan gestionan el conjunto de atributos y estereotipos que se les atribuyen.

La investigación etnográfica y no la mera especulación filosófica, como advierte Cohen (2004), nos puede ayudar a superar tanto las explicaciones primordialistas —caracterizadas por metáforas biológicas de la identidad como la «piel» o la «sangre», que argumentan a favor de la «autenticidad» del destino turístico y sus imágenes—; como aquellas constructivistas —caracterizada por metáforas de lo efímero y contingente como «la máscara» o «la camisa», que se posicionan en contra. Ambas, a menudo tautológicas, resultan insuficientes.

Nuestra hipótesis es que, como en un juego de espejos, los habitantes del Sacromonte se han apropiado de la imagen, más o menos distorsionada, que los relatos de sus visitantes le devolvían de sí mismos. En un proceso mimético (Taussig 1993), la población local ha insertado en su propia narración identitaria los discursos alóctonos, discursos que no son asumidos sin más, sino que son re-significados a través de las prácticas locales. Este proceso de mimesis no sería, en cualquier caso, un fenómeno original del Sacromonte, sino que procesos similares han sido ya observados en otros contextos turísticos: en Haití (Richman 2008), entre las comunidades quechuas de Perú (Pérez Galán 2004; 2011), en Brasil entre los artistas afro-brasileños de Pelourinho (Sansi 2005) o entre los indígenas kuna de Panamá (Pereiro 2011).

Como advierte Roger Sansi, analizando los procesos turísticos y patrimoniales del barrio del Pelourinho en Salvador de Bahía (Brasil) vinculado a la identidad afro-bra-

sileña, sería insuficiente plantear que la «identidad gitana» exhibida en el Sacromonte es una construcción social. Obviamente lo es, y en su construcción han participado tanto los viajeros decimonónicos, como los agentes turísticos y la propia población local, «pero eso no quiere decir que sea sólo una máscara que la gente del Sacromonte [Pelourinho en el original] se pone para recibir a los turistas» (Sansi 2005: 268), sino que pueden sentirse identificados con ciertos elementos identitarios que les han sido atribuidos, porque están orgullosos del interés que su contexto cotidiano de vida ha despertado en multitud de viajeros y de una cierta narración de su pasado y de la zambra, a la que consideran una expresión cultural propia que el turismo ha contribuido a consolidar. En un tríptico explicativo del Museo Etnológico de la Mujer Gitana se dice así:

(...) con el movimiento romántico se le dará al Sacromonte un valor excepcional por su pintoresquismo y belleza. Los gitanas/os que han nacido en el Sacromonte sienten un cariño especial por su barrio y se sienten orgullosos de vivir en este mítico lugar evocado por artistas flamencos de todas las épocas como idílico para los gitanas/os e incluso como símbolo de identidad<sup>14</sup>.

Por otra parte, el proceso mimético, como plantea Jo Labanyi, puede incluso convertirse en un mecanismo de subversión del estereotipo cuando se lleva al exceso, cuando se convierte en «mímesis paródica» (Labanyi 2004; Gallardo Saborido 2010). Así lo explica Labanyi: «una manera de subvertir los estereotipos es la mímica paródica, que demuestra su status como representación (...). O sea, la subversión consiste en demostrar que la visión estereotípica de la cultura gitana, es precisamente, una representación» (2004: 11). Un ejemplo temprano de «mímesis paródica» en el Sacromonte podría encontrarse en la figura de Chorrojumo, quien ha sido calificado por Lundström (2007) como un souvenir viviente, el «epítome de la iconografía turística». Esta forma, en cierto modo burlesca, de enfrentarse al estereotipo en contextos turísticos, en los que habitualmente la población local se encuentra en una posición subordinada respecto a sus visitantes, permite que «puedan conservar su autoestima» y resistir ante las posibles consecuencias negativas de la actividad turística (Boissevain 2011: 50).

Ahora bien, una visión caleidoscópica y compleja —etnográfica— del turismo y las representaciones sacromontanas, debería atender a la posición subordinada que los gitanos han ocupado en la industria local del turismo. Quintana (1998) y Liégeois (1971) denunciaron hace ya un tiempo que los gitanos del Sacromonte han sido en su mayoría expulsados hacia zonas periféricas de la ciudad y que, salvo algunas excepciones, son quienes menos se han beneficiado del turismo en la zona. Incluso, continúa Quintana, las empresas turísticas han difundido ciertos estereotipos racistas con objeto de reforzar el exotismo y monopolizar los tours por el barrio, empleando, por ejemplo, la imagen del «gitano peligroso» para convencer a los turistas de que lo mejor es visitar el barrio acompañado por los guías turísticos profesionales que ellas mismas proporcionan. La «mímesis paródica» podría funcionar también como un mecanismo de defensa ante esta situación.

Finalmente, frente al protagonismo que históricamente han tenido las élites ('payas') locales en la construcción de las representaciones de los gitanos sacromontanos

<sup>14</sup> Asociación de Mujeres Gitanas Romí (sf.) *Museo Etnológico de la Mujer Gitana*. Tríptico no editado.

(recuérdense las figuras de Gallego Burín y Gallego Morell), se observa un cierto avance en cuanto al control de dichas representaciones por parte del propio movimiento asociativo gitano. Un ejemplo de ello es la instalación en 2006 del Museo Etnológico de la Mujer Gitana, cuya gestión corre a cargo de una asociación de mujeres gitanas.

## CONCLUSIONES

El barrio granadino del Sacromonte ha constituido un objeto de atracción desde que fue «descubierto» por los escritores y viajeros románticos, precursores de la actividad turística moderna. El Sacromonte ha constituido un ejemplo perfecto de la visión orientalista de España y, sobre todo, de Andalucía, sintetizando en un pequeño espacio la mayor parte de sus tópicos: la figura del gitano pasional, un estilo de vida «primitivo» —ejemplificado por la habitación en cueva—, y todo estrechamente relacionado con el pasado islámico de la ciudad a través de la visión de la Alhambra, omnipresente desde la mayor parte del barrio, y las zambras, en las que supuestamente se mezclarían elementos gitanos y moriscos.

La conjunción sintética de todos estos elementos en el Sacromonte lo hace sospechoso de inautenticidad. Nuestra intención al analizar cómo el imaginario turístico sobre el barrio y sus habitantes ha sido integrado en diversas propuestas expositivas y museísticas en el ámbito local ha sido superar el debate, en gran medida literario y deductivo, sobre la autenticidad del destino y sus habitantes. Los estudios sobre las imágenes y representaciones de los gitanos del Sacromonte, y andaluces en general, en la literatura, el cine y otros productos culturales son relativamente abundantes. Sin embargo, escasean las investigaciones empíricas de carácter etnográfico sobre su vinculación a la actividad turística. Un análisis etnográfico del turismo en el Sacromonte permitiría superar el ya caduco debate sobre la autenticidad y observar cuál es el rol que desempeñan las imágenes turísticas y los estereotipos en las relaciones sociales concretas que se producen entre turistas, autóctonos y promotores públicos y privados.

## BIBLIOGRAFÍA CITADA

- Bejarano Franco, Paula M. 2005. «Zambra del Sacromonte granadino: una aproximación antropológica», en María Angustias Ortiz y Almudena Ocaña (coords.), *Estudios sobre cultura gitana: aspectos históricos, sociológicos, educativos y folklórico-musicales*: 291-297. Granada: J. Labayen y J. M. Liébana.
- Boissevain, Jeremy. 2005. «Rituales ocultos. Protegiendo la cultura de la mirada turística». *Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* 3(2): 217-228.
- Boissevain, Jeremy. 2011. «Introducción», en Jeremy Boissevain (ed.), *Lidiar con turistas. Reacciones europeas al turismo en masas*: 29-62. Barcelona: Bellaterra.
- Cabrero Palomares, Francisco. 2009. *Granada en clave de flamenco*. Granada: Tleo.
- Capuya, Miru. 1945. «Cayi de Chachiipe: A True Gypsy». *Journal of the Gypsy Lore Society* XXIV(3-4): 65-73.
- Charnon-Deutsch, Lou. 2004. *The Spanish Gypsy. The History of an European Obsession*. University Park: Pennsylvania State University Press.
- Cohen, Erik. 2004. *Contemporary Tourism. Diversity and Change*. Oxford: Elsevier.

- Colmeiro, José F. 2002. «Exorcising Exoticism: Carmen and the Construction of Oriental Spain». *Comparative Literature* 54 (2): 127-144.
- Colocci, Adriano. 1889. «The Gitanos of To-Day». *Journal of the Gypsy Lore Society* 1(5): 286-289.
- Comaroff, John L. y Jean Comaroff. 2011. *Etnicidad S.A.* Buenos Aires: Katz.
- Francesch, Alfredo. 2011. «Una tarde con los auténticos maasai mara. Turismo, autenticidad y de cómo eludir un pozo sin fondo». *Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* 9(2): 237-248.
- Gallardo Saborido, Emilio José. 2010. *Gitana tenía que ser. Las andalucías imaginadas por las producciones filmicas España-Latinoamérica*. Sevilla: Centro de Estudios Andaluces.
- González Alcantud, José Antonio. 2002. *Lo moro. Las lógicas de la derrota y la formación del estereotipo islámico*. Barcelona: Anthropos.
- González Alcantud, José Antonio. 2005. *La ciudad vórtice. Lo local, lugar fuerte de la memoria en tiempos de errancia*. Barcelona: Anthropos.
- González Alcantud, José Antonio. 2011. *Racismo elegante. De la teoría de las razas culturales a la invisibilidad del racismo cotidiano*. Barcelona: Bellaterra.
- Hernández i Martí, Gil Manuel. 2008. «Un zombi de la modernidad: el patrimonio cultural y sus límites». *La Torre del Virrey. Revista de Estudios Culturales* 5: 27-38.
- Hernández Ramírez, Javier. 2008. *La imagen de Andalucía en el turismo*. Sevilla: Centro de Estudios Andaluces.
- Kirshenblatt-Gimblett, Barbara. 1998. *Destination Culture. Tourism, Museums, and Heritage*. Berkeley: University of California Press.
- Korstanje, Maximiliano. 2013. «The obsession with authenticity: criticism to Dean MacCannell». *Rosa dos Ventos* 5(1): 99-115.
- Labanyi, Jo. 2004. *Lo andaluz en el cine del franquismo: los estereotipos como estrategia para manejar la contradicción*. Documento de trabajo. Centro de Estudios Andaluces. Disponible en: <[http://maa.centrodeestudiosandaluces.es/biblio/imagendoc/00000501\\_00001000/00000612/00000612\\_090h0101.PDF](http://maa.centrodeestudiosandaluces.es/biblio/imagendoc/00000501_00001000/00000612/00000612_090h0101.PDF)>. Fecha de acceso 11 feb. 2014.
- Liégeois, Jean Pierre. 1971. «The Cave-Dwellers of Andalusia». *Journal of the Gypsy Lore Society* 50: 3-19.
- López López, Juan de Dios y Giuseppe Beluschi Fabeni. 2014. «La etnicità come richiamo. Immagine turistica e conflitto nelle cuevas del Sacromonte (Granada, Spagna)», en Martina Giuffrè (ed.), *Uguali, diversi, normali. Stereotipi, rappresentazioni e contro narrative del mondo rom in Italia, Spagna e Romania*: 223-253. Roma: Castelvecchi.
- Lorente Rivas, Manuel. 2007. *Etnografía antropológica del flamenco en Granada*. Granada: Universidad de Granada.
- Lundström, Marie Sofie. 2007. *Travelling in a Palimpsest. Finnish Nineteenth-Century Painters' Encounters with Spanish Art and Culture*. Turku: Painosolama Oy.
- MacCannell, Dean. 1973. «Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings». *American Journal of Sociology* 79(3): 589-603.
- MacCannell, Dean. 2007. «Anthropology for All the Wrong Reasons», en Dann Nash (ed.), *The Study of Tourism. Anthropological and Sociological Beginnings*: 137-153. Amsterdam: Elsevier.
- Martín Cáceres, Myriam José. 2010. «El Museo Etnológico de la Mujer Gitana: un espacio social para hacer visible lo invisible». *Heritage & Museography* 3: 50-54.
- McFarlane, Andrew. 1952. «Spanish Gypsy Dancers in Britain». *Journal of Gypsy Lore Society* 31: 115-125.
- McLane, Merrill. F. 1987. *Proud Outcasts. The Gypsies of Spain*. Maryland: Carderock Press.
- Nogués Pedregal, Antonio Miguel. 2011. «Prólogo a la edición española: La antropología entre lo cultural y el turismo», en Jeremy Boissevain (ed.), *Lidiar con turistas. Reacciones europeas al turismo en masa*: 9-25. Barcelona: Bellaterra.
- Nord, Deborah Epstein. 2006. *Gypsies and the British Imagination, 1807-1930*. Nueva York: Columbia University Press.
- Pereiro, Xerardo. 2011. «El turismo como patrimonio cultural imaginario. Reflexiones a partir del caso del turismo Kuna», en Llorenç Prats y Agustín Santana (coords.), *Turismo y patrimonio. Entramados narrativos*: 13-26. Tenerife: Asociación Canaria de Antropología.
- Pérez Galán, Beatriz. 2004. *Somos como incas. Autoridades tradicionales en los Andes peruanos*. Madrid/Frankfurt: Iberoamericana/Vervuert.

- Pérez Galán, Beatriz. 2011. «Nuevas y viejas narrativas turísticas sobre la cultura indígena de los Andes», en Llorenç Prats y Agustín Santana (coords.), *Turismo y patrimonio. Entramados narrativos*: 27-48. Tenerife: Asociación Canaria de Antropología.
- Piasere, Leonardo. 1996. «Sigismundo Caccini e gli Sinte rozengre». *Italia Romani* 1: 119-178.
- Quintana, Bertha B. 1998. «The *Duende* Roams Freely This Night: An Analysis of an Interethnic Event in Granada, Spain», en Diane Tong (ed.), *Gypsies: An Interdisciplinary Reader*: 167-174. Nueva York: Garland.
- Richman, Karen E. 2008. «Innocent Imitations? Authenticity and Mimesis in Haitian Vodou Art, Tourism, and Anthropology». *Ethnohistory* 55(2): 203-227.
- Rothéa, Xavier. 2008. *Construire la différence: Élaboration et utilisation de l'image des Gitans dans l'Espagne franquiste*. Tesis doctoral. Université Montpellier III – Paul Valéry.
- Sansi, Roger. 2005. «Marginales, primitivos y auténticos: arte turístico y patrimonio histórico en Bahía», en Agustín Santana y Llorenç Prats (coords.), *El encuentro del turismo con el patrimonio cultural: concepciones teóricas y modelos de aplicación*: 255-268. Sevilla: FAAEE.
- Sazatornil, Luis y Ana Belén Lasheras. 2005. «París y la *españolada*. Casticismo y estereotipos nacionales en las exposiciones universales (1855-1900)». *Mélanges de la Casa de Velázquez* 35(2): 265-290.
- Taussig, Michael. 1993. *Mimesis and Alterity. A Particular History of the Senses*. Nueva York: Routledge.
- Viñes, Cristina. 1999. *Granada en los libros de viaje*. Granada: Miguel Sánchez.
- Walker, Virginia. 1970. «Gypsies, Grottoes and Granada. Notes on The Canyon of the 'Black Men'». *Journal of Gypsy Lore Society* 49: 44-50.
- Walker, Virginia. 1971. «Open letter to M. Jean-Pierre Liégeois». *Journal of Gypsy Lore Society* 50: 159-165.
- Wang, Ning. 1999. «Rethinking Authenticity in Tourism Experience». *Annals of Tourism Research* 26(2): 349-370.
- Willems, Wim. 1997. *In Search of the True Gypsy. From Enlightenment to Final Solution*. Londres: Frank Cass.

Fecha de recepción: 29 de marzo de 2015

Fecha de aprobación: 9 de julio de 2015