

Ariel Antropología

Llorenç Prats

*Antropología
y patrimonio*

Prólogo de
JEAN-CLAUDE DUCLOS

Jaduelo

Editorial Ariel, S.A.
Barcelona

Diseño cubierta: Vicente Morales

1.ª edición: septiembre 1997

2.ª edición: junio 2004

© 1997: Llorenç Prats

Derechos exclusivos de edición en español
reservados para todo el mundo:

© 1997 y 2004: Editorial Ariel, S. A.

Avda. Diagonal, 662-664 - 08034 Barcelona

ISBN: 84-344-2211-5

Depósito legal: B. 30.407 - 2004

Impreso en España

Ninguna parte de esta publicación, incluido el diseño de la cubierta, puede ser reproducida, almacenada o transmitida en manera alguna ni por ningún medio, ya sea eléctrico, químico, mecánico, óptico, de grabación o de fotocopia, sin permiso previo del editor.

PRÓLOGO

El patrimonio, en el seno de nuestras viejas sociedades latinas, es el legado del padre que recibimos en herencia y que nosotros transmitimos a su vez en aras de la continuidad del linaje. Conviene recordar esta antigua definición, a pesar de los valores culturales, morales o religiosos que puede vehicular; no sólo por su sencillez sino también por la imagen y el punto de referencia que proporciona.

La imagen del legado que una generación deja a sus sucesores para que la vida continúe no parece haber perdido validez sea cual sea el patrimonio al que aludamos.

Como punto de referencia ha pasado a ser para nosotros una verdadera necesidad. Esta palabra aparece con tanta frecuencia en el discurso actual que todo cuanto nos rodea, desde lo individual a lo colectivo y de lo concreto a lo intangible, puede convertirse de pronto en patrimonio. La razón de esta expansión semántica es de sobra conocida. El fantasma de la ruptura y del desorden que ésta parece provocar ha conducido a nuestras sociedades, enfrentadas a cambios excesivamente rápidos, a buscar en el patrimonio un «refugio compensatorio».¹ Por ello, la sociedad demanda a las instituciones que asuman en su nombre transmisiones que ya no son operativas, que reconozcan, preserven y defiendan todo aquello cuya desaparición podría a medio y largo plazo amenazar su existencia, es decir, sus entornos naturales y culturales, sus identidades, sus valores.

¿Qué se puede decir de esta actitud? ¿Que revela el desconcierto de nuestros contemporáneos ante el incierto futuro? ¿Que este repliegue sobre los logros del pasado es la justa consecuencia de nuestras insuficiencias actuales? ¿Que la nostalgia, que no ha sido jamás fuente de creación, es el recurso de los débiles? ¿Que acabaremos por sucumbir sepultados bajo la acumulación de «despojos» en que se han converti-

1. Pierre Nora, *Le Monde* (1996).

do los objetos en desuso que amontonamos en nuestros museos? ¿Que es necesario dejar de «obedecer a una moda contagiosa»² y de ir «museificando» a diestro y siniestro? La mayoría de trabajos y análisis sobre los procesos de patrimonialización concluye invariablemente con ese tipo de denuncias o invectivas. Pero ¿para quién resultan de utilidad estas obras? Ciertamente no para aquellos en la observación de cuya labor se basan y a los cuales, por otra parte, no están destinadas, quedando fuera del dominio de su interés. La propuesta que nos plantea Llorenç Prats es por completo distinta. A la manera de un «médico de comunidades», este antropólogo las examina y ausculta, en su espacio y época, tanto sus componentes como sus contradicciones, sus desfallecimientos y sus potencialidades. No juzga y, por tanto, no condena. Rechaza prejuicios y recetas y no pretende justificar ninguna formulación previa. Al contrario, desmonta los engranajes de un mecanismo caprichoso y multiforme; observa los hechos con método y lucidez, escogiendo para cada caso las lentes adecuadas; y, sirviéndose del apoyo de la experiencia de sus propios estudios, intenta comprender. No denuncia la patrimonialización como uno de los males de este fin de siglo, sino que nos viene a decir que debemos comprender su significado actual y ver cómo esto puede ayudar a los que trabajan en primera línea. La cuestión es: ¿de qué conocimientos, experiencias e instrumentos disponemos para analizar la situación con mayor claridad, evitando así vanos esfuerzos, la esterilidad de volver una y otra vez al principio, para que el método seguido sea, en definitiva, lo más fructífero posible?

En los primeros capítulos de su libro, Llorenç Prats procede a fijar los conceptos referidos al patrimonio tal como se entiende en la actualidad. «Del monumento, soporte de la memoria, hemos pasado al patrimonio, soporte de la identidad», dice André Desvallées respecto del período que va desde la Revolución francesa hasta los años ochenta.³ Llorenç Prats parte de esa idea y sobre ese patrimonio «representación simbólica de la identidad», uno de los envites más importantes del mundo actual, versa su exposición. Factor de cohesión, espacio referencial, la identidad ofrece a un grupo —tanto a los individuos que lo forman como a su descendencia—, los medios para el propio reconocimiento, para perpetuarse, para proyectarse en el futuro, para, según la feliz expresión de Jean-Noël Pelen «negociar la historia».⁴ Ahora bien, al hablar de la identidad, y otro tanto ocurre con el patri-

2. Édouard Pommier, «Prolifération du musée», *Le Débat*, n.º 65 (1991), pp. 144-149.

3. André Desvallées, «Emergence et cheminements du mot patrimoine», *Musées et Collections Publiques de France*, n.º 208 (1995), pp. 6-29.

4. Jean-Noël Pelen, *Identidad y museografía*, 1993 (inédito).

monio, se suelen subrayar sólo los aspectos negativos. Nada de eso se produce en este libro. En todo momento guía al autor una preocupación por hallar el camino adecuado para un desarrollo colectivo satisfactorio. ¿Cómo reprocharle ese compromiso cuando son tan raras esta clase de aproximaciones, las únicas capaces de ayudar a la «población», para la que trabajamos como agentes de desarrollo, operadores del patrimonio ó conservadores de museos?

Frente al turismo, habitualmente denunciado por los antropólogos como un factor de aculturación, Llorenç Prats mantiene la misma actitud anterior. Ciertamente la explotación turística —que no puede evitar hacer de lo real un espectáculo— raya a menudo en la artificiosidad e incluso en la superchería cuando se da una fuerte presión en tal sentido. El reconocimiento del interés colectivo —incluso universal— de un bien determinado, hace que su «patrimonialización» conduzca ineluctablemente a la idea de su restitución; de ahí a pensar que esa «patrimonialización» pueda generar unos ingresos, y, por tanto, contribuir al desarrollo, no hay más que un paso que todos aquellos que se han enfrentado a esta situación se han visto impelidos a dar. «Nos podemos preguntar —dice André Desvallées— si al utilizar la palabra patrimonio como medio de desarrollo cultural no estamos confundiendo lamentablemente lo económico y lo cultural.»⁵ Se puede lamentar, en efecto, pero ello no impide que dicha «confusión» deba ser asumida. También en ese punto Llorenç Prats sigue guardándose de cualquier juicio precipitado. Observa, selecciona ejemplos, señala los extravíos a los que la explotación turística del patrimonio puede conducir; pero en definitiva la emplaza en su justo lugar, el de un «valor añadido», a lo sumo. Porque es necesario que los resortes identitarios continúen funcionando y conserven por tanto la autenticidad del patrimonio. Ya hemos dicho que la propuesta de Llorenç Prats recuerda constantemente a la de un médico que se ocupa de las afecciones que amenazan con enfermar al objeto de su estudio y cuya única preocupación es tener cuidado de la vitalidad del mismo. Esta hermosa demostración del papel social de la antropología encuentra su eclosión en los capítulos siguientes, dedicados al estatus de patrimonio cultural que adquiere el conocimiento, y a las tendencias contemporáneas de la patrimonialización. Lo que supone una novedad en el tratamiento de Llorenç Prats es la asunción de la dimensión política del tema: «Sin poder, no existe patrimonio.» Y si el autor no teme utilizar la palabra «consenso», e incluso «compromiso», ello se debe a que su experiencia le ha demostrado que cualquier empresa de carácter patrimonial en ningún caso puede prescindir de un apoyo político.

5. André Desvallées, *op. cit.*

La segunda parte trata inicialmente del cometido, respecto del patrimonio, al que la antropología ya no puede renunciar. Entre las razones a que Llorenç Prats atribuye el actual desinterés de la mayoría de los antropólogos por el patrimonio, cabe destacar la responsabilidad que imputa a los museos. ¿Realmente han monopolizado el patrimonio hasta tal punto que han desanimado a todos los demás profesionales? Eso sería, a mi entender, concederles más poder del que en rigor tienen. Aunque desde los orígenes de su disciplina los antropólogos, y más concretamente los etnólogos, hicieron del museo la base de sus actividades investigadoras y docentes, el hecho incontrovertible es que posteriormente se han alejado de él al preferir los laboratorios de los centros de investigación y de las universidades. Curiosamente, este cambio coincide en el tiempo con la aparición del concepto actual de patrimonio. Desde ese momento, museos, folklore, patrimonios y reivindicaciones identitarias parecen participar de una misma nebulosa que muchos investigadores soslayan para, en su opinión, no comprometer el valor científico de sus trabajos. Las otras razones aducidas por Llorenç Prats no carecen por otra parte de interés. Es de agradecer que no haya limitado su reflexión sobre el patrimonio a los museos. Aunque la sociedad no haya encontrado todavía otro medio mejor para conservar y exhibir la mayoría de bienes patrimoniales, esta institución —que en ningún caso puede prescindir de una base científica periódicamente actualizada— evidentemente no basta para explicar el actual fenómeno de patrimonialización (por más que aumente el número de sus visitantes, la proporción de la población que acude a ellos, un ocho o diez por ciento, se mantiene considerablemente estable y relativamente baja). Este fenómeno constituye una importante cuestión social que los antropólogos de hoy en día, como subraya Llorenç Prats, no pueden dejar de tratar.

Los últimos capítulos del libro están dedicados a sus propias investigaciones. La descripción de su experiencia pirenaica y de los sucesivos planes de la actuación patrimonial en la zona quedarán como un referente en cuanto a aspectos metodológicos que servirán de inspiración para estudios posteriores: estudiar, como científicos sociales, hechos colectivos antes que intenciones personales no es precisamente uno de los más irrelevantes. El autor acaba su obra dejándonos con la curiosidad de saber cómo evolucionará la situación que él describe. ¿Sabrán explotar su patrimonio y crearse un futuro próspero los jóvenes que el paro devolverá a esos valles de los Pirineos?

«La verdadera novedad perdurable —escribió Fernando Pessoa— es aquella que retoma todos los hilos de la tradición y teje con ellos un lienzo que la tradición no podía tejer.» Agradecemos a Llorenç

Prats el haber puesto a nuestra disposición valiosos jalones en el arduo camino de la búsqueda de significado y de las potencialidades y usos del patrimonio. Ojalá que ellos nos puedan mostrar cómo y en qué puede éste ayudar al progreso de los hombres.

JEAN-CLAUDE DUCLOS
 Conservador-jefe del patrimonio
 Musée Dauphinois, Grenoble

INTRODUCCIÓN

Aprende, si eres sensato, pues más vale ciencia que herencia.

Inscripción en una pintura *naif*

✓ Patrimonio (*patrimonium*) es, etimológicamente la herencia del padre (*pater*), pero se puede llevar consigo, en sus peregrinaciones, las cenizas o los huesos del padre, se puede tratar patrimonialmente el propio cuerpo paterno. Es el caso de Ulenspiegel, que no se separa jamás de un saquito hecho por su madre, de un saquito que contiene las cenizas del corazón de su padre, quemado por la Inquisición. Las cenizas del corazón, llevadas sobre el corazón, son vivas, se estremecen —dice Ulenspiegel— y reclaman venganza.

SERBAN ANGHELESCU, *Quelques réflexions sur la notion de patrimoine*

Este libro es fruto de mis años de dedicación, en la universidad y fuera de ella, al estudio y gestión del patrimonio. A lo largo de todo este tiempo me he encontrado trabajando desde el más puro pragmatismo e interrogándome simultáneamente por los aspectos más abstractos y teóricos de este fenómeno social. Supongo que ambas tendencias se reflejarán en las páginas siguientes, y espero que se combinen adecuadamente. El patrimonio se produce en una situación de tensión entre la razón y el sentimiento, entre la reflexión y la vivencia. Y este libro también.

He dividido el texto en dos partes claramente diferenciadas. En la primera, «Antropología del patrimonio», he tratado de explicar qué es el patrimonio, a partir de qué principios se constituye, cómo y por qué se activa, sus diversas utilidades y las tendencias contemporáneas, además

de proponer una vía de aproximación alternativa a la usual. Todo ello configura un modelo del cual dependen múltiples propuestas particulares, pensadas y formuladas conjuntamente, pero que, en muchos casos, pueden considerarse y discutirse también por separado, como otras tantas tesis independientes. Se trata de un modelo, creo yo, tan explícito como atrevido, que se presta con facilidad al debate. En ningún momento he querido matizar sus proposiciones con lenitivos ni protegerlas con el escudo de una erudición postiza. Al fin y al cabo, el debate, e incluso la impugnación son consustanciales al método científico, y, por tanto, para mí, la mejor forma de avanzar en el conocimiento.

La segunda parte, «Antropología y patrimonio», es muy distinta, aunque está escrita con la misma transparencia. Se refiere a mi experiencia como antropólogo implicado en la gestión patrimonial, a las relaciones de los profesionales de la antropología con el patrimonio, a la política de la Generalitat de Catalunya acerca del tema y a mi compromiso con la elaboración y puesta en marcha de determinadas iniciativas patrimoniales en el Pirineo catalán. Pero, sobre todo, plantea un análisis de estos procesos y de las conclusiones de carácter general que se desprenden.

Correlativamente, este libro es fruto de la constatación de dos graves carencias en el tratamiento del patrimonio, respecto de las cuales deseo formular mi aportación, sea cual sea su entidad: la ausencia de estudios teóricos radicales que aborden el patrimonio en su globalidad, y la escasez de estudios de caso, tanto en lo que se refiere a políticas patrimoniales como a la creación y gestión de iniciativas, que trasciendan el nivel meramente descriptivo. Si este libro es capaz de animar la reflexión y el debate en torno a estos dos ejes, habrá cumplido plenamente sus objetivos.

A continuación se impone hacer algunas aclaraciones. Hablo de la ausencia de estudios teóricos «radicales» porque la mayoría de propuestas teóricas que conozco parte de una identificación más o menos explícita entre patrimonio y museo (aunque sea en su sentido más amplio), lo cual se agrava notablemente, a su vez, por la asimilación entre museo y «objeto» (sea cual sea, también, la amplitud que se quiera dar al concepto). El museo parte de un condicionante fundamental, el objeto, las colecciones, la «pieza», el «bien cultural», y toda reflexión museística sobre el patrimonio —incluso sobre la sociedad y la cultura— viene siempre lastrada por este apriorismo. El museo no tiene la libertad de «desmuseabilizar» su pensamiento, ni, por ende, su discurso, pero nosotros sí. Para alcanzar una reflexión radical sobre el patrimonio se hace necesario «eliminar» provisionalmente el museo y el objeto (o, por lo menos, restarle protagonismo) para resi-

tuarlos, más tarde, en un contexto intelectual más amplio y autónomo. Sólo así se podrán estudiar libremente las ideas, valores e intereses que conforman el patrimonio, que dan origen a museos y colecciones, y que otorgan un significado a los objetos. Los museos van a estar presentes en nuestra reflexión sobre el patrimonio (¿cómo no, si han sido las instituciones que se han ocupado de él por excelencia, si en ellos o desde ellos han surgido las teorizaciones de mayor entidad, a pesar de todo?), pero serán un elemento más (aunque principal) del paisaje, en ningún caso nuestro punto de observación.

Más aclaraciones. Este libro está escrito desde mi particular esquina del mundo, la que, partiendo de Cataluña, se extiende por España, los países latinos de Europa y, como mucho, el resto de la Unión Europea, y ello comporta, lógicamente, algunas consecuencias. La primera de ellas es que la inmensa mayoría de los ejemplos que aduzco procede de Cataluña, no sólo en la segunda parte, donde es inevitable puesto que me ocupé de un «estudio de caso» catalán y lo ubico en su contexto, sino también en la primera. Esto obedece a un elemental principio de realismo. Pienso que es mucho más honrado y efectivo que me refiera, siempre que sea adecuado, a las realidades que mejor conozco, que no, en aras de un estéril cosmopolitismo, a casos lejanos de los que tengo un conocimiento menos detallado. A ello se suma que Cataluña ofrece en estos momentos un marco idóneo para el estudio del patrimonio, tanto por su carácter de «nacionalidad histórica» dentro del Estado español, con plenas atribuciones normativas en la materia, como por los procesos de elaboración de leyes, de creación de organismos y de proyección y ejecución de grandes y pequeñas iniciativas relativas al tema, en torno de todo lo cual se ha producido, y se sigue produciendo, un animado debate.

Este emplazamiento también explica las influencias recibidas. Se advertirá un amplio predominio de la bibliografía francesa, debido tanto a la proximidad y el contacto, como al papel preponderante que ha representado Francia durante estas últimas décadas en este campo, a través de figuras como Georges Henri Rivière, realizaciones como los parques naturales regionales, los ecomuseos y los museos de sociedad, la fundación de la Mission du Patrimoine Ethnologique, o reflexiones fundamentales como las de de Marc Guillaume (1980), Françoise Choay (1992) o las recogidas por Henry Pierre Jeudy en 1990, entre otras.

No tengo mejores títulos para internarme en estos dominios que aquellos a los que he hecho mención. Como única carta de autoridad he

pretendido aprovechar la experiencia que me ha brindado mi dedicación al estudio y gestión del patrimonio, durante estos últimos años. Dicho espacio de tiempo, por una parte, me ha facilitado la participación en diversos foros y la comunicación con numerosos colegas, lo cual me ha dado acceso a una serie de estudios y documentos, y a reflexiones propias y ajenas, que, de otro modo, difícilmente se hubieran producido o hubiese conocido; por otra, mis tres períodos de trabajo de campo aplicado intensivo en el Pirineo y el seguimiento posterior de las experiencias resultantes no sólo representan otra importante fuente de reflexión —de la cual espero puedan manar ideas de alguna relevancia—, sino que éstas se producen, claro está, en un proceso de relación dialéctica con la elaboración teórica, y, además, una y otra interactúan con mis esfuerzos de organización asociativa en el sector y las consiguientes relaciones con la administración. En este sentido, podríamos decir que este libro también nace, y quizás principalmente, de mi propia necesidad de deshacerme de confusiones y prejuicios en torno del concepto de patrimonio y de la gestión del mismo y de darme un modelo explicativo que personalmente me satisfaga desde mi propia perspectiva disciplinaria.

Como acabo de apuntar, este libro es deudor de muchas aportaciones escritas y no escritas, básicamente de colegas europeos, aunque no estén siempre explícitamente citadas. El lector iniciado reconocerá sin duda, ya sea por la vía del consenso, como también por la del contraste —no menos importante— ideas de autores como Isac Chiva, Krzysztof Pomian, Alberto M. Cirese, Pietro Clemente, Jean-Claude Duclos, José Luis García, Joaquim Pais do Brito, Jean Pierre Laurent, Jean Guibal, Jacques Hainard, Pierre Bidart y tantos otros. A todos ellos debo mi agradecimiento intelectual. Agradecimiento que quiero hacer especialmente expreso a Pierre Bidart, Pietro Clemente y José Luis García, que en todo momento me han animado y ayudado, y especialmente a Jean-Claude Duclos, que, además, ha aceptado enriquecer mi trabajo con su muy estimable prólogo, y a Joan Prat, amigo, colega y director de esta colección que, desde el primer día, se entusiasmó con la idea de publicar este libro.

En cualquier caso, mi agradecimiento más personal va dirigido a mi esposa y colega, Sole Jiménez, que ha ejercido como mi más eficaz colaboradora y mi más severa crítica.

Parte de este libro, concretamente algunos temas del trabajo de campo relacionado con las activaciones turístico-patrimoniales del Pirineo, se ha financiado gracias a una ayuda concedida por la CICYT (Plan Nacional de I+D, SEC95 0298). Vaya para ellos también mi agradecimiento.

PRIMERA PARTE

ANTROPOLOGÍA DEL PATRIMONIO

CAPÍTULO 1

EL PATRIMONIO COMO CONSTRUCCIÓN SOCIAL

Alejar en el tiempo el origen de unos símbolos es estrategia común a toda afirmación de identidad. Pero nuevamente tal alejamiento es una operación actual que, desoyendo el cambio de sentido de los símbolos en el discurrir de la experiencia a lo largo de la historia, homologa su significación y oscurece el hecho de que ésta se atribuye en el presente. Se aleja así un extremo del arco hasta un punto en el que, careciendo los actores vitalmente de su experiencia, su ancestral datación difumina su ocurrencia. Al saturarse así de temporalidad pierde este carácter por entero, se «sincroniza», deviene intemporal, «de siempre». Tan eterna y persistente es entonces su significación como la misma naturaleza. Dotado de la fuerza de lo natural, gana a su vez independencia del sujeto que la selecciona. Todo lo cual contribuye a legitimar su uso como símbolo caracterizador de la singularidad de un pueblo y, tensando más el arco de la identidad, logra trasladar, objetivándose en su cuerda, la fuerza del arquero.

RICARDO SANMARTÍN, *Identidad y creación*

La identidad, del tipo que sea, no es únicamente algo que se siente o piensa, sino algo que se debe manifestar abierta y públicamente.

JOAN FRIGOLÉ, *Inversió simbòlica i identitat ètnica*

Creo que podríamos decir sin temor a equivocarnos que, pese a que hoy en día existe un consenso generalizado en cuanto a la idea de que el patrimonio es una construcción social, no siempre se extraen de tal concepción las conclusiones pertinentes. Que el patrimonio sea una construcción social quiere decir, en primer lugar, que no existe en

la naturaleza, que no es algo dado, ni siquiera un fenómeno social universal, ya que no se produce en todas las sociedades humanas ni en todos los periodos históricos; también significa, correlativamente, que es un artificio, ideado por alguien (o en el decurso de algún proceso colectivo), en algún lugar y momento, para unos determinados fines, e implica, finalmente, que es o puede ser históricamente cambiante, de acuerdo con nuevos criterios o intereses que determinen nuevos fines en nuevas circunstancias.

Podríamos hablar también, siguiendo un uso muy extendido en estas dos últimas décadas, de «invención» del patrimonio. Ambos conceptos, construcción social (o cultural, si se prefiere) e invención, me parecen útiles para explicar procesos de construcción patrimonial, aunque no los juzgo intercambiables. El primero, siguiendo a Berger y Luckman (1983), remite, en este contexto, a la idea de «universos simbólicos legitimados», mientras que el segundo, siguiendo a Hobsbawm y Ranger (1988), remite fundamentalmente a la idea de «manipulación». Más allá de esta formulación básica, su utilización requiere, a mi entender, algunas precisiones metodológicas. La primera de ellas es que la construcción social de la realidad no se puede entender en ningún caso sin la intervención, más o menos directa, de una hegemonía social y cultural (del tipo que sea). La segunda es que la invención de la realidad no se refiere única y exclusivamente a elementos (creados *ex nihilo* o transformados en un alto grado) sino también a composiciones, cuyos elementos pueden haber sido extraídos inalterados de la realidad, pero cuya ubicación en un nuevo contexto contribuye a crear otra realidad, con otro sentido. La invención de la realidad se refiere, por tanto, también, y entiendo que con mayor frecuencia, a estos procesos de descontextualización y recontextualización, más a las composiciones que a los elementos, precisamente en la medida en que éstas, ratificadas por la veracidad de los elementos, se prestan más fácilmente a la legitimación.¹ Invención y construcción social no me parecen pues procesos antagónicos, sino más bien fases complementarias de un mismo proceso. En este sentido, para mí, la invención se refiere sobre todo a procesos personales y conscientes de manipulación, mientras que la construcción social se asocia principalmente con procesos inconscientes e impersonales de legitimación (lo cual no tiene por qué darse necesariamente en una secuencia li-

1. En efecto, una cosa son fenómenos de «macfersonización» (es decir, de falsificación positiva y consciente), como, de ser cierta la atribución que hizo en su día Jaume Riera, la autoría por parte de Manuel Milà i Fontanals de la pretendida novela medieval anónima *Curial e Güelfa*, bastante raros aunque sólo sea por su riesgo y complejidad, y otra la manipulación del contexto, la «idealización» de héroes y episodios de la Edad Media y la silencianción de otros en que incurre la historiografía catalana romántica, por tomar un caso paralelo.

neal). En cualquier caso, la invención, para arraigar y perpetuarse, necesitará «convertirse» en construcción social, es decir, alcanzar un mínimo nivel de *consenso*. Más adelante trataré con detalle este extremo.

No existe, hasta donde alcanzan mis conocimientos, ninguna historia sistemática del patrimonio, o, si se quiere, de lo que, desde nuestra perspectiva actual, entenderíamos por patrimonio. Lo corriente es encontrarse con historias de los museos y de sus colecciones,² pero, como dice Krzystof Pomian (1996, p. 93): «la historia del patrimonio cultural es diferente de la de los objetos que forman parte de él». Esta afirmación debe entenderse en toda su amplitud. Ciertamente la historia del patrimonio cultural no es la historia de los «objetos» que lo conforman, pero tampoco puede entenderse meramente como una historia del «coleccionismo de objetos», independientemente del contexto sociopolítico e intelectual en que éste se produce. Tales aproximaciones —al uso en las historias de los museos— me parecen enormemente peligrosas y potencialmente anacrónicas puesto que están tratando con realidades del todo dispares: los tesoros de los monarcas de la antigüedad, las bibliotecas de los monasterios benedictinos o los gabinetes de curiosidades ilustrados son realidades distintas entre sí y distintas de lo que hoy entendemos por patrimonio. Al introducir las en una misma secuencia histórica se produce una asimilación formal entre ellas, en detrimento de sus respectivas funciones y significados en los contextos sociales en que se producen. Más grave aún sería aplicar este mismo concepto de patrimonio a las colecciones de arte primitivo, ya que éstas no existían hasta que la sociedad occidental las constituyó, fundamentalmente durante, y como consecuencia, del colonialismo. Cualquier aproximación histórica que no contemple estos hechos peca, por tanto, de presentismo y etnocentrismo y resulta de escasa utilidad.

Por otra parte, debemos estar prevenidos ante la doble tentación historicista en que caen con excesiva frecuencia los tratados museístico-patrimoniales: en primer lugar, pensar que la historia en sí misma explica el porqué de los hechos, es decir, caer en la confusión entre la genealogía y la explicación; en segundo lugar, pensar que sólo los cambios merecen atención —y las correspondientes explicaciones— y las continuidades no. Tal proceder es de una ingenuidad engañosa pues, por el simple encadenamiento de cambios históricos, se cree iluminar la situación presente, cuando en realidad no se da cuenta ni de

2. Véase el trabajo clásico de Georges Henri Rivière en Rivière y otros (1993, pp. 67-97), que se puede actualizar mediante la lectura del «Dossier ecomuseo» en esta misma obra (pp. 195-220). Puede utilizarse también Iniesta (1994, pp. 37-97) e incluso la breve pero brillante síntesis de R. Schaer (1993), entre otras.

éste ni del pasado, ni mucho menos de la dinámica que media entre uno y otro.

Def. patrimonio: representación
 Los parámetros que definen lo que actualmente entendemos por patrimonio no son pues su carácter básico de construcción social (o de invención legitimada) ni su supuesta genealogía. Éstos pueden constituir, en el mejor de los casos, si se interpretan correctamente, constataciones elementales. Pero el factor determinante es su carácter simbólico, su capacidad para representar simbólicamente una identidad. Esto es lo que explica el cómo y el porqué se movilizan recursos para conservarlo y exponerlo.

El origen del patrimonio, en su acepción contemporánea, y su proceso de construcción no me parece distinto del que estudié respecto de la construcción de la imagen de la tradición popular en Cataluña, en el siglo XIX, de la mano del movimiento de la *Renaixença* (Prats, 1988), o de otros procesos de representación y legitimación simbólica de las ideologías. El proceso en sí consiste en la legitimación de unos referentes simbólicos a partir de unas fuentes de autoridad (de sacralidad si se prefiere) extraculturales, esenciales y, por tanto, inmutables. Al confluir estas fuentes de sacralidad en elementos culturales (materiales o inmateriales) asociados con una identidad dada y unas determinadas ideas y valores, dicha identidad y las ideas y valores asociados a los elementos culturales que la representan, así como el discurso que la yuxtaposición de un conjunto de elementos de esta naturaleza genera (o refuerza), adquieren asimismo un carácter sacralizado y, aparentemente, esencial e inmutable.

Todo esto se produce con el romanticismo. Los criterios de legitimación extracultural fijados por este movimiento son muy definitivos de su sensibilidad, a la vez que participan de un principio de universalidad. Dichos criterios son la *naturaleza*, la *historia* y la *inspiración creativa* (o el *genio*).

Formalmente, el romanticismo representa una reacción de sinrazón y desmesura frente a la razón y a los cánones ilustrados; del individuo contra el Estado; del liberalismo contra el despotismo ilustrado.³ Como también se ha dicho, el romanticismo es la ideología de la

3. Como dice Manuel Jorba (1979, p. 416), el romanticismo «en un principio designó las obras originadas por la admiración de la Edad Media, y señaladamente por el trobadorismo, el ideal caballeresco y el cristianismo, pero Hugo, hacia 1830, y más tarde Larra definieron el romanticismo como la expresión literaria del liberalismo y de la libertad, después de que Madame de Staël lo hubiera entendido como la consecuencia lógica de la Revolución Francesa, que había entusiasmado a filósofos y escritores decisivos para la formulación del pensamiento romántico y de una nueva visión del mundo, irracionalista, individualista y naturalista».

burguesía, y su exaltación del individuo no deja de ser, como apuntara Pierre Vilar (1983), la de la libre empresa. Por ello, estos motivos (*naturaleza*, *historia*, *inspiración creativa*) son tan queridos a la estética y la ideología romántica: la naturaleza indómita, metáfora y reto para la libertad individual; la historia, los héroes y las grandes gestas legendarias, que los románticos no sólo cantarán, sino que en algunos casos tratarán de imitar; y la inspiración creativa, una nueva percepción del concepto de autor, la reivindicación de la imaginación y del genio frente a la imitación y al academicismo característicos de la Ilustración.

Pero estos criterios románticos no pasarían de ser orientaciones estéticas si no fuera por su carácter extracultural, sacralizado, repito, si se quiere. Esto no tiene nada que ver con el romanticismo en sí, sino con principios globales de la concepción de la sociedad y la cultura, y se da, por tanto, como diría Tylor, en un sentido etnográfico amplio. La fuerza de la naturaleza, la historia y la inspiración creativa para legitimar la realidad social proviene del hecho de que *están más allá del orden social y de sus leyes*.

La naturaleza (idealmente la naturaleza salvaje, no maleada por el hombre, sus fuerzas desatadas, sus peligros y misterios) escapa al control humano y revela la existencia de unos poderes que no se pliegan al orden social.

La historia, el pasado (pero también el futuro), en tanto que tiempo fuera del tiempo, también escapa a nuestro control, está más allá de nuestro presente inmediato (el único tiempo que dominamos), poblado de hechos y personajes, magnificados en la oscuridad, que encarnan el bien y el mal, nuestras esperanzas y nuestros temores, mitificados en suma, y, por tanto, inalcanzables para nuestras leyes; pero, y de ahí su influencia, unidos a nosotros por una dependencia unidireccional de filiación que les convierte en nuestros ancestros, y a los testimonios de sus vidas y sus gestas, en nuestras reliquias.

La inspiración creativa, el genio, representa la excepcionalidad cultural, la individualidad que trasciende, y por tanto transgrede, las reglas y capacidades culturales que rigen para el común de los mortales; los genios son hombres excepcionales que desafían un orden social que se basa en la homogeneización de los individuos, y, por tanto, afirman la fuerza del individuo más allá de los límites culturales.

Toda la fuerza extracultural de estos elementos —que los sitúa más allá de los confines de la cultura, de la capacidad de la sociedad para controlarlos— se puede atribuir a fuentes impersonales o a fuerzas personales. En este último caso podremos hablar con propiedad de la sacralidad de tales elementos, del control de los dioses sobre la naturaleza y sobre el tiempo, sobre la historia que discurre por cauces tra-

zados por ellos, aunque incomprensibles para nosotros (los «caminos del señor»); sobre el futuro, que sólo ellos conocen y pueden transformar; y sobre la inspiración y el genio, la gracia que ellos conceden (recordemos a las musas) a determinados individuos.

Estos aspectos son muy recurrentes y conocidos por los antropólogos, y no creo que sea necesario insistir en ellos. Digamos, en todo caso, que el origen divino o no de estas fuerzas no tiene una importancia sustantiva, lo decisivo es su ubicación más allá de los límites de la cultura y de la capacidad de control social, porque sólo lo que está fuera del alcance y por encima del orden y las reglas de nuestro mundo puede conferir un principio de autoridad absoluta a los elementos tocados por su fuerza.

El romanticismo no es un movimiento cultural autónomo que se desarrolla en los albores de la edad contemporánea. El romanticismo (como el impulso que recibe la ciencia en el siglo XIX y el fin del dogmatismo religioso) sólo se explica por el irresistible ascenso de la burguesía, que conducirá a la Revolución francesa y a las posteriores revoluciones burguesas, a la revolución industrial y a la libre empresa. Una burguesía que necesitará, entre otras cosas, una política liberal que no imponga trabas a los negocios *urbi et orbe*; una ciencia que pueda evolucionar sin obstáculos de ninguna clase —a mayor gloria de la libertad y del progreso tecnológico—; una expansión colonial que permita explotar nuevas fuentes de materias primas y abrir nuevos mercados; y una ideología favorable a la libertad, a la iniciativa, a la creatividad, a la afirmación —siempre en esta misma dirección— del espíritu de los pueblos y a la legitimación de la expansión de la civilización europea por todo el mundo.

Es en este contexto donde el romanticismo impulsa los nacionalismos (con o sin Estado), los pannacionalismos y los colonialismos. Los nacionalismos tienen, por lo menos, dos virtualidades: convertir la empresa capitalista en una misión histórica y amortiguar los conflictos sociales. La patria se convierte en intrínsecamente buena (incluso sagrada) y la empresa capitalista en un servicio a aquella y una expresión de sus valores esenciales (convenientemente definidos y legitimados de acuerdo con los intereses de las clases dominantes).⁴ El nacionalismo adquiere así un carácter integrador: la lucha contra

4. Como dicen J. J. Pujadas y D. Comas d'Argemir (1981, p. 165): «es necesario [...] delimitar el papel que los intereses de clase juegan en los procesos de reivindicación étnica, explicando cuándo y por qué tales reivindicaciones se producen, qué grupos sociales las adoptan y cómo se utilizan los símbolos de identidad étnica. Lengua, religión, raza, y cualquier otro símbolo cultural en general, funcionan como marcadores del sentido de identidad, de pertenencia al grupo, pero no son, ellos mismos, el motor de la etnicidad. El motor, en cambio, hay que buscarlo en la utilización instrumental y estratégica de estos símbolos por parte de diferentes grupos sociales, de cara a la consecución de sus intereses de clase».

la empresa o el simple desinterés se convierten en un delito de lesa majestad contra la patria y su progreso y en una ausencia absoluta de las virtudes propias del correspondiente carácter nacional.⁵ Por eso, entre los movimientos sociales del siglo XIX, el movimiento obrero es no sólo internacional, como el capital, sino profundamente internacionalista, y recurre a procesos de legitimación muy distantes del nacionalismo (en los que aquí no podemos entrar). El colonialismo es también indirectamente impulsado por el romanticismo, que fomenta la épica de los exploradores —tras los cuales llegan los administradores y las empresas— y la lucha por la libertad, y ratificado incluso científicamente por la antropología y otras disciplinas sociales que lo presentaban como una labor humanitaria de ayuda a países atrasados y más o menos exóticos en su inexorable camino hacia la civilización.

Los pannacionalismos, en fin (como el eslavo, o el germánico) participan en cierta medida de los dos modelos anteriores y se inscriben dentro de la dinámica de la integración de pueblos, fuerzas productivas y mercados y de la lucha por la hegemonía entre las potencias industriales europeas. Evidentemente, todas esas construcciones políticas, necesitan ser formalizadas, explicadas, representadas y legitimadas ideológicamente, y, si se quiere garantizar su eficacia, deben penetrar profundamente en el tejido social. Al fin y al cabo, como dice Ernest Gellner (1988), el nacionalismo engendra las naciones y no a la inversa, y, aunque se presente como el despertar y la confirmación de esas unidades míticas —supuestamente naturales y preexistentes— más bien supone la cristalización de nuevas entidades que se hacen posibles gracias a determinadas condiciones históricas, por más que utilicen como materia prima herencias culturales, históricas y de otro tipo provenientes de épocas anteriores.

De ahí que el siglo XIX, y en el marco del romanticismo, sea un período de un gran auge identitario. Viejas y nuevas identidades de carácter nacional, pannacional y colonial, se construyen o recrean, mientras otras se diluyen. Para eso se recurre a todo tipo de doctrinas, sistemas simbólicos y representaciones, entre ellas las patrimoniales. Por eso se puede afirmar, como hace Dominique Poulot (1992) que «en toda Europa, el siglo XIX constituye una edad de oro del patrimonio nacional», o que, como dice Nélia Dias (1991, p. 94), «el siglo XIX es incontestablemente el siglo de los museos», museos que res-

5. Como dice Ernest Gellner (1993, p. 89): «la reacción romántica enseñaba que una religión de la humanidad *an sich*, más allá de todo carácter específico cultural o étnico, conducía a un cosmopolitismo exangüe y que las culturas concretas basadas en la tierra, folklóricas, con todas sus idiosincrasias (sobre todo con sus idiosincrasias) debían ser veneradas y preservadas no sencillamente como los idiomas convenientes de una verdad universal, sino como fenómenos supremamente valiosos en sí mismos».

pondían explícitamente al «despertar de un sentimiento nacional y patriótico», como los museos escandinavos, o que, como otros museos europeos, «aun proclamando otros objetivos (científicos, pedagógicos o artísticos) obedecían también al fin y al cabo a imperativos nacionales, porque, no importa cuál fuera el pretexto invocado —glorificar una época (la Edad Media con el Musée de Cluny), una ciudad (París con el Musée Carnavalet), una época y una “raza” (los galorromanos con el Musée des Antiquités Nationales)—, todos estos museos contribuían en el fondo a celebrar la nación, a la gloria de la cual aportaban su concurso [de modo que] por medio de este tipo de instituciones, la nación rendía un homenaje perpetuo a sí misma, convirtiéndose así en la principal instigadora de este nuevo culto, del cual era, al mismo tiempo, sujeto y objeto».

Fundamentalmente, los nacionalismos europeos del XIX reviven (patrimonializan) la historia medieval como época acrisoladora de las nacionalidades (a veces también antiguas herencias prerromanas) y también las tierras altas, las montañas y los bosques —reductos de la independencia y la bravura de la patria—, así como la tradición popular, en cuyo aparente atavismo confluyen naturaleza e historia. Cataluña, por ejemplo, que tiene influencias prácticamente de todas las culturas que han pasado por la Europa mediterránea desde la antigüedad más remota, se convierte en románica. Las masías (casas de campo adscritas a una finca rústica), que se convertirán en un símbolo importante del país y del «familismo *pairal* (patriarcal)», en el siglo XIX, con el romanticismo, son vistas casi como castillos donde se entroniza la autoridad patriarcal y la voluntad de independencia, aunque en el XX, con el «*noucentisme*» —moderado y racionalista—, pasarán a ser graciosas estructuras basilicales, herederas de las villas romanas y expresión de la armonía mediterránea. Los valores cambian. En otro nivel, las colecciones del British Museum, en esta época, ya no son botines de guerra sino una apabullante manifestación de la superioridad del espíritu inglés y de su ingente obra de civilización y salvaguarda de la cultura, ya que, como subraya Krzysztof Pomian (1987, p. 59): «incluso los objetos procedentes de otras sociedades o de la naturaleza ilustran la nación que los ha recogido, ya que es ella quien —por medio de sus artistas, sus sabios, sus exploradores e incluso sus generales— ha sabido reconocer su valor y hacer los sacrificios necesarios para obtenerlos». El Musée Ethnographique des Missions Scientifiques, dice Nélia Dias (1991, p. 94) fue creado en 1878 «para conmemorar el trabajo de los exploradores franceses y así, implícitamente, glorificar la nación francesa».

Los criterios enunciados (la naturaleza, la historia y la inspiración creativa) vienen a ser como los lados de un triángulo dentro del cual se integran todos los elementos potencialmente patrimonializables en el contexto de una dinámica de inclusión y exclusión considerablemente rígida. Quiero decir con ello que cualquier cosa (material o inmaterial) procedente de la naturaleza, de la historia o de la inspiración creativa se incluye dentro de los límites del triángulo y cualquier otra cosa que no tenga esta procedencia, no. El contenido de este triángulo se constituye, pues, en un *pool* virtual de referentes simbólicos patrimoniales. Lo cual no quiere decir que todos sus elementos constituyan automáticamente patrimonios, sino que son potencialmente patrimonializables, que es muy distinto. Para constituirse en patrimonios, o, mejor, en repertorios patrimoniales, deben ser *activados*, como veremos más adelante.

Los criterios que definen este triángulo delimitador del *pool* patrimonial son a mi entender muy firmes y estables. No creo, como apuntan diversos autores, y entre ellos, con especial contundencia, Joan Prat (1993), que otros criterios, como la pérdida de funcionalidad (la obsolescencia) o la escasez, intervengan en la fijación de lo que es o no patrimonializable (por más que puedan activarse campañas de urgencia ante el riesgo de desaparición de determinados elementos, lo cual no invalida que su carácter de referente simbólico patrimonial venga determinado, no por la urgencia, sino por los criterios anteriores). Veamos, si no, las catedrales o los monasterios benedictinos que siguen cumpliendo perfectamente sus funciones digamos tradicionales y, en cambio, constituyen además elementos patrimoniales de primer orden. Quizás lo que nos llama a engaño en este terreno es el hecho de que cualquier elemento obsoleto, tarde o temprano será histórico, y, por tanto, pasará a formar parte del *pool*, pero no por obsoleto, sino por histórico. De ahí que nos deshagamos de objetos obsoletos que aún no se han convertido en históricos, aunque sean escasos, como, por ejemplo, los televisores en blanco y negro o nuestros «viejos» automóviles de hace diez o doce años.⁶

La escasez tampoco es un criterio autónomo, sino que depende, por una parte, de su pertinencia respecto de los criterios básicos enunciados (los cuadros de un mal aficionado, por ejemplo, son irrepetibles, y a nadie —excepto quizás a su familia— se le ocurrirá considerarlos como patrimonio); y, por otra parte, dependerá de los valores hegemónicos de una sociedad determinada en un momento dado.

6. No deja de ser ilustrativo que algunos museos etnográficos se hayan planteado, hace ya bastantes años, comprar y guardar objetos de producción seriada, como juguetes de plástico y otros, conscientes de que, después de obsoletos y escasos, estos objetos llegarán un día a ser potencialmente históricos.

No deja de ser ilustrativo, en este sentido, un ejemplo al que alude Joan Prat: los bosques (catalanes en este caso), de cuyo «valor patrimonial» parece que sólo nos acordemos cuando estamos a punto de acabar con ellos. En opinión de los expertos, en cambio, el bosque no constituye hoy en día en Cataluña un bien escaso. El director del Centre Tecnològic Forestal de la Comarca del Solsonès decía, según *El País* (edición Cataluña) del 28 de agosto de 1996, que «hoy tenemos en Cataluña más superficie boscosa y de más calidad que hace un siglo» y Martí Boada (en Calvo y Mañá, 1995, p. 69) explicaba que la superficie arbolada de Cataluña supera actualmente el 40 % del territorio, lo que la sitúa por encima de las medias más altas de Europa. Más que de una escasez real, se trataría pues, si podemos llamarle así, de una «escasez percibida».⁷

Otro criterio que induce a confusión (y que no es aducido explícitamente por Joan Prat) es de la «nobleza» de los elementos patrimoniales. Nadie discutirá la pertinencia patrimonial de un monumento histórico o de una obra de arte, incluso de un antiguo tocador o de un apero de labranza, mientras que parecerá más discutible la de un viejo orinal, una escupidera u otros objetos de dudoso gusto, aunque tampoco estamos tan lejos de aceptarlos. No hace mucho que, tanto en el campo como en la ciudad, nos deshacíamos, con la impaciencia de quien se libra de la miseria, de objetos en desuso que hoy serían muy apreciados por cualquier museo o coleccionista particular.⁸ También aquí, seguramente, podríamos hablar de una «nobleza percibida» que tiene más que ver con los valores sociales hegemónicos que con la entidad de los elementos, siempre dentro de los criterios básicos establecidos. Así pues, obsolescencia, escasez y nobleza constituyen, a mi entender, criterios que, más que explicar las activaciones patrimoniales, necesitan, ellos mismos, ser explicados, seguramente como meras excrecencias de la interacción de los criterios básicos (naturaleza, historia e inspiración creativa) y los cambiantes valores hegemónicos.

Si los criterios que constituyen las paredes, por así decirlo, de este triángulo que determina el *pool* virtual de referentes patrimonializa-

7. En otros casos, cuando se habla de «escasez» lo que de hecho hacemos es detectar el mecanismo mediante el cual advertimos el carácter patrimonial de algo cuando está a punto de pasar a la historia.

8. Es difícil que los sencillos útiles de una habitación de una casa de clase obrera se tomen como soporte de un discurso sobre la identidad cuando constituyen la triste y cotidiana realidad, recuerdan la lacerante pobreza de una parte de la población, y la incapacidad de los gobernantes para erradicarla. El mundo rural es más fácilmente activable en este sentido en la medida en que no es directamente vivido por el público urbano destinatario de tales activaciones, y aun así, durante el franquismo, por ejemplo, se prefirió echar mano de la historia para representar nuestra «unidad de destino en lo universal». Esas mismas situaciones, sin embargo, pueden ocupar un lugar de preferencia en el presente consumista de las sociedades ricas e incluso confortarlas ante la evidencia de su progreso y bienestar.

bles son firmes y estables, podríamos afirmar en cambio que son flexibles y permeables en cuanto a la casuística particular —entiéndase bien, sin ceder un ápice en su rigidez fundamental—. Es decir: ¿cuándo algo es lo suficientemente viejo para ser antiguo?, ¿cuándo un paisaje es lo suficientemente natural para no ser artificial, o bien, aun no siendo lo suficientemente natural, es lo suficientemente antiguo para ser patrimonializable —véanse, por ejemplo, las Landas de Gascuña—?, ¿cuándo una obra se debe al genio, a la inspiración creativa y no al mero academicismo, y quién lo determina?...⁹

Ya hemos visto que los criterios de obsolescencia, escasez y nobleza, en sí mismos, no permitían resolver estas cuestiones. De hecho, son muchos los factores que intervienen en la fijación de la casuística que, por otra parte, no está exenta de fracasos en cuanto a la ratificación social de los criterios de selección y activación. Más adelante veremos algunos ejemplos.

→ Como es sabido, la eficacia simbólica depende de muchos factores, entre los cuales están la contextualización de los símbolos en prácticas y discursos y el nivel de consenso de que gocen referentes y significados. De esto nos ocuparemos más tarde. La condensación de atributos y significados es otro de estos factores clave. Me gustaría fijarme en primer lugar en este fenómeno. La principal virtualidad de un símbolo es su capacidad para expresar de una forma sintética y emocionalmente efectiva una relación entre ideas y valores. Dicho de otra forma, el símbolo tiene la capacidad de transformar las concepciones y creencias en emociones, de encarnarse, y de condensarlas y hacerlas, por tanto, mucho más intensas. Esa capacidad de condensación y emotivación se ve reforzada cuando se da, además, una condensación de los atributos que los legitiman (en este caso, como sabemos, la naturaleza, la historia y la inspiración creativa). Esto se puede dar mediante la intensidad de un determinado parámetro (la antigüedad de un yacimiento arqueológico, el valor creativo que atribuimos a Las

9. En Grenoble hay un Musée de la Résistance et la Deportation, inaugurado el 1 de julio de 1994 (y no es el único que existe). Como en el caso del Museo del Holocausto en Israel habría que preguntarse por qué hay realidades históricas tan recientes que ya pasan a formar parte del *pool* patrimonial (¿es porque la sangre de los caídos siempre ha mostrado una gran eficacia simbólica?). Otro tanto podría decirse del Museo Olímpico de Lausanne (aunque aquí —como en otros museos similares— sí parece muy claro que el criterio es el «genio» de los deportistas, como el de otros héroes modernos). Respecto del Museo Olímpico decía un reportaje: «La memoria de los grandes campeones es una constante en el Museo Olímpico de Lausanne, las terminales interactivas ayudan a recuperar los momentos más legendarios de los juegos y permiten que los visitantes viajen a través del tiempo y a lo ancho del mundo para seleccionar los acontecimientos deportivos que deseen recordar» (Mascaró, 1996, p. 21).

Meninas), o la combinación de parámetros distintos (la unión, por ejemplo, entre el valor creativo y el valor histórico de las cuevas de Altamira o las ruinas de la Acrópolis). A veces, sin embargo, la pureza de un determinado parámetro prima por encima de la condensación de atributos, sería el caso de la naturaleza incontaminada. En un espacio natural protegido, por ejemplo, en general, es inconcebible que se permitan instalaciones turísticas o industriales, urbanizaciones, una explotación industrial del bosque o la práctica de deportes de aventura en sus lagos y ríos; mientras que determinadas actividades tradicionales son admisibles, como lo son también la existencia de yacimientos o ruinas de carácter histórico e incluso se podría tolerar (seguramente no sin polémica; véase el caso de Chillida en Tindaya)¹⁰ una intervención artística de valor incuestionable. Sin embargo —independientemente de la figura y del nivel de protección legal—, no deja de ser igualmente cierto que todas estas cosas estarían mejor en otra ubicación, incluso cerca de la naturaleza, pero no dentro. El caso del Parc Nacional d'Aigüestortes i Estany de Sant Maurici, en el Pirineo catalán, con sus instalaciones hidroeléctricas, sus iglesias románicas en el vecino valle de Boí y la misteriosa desaparición de la capilla del Sant Esperit edificada en sus terrenos por Eduardo Torroja, es un ejemplo modélico.¹¹

El *pool* virtual conformado por los criterios expuestos no existe en la realidad, ni siquiera es la suma de todos los referentes patrimoniales activados por museos y otras instituciones, sino algo así como un inmenso y abstracto almacén de posibilidades, una colección hipotética de todos los referentes patrimoniales posibles. Los patrimonios realmente exis-

10. El proyecto de Chillida, largamente acariciado por el autor, consistía en excavar un espacio escultórico en el interior de una montaña. Después de estudiar muchas posibilidades eligió la montaña de Tindaya en Fuerteventura. El espacio, al que el escultor denominaba «Monumento a la tolerancia» debía consistir en un cubo irregular de cincuenta metros de lado, con dos aberturas hacia el cielo y otra mirando hacia el mar. El proyecto, apoyado por el gobierno canario, contó con la frontal oposición de los ecologistas y geólogos y de una parte de la población de Fuerteventura (se llegó a aducir el carácter mágico de la montaña), y, hasta el momento, después de enconados debates, parece que está paralizado (para mayor información, véase *El País*, de 15, 20, 27 y 28 de julio y 21 de agosto de 1996).

11. Este parque nacional no es reconocido como tal por la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza, a causa de la persistencia en él de las explotaciones hidroeléctricas, cuyas instalaciones se construyeron y se pusieron en funcionamiento después de la declaración de la zona como parque nacional por parte de la administración franquista. La capilla del Sant Esperit, obra, como se ha dicho, de Eduardo Torroja —autor también de la cercana iglesia de Pont de Suert que se presenta como el principal atractivo turístico de esta localidad—, fue levantada en medio del llano de Aigüestortes, uno de los parajes más representativos y visitados del parque. Recientemente desapareció sin dejar rastro y se halla desmontada y tirada en un discreto talud junto a una de las principales vías de acceso al parque. Cuando se pregunta, la administración del parque alude a su irreversible mal estado. De todas formas, se hace difícil dejar de pensar en una especie de acto de «purificación», o, dicho de una manera más laica, de depuración de significados.

tentes son repertorios activados de referentes patrimoniales procedentes de ese *pool*, ya sean monumentos catalogados, espacios naturales protegidos, museos, parques arqueológicos, etc. Estos repertorios son activados (en principio) por versiones ideológicas de la identidad.

Debo aclarar que entiendo que la identidad, del tipo que sea, es también una construcción social y un hecho dinámico, aunque con un razonable nivel de fijación y perduración,¹² y que toda formulación de la identidad es únicamente una versión de esa identidad, un contenido otorgado a una determinada etiqueta. Por tanto, pueden coexistir, y de hecho coexisten normalmente, distintas versiones de una misma identidad, que habitualmente se articulan en relaciones de complementariedad u oposición, aunque también puede suceder que se ignoren. No sé si necesito aclarar también que entiendo que toda versión de una identidad, se exprese como se exprese, es ideológica, pues responde a unas ideas y unos valores previos, normalmente subsidiarios de unos determinados intereses, o, si una formulación tan mecanicista resulta molesta al lector, que en cualquier versión de la identidad se establece por lo menos una relación dialéctica entre la realidad, las ideas y los valores, y los intereses de quienes la propugnan y comparten. El patrimonio, o mejor dicho, las diversas activaciones de determinados referentes patrimoniales, son representaciones simbólicas de estas versiones de la identidad, ya que ésta, como dice Joan Frigolé, no es únicamente algo que se lleva dentro y se siente, sino que también se debe expresar públicamente. Las representaciones patrimoniales pueden afectar a todo tipo de identidades (y así ocurre) pero, por su misma naturaleza, se suelen referir principalmente a las identidades políticas básicas, es decir, locales, regionales y nacionales.

Los símbolos patrimoniales, como en cualquier sistema simbólico, son deudores de una correlación entre ideas y valores que explicó con gran claridad Clifford Geertz (1987) en un modelo referido a la religión, pero que es perfectamente extrapolable a cualquier representación de la realidad con vocación normativa.¹³ Geertz llama a estos dos

12. Como dice Joan Josep Pujadas (1993, p. 63): «La identidad consiste esencialmente en la búsqueda de la idea de continuidad de los grupos sociales, a través de las discontinuidades, los cruces y los cambios de rumbo, en forma de una confrontación dialéctica constante entre el bagaje sociocultural-simbólico identificado por el grupo como genuino y las circunstancias globales "objetivas" que enmarcan, constriñen o delimitan la reproducción del propio grupo. Esta confrontación dialéctica es la que marca el rumbo y el ritmo en la elaboración constante que el grupo social hace de su propia imagen, así como de su papel en el contexto societario más amplio.»

13. La definición que propone Geertz (1987, p. 89) para caracterizar la religión como sistema cultural dice: «La religión es: 1) un sistema de símbolos, 2) que actúa para suscitar entre

Religión / patrimonio

extremos «visión del mundo» y «ethos», y propugna que la coherencia entre ellos se da de tal forma que los valores (el *ethos*) parecen emanar directamente de las ideas (la visión del mundo) y ser su mera consecuencia; mientras que, en lógica correspondencia, las ideas aparecen como plenamente coherentes con los valores, y todo ello (aquí intervienen los principios legitimadores) como puro reflejo de la realidad. A mi entender, la variable independiente de este sistema son los valores que se corresponden con unos determinados intereses, de ahí la diversidad de versiones que pueden existir simultánea o sucesivamente sobre una misma realidad (una misma identidad) y el carácter abiertamente instrumental de estas versiones: ¿De qué otra forma se explicarían si no las manipulaciones de referentes y contenidos? La correlación entre intereses, valores y situaciones históricas cambiantes, creo que permiten entender estas activaciones patrimoniales como estrategias políticas.¹⁴

→ ¿Qué significa, en definitiva, activar un repertorio patrimonial? Pues escoger determinados referentes del *pool* y exponerlos de una u otra forma. Evidentemente, esto equivale a articular un discurso que quedará avalado por la sacralidad de los referentes. Este discurso dependerá de los referentes escogidos, de los significados de estos referentes que se destaquen, de la importancia relativa que se les otorgue, de su interrelación (es decir del orden del conjunto que integren) y del contexto (en un proceso no exento, a veces, de burdas pretensiones de reducción de los símbolos a signos). De todo ello se deduce que ninguna activación patrimonial, de ningún tipo, es neutral o ino-

los hombres motivaciones y disposiciones poderosas, profundas y perdurables, 3) formulando concepciones de orden general sobre la existencia, 4) y dando a esas concepciones una apariencia de realidad tal, 5) que sus motivaciones y disposiciones parezcan emanar de la más estricta realidad.» (He corregido la definición a partir del original inglés, *The Interpretation of Cultures*, 1973, porque la traducción castellana es tan deficiente que con frecuencia tergiversa gravemente el sentido.) Sustitúyase «religión» por representación patrimonial, hombres por «ciudadanos de» y existencia por «identidad» y tal vez tendremos una diferencia de grado, de intensidad, pero no de esencia. Veamos: «Las activaciones o representaciones patrimoniales son: 1) sistemas de símbolos, 2) que actúan para suscitar entre los miembros de una comunidad (local, regional, nacional...) motivaciones y disposiciones poderosas, profundas y perdurables, 3) formulando concepciones de orden general sobre la identidad de esa comunidad, 4) y dando a estas concepciones una apariencia de realidad tal, 5) que sus motivaciones y disposiciones parezcan emanar de la más estricta realidad.»

14. La decisión de promover una activación patrimonial, a menos que sea una colección particular, es siempre una decisión política, por mucho que se trate de un museo local, aunque el porqué y el para qué pueden variar dentro de un espectro relativamente amplio de motivaciones. Podríamos preguntarnos, por ejemplo, por qué precisamente ahora (en estos últimos años), en la Cerdaña (comarca catalana dividida por la frontera franco-española), el Estado francés decide apoyar (y parece que efectivamente) la formación de un Musée de Cerdagne en territorio de la Cerdaña francesa, naturalmente, desde donde se pretende gestionar la representación patrimonial de la identidad comarcal.

cente, sean conscientes o no de esto los correspondientes gestores del patrimonio.

¿Quién activa estas versiones, estos repertorios patrimoniales «adjetivados»? ¿La «sociedad»? Otra falacia, corriente y peligrosa, en éste como en otros campos, es la del «sujeto colectivo»: la sociedad se representa a sí misma, la sociedad se contempla en el espejo, la sociedad se piensa..., se dice con frecuencia. En el ámbito del patrimonio se habla de «selección», el patrimonio es «una selección que hace la sociedad», o se recurre a metáforas como la «vitrina de los recuerdos familiares». Pero ¿quién es esta sociedad?, ¿quién representa o dirige la representación, quién elige el espejo y determina la más o menos sutil curvatura del cristal, quién piensa y elabora el discurso?, ¿quién efectúa la selección?, ¿quién decide qué mostrar en la vitrina? La sociedad no, ni en *Fuenteovejuna* ejerce la sociedad como «sujeto colectivo». La sociedad puede adherirse y/u otorgar (u oponerse y denegar), consensuar una representación, una imagen, un discurso... y siempre en grado y forma variable según los individuos; pero esta representación, esta imagen, este discurso, han sido elaborados por alguien concreto, con nombres y apellidos, y al servicio, más o menos consciente, de ideas, valores e intereses concretos, tan legítimos o tan espúeos como se quiera, pero reales. No querer reconocerlo, recurrir, aunque sea por dejadez, a la imagen del «sujeto colectivo», es ocultar la realidad. En última instancia, este proceder imposibilita una correcta comprensión de los hechos sociales, pues los «naturaliza», los presenta como emergencias de una dinámica fatalista, en el sentido etimológico de la palabra, ya que, como dice Ricardo Sanmartín (1993, p. 45): «la identidad es [...] un instrumento que, creando la ficción de un sujeto colectivo, pone en manos de quien lo utiliza toda la energía contenida dentro del círculo de actores que define».

En un plano abstracto podríamos decir que estos repertorios pueden ser activados por cualquier agente social interesado en proponer una versión de la identidad y recabar adhesiones para la misma. Ya en el plano de la realidad social, debemos decir que, en todo caso, no activa quien quiere, sino quien puede. Es decir, en primer lugar, los poderes constituidos. El poder político fundamentalmente, los gobiernos locales, regionales, nacionales... no tanto porque otros poderes —el económico, singularmente— no tengan capacidad para activar repertorios patrimoniales, que la tienen y sobrada, sino porque, en general —con interesantes excepciones, como veremos— están escasamente interesados en proponer versiones de una determinada identidad. Los poderes económicos raramente van más allá de construc-

ciones simbólicas mucho más simples del tipo «si quieres ser joven o guapo debes consumir esto o aquello». Un caso aparte sería la Iglesia, singularmente en nuestro caso la Iglesia Católica, que ha promovido activaciones patrimoniales de arte sacro y que, sobre todo, ha utilizado elementos potencialmente patrimoniales como símbolos dominantes de una gran capacidad de condensación ideológica. Sin embargo, en este caso, no creo que se pueda hablar de activaciones patrimoniales (aunque los referentes «pudieran» serlo) sino de símbolos religiosos (con soporte material) legitimados, sacralizados (nunca mejor dicho) directamente por Dios.

Volvamos al poder político que ha sido, es y presumiblemente será el principal agente de activación patrimonial, el principal constructor de museos, de parques naturales y arqueológicos, de catálogos de monumentos, de identidades...¹⁵ El Estado, las autonomías o los municipios, sus respectivos gobiernos, no actúan en este sentido de forma diferente, sino con mayor o menor intensidad según sus medios, pero también según sus urgencias identitarias. No sólo el poder político legalmente constituido —los gobiernos— puede construir patrimonios, sino también el poder político informal, alternativo, la oposición, y, curiosamente, con más intensidad (aunque no sólo) cuando esta oposición no puede luchar abiertamente en la arena política del Estado, en las instituciones, y se mueve en situaciones de clandestinidad. El valor de la cohesión simbólica, y, por tanto, de los repertorios patrimoniales que representan versiones alternativas de la identidad es entonces enorme. El caso que mejor conozco es el de la oposición clandestina durante el franquismo en España, y especialmente en Cataluña. Aparte de otras construcciones simbólicas (y de acciones mucho más contundentes, aunque no por ello necesariamente más eficaces), se puede hablar de un repertorio patrimonial activado por la oposición como expresión de una identidad catalana (y española) en abierta oposición a la versión oficial del régimen. La diferencia radicaba en que, mientras esta última se expresaba patrimonialmente en los museos y en los monumentos públicos, la primera se exponía en ámbitos marginales, como las reproducciones del *Gernika* de Picasso que presidían tantos y tantos comedores, los pósters del Che Guevara que se podían encontrar en todo tipo de centros sociales, las banderas que aparecían ocasionalmente en algún elemento del paisa-

15. Como dice tajantemente J. J. Pujadas (1992, p. 4): «El poder político y sus inteligencias asociadas cumplen el papel de ingenieros de ese discurso social, aunque suelen presentarse, pudorosos, como meros guardianes del "fuego sagrado", como defensores de las esencias de un pasado que cuidan con mimo en nombre de yo para un pueblo que participa presuntamente de esa lectura sacralizada y totalizadora de su ser social, del sentido de su existencia colectiva.»

je urbano o rural y que eran rápidamente retiradas, o los monumentos ocultos y desmontados en sótanos y almacenes recónditos, que, sin embargo, se hallaban virtualmente presentes en sus emplazamientos originales.

Los repertorios patrimoniales también pueden ser activados desde la sociedad civil, por agentes sociales diversos —o mediadores culturales, como algunos prefieren decir—, aunque, para fructificar, siempre necesitarán el soporte, o, cuando menos, el beneplácito del poder. Sin poder, podríamos decir, no existe patrimonio.

Estas distintas versiones de la identidad representadas en los repertorios patrimoniales activados vendrían a constituir la expresión de los distintos *nosotros del nosotros* (la reflexividad cultural de la que hablan María Cátedra y Paco Cruces, 1992) y su eficacia relativa se mide por la cantidad y calidad de las adhesiones resultantes, adhesiones que, a su vez, legitiman sistemas, políticas, estados de cosas y acciones concretas.

No están todas las que son, por supuesto, aunque sí son todas las que están. Hay versiones, o aspectos, de la identidad —o aspectos que pueden modificar el sentido global de una versión— que pueden existir *in mente*, no ya de un determinado agente social, sino, en algunos casos, casi diría del imaginario social colectivo, y que sin embargo no tienen una plasmación patrimonial, sea porque no hay una fuerza social capaz de activarla, sea por desinterés o interés abiertamente contrapuesto de los poderes públicos. Por poner un ejemplo, sería el caso del patrimonio flamenco y taurino de Cataluña, que, sin sufrir una persecución política, está sistemáticamente ausente de cualquier representación patrimonial de la identidad catalana, a pesar de una incidencia social evidente. Quien quiera seguirle el rastro deberá peregrinar hasta el desconocido museo taurino de la plaza de toros Monumental, que recoge la colección de Pedro Balañá, o a ciertos bares y restaurantes «de culto». El cante o el baile flamenco se halla aún más ausente. Sólo una pequeña estatua en el Parque de Atracciones de Montjuic, en Barcelona, recuerda, por ejemplo, la gigantesca figura de la bailaora gitana catalana Carmen Amaya.

La sacralización de los referentes patrimoniales requería un entorno adecuado para su conservación y contemplación. De esta forma, los museos se convirtieron en los templos custodios de esos referentes, y, por añadidura, de las ideas y los valores y de la identidad, en última instancia, que expresaban. De hecho aún es así, aunque los museos, como veremos, han cambiado mucho. Hay otras instituciones que ahora cumplen estas funciones, como los parques arqueológicos, los

parques naturales o los conjuntos monumentales. A raíz de ello se plantean, en teoría, dos opciones: reducir el museo a la condición de una figura más entre otras en el ámbito de la activación patrimonial, o considerar todas estas otras instituciones como otras tantas formas de «museo», como ha venido haciendo el Consejo Internacional de Museos (ICOM) desde 1951.¹⁶ Ni la una ni la otra me parecen satisfactorias: ni el museo es una institución más, ni se puede producir una identificación absoluta entre el museo y el resto de figuras de activación patrimonial.¹⁷ A mi entender, el museo es la institución central y, como tal, al margen de su plasmación concreta, impone, o, si se quiere, refleja, una lógica de conservación que informa al resto de instituciones, que, por tanto, sin ser museos, presentan una orienta-

16. En sus primeros estatutos (1951) el ICOM definía el museo en los siguientes términos: «La palabra museo designa aquí a toda institución permanente, administrada en el interés general con vistas a conservar, estudiar, valorar por medios diversos y especialmente exponer para la delectación y la educación del público un conjunto de elementos de valor cultural: colecciones de objetos artísticos, históricos, científicos y técnicos, jardines botánicos y zoológicos, acuarios [...]», y añadía: «Serán asimilados a los museos las bibliotecas públicas y los centros de archivo que contengan salas de exposición permanentes.» La definición que consta actualmente en los estatutos del ICOM, desde 1974, redactada por G. H. Rivière, es más amplia e introduce matizaciones acordes con los tiempos y con la evolución genérica de la institución. Dice: «El museo es una institución permanente, sin fines lucrativos, al servicio de la sociedad y de su desarrollo, abierta al público, y que realiza investigaciones concernientes a los testimonios materiales del hombre y de su medio ambiente, los adquiere, los conserva, los comunica y especialmente los expone con fines de estudio, de educación y de delectación.» (La cursiva es mía.) Obsérvese que las palabras «objeto» o «colecciones de objetos» desaparecen y son sustituidas por «testimonios materiales del hombre y de su medio ambiente». Por otra parte, aparecen dos nuevos conceptos clave: «investigación» y «desarrollo». Además, esta definición sigue una dinámica abiertamente asimilacionista, y así, admite ya de entrada como museos, además de los designados como tales «a) los institutos de conservación y galerías de exposición dependientes de bibliotecas y centros de archivos; b) los yacimientos y monumentos arqueológicos, etnográficos y naturales y los yacimientos y monumentos históricos que tengan la naturaleza de museo para sus actividades de adquisición, de conservación y de comunicación; c) las instituciones que presentan especímenes vivos, tales como jardines botánicos y zoológicos, acuarios, viveros, etc.» A estas instituciones se añadirá, en una enmienda de 1983: «d) los parques naturales, y e) los centros científicos y los planetarios».

17. El catálogo de activaciones patrimoniales que puede comprender la definición se puede ampliar *ad infinitum*, y así, podemos pensar, en un futuro no tan lejano, en un museo de testimonios materiales extraterrestres (con lo cual se produciría de hecho una ampliación de la noción de medio ambiente humano al conjunto del universo), incluso me atrevo a pensar en un museo virtual. Pero la definición contiene por otra parte elementos restrictivos. No me refiero ya a la necesidad y/o posibilidad de exigir a los museos y a toda forma de activación patrimonial una política de investigación y una vinculación efectiva con el desarrollo de la sociedad, sino a cómo puede tratar el museo el patrimonio inmaterial. La Llei del Patrimoni Cultural Català, por ejemplo, afirma en sus consideraciones preliminares que «parte de un concepto amplio del patrimonio cultural de Cataluña, que engloba el patrimonio mueble, el patrimonio inmueble y el patrimonio inmaterial», y este último parece que se refiere especialmente a «los bienes inmateriales integrantes de la cultura popular y tradicional y las particularidades lingüísticas». ¿Vamos a reducir este patrimonio inmaterial a sus soportes materiales? ¿Vamos a ampliar la noción de testimonio material hasta límites metafísicos? ¿O va a renunciar el museo a tratar el patrimonio inmaterial? No es éste el tema del que nos ocupamos, pero apunto que, en mi opinión, se impone un cambio de perspectiva.

ción, podríamos decir, museal. Es cierto que los museos, los museos contemporáneos, han cumplido además otras funciones, sobre todo los museos de tesis, como los que proliferaron en los primeros tiempos del desarrollo de la antropología científica,¹⁸ pero su papel de guardianes de los *sacra* de la comunidad ha sido, con mucho, preponderante. Esto ha propiciado una identificación histórica entre museos y patrimonio, que, como he dicho en la introducción, ha dado origen a tremendas confusiones y mistificaciones y ha dificultado tanto la comprensión del patrimonio como el propio desarrollo de la institución museal.

Antes de proseguir, hay dos puntualizaciones que me parecen pertinentes a pesar de su obviedad. La primera de ellas es afirmar que la activación de repertorios patrimoniales no es, evidentemente, ni el único ni el principal procedimiento de representación simbólica de la identidad. Hay símbolos políticos y culturales (que también existen socialmente sólo en la medida en que son activados) que sólo forzando las cosas hasta límites inoperantes podríamos considerar «patrimoniales». Desde el punto de vista de la eficacia simbólica, es decir, de la cantidad y la calidad de las adhesiones, los símbolos políticos ocuparían el lugar principal. Me refiero, claro está, a himnos, banderas, monarcas..., aunque, en ocasiones, otros símbolos culturales, es decir, no expresamente políticos, pueden alcanzar aún mayores niveles de eficacia, ya sea por su polisemia, por su capacidad de generar un consenso o por la eficacia suplementaria del contexto ritual en que se representan, ya sea por todo a la vez, como sería en Cataluña el Fútbol Club Barcelona, el «Barça» (mucho más que un club, por supuesto, prácticamente la selección nacional de Cataluña). A veces, algunos de estos símbolos funcionan como distintivos básicos difícilmente discutibles, como verdaderos marcadores étnicos (como la lengua). Y es que la identidad es un tablero de juego que admite posiciones y estrategias diversas, pero tiene sus límites, so pena de abandonar la mesa o de romper la baraja.

18. Sobre estos museos podríamos preguntarnos si son instituciones de la misma naturaleza que los museos de arte o los museos del pueblo, que los ecomuseos, etc., o más bien meras ilustraciones con soporte material de paradigmas científicos. Como dice Nélia Dias (1991, p. 97): «Recopilar producciones materiales significa también someterlas a un tratamiento teórico: el museo se convierte en un espacio en el que es posible confrontar los datos, hacer experimentación, administrar pruebas y extraer leyes. En este sentido, la noción de «museo de tesis» adquiere toda su amplitud a la vista de los museos etnográficos de la segunda mitad del siglo XIX. Mostrar cómo el hombre franqueó toda una serie de estadios para alcanzar su plena realización en las naciones europeas más «civilizadas», ilustrar, por medio de los objetos, las diferentes etapas de este proceso evolutivo, éstos eran los objetivos de los museos etnográficos.»

Igualmente, se debe recalcar que el patrimonio, en la medida en que pretende representar una identidad, constituye un campo de confrontación simbólica inevitable, tanto entre las distintas versiones concurrentes, como en el ámbito de las confrontaciones externas, simbólicas y físicas, entre grupos sociales. Como decía Joan Frigolé (1980), la inversión simbólica es también una manera de transformar la realidad. Las distintas versiones de la identidad, patrimoniales o no, los distintos símbolos y sus distintas atribuciones de significados se articulan, se complementan, se contradicen y compiten entre sí. Cuando se trata de niveles de integración distintos, no tiene por qué haber conflicto. En Cataluña es muy frecuente que uno sea hincha del equipo de fútbol local y a su vez del Barça, y que también sintamos todos como propias las victorias y las derrotas de Induráin o las vicisitudes de la selección española de fútbol. Los conflictos se establecen, habitualmente, entre versiones de una misma identidad o bien entre identidades de niveles de integración de la misma escala. Si a veces se producen conflictos que trascienden esa norma de igualdad se debe a ubicaciones conflictivas, como pueden ser la de Cataluña o el País Vasco dentro de España o la de las poblaciones fronterizas entre Cataluña y Aragón. De aquí vienen las luchas de banderas en los ayuntamientos del País Vasco, o los conflictos lingüísticos de algunos senadores catalanes en Madrid, por ejemplo. En el ámbito del patrimonio, los conflictos simbólicos son con frecuencia bien patentes por cuanto los referentes simbólicos patrimoniales suelen tener un soporte material. No es de extrañar, entonces, que la inversión simbólica pase por acciones materiales muy evidentes, como la destrucción del patrimonio o su apropiación y recalificación, o su sustitución, como sucedió, por ejemplo, en Rusia, después de la Revolución bolchevique o en la China de Mao, por no hablar de las nuevas y viejas naciones de la Europa del Este y de las antiguas repúblicas soviéticas.

CAPÍTULO 2

EL PATRIMONIO CULTURAL COMO RECURSO TURÍSTICO

Para descubrir una naturaleza intacta, reencontrarse con el arte, vivir la aventura, abrir sendas de libertad y saborear los mejores frutos de la tierra, no hay que ir más lejos, te esperamos en casa.

Soy de un lugar donde el tiempo no existe y el vivir es un sentimiento, donde la naturaleza es arte y la huella del hombre es cultura... Nada más cerca de tus deseos.

De un folleto propagandístico de la provincia de Lérida

El discurso folklórico ha sido y continúa siendo un aliado importante del turismo. El mantenimiento de las tradiciones, la autenticidad de la «vida tradicional» de sus gentes ha sido divulgado por el discurso folklórico y transferido al discurso turístico, de modo que gracias a él determinados pueblos se han convertido en centros de peregrinación con motivo de las fiestas o como centros de recepción de un turismo en época de vacaciones que hasta pretende instalarse temporalmente allí. La cuestión es compleja y merecería un estudio detenido, incluyendo la invención de tradiciones —algo, por otra parte, nada nuevo en el folklore—. Pero aquí simplemente pretendo apuntar de qué modo el turismo se ha apropiado del folklore hasta llegar a exigir de un pueblo que no se muestre como es, sino que se muestre según la imagen que de él se tiene. Zamarramala, La Alberca, Candelario, por ejemplo, y muchos otros pueblos parecen haber sido especialmente sometidos a esta última función del folklore: la conformidad con la imagen que de ellos se tiene.

Pero más propiamente esos pueblos parecen haber captado a la perfección los rasgos más característicos del

folklore, sus paradojas. Pues gracias al turismo han sido capaces a la vez de «mantener sus tradiciones» y de progresar social y económicamente, precisamente por mantenerlas.

HONORIO VELASCO, *El folklore y sus paradojas*

El turismo, entendido como desplazamiento temporal fuera de nuestra residencia habitual por motivos de ocio, hace siglos que existe, pero, como decíamos respecto del patrimonio, pecaríamos de presentismo (no digamos ya de etnocentrismo) si identificásemos el fenómeno turístico actual con sus precedentes formales sin tener en cuenta las enormes diferencias de función y significado. El turismo, tal como lo conocemos actualmente, requiere una serie de condiciones (facilidad de desplazamiento, tiempo libre, existencia de unas clases medias con poder adquisitivo y diferencias geoeconómicas) que no se dan plenamente hasta después de la segunda guerra mundial. En los años sesenta, al amparo de estas condiciones y en la medida en que se advierte que puede constituir un próspero mercado, el turismo se desarrolla en progresión geométrica, produciendo, como se suele decir, el fenómeno de masas más importante de la segunda mitad del siglo xx, un fenómeno que se ha desarrollado en un tiempo muy breve y que ha tenido, sin embargo, un alcance mundial.

Junto con el turismo, y todo lo que él implica, el otro gran factor que va a transformar profundamente en esta época los hábitos de las clases medias (y también de otros estamentos sociales) es la revolución de las telecomunicaciones, principalmente la televisión. Con la universalización de la televisión no sólo van a cambiar los hábitos domésticos sino nuestra percepción de la realidad. A partir de entonces, y de manera creciente, la realidad —desde la intimidad de nuestros vecinos hasta las grandes masacres históricas— se puede hacer presente al momento en los salones de nuestras casas, con lo que esta misma realidad se desnaturaliza, adquiere un carácter virtual.

Con el turismo y la televisión podemos decir, pues, que, además de nuestra vida cotidiana, vivimos otras dos realidades ajenas a través de los «viajes» materiales o virtuales. Esto nos ha habituado también a convertir la realidad en espectáculo, es decir a que todo (incluso la guerra y la miseria) podamos contemplarlo como espectadores, a la vez que la economía de mercado nos ha acostumbrado a que todo (también la guerra y la miseria) pueda convertirse en artículo de consumo (aunque sea también como espectáculo), es decir, se pueda adquirir con dinero.

Esta dinámica afecta también al ámbito del patrimonio. No sólo cuadros y monumentos, sino fiestas y tradiciones, procesos productivos y culturas enteras se han convertido en espectáculos, en artículos de consumo, ya sea para la televisión, ya sea para el turismo cultural (mucho más auténtico), hasta el punto que, para muchas comunidades se ha convertido en el único —o principal— *modus vivendi*.¹

(La relación entre patrimonio y turismo no es un hecho reciente.) El patrimonio ha sido, por así decir, el primero, o uno de los primeros motivos de compra de los viajes turísticos, aun antes de que se pudiera hablar del turismo tal como lo entendemos actualmente. El patrimonio artístico de ciudades como Florencia, por poner tal vez el ejemplo más característico, está en el origen de los grandes viajes románticos, motivados únicamente por el placer de la contemplación. Las legendarias cimas de los Alpes se convierten en motivo de peregrinación a partir de la expansión del movimiento excursionista. Aún hoy, monumentos y cumbres activados con el romanticismo y el prerromanticismo siguen siendo los principales atractivos turísticos de determinadas ciudades y regiones.

De todas formas, con la «espectacularización» de la realidad y la masificación del turismo, se produce un cambio cuantitativo y cualitativo en la asociación entre patrimonio y turismo. Por una parte, los destinos patrimoniales clásicos se ven sometidos a una presión turística cada vez más intensa y en algunos casos tan brutal que llega a hacer temer por su conservación. De forma paralela, esos destinos patrimoniales activados entran en la lógica del espectáculo y del consumo y se adaptan a nuevas exigencias expositivas so pena de quedar marginados. Finalmente, se activan repertorios patrimoniales hasta entonces inviables y que ahora se hacen accesibles gracias a la facilidad de los desplazamientos y a la creciente demanda de atracciones turísticas.

Todo ello va a dar lugar a profundas transformaciones en el tratamiento del patrimonio: sus instituciones más clásicas —los museos singularmente— se plantean una renovación formal, que, aun sin pretenderlo, afecta profundamente a su mismo sentido. Las activaciones de repertorios patrimoniales, viejas y nuevas, se miden fundamentalmente, no ya por la cantidad y la calidad de las adhesiones, sino por el consumo (es decir, por el número de visitantes) y ninguna de ellas puede escapar a este nuevo baremo de la competitividad. Proliferan

1. En la literatura sobre turismo, especialmente en obras escritas desde una perspectiva antropológica, se pueden hallar diversos testimonios de este fenómeno contemporáneo [véase, por ejemplo, Smith (ed.), 1992]. Dos casos referidos a culturas indígenas americanas, expuestos con una gran claridad y una no menor causticidad pueden seguirse en Contreras (1974) y Clastres (1981).

las exposiciones temporales, es decir, la renovación de la oferta, asociadas a una continua, incluso diría frenética, innovación de las técnicas expositivas, a las cuales se incorpora inmediatamente cualquier novedad tecnológica. Pero, sobre todo, nace un nuevo tipo de activaciones patrimoniales cuya motivación no es ya de carácter identitario, sino abiertamente turístico y comercial, para lo cual, los referentes activados y los significados conferidos no responden ya a los diversos *nosotros del nosotros* que pueden representar las distintas versiones ideológicas de la identidad, sino al (sin los) *nosotros de los otros*, es decir, a la imagen externa, y a menudo estereotipada que se tiene de nuestra identidad (de los protagonistas) desde los centros emisores de turismo. Incluso, siempre desde la perspectiva de los protagonistas, podríamos decir que algunas activaciones se centran en facetas del *ellos* de los otros, en la medida en que los visitantes acuden más a contemplar y «vivir» aspectos de su propio pasado (o, en todo caso, de un pasado compartido) que no de la identidad o del pasado de los autóctonos.²

El patrimonio, como recurso turístico, puede prestarse a una triple casuística:

1) a) El patrimonio puede constituirse como un producto turístico per se, capaz de integrar junto con la oferta hotelera básica, un motivo de compra autónomo. A modo de ilustración, pensemos en las pirámides y templos egipcios o los palacios minoicos de Creta, o, más cerca, en los parques nacionales de Ordesa y Monte Perdido o de los Picos de Europa.

2) b) El patrimonio puede presentarse asociado a un producto turístico integrado (un «paquete»). Sería el caso de los viajes organizados por Europa, donde el patrimonio se combina con otros atractivos lúdicos, o de ciudades convertidas en destinos turísticos habituales, como París o Barcelona.

3) c) El patrimonio, finalmente —el caso más frecuente y que más ha proliferado durante estos últimos años—, puede constituirse en un valor añadido para destinos turísticos que no tienen el patrimonio como principal atractivo, como motivo de compra básico. Destinos característicos de montaña (más que de playa), incluso urbanos, o de grandes itinerarios, en torno a los cuales se producen activaciones patrimoniales (pequeños y grandes museos y ecomuseos, señalización y adecuación de monumentos y otras instalaciones, parques natura-

2. Entiendo que ésta es la actitud predominante cuando se visita, por ejemplo, un viejo molino restaurado, que no por conservarse en un determinado lugar es más representativo de aquel lugar que de otro donde no se ha conservado. Y así tantos otros elementos «comunes».

les, arqueológicos, etc., hoteles ubicados en emplazamientos monumentales, incluso representaciones festivas, mercados y exposiciones temporales), ya sea para supuestamente aumentar el atractivo del destino, ya sea (a veces es difícil de determinar) para aprovecharlo, o bien, como se dice últimamente, para redefinir su oferta, a la búsqueda y captura de un turismo «de calidad».

➤ No puede decirse que exista un interés real en el sector empresarial turístico por el patrimonio³ (aunque cuando se habla de «diversificación» del producto, o de «turismo de calidad», constituye tal vez el lugar común más socorrido).⁴ Sin embargo, el patrimonio tiene algunas virtudes fundamentales que lo hacen especialmente atractivo. En primer lugar —y principal— es gratis y es de todos, por lo menos en principio. Esto quiere decir que prácticamente constituye el único recurso turístico que puede promocionarse abiertamente desde la administración, y, por otra parte, que puede ser asociado a la oferta de cualquier empresa privada —hotelera, por ejemplo— del sector. Asimismo, el patrimonio confiere al destino turístico un aire de distinción y respetabilidad, y no está sujeto, además, al menos a priori, a la severa estacionalidad de otros recursos turísticos (un paisaje o una ciudad no son necesariamente menos bellos en invierno que en verano, aunque, en algunos casos, sí quizás más inaccesibles).⁵

3. El sector turístico es un sector empresarial como cualquier otro y sigue, por tanto, una lógica de maximización de beneficios y minimización de riesgos. En este sentido, la empresa turística puede aprovecharse de los recursos patrimoniales para vender sus servicios, pero difícilmente activará recursos patrimoniales para convertirlos en productos turísticos. La operación es (o parece) demasiado compleja, el nivel de riesgo demasiado alto y la relación entre costes y beneficios incierta. Incluso en un plano de tan escasa incidencia real en la marcha del sector como es el de la investigación turística, el patrimonio constituye un aspecto muy marginal.

➤ 4. Por ejemplo, en un artículo sobre nuevos productos turísticos, Daniel Clary dice: «El turista ya no quiere *bronzer idiot*; es cada vez más activo, cultivado y ecológico. La promoción del patrimonio cultural —monumentos, etnografía, folklore, arqueología industrial, ecomuseos...—, los festivales de diversos tipos, se integran en la oferta global, como la naturaleza (protegida) para descubrir por medio de caminos señalizados y equipados con documentos de información. Esto permite ensanchar el espacio turístico a espacios no específicos, enclavar la estación turística en un territorio que la cualifica, y abrirla en relación con su territorio interior. Antes, era en los márgenes de la estación turística donde se situaban los equipamientos necesarios pero molestos (como las basuras o el saneamiento), como los albergues sociales para los residentes y los turistas. Se podría decir que, hoy en día, la estaciones turísticas se valoran por sus márgenes, como una joya se valora por su estuche.» La metáfora es bonita, pero, con los números en la mano, por lo menos con los números del turismo que visita España, deberíamos preguntarnos «cuántos» son realmente los turistas que ya no buscan simplemente *bronzer idiot*.

➤ 5. De todas formas, es falaz —y por otra parte corriente— el hecho de asociar exclusiva o principalmente la estacionalidad con la disponibilidad de determinados recursos —sol y playa, nieve—. Aunque esto, por supuesto, influye, es mucho más determinante la estructura laboral-vacacional existente y, en muchos casos, la propia lógica económica de las empresas turísticas.

En este sentido, podríamos decir que, en términos generales, se producen tres tipos de asociación entre las empresas turísticas y los recursos patrimoniales:

- 1) a) En primer lugar tendríamos las empresas públicas, y algunas privadas, que por excelencia promocionan, «venden», el patrimonio natural y/o cultural.
- 2) b) En segundo lugar, empresas sobre todo de hotelería y restauración, sin otro producto específico, que utilizan el patrimonio como reclamo.
- 3) c) En tercer lugar, empresas dedicadas a alguna actividad o recurso turístico no patrimonial que, normalmente, ignoran el patrimonio (como mucho el paisaje aparece como escenario) e incluso incluyen en sus promociones mensajes de inversión (en relación con las promociones públicas, generalmente muy estereotipadas) al respecto, frecuentemente como elemento de «diferenciación» de su producto.⁶

La proliferación de activaciones turístico-patrimoniales debe asociarse pues, principalmente, con la iniciativa pública (a menudo de carácter municipal y comarcal) y sobre todo con zonas en las que el desarrollo turístico, aunque sea a pequeña escala, se presenta como especialmente acuciante al no disponer de otros recursos comercializables más específicos.

La asociación entre la iniciativa pública y la promoción turística de los recursos patrimoniales es, por las razones expuestas, una constante que no admite excepciones (incluso para los más tópicos destinos turísticos de sol y playa) y que enmascara, a mi entender, la importancia real y virtual del patrimonio dentro del sector turístico, induciendo peligrosamente a la creación de falsas expectativas (entiéndase bien, más por la excesiva relevancia que se le otorga y por la confusión implícita entre «recurso» y «producto», que no por el hecho en sí).

Veamos algunos ejemplos extraídos de unos folletos promocionales de la Direcció General de Turisme de la Generalitat de Catalunya. Si tomamos destinos tan clásicos (y perfectamente representativos del turismo de sol y playa y de los fenómenos de «balearización») como los de la Costa Brava, veremos que, de las más de treinta ilustraciones de gran formato que contiene un folleto promocional determinado de la Generalitat, aproximadamente un tercio (incluyendo la foto

6. Una conocida estación de montaña pirenaica, por ejemplo, juega en su publicidad con una inversión de los valores de contemplación y tranquilidad asociados a un paisaje estereotipado, proponiendo a sus potenciales visitantes un programa de frenética actividad lúdica.

de portada) están dedicadas a calas recónditas y pequeños puertos de pescadores; otro tercio, aproximadamente, a parques arqueológicos y conjuntos monumentales y el resto a un parque natural, a viejas artes de la pesca, al Teatre-Museu Dalí de Figueres, al lago de Banyoles, a un jardín botánico, a la «dansa de la mort» de Verges, a un recital de habaneras... Sólo una fotografía, no muy grande, recoge de lejos una de las grandes aglomeraciones turísticas que caracterizan la zona, Platja d'Aro. Lo mismo se puede decir de la Costa Daurada, donde se destacan los restos arqueológicos de Tarragona, el parque natural del Delta del Ebro o las bellezas del interior, con la proximidad de los monasterios de Poblet y Santes Creus, así como las torres humanas (*castellers*), etc. Las playas que aparecen no son calas tan agrestes como las de la Costa Brava (lógico, pues no las hay), pero son acogedoras y medio desiertas. La impresionante mole urbanística de Salou sólo aparece en una fotografía, de lejos y a contraluz. Barcelona se convierte, en estos folletos, en ciudad de arte: modernismo —Gaudí muy especialmente—, románico y gótico, el Ensanche de Cerdà y otros testimonios de la expansión industrial —la estación de Francia, edificios emblemáticos de las exposiciones universales de 1888 y 1929—, Picasso, Miró y la última modernidad, representada por las instalaciones olímpicas y la torre de comunicaciones de Norman Foster. Un conjunto de pequeñas fotografías, en las páginas finales, sugiere una intensa vida nocturna. El folleto dedicado a los Pirineos catalanes se abre con su figura más emblemática Els Encantats levantándose majestuosos sobre el lago de Sant Maurici. El resto, como es de suponer, son bellísimos paisajes (picos, ríos, bosques, lagos, prados de altura —verdes o nevados—, pequeños e idílicos pueblos de tejados de pizarra, iglesias y monasterios románicos, artesanía y gastronomía popular, fiestas rituales...). Sólo dos pequeñas fotografías están dedicadas al esquí, una al *rafting* y otra a la pesca, principales motivos de compra turística específicos de la zona. Los textos tampoco ayudan a hacerse una idea real de lo que el turista va a encontrarse en estos destinos.⁷ En los destinos del litoral, por ejemplo, la

7. Por ejemplo, en un folleto dedicado a la Costa Brava al hablar de Lloret de Mar —uno de los casos más flagrantes de masificación turística de la costa mediterránea peninsular—, se dice: «Bonito paseo del mar, casas decimonónicas y modernistas. Monumento a la *Mujer Marinera* de Ernest Maragall. Entre los lugares de recreo, el casino de juego. Del folklore tradicional quedan el "baile de la plaza" y la procesión marítima de *Sa Reliquia* para santa Cristina (24 de julio), que lleva por mar la imagen de la santa y sus reliquias al santuario de Santa Cristina, en barcas que transportan músicos y van adornadas con guirrnaldas. Monumento sepulcral romano a la salida de la población y urbanizaciones turísticas a lo largo de la accidentada costa: cala Morisca, cala Canyelles —con pequeño puerto deportivo—, Platja de Fenals, Santa Cristina.» Es todo. Sólo el «casino» y las «urbanizaciones turísticas» sugieren como de pasada la realidad masificada de Lloret, el resto es prácticamente todo patrimonio natural y cultural.

administración podría vender la muy completa y asequible oferta hotelera de la mayoría de sus poblaciones, su animada vida nocturna, incluso su cercanía a Barcelona (seguramente los respectivos patronatos de turismo lo hubieran hecho), pero la administración autonómica (o la del Estado en otros casos) acude sistemáticamente al patrimonio por su carácter público y ennoblecedor, en ese juego entre el cómo nos ven y el cómo quisiéramos que nos vieran.⁸

Estamos hablando de activaciones patrimoniales, promovidas por el turismo, pero de activaciones patrimoniales al fin, y, por tanto, se quiera o no —sea de nosotros o de los otros— de representaciones de la identidad. Esto puede provocar, y de hecho provoca, confrontaciones entre la lógica turístico-comercial y la lógica identitaria. Estas activaciones, como hemos visto, se incardinan en un mercado turístico, pero no está ni mucho menos claro que su origen sea precisamente ése. Con frecuencia, estas activaciones han nacido cuando, con la masificación del turismo, unida en algunos casos a fenómenos migratorios, la población autóctona, ha visto «peligrar su identidad». Lo cual no es óbice para que se adapten a las imágenes externas de esta misma identidad, por una parte porque, de lo contrario, «fracasarían» en su intento de atraer visitantes (como fracasaron tantos y tantos museos locales), pero, por otra parte, porque esta misma imagen, reproducida por los discursos hegemónicos a través de los medios de comunicación e incluso del sistema educativo, ha sido adoptada por la propia población como visión de sí mismos, como «memoria colectiva». Y así, aunque la experiencia puede desmentir puntualmente los contenidos de determinadas activaciones patrimoniales, en la medida en que la experiencia no ha sido formalizada y el discurso exterior sí, aquélla sólo matiza y puntualiza, pero nunca contradice abierta ni globalmente dicha visión. Asimismo, esta identificación, asimilada por todos, de la noción de patrimonio —fundamentalmente del patrimonio artístico-arqueológico, pero últimamente, también, del patrimonio natural y popular— hace que la población se plantee (o admita) esas mismas activaciones turístico-patrimonia-

8. Algunos folletos más comerciales, como los espectaculares catálogos del Patronat Intercomarcal de Turisme Terres de Lleida («303 ideas fascinantes para disfrutar Lleida») en sus distintas ediciones combinan la promoción de recursos públicos colectivos (fundamentalmente el patrimonio, pero también el deporte o la gastronomía) con informaciones prácticas (direcciones y teléfonos —lo cual tampoco es infrecuente— y también ofertas de agentes privados —mucho más raro—). Con todo, el predominio del patrimonio sigue siendo avasallador —tanto en la vertiente literaria como en el muy aparente material gráfico— y el elemento más claramente diferenciador respecto de las promociones comerciales privadas donde prima el recurso específico que se explota en cada caso.

les de acuerdo con los parámetros de fijación del *pool* patrimonial antes expuestos. Todo ello provoca dinámicas locales o comarcales de una extraordinaria complejidad en las cuales se solapan e imbrican las adhesiones identitarias y los intereses turísticos cuando no los económicos e incluso los antagonismos políticos y personales. Esto da lugar a unos procesos que, observados desde el exterior, pueden parecer confusos y contradictorios, ya que requieren un conocimiento minucioso del contexto social en que se producen, para comprenderlos. Si suele ser, sin embargo, a la luz de mi experiencia, más fácilmente identificable el origen turístico-comercial y/o ideológico-identitario de tales activaciones (o apropiaciones, que también se dan, de activaciones patrimoniales ya existentes). Más adelante veremos con mayor detalle estos aspectos.

Ante la situación que venimos describiendo, los museos, excepto aquellos que constituyen por sí mismos importantes centros de peregrinación, como el Louvre por ejemplo, se convierten en instituciones obsoletas «que no atraen visitantes» y que, por tanto, son incompatibles con la nueva lógica de los tiempos. Es muy discutible que la única «salida» para los museos fuera entrar en un proceso creciente de espectacularización; pero, desde el momento en que algunos de ellos así lo hicieron, la suerte (repito: excepto para los grandes santuarios) estaba echada, lo mismo que si se tratara de viejos comercios frente a grandes superficies. No se trataba de una disyuntiva, como decía Huguès de Varine-Bohan (1979), entre «muerte» y «revolución cultural», sino más bien entre muerte (vía estrangulación presupuestaria) o reconversión comercial (en la más pura línea neoliberal). De hecho, a mi entender, la reformulación de los museos se produjo fundamentalmente en dos planos: el de la exposición y el de la restitución (o, si se prefieren los términos de la definición del ICOM, el de la exposición-comunicación y el del servicio a la sociedad y su desarrollo).⁹ Los cambios producidos en la documentación-investigación de los testimonios materiales y la adquisición-conservación, por muy aparentes que puedan llegar a ser, no dejan de ser meras evoluciones técnicas sin consecuencias conceptuales.¹⁰ El hecho de que la refor-

9. No sé si es un fenómeno consciente, pero de alguna forma este hecho aparece claro incluso para los museos locales. En la convocatoria de las Jornadas de Museos Locales celebradas en Tárrega en 1994, se decía, como principal justificación, que «en una sociedad en continuo movimiento y cambio, los museos, como entes que queremos activos, se ven obligados a renovar de manera periódica su discurso expositivo y replantearse permanentemente cómo incidir con eficacia en la dinámica social».

10. Por ejemplo: el caso del Vidéralp-Musées (véase Dureau, 1987, y Duclos, 1990) (videodisco interactivo que recoge las colecciones de diversos museos alpinos), desde el punto de vista de la documentación y la conservación, no representa más que una novedad técnica; sin embargo, entendido como una nueva forma de exposición y de restitución sí adquiere un carácter de innovación conceptual.

mulación se produjera en estos dos ámbitos y no hubiera una reflexión global sobre el sentido de las activaciones patrimoniales en nuestros días, aun siendo mucho, suponía evitar planteamientos más radicales, ya que, en el fondo, no se ponía en cuestión la raíz de la propia institución museal, sino su adaptación a los nuevos tiempos, partiendo del axioma de que, en cualquier caso, los museos eran buenos y necesarios para la sociedad. Algunos museos introdujeron cambios en ambos sentidos, otros sólo en uno, y muchos en ninguno.

En cuanto a la exhibición, las grandes novedades que aporta esta época de espectacularización son la generalización de las exposiciones temporales y la continua renovación de las técnicas expositivas, desde las primeras composiciones esceneográficas hasta los medios audiovisuales más sofisticados, la creciente importancia del diseño, y, finalmente, la realidad virtual. En este mismo campo hay otra tendencia que sigue la dirección de extender el museo sobre el territorio y de oponer a la sofisticación tecnológica el contacto vivo con una realidad, reconstruida sí, pero real, es decir, no virtual. Ni que decir tiene que ambas estrategias no sólo no son excluyentes sino que muchas veces aparecen como complementarias.

En el plano de la restitución se avanza también en dos direcciones distintas: una de ellas, abiertamente cuantitativa, tiene la única pretensión de captar el máximo número de público, o, si se quiere decir de forma más edificante, llegar, hacer accesibles sus tesoros —y la comprensión y el disfrute de los mismos— a las capas más amplias de la población (sería el caso, por ejemplo, de los museos de la ciencia). En otra dirección, los ecomuseos, la nueva museología, la museología pobre, los museos de sociedad...¹¹ se plantean básicamente la interrelación con la población del territorio en que se hallan ubicados. A este respecto cabe decir que el sentido y el éxito de esta empresa es diverso, y, por otra parte, conozco pocos ecomuseos no sólo que rechacen o no contemplen la atracción turística, sino que realmente tengan una incidencia clara en la sociedad en la que se inscriben.

Así, el museo se hace, por una parte, cada vez más interactivo y se autoexige un carácter más lúdico en sus exposiciones, mientras que, por otra, se hace más sensible a la demanda social, desde las modas más superficiales hasta sus preocupaciones más acuciantes.¹²

11. Sobre ecomuseos y nueva museología véase el «dossier ecomuseo» coordinado por François Hubert en Rivière *et al.* (1993), las conclusiones de la mesa redonda convocada por la Unesco en Santiago de Chile (1972), así como los textos de Varine (1979) y Desvallées (1987) o Davallon (1986), por citar tan sólo algunos de los documentos más significativos.

12. En el Museo de la Ciencia de Barcelona, por ejemplo, conviven en estos momentos dos exposiciones perfectamente ilustrativas de estas tendencias: «Huracá, 1724», sobre el naufragio de unos galeones en el Caribe en el siglo XVIII, permite sumergirse prácticamente en el

Simplificando mucho, podríamos decir que, en el campo de los museos prosperan dos modelos principales (con todas las derivaciones e hibridaciones que se quiera): el de los museos «tecnológico-interactivos»¹³ y el de los «ecomuseos» en general.¹⁴ Posteriormente retomaremos también algunos de estos aspectos.

Estas tendencias, sobre todo la política de espectacularización y comercialización del patrimonio, han dado lugar a realizaciones no

ambiente de las viejas películas de piratas; mientras que otra exposición, «Què és la vida?» nos presenta con todo lujo de recursos tecnológico-didácticos el funcionamiento del sistema inmunitario y el fenómeno biosocial del SIDA.

13. Josep Maria Montaner (1996) se refiere a este tipo de museos en los siguientes términos: «Generalmente en los museos de ciencias naturales, de la técnica, infantiles o monográficos, lo más importante ya no son las colecciones, es decir, los objetos físicos dentro del espacio arquitectónico, sino que se han convertido en museos interactivos, contenedores que concentran la fascinación y la atención en torno a imágenes, reproducciones y focos desmaterializados de luz artificial. Lo básico ahora son los sistemas de objetos mediáticos —instalaciones, monitores, dioramas, reconstrucciones, maquetas, mecanismos, etcétera— de los que el visitante obtiene información y sobre los cuales actúa y experimenta [...]. Por tanto, una parte importante de los museos ha dejado de ser un lugar sagrado y puritano, hierático, selectivo y obsesionado por la seguridad, para convertirse en centros didácticos y divertidos, en palacios del hedonismo basados en un aprendizaje ameno y en la posibilidad de manipular objetos, dioramas y pantallas. Y esta desacralización del museo se ha convertido en lema, en motivo de atracción, en máxima publicitaria. Parece que no se puede inaugurar ninguna exposición ni ningún museo sin que el principal atractivo sea manipular y tocar, ya sea la historia de Cataluña, la evolución urbana de Barcelona, la invención y el desarrollo de los diversos tipos de energía o las mutaciones de los seres vivos. Del conservadurismo del museo tradicional se ha pasado a la desinhibición del "Prohibido no tocar".»

14. El origen y la filosofía de los ecomuseos son explicados de forma esclarecedora por François Hubert (1993, p. 195): «El nacimiento de los ecomuseos está estrechamente ligado a las transformaciones de la sociedad francesa de los años sesenta, y ello desde una doble óptica: primero desde el punto de vista formal porque el desarrollo de una política de ordenación del territorio va a crear las condiciones favorables para su realización; en segundo lugar, desde el punto de vista del contenido, porque los ecomuseos se nutrirán de toda una serie de preocupaciones aparecidas recientemente en la sociedad. A finales de los años cincuenta y comienzos de los sesenta el Estado toma conciencia de un cierto número de problemas que engendra un centralismo demasiado excesivo: éxodo y descenso del nivel de vida de las regiones «desheredadas»; crecimiento de las cargas colectivas en las grandes ciudades debido a las concentraciones industriales y al aumento de la población; reforzamiento de una lógica centralizadora nefasta en razón de la ausencia de política económica, etc. Es a partir de 1963 cuando se inicia una política de fomento de los recursos del país, que se concretiza, entre otras, en la creación de la DATAR. Esa política va a preocuparse del turismo, que pasa a ser una apuesta económica: a partir de 1963 se generaliza la cuarta semana de vacaciones pagadas y la mayor parte de los asalariados no trabajará en lo sucesivo durante los días del fin de semana; el 40 % de los franceses deja su domicilio cada verano durante al menos tres semanas; y en 1965, siete millones de extranjeros pasan sus vacaciones en Francia. Este fenómeno supone el preparar a las regiones de acogida. Desde los inicios del decenio comienzan los trabajos de adecuación turística de la costa del Languedoc-Roussillon, y en 1967 el de la costa de Aquitania. Las zonas rurales «sensibles» van a beneficiarse de esta política con la creación en 1967 de parques naturales regionales. Situados en la proximidad de las grandes ciudades, de las que serán su «pulmón verde», proporcionan un resurgir económico basado en el turismo. Las financiaciones interministeriales, de las que se van a beneficiar los parques, van a permitir la creación de estructuras museográficas susceptibles de atraer a los visitantes y de valorar el medio rural. Se dan así las condiciones objetivas para unas realizaciones que, bajo el impulso de Georges Henri Rivière, darán lugar a los ecomuseos.»

estrictamente museales, a activaciones con planteamientos generalmente turístico-patrimoniales que podríamos calificar de extremas.

Uno de los ejemplos más emblemáticos en Europa, es seguramente el de Ironbridge, en Inglaterra (aunque en todo el mundo hay realizaciones y proyectos que no le van a la zaga). Veamos cómo lo explica y justifica uno de sus conservadores:

Ironbridge es un bello valle boscoso de 15 km² donde hace cerca de 300 años empezó la Revolución Industrial. Es aquí donde, por primera vez en el mundo, los maestros fundidores descubrieron el método para producir hierro barato y en gran cantidad. Diversos monumentos de esta revolución han sobrevivido —hornos, almacenes, canales, fábricas y el famoso Puente de Hierro— y constituyen actualmente la base del complejo de museos que recibe el nombre de Ironbridge Museum. En 1967 se creó un *trust* a fin de preservar *in situ* esos monumentos, o bien, si se hacía necesario, desmontar y reconstruir en un museo al aire libre los monumentos amenazados por el desarrollo de la nueva ciudad de Telford [...]. El *trust* consiste en 38 emplazamientos históricos, todos situados en el valle, algunos menos importantes que otros en cuanto a la superficie pero no en cuanto a su interés [...]. Hoy en día, por lo menos 350.000 personas vienen cada año de todos los rincones del mundo para visitar los museos; 350.000 más vienen a visitar el valle para admirar el Puente de Hierro, a contemplar la vista espectacular y a pasearse por el río, sin acudir, sin embargo, a ninguno de los museos [...]. Tenemos actualmente un centro de investigación con una biblioteca de 60.000 volúmenes, una galería de arte y un departamento universitario; un centro de información turística, un albergue de juventud, dos tiendas, un restaurante, algunas casas de alquiler y dos centros de vacaciones. Debo admitir que también tenemos algunos museos... un museo de porcelana, un museo de azulejos, un museo dedicado a la historia del hierro, un museo del río Severn y nuestro paraje más popular: el Museo al Aire Libre [...]. Si queremos salvar un edificio, pero no lo podemos dejar en su emplazamiento original, lo desmontamos ladrillo a ladrillo, numerándolos, y después el conjunto es transportado al Museo al Aire Libre, donde el edificio es reconstruido y pasa a formar parte de la recreación de una ciudad victoriana tal como era a principios de siglo, no para mostrar los diferentes estilos de construcción —como en muchos museos al aire libre—, sino para mostrar la forma de vivir de aquella época. Las tiendas de la ciudad están abiertas, y fabrican y ofrecen los artículos que en ellas se vendían hace cien años. Los talleres y las fábricas también funcionan con las máquinas originales accionadas por demostradores vestidos de época. No hay letreros para no destruir la ilusión de vivir en el pasado. Los demostradores explican cómo funcionan las cosas, cómo afectaron a la vida de la población, cuáles eran los salarios, etc. Las calles y edificios están iluminados con gas. El olor a pan recién hecho se percibe más allá de la panadería, se puede degustar cerveza en el pub, y es posible ver el proceso de la colada del hierro y también el funcionamiento de las máquinas de vapor [...]. Con tantas atracciones rivales para

pasar una jornada agradable (zoos, castillos, deportes, compras) hay que poner mucha atención en las necesidades de los visitantes. La regla es muy simple: en la medida en que el concepto de base y su administración son los correctos, aquello de lo que el visitante se va a acordar más es que los empleados eran serviciales y sonrientes, que las instalaciones sanitarias estaban limpias y que la comida tenía una buena relación calidad precio. Basta con que uno solo de estos puntos no sea satisfactorio para que la visita se estropee, por mucho que esto no tenga nada que ver con la importancia histórica del lugar [...]. Necesitamos visitantes para salvaguardar nuestro patrimonio industrial. Nuestros empleados no reciben su sueldo del Estado. Sus salarios provienen de los ingresos obtenidos por la venta de entradas y de recuerdos y si los visitantes no vienen, podemos perder nuestro trabajo. Por eso, el visitante es nuestra prioridad (Haan, 1992).

Como he dicho, no se trata de un caso único, ni cualitativamente distinto de otras muchas iniciativas patrimoniales, aunque David de Haan lo expone sin mala conciencia, asumiendo sus «servidumbres». Veamos otros casos aún más próximos, como el proyecto del programa Physis (especialmente su Isla del Tiempo) en la Costa Brava.

➤ El programa Physis es un proyecto de corte humanista que se concreta en la creación de un parque cultural en la Costa Brava. Según el propio proyecto, «es un programa estudiado para activar la recuperación de las artes, oficios, deporte, cultura, historia, prevención de la conservación del medio natural, agricultura, pesca y ganadería tradicional, a través del ser humano, en base a las raíces y orígenes de las materias, siendo él motor y beneficiario al mismo tiempo, disfrutando del ambiente histórico y natural perdido en el tiempo». Además se precisa que: «incluye la activación de elementos prácticos y didácticos, cuya finalidad sea la recuperación del medio natural y las actividades que hayan caído en desuso [...] en un espacio concreto de una zona definida [...] en el que se transmiten el deporte, el arte, la ecología, la historia y la cultura autóctonas de la zona definida». El núcleo de este «espacio concreto» es la llamada Isla del Tiempo, donde se pretendía que, después de un proceso de habituación, el visitante, el turista, pudiera vivir realmente durante unos días como antaño. El proyecto la describe así:

La isla del tiempo nace como símbolo dentro de Physis, donde se crea y define a partir del uso de un espacio, o subespacios, dentro del enclave territorial del proyecto, y de la aplicación de sistemas y procesos de trabajos que han caído en desuso por la influencia tiempo-desarrollo. Además de los sistemas o procesos rescata actividades que hayan desaparecido; esta concreción de la isla del tiempo va de la agricultura, ganadería y pesca, a la artesanía, manufacturación, construcción y actividades culturales a determinar.

Retóricas e inconcreciones al margen, el proyecto, que no tengo noticias de que haya prosperado lo más mínimo, no representa desde un punto de vista del mercado ninguna locura si tenemos en cuenta los millones de turistas que visitan la zona. ¿No se trata, al fin y al cabo, de una radicalización de los procedimientos de Ironbridge e incluso de otros museos al aire libre o ecomuseos?

Otro proyecto más modesto, y éste sí llevado a término, es la reconstrucción del poblado ibérico de Calafell: edificios, ambientes, objetos, entornos sonoros y olfativos reconstruidos sobre la base de unas excavaciones, aprovechando los elementos originales (a veces ínfimos). Lo curioso de este caso es que no se justifica únicamente como recurso didáctico, lúdico y turístico (que también), sino, principalmente, como la forma más eficaz de protección del patrimonio arqueológico. Dicen sus promotores:

Cuando, en el año 1992, se decidió llevar a cabo una intervención en el poblado ibérico de Calafell, es obvio que el objetivo prioritario era la restauración, en el sentido de «conservar» el poblado. Con todo, la conservación de los restos físicos de un yacimiento arqueológico presenta muchos más problemas que los derivados de la lucha contra los agentes erosivos y degradantes. El problema más importante es el que provoca la «falta de uso» del mismo yacimiento. En efecto, cuando se acaban las tareas de excavación, aunque se proceda a una consolidación de los restos, el lugar suele quedar abandonado porque no tiene ninguna «función social». Incomprensible para la mayoría de personas, el yacimiento sólo resulta accesible a un reducido número de gente, que lo visitará una o dos veces a lo largo de su vida. La administración pública, por su parte, ve con pánico la proliferación de yacimientos arqueológicos, los cuales, ante la ausencia de funcionalidad social son finalmente abandonados por los organismos que deberían ocuparse de ellos. Por tanto, la ausencia de funcionalidad y la pérdida de interés son los mayores enemigos que tiene el patrimonio arqueológico (Pou, Sanmartí y Santacana, 1995, pp. 51-52).

Los ejemplos podrían continuar. El último «caso» del que he tenido noticia (*El País*, suplemento *Negocios*, 27 de octubre de 1996) es el de una iniciativa turístico-cultural, llamada Paleorama, que, según parece, ofrece, mediante cursos-estancia de una semana, «acercar a la gente al medio natural, tal y como lo hacía el hombre primitivo», a través del aprendizaje de técnicas como encender fuego por fricción, las artes de caza y pesca primitivas, ahumar alimentos con procedimientos del paleolítico o construir un refugio con los elementos que proporciona la naturaleza. No hace mucho, una institución más «homologada» como el Museu d'Història de Sabadell organizaba una demostración práctica de fabricación de instrumentos prehistóricos,

así como también de producción del fuego por fricción (véase *El Periódico de Catalunya*, 10 de noviembre de 1996).

En estos casos, la noción de patrimonio, constituida a partir de los parámetros y las activaciones antes explicados, se desdibuja. Si incluimos en ella descontextualizaciones, reconstrucciones y recreaciones de procesos (técnicos o rituales, no importa), ¿qué nos impide juzgar también como activación patrimonial un parque de atracciones como Port Aventura, ambientado por áreas culturales y donde muchos de sus elementos son auténticos?

Veamos el caso. Port Aventura utiliza el reclamo de la diversidad cultural como ambientación. La mayoría de elementos son falsos, o, por mejor decir, réplicas más o menos fieles, pero no todos. Port Aventura es un producto turístico integrado que vende muchas cosas: vende atracciones, espectáculos —todo ello en régimen de *forfait*—, y también vende comida y *souvenirs*. El parque se halla dividido en cinco áreas temático-culturales: el Mediterráneo, la Polinesia, China, México precolombino y colonial y el viejo *Far West*. Las réplicas de los ecosistemas, de la ambientación, de los edificios y monumentos —algunas de ellas muy conseguidas— conviven con elementos «auténticos» (por ejemplo, en el área del Mediterráneo se pueden hallar viejos carros procedentes realmente de las antiguas explotaciones campesinas de la comarca del Baix Camp —la zona donde se halla enclavado el parque—, aunque el entorno reproducido corresponda al norte de la Costa Brava, a muchos kilómetros de distancia). En la zona de la Polinesia hallamos un artesano autóctono que está elaborando con sus manos productos de las islas, como los que puede comprar cualquier turista en Hawai. La artesanía, en general, es realmente importada de los lugares representados (aunque convive sin conflictos con los *souvenirs* más convencionales: camisetas, gorras, sudaderas, llaveros, etc., siempre con el anagrama del parque). Algunos espectáculos, como los de la Polinesia, México y China, son ejecutados por artistas de esas zonas y parecen tan reales como los que se podrían contemplar allí. La comida tradicional —que cohabita con puestos de *fast-food* más o menos disfrazados—, en algunos restaurantes, se hace con las recetas originarias (aunque, excepto en la zona del Mediterráneo, las materias primas no deben serlo). Pero todo esto se da en Port Aventura, junto a la playa de Salou. Un artículo de Javier Martín (1995) sobre el parque explica que «un equipo de veinticinco arquitectos viajó a esas zonas del mundo para copiar —o comprar— edificios, ropa, gastronomía, folklore y hasta vegetación»; que «una reserva de indios cherokee y otra de pawnes proveen de objetos al *Far West*»; y que: «en México hay muchos de Chiapas, y en la Polinesia de Samoa»; sin embargo, el artículo no deja de recordarnos que se trata

al fin y al cabo de un parque de atracciones y empieza describiendo la sensación que produce la montaña rusa del Dragon Kahn. Se trata, ~~por supuesto, de «jugar» con esa diversidad cultural, con la autenticidad y la reproducción, contando siempre con la complicidad del público.~~¹⁵ Pero ¿es en realidad tan distinto Port Aventura de otros parques y ecomuseos? Incluso podríamos plantear, si se tercia, el problema de la restitución sin que saliera tan mal parado en las comparaciones (al fin y al cabo, su impacto económico en las comarcas de Tarragona es mucho mayor al de todas sus activaciones «patrimoniales» juntas). Y esto no deja de tener su importancia.

¿Qué diferencia, pues, Ironbridge, su reproducción de una pequeña ciudad victoriana, de la Isla del Tiempo del proyecto Physis? ¿La autenticidad de sus elementos, aunque no del contexto? ¿Y qué sucede si tomamos el caso de Port Aventura? ¿Qué deslegitima Port Aventura frente a Ironbridge, la no autenticidad del contexto —un parque de atracciones—, por más que sean «auténticos» muchos de sus elementos? ¿Legitima esto el poblado ibérico de Calafell, con pocos elementos auténticos pero en un contexto que sí lo es? ¿Y Paleorama, en qué difieren sus experimentos de los del Museu d'Història de Sabadell, y éstos, a su vez, de los que se pueden realizar en un museo de la ciencia? Parece que el criterio de «autenticidad» debe constituir la clave para salir de este atolladero. Pero, en el fondo, ¿qué es la autenticidad?

La autenticidad, en este contexto, tiene que ver con el carácter simbólico del patrimonio.¹⁶ Los mecanismos de asociación mental que utiliza el simbolismo se refieren fundamentalmente a dos figuras: la metá-

15. Los mismos textos de los folletos apelan a esta complicidad, por ejemplo: «Prepárate a disfrutar unas vacaciones llenas de aventura, a descubrir un paraíso fascinante entre palmeras, aves tropicales y danzas polinésicas, a pasear por la gran muralla China y a viajar montado en el Dragon Khan, prepárate a contemplar una ceremonia maya, a disfrutar de un chile con carne en una cantina mexicana, prepárate a oír silbar a tu alrededor las balas del *Far West* y a penetrar en las oscuras galerías de una mina de plata a bordo del tren *El Diablo*, prepárate a disfrutar de este viaje fascinante en el país del sol eterno, España [interesante asociación].» La *Guía del Aventurero para 1995* (una especie de guía práctica del parque) dice «Bienvenido aventurero, los habitantes del Mediterráneo, la diosa Pele, los aerois, el príncipe Hu, el Dragon Khan, el Imperio Maya, los mariachis y los 245 habitantes de Penitence te dan la bienvenida a Port Aventura. Prepárate porque realizarás un viaje fascinante a través de cinco mundos, cinco lugares increíbles y emocionantes donde tus sueños más aventureros se harán realidad. Prepárate, porque la aventura de tu vida está a punto de comenzar.» Obsérvese cómo, a pesar de que se trata de un parque de atracciones, éstas se mencionan como emboscadas en un contexto de viaje, autenticidad y exotismo cultural. El público acepta esta convención y juega complacido con ella. El éxito es rotundo.

¹⁶ El problema de la autenticidad de los referentes patrimoniales no tiene sólo una dimensión simbólica, con ser ésta muy importante y el origen de todas las demás. Véase, por ejemplo, el problema provocado en Francia por el cuestionamiento de la autenticidad del cuadro *Jardin à Auvers*, atribuido a Van Gogh, declarado en su momento patrimonio nacional por el Estado para evitar su expatriación y que ha sido objeto de transacciones multimillonarias y de sentencias judiciales.

fora y la metonimia. La primera, como es sabido, se basa en el principio de semejanza y la segunda en el de contacto o participación. La eficacia simbólica de la metonimia, en principio, es muy superior a la de la metáfora, en la misma proporción que la reliquia de un santo (o de un héroe) lo es a la imagen de aquél. En el ámbito del patrimonio, la noción de autenticidad se basa exclusivamente en la metonimia, es decir, se logra únicamente mediante aquellos elementos que se supone que realmente han estado en íntimo contacto o formado parte de los parámetros extraculturales que los legitiman (sean especímenes naturales, objetos históricos y/o pertenecientes al individuo genial, o frutos de la inspiración creativa).¹⁷ La metáfora (la imagen, la fotografía, la copia, la reproducción...) tiene una capacidad de evocación auxiliar, pero jamás alcanza a legitimar por sí misma un repertorio patrimonial.

Conviene aclarar que la autenticidad que reporta la metonimia no se refiere siempre necesariamente al objeto, sino también al contenido, a la expresión, e incluso al contexto.¹⁸ La autenticidad de la obra de un poeta no está en los libros sino en la poesía nacida de su genialidad, la autenticidad de un concierto no está en los instrumentos sino en la música (debida a la inspiración creativa del autor e incluso del director y los miembros de la orquesta). Por otra parte, un yacimiento paleoantropológico sigue manteniendo su «autenticidad» aunque los restos de homínidos que se hayan hallado en él reposen ahora en un museo (como el escenario de una batalla).

La prueba de lo que vengo diciendo radica en el principio de «conservación». Si nos remitimos a los ejemplos anteriores (Ironbridge, la Isla del Tiempo, el poblado ibérico de Calafell, Paleorama y Port Aventura) y nos preguntamos «¿qué conservaríamos en cada caso?», observaremos cómo los elementos resultantes mantienen una relación metonímica con sus respectivos parámetros de legitimación simbólica.

Lo que sucede es que, en la realidad, las activaciones patrimoniales que van más allá de las colecciones museísticas, los monumentos,

¹⁷ Por ejemplo: ¿Por qué en el contencioso entre Salamanca y Cataluña por los archivos de la Generalitat republicana, ninguna de las dos partes acepta quedarse con la información microfilmada o en cualquier otro soporte actualmente utilizable? Tal parece que este patrimonio —los originales— tiene algo más —algo muy importante que moviliza a miles de personas y crea conflictos políticos— que la mera información histórica.

18. Marta Monmany (1993, p. 7) se refiere a lo que yo llamo «autenticidad del contenido» respecto a los experimentos científicos. El péndulo de Foucault mostrado y rotulado como objeto dentro de un museo puede inducir a la confusión. *Lo que en verdad es real, y auténtico, es el fenómeno que quiere demostrar este "artilugio": el movimiento del péndulo.* (La cursiva es mía.) Más discutible es la calificación que la autora atribuye a estos «fenómenos demostrados» de «objetos auténticos», que equivale a desvirtuar el concepto de objeto o, mejor dicho, a asociarlo a cualquier referente o significado contenido en un museo, por el mero hecho de estar contenido en un museo, lo cual, además de abusivo, resulta inoperante.

los espacios naturales y los yacimientos arqueológicos, fundamentalmente, combinan diversos principios comunicativos: la metonimia, la metáfora y la simple difusión racional de ideas y conocimientos, por lo menos. Esto se da, por ejemplo, habitualmente, en las exposiciones temáticas temporales (sean o no producidas por museos). Sin embargo, en estos como en otros casos, es interesante observar que nunca faltan elementos (ya sean objetos y/o contenidos) «auténticos», so pena de poner en cuestión su credibilidad. Podríamos decir, a propósito de todas estas activaciones «híbridas», que estamos ante representaciones que «juegan» con el patrimonio para fines identarios, turísticos y sociales diversos. Los fines podrán ser discutibles en ellos mismos, pero no por su utilización de los *sacra* patrimoniales, si no se quiere caer en una suerte de integrismo patrimonial difícilmente justificable desde el momento en que admitimos que la identidad y la realidad social son versionables y cambiantes.

CAPÍTULO 3

EL CONOCIMIENTO COMO PATRIMONIO CULTURAL

En la evolución biológica, que es darwinista, los cambios se inician en el sistema codificador de información, por eso son automáticamente hereditarios. En los sistemas vivientes no se conoce ningún mecanismo que permita que la herencia de los caracteres adquiridos, que permita codificar en el genoma las propiedades somáticas adquiridas a lo largo de la vida individual. En la evolución cultural, en cambio, las novedades, además de poder ser intencionales, pasan al patrimonio cultural, y pueden, también intencionalmente, ser codificadas de acuerdo con los requerimientos del modelo lamarckiano de la herencia de los caracteres adquiridos [...].

Sólo por el hecho de llevar información codificada, el lenguaje escrito, y el resto de componentes del patrimonio cultural externo que tienen esta función, se asemejan al genoma. Aparte de esto, la información codificada en el patrimonio cultural externo no determina las propiedades culturales, como los genes determinan las de los sistemas biológicos. La cultura es un patrimonio social —de grupo—, que lleva información en parte codificada y en parte no, en que el componente que lleva la información codificada tiene un papel mucho más pasivo en la evolución del sistema y está mucho más laxamente ligado a los individuos humanos que son sus usuarios, que no el genoma. Por eso, el destino evolutivo de las culturas no está siempre ligado al de los grupos biológicos que son sus usuarios en un momento determinado.

ANTONI PREVOSTI, *Comparació de les estratègies de l'evolució biològica i l'evolució cultural*

Hemos de reivindicar que el término patrimonio haga alusión a las personas, y que la investigación del