



LO BELLO Y LO NECESARIO: ARTE, HISTORIA Y PATRIMONIO

BIBLIOTECA 35.

ESTUDIO E INVESTIGACIÓN



Poema III

Arte, historia, patrimonio: el triunfo de las palabras, la deformación de sus significados

JAIME NUÑO GONZÁLEZ
Fundación Santa María la Real (Aguilar de Campoo)

*Yo proclamo lo que digo
sin meditar lo que dije.
Ni me asombra ni me aflige
pensar que me contradigo,
cualquier ideal persigo,
pues todos los ballo buenos:
los magines están llenos
de juicios que no se avienen
y las mismas cosas tienen
mil razones por lo menos.*

Pedro Bonifacio Palacios «Almafuerte» (1854-1917)

*Y es que en el mundo traidor
nada hay verdad ni mentira:
todo es según el color
del cristal con que se mira.*

Ramón de Campoamor (1817-1901)

Arte, historia, patrimonio, tres palabras cuyo uso ha alcanzado en los últimos años una extensa popularidad. Si hasta hace no tanto tiempo parecían términos que solo estaban en boca de una pequeña élite intelectual, ahora forman parte de toda la sociedad. El turismo cultural, por un lado, y la preocupación de muchos territorios o colectivos por potenciar lo que consideran sus «raíces», quizás sean la clave de este «éxito» ¿Pero se trata verdaderamente de un éxito?

Hace más de treinta años, cuando empezaron estos cursos de Aranda, hicimos un trabajo en colaboración con José Luis Hernando, que titulamos *Tempus Fugit*, en el que, de alguna manera, poníamos de manifiesto el paso del tiempo sobre un patrimonio no demasiado atendido, a veces incluso abandonado e ignorado, que iba sucumbiendo sin remedio ante el desinterés, el abandono y la desidia (Hernando Garrido y Nuño González, 1990). Hoy las cosas han cambiado, y mucho, el patrimonio se ha convertido en un reclamo generalizado, la historia y el arte están presentes en la vida cotidiana de

buena parte de la sociedad y de los medios de comunicación más generalistas. Existe una demanda y una oferta global para conocer culturas, monumentos, escenarios en cualquier rincón y, en definitiva, podemos decir que el patrimonio, cada vez más, es un recurso económico para muchas personas, grupos y lugares. Hace décadas nos quejábamos de que el turismo solo miraba hacia el mar y la playa, pero ahora el llamado «turismo cultural» es una gran realidad, una succulenta realidad, a pesar de los quebrantos que ha sufrido en los últimos meses y que aún, mientras se escriben estas líneas, sufre.

Pero, al margen de crisis provocadas por situaciones como la presente, totalmente ajenas a la evolución lógica y esperable de ese fenómeno de éxito, quizás no sea oro todo lo que reluce o, al menos, desde nuestro punto de vista, hay brillos que son espejismos. Trataremos de explicarlo.

UNA ADVERTENCIA PREVIA, UNA REFLEXIÓN Y ALGUNAS VALORACIONES

Como reza el subtítulo de esta revista, *Estudio e Investigación*, los trabajos que aquí se publican se ciñen siempre a tales principios. Sin embargo, en esta ocasión queremos permitirnos una licencia y plantear un artículo mucho más subjetivo, aunque, como ya comentaremos más adelante, también la evaluación de la historia, así como la percepción del arte y en general del patrimonio, son siempre subjetivas, por más que pretendamos y prediquemos lo contrario. Así pues, estas líneas serán solo una reflexión personal –propia y por tanto subjetiva, reitero– sobre qué está pasando con la historia y el patrimonio y creo que resulta evidente que, por el título que hemos dado, no somos todo lo optimistas que cabría esperar sobre el cambio que se ha producido en las últimas décadas y que, aparentemente, ha sido para bien. Otra cosa es cómo encaremos el futuro.

Nunca antes de ahora la historia, el arte, el patrimonio, han sido tan populares, pero, a la vez, nunca antes su significado ha estado, pensamos, tan vacío. La demanda de estos recursos ha aumentado exponencialmente: todo forma parte de la historia –sobre todo si es la propia–, todo puede ser considerado arte –los ámbitos, estilos, tendencias y obras abruman ya–, todo es cultura. Las élites se han diluido y sus antes exclusivos gustos se han generalizado. Aunque el fenómeno no es nuevo.



Castro de Santa Tecla (La Guardia, Pontevedra): un lugar visitado por miles de personas al año, pero con las investigaciones arqueológicas paralizadas (foto: Jaime Nuño).

Cuando en la década de 1960 empezaron los primeros movimientos ecologistas –antes incluso de que se conociera este término–, la defensa de la naturaleza era el combate de unos pocos, pero con su trabajo y empeño, con su total militancia e inteligencia para contar públicamente los hechos y los objetivos perseguidos, su mensaje fue calando poco a poco. Hoy la protección de la naturaleza es de interés general, incluso, trascendiendo al asociacionismo original, han surgido numerosos partidos que tienen como prioridad la conservación del medio ambiente. Más allá todavía, todas las grandes corporaciones han asumido el discurso medioambiental –incluso las que siguen siendo muy contaminantes– y en sus declaraciones y proyectos, a veces también en sus logotipos, se refleja esa preocupación. La realidad, sin embargo, no siempre se ajusta a la imagen que se proyecta o al discurso que se emite, de modo que de este progreso que ha vivido el ecologismo se saca una enseñanza: no es necesario cambiar radicalmente las cosas, lo importante es cambiar el estilismo y el mensaje, es decir, lo que llega al común de las personas. Es cierto, tampoco podemos

obviarlo, que con el tiempo también cambian las cosas, pero lo hacen de una forma muchísimo más lenta que las palabras. Y este mismo proceso está ocurriendo ahora mismo en muchos otros ámbitos, por supuesto: todo proyecto o acción que se pone en marcha, necesariamente se ha de plantear con ánimo integrador, equitativo, sostenible, respetuoso con, incluso atendiendo al desarrollo de tecnologías digitales y orientado a combatir la despoblación del mundo rural. Los mismos mantras se escuchan en cualquier noticia.

Claramente está ocurriendo este proceso en todo aquello que de modo general llamamos patrimonio histórico o patrimonio cultural, que a veces hasta escribimos con mayúsculas –Patrimonio Histórico o Cultural– para darle más relevancia. El uso reiterado de estos conceptos no implica necesariamente que los contenidos que hay detrás estén al mismo nivel, de modo que la superficialidad, desde nuestro punto de vista, puede provocar una devaluación enorme, tanto física como conceptual –esto es, de valores–, que a la larga resulte perjudicial.

Pero hay otro fenómeno que nos parece más llamativo aún, por contradictorio: paradójicamente, este incremento paralelo de los discursos y de la demanda está coincidiendo con la constante merma de las humanidades en los planes de estudios y con una reducción drástica de los proyectos de investigación. Así, estos tres elementos, la historia, el arte y el patrimonio, que tienen intrínsecamente un claro valor cultural, lo están perdiendo en beneficio de los que podemos entender como su valor extrínseco, que es el puramente mercantil o económico y que se concreta en su explotación turística. Al menos el modelo español a fecha de hoy es bien claro en este sentido: la gestión de estos recursos se lleva desde dos ministerios muy diferentes, el de Cultura y Deporte por un lado, y el de Industria, Comercio y Turismo, por otro, y tanto esta separación –que es muy similar en todas las comunidades autónomas– como el peso de los respectivos ministerios, deja bien claro por donde va el futuro. Siempre primará la explotación turística sobre el valor cultural y cuando la fragilidad de las cosas puede comprometer su futuro, el valor turístico siempre será el que predomine. Pongamos un caso, el del castro galaico de Santa Tecla (La Guardia, Pontevedra), «el más emblemático y visitado de los castros gallegos», según la Wikipedia (Castro de Santa Tecla, 2021). En este yacimiento arqueológico, donde no se realizan



EL FINAL DEL ESTADO CATALÁN

La ocupación de Barcelona, ratificada el 18 de septiembre con la capitulación de Cardona, dejó a Felipe V como vencedor total. El Estado catalán, con su avanzado ordenamiento constitucional, dejó de existir. Al igual que anteriormente en Valencia y Aragón, Felipe V impuso su tiranía con las leyes e instituciones de Castilla. El exilio, el expolio y la represión se abatieron sobre los catalanes. El precioso legado de siglos de libertades, cogobierno y constitucionalismo fue destruido por la barbarie absolutista. Y la nueva situación impuesta por las armas era difícilmente reversible. La derrota alejaba de forma definitiva las opciones del emperador y la posibilidad de que Gran Bretaña, gobernada otra vez por los whigs, se pudiese en marcha para ayudar a Cataluña. Para los catalanes empezaba una noche que sería muy larga.

Restos arqueológicos exhumados en El Borne (Barcelona) y una cartela explicativa (fotos: Jaime Nuño).

excavaciones desde 1988, la Xunta de Galicia, según recoge esta misma fuente, anunció en el año 1996 «que emprenderían acciones para el aprovechamiento sociocultural de este yacimiento». Diez años más tarde, «En julio de 2006 la Consejería anunció un plan director para el yacimiento de Santa Tecla, que incluía la protección de todo el monte, nuevos trabajos arqueológicos, etc.», aunque poco se ha hecho más allá de cierto mantenimiento, porque lo más vistoso para el visitante son las dos casas reconstruidas en 1965 y 1972 y los muros que fueron consolidados en 1979. «La visita al monte no es gratuita. Por otro lado el yacimiento carece de vigilancia y la cantidad de visitantes sin guía hace que las estructuras sufran importantes deterioros», a veces intencionados. Y no estamos hablando de un lugar apartado, de difícil acceso, sino que ya desde antiguo cuenta con una amplia carretera que facilita también –y quizás esto sí sea lo importante– el acceso a la multitudinaria romería, la *Festa do Monte*, que se celebra ahí el segundo domingo de agosto y que desde 2009 está declarada Fiesta de Interés Turístico (regional). En un lugar tan visitado y sin trabajos de investigación desde hace ya más de tres décadas, cabe preguntarse qué se puede estar contando ahora, máxime cuando las excavaciones más extensas se hicieron hace casi un siglo, o incluso más de un siglo, y las más precisas y sistemáticas se realizaron solo en el corto periodo de 1983 a 1988. Y

qué se va a seguir contando en un futuro, ¿siempre lo mismo? Tal vez, mientras el turismo siga afluyendo, el conocimiento del lugar sea secundario. Y si el turismo deja de fluir, entonces es fácil que interese aún menos ese conocimiento histórico.

Santa Tecla es solo un ejemplo, pero como este los hay a cientos, a miles incluso, lo que evidencia claramente cómo están las cosas. La señalética va en aumento, las guías se multiplican, los repertorios crecen, incluso las declaraciones de protección, pero el conocimiento, más allá de lo superficial y reiterativo, cada vez parece importar menos. Sin embargo, también existe algún ejemplo que se sale de esta pauta tan generalizada, y quizás, entre ellos, el más llamativo, por su casi excepcionalidad, sea Atapuerca. Este emblemático proyecto ha conseguido una gran perdurabilidad y estabilidad en los procesos de investigación, así como en la divulgación de los resultados, tanto a nivel científico como de masas, tal vez, entre otros motivos, por una minuciosa planificación de lo que ha de ser la proyección pública del conocimiento. Atapuerca ha logrado que toda una comarca –por no ir más allá– y las instituciones asuman el yacimiento como algo propio y extraordinario, que conviene mantener en su doble vertiente, científica y turística, de modo que el refuerzo mutuo es lo que conduce al éxito. Hoy los yacimientos de Atapuerca, así como todas las instalaciones que

hay en esa misma localidad, en Ibeas de Juarros o en Burgos, son visitadas por miles de personas, pero a la vez el equipo de investigación ha ido creciendo, consolidándose y encontrando nuevas alianzas en muchos lugares y ámbitos de conocimiento. Lo inusual de este proyecto, al menos en España, debería hacernos reflexionar más sobre la importancia de mantener vivos los dos cauces, el científico y el turístico.



Carcasona (Francia), una de las obras de restauración/reconstrucción más importantes de Viollet-le-Duc (foto: Jaime Nuño).

Pero la ciencia, la investigación, no es un campo que cuente especialmente con el aval de las administraciones o de las corporaciones de cierta entidad, y cuando el posible resultado no se puede traducir en una patente monetizable, todavía peor. Y si el estudio es en el campo de las humanidades, ya es mejor no hablar. En España se dedicaba a ciencia, tecnología e investigación en 2018, última fecha de la que hay datos, el 1,24% del PIB –curiosamente, en 2009 y 2010 había llegado a ser del 1,33% –, mientras que la media europea era del 2,11%, incluyendo entonces al Reino Unido que, no obstante, con su 1,73%, tiraba de la media hacia abajo (Eustat, 2020). El país de la Unión Europea que más inversión dedica a estos conceptos es Suecia (3,32%) y España está a la altura de Polonia o Luxemburgo (ambos con el 1,21%) y por debajo de países como República Checa (1,90%), Hungría (1,53%) o Portugal (1,36%); fuera de la Unión, pero en el continente europeo, también estamos por debajo de Islandia (2,04%). China incluso dedica un 2,14% y Estados Unidos el 2,82%, mientras que muy por delante van Japón (3,28%) o Corea del

Sur (4,53%). Desconocemos qué porcentaje se dedica al desarrollo de las humanidades en cada uno de estos países, aunque cabe suponer al menos cierta proporcionalidad. En septiembre de 2020 el Gobierno de España aprobó la Estrategia Española de Ciencia, Tecnología e Innovación para 2021-2027, con el objetivo de que al final de este periodo se alcance el 2,12% (Gobierno de España, 2020). No sabemos si se cumplirá el objetivo, y mucho menos la repercusión que esto tendrá en el ámbito que nos ocupa. Esperemos a entonces, pero adentrémonos ahora en analizar otras vertientes, otros aspectos que son más conceptuales y que, en realidad, muy poco tiene que ver con la financiación, sino más bien con la percepción y valoración social de la historia y del patrimonio; resumido en una palabra: con la educación.

EXPLICANDO LA HISTORIA

¡Qué difícil resulta no caer en la tentación de armar cada uno el ascua a su sardina!, es decir, sus traerse de contar las cosas como más nos favorecen. No como más nos favorecieron cuando ocurrieron, sino como mejor nos resultan ahora. Es lo que pasa habitualmente con el relato histórico, que se utiliza con demasiada frecuencia como arma de presente, para justificar el hoy mediante los acontecimientos pasados, a veces muy lejanos. El nacimiento en España de las distintas comunidades autónomas hizo que cada territorio reafirmase su nuevo estatus mediante argumentaciones históricas, justificaciones que siempre elegían el momento más conveniente para el resultado buscado. Aunque en algunas regiones este fenómeno se remonta al siglo XIX, con el surgimiento de los nacionalismos –o, en su forma menos intensa, de los regionalismos–, la nueva situación hizo aflorar con ímpetu, entre otros episodios, el celtismo galaico o astur, a los irredentos cántabros peleando con Roma, a los comuneros de Castilla, el arabismo andaluz, antiguos y extintos condados, principados y reinos, al rey Lobo de Murcia y, si fuera el caso, a la cora murciana de Tudmir o a los Banu-Qasi riojanos. El discurso unitario y monolítico de la historia oficial franquista, empleada para justificar el modelo de estado del régimen, fue sustituido por multitud de relatos que ponían el énfasis en etapas históricas muy diferentes, a veces de corta vigencia, pero igualmente necesarias para apoyar la el presente. Debemos entender, aunque parezca un sinsentido, que la historia no es la exposición de los



Exaltación pictórica de don Pelayo y la batalla de Covadonga, obra de Luis Madrazo, 1855 (Museo del Prado).

hechos tal como sucedieron, sino cómo se cuentan. Los acontecimientos en sí mismos constituyen el pasado, el relato, la explicación de los mismos, su ordenación e interpretación, constituyen verdaderamente la historia. Y esta tiene un altísimo grado de subjetividad, a veces personal, a veces colectiva. En definitiva, y no es solo fenómeno propio de nuestro tiempo, la historia siempre se ha empleado para traer el pasado a la actualidad, generalmente con fines políticos, y en tales circunstancias, pasar del subjetivismo más exacerbado a la descarada manipulación, solo hay un paso. En estos últimos años hay un caso muy evidente de lo que estamos contando y que tiene mucho que ver con el creciente fervor independentista que se vive en Cataluña y que se concreta en un episodio de la Guerra de Sucesión a la Corona de España (1701-1713), disputada entre Borbones y Habsburgo. Los dos pretendientes, Felipe de Borbón y el archiduque Carlos de Austria, buscaron los necesarios apoyos, que fueron cambiantes y volubles a lo largo de los años, algo común en los conflictos armados, donde las «causas» o fidelidades suelen ser muy tornadizas. Hasta que Carlos fue nombra-

do emperador de Austria (1711) y poco después se firmó el Tratado de Utrecht (1713), que puso fin al conflicto, siendo reconocido como monarca Felipe V. Una parte importante de Cataluña no reconoció el acuerdo, puesto que en él no se contemplaba el mantenimiento de los fueros catalanes, que el nuevo rey quería abolir, sino que simplemente les ofrecía «todos aquellos privilegios que poseen los habitantes de las dos Castillas» o «conservarles los mismos privilegios que a mis fieles castellanos» (Albareda Salvadó, 2010: 391-392 y 351-352), es decir, un estatus de igualdad territorial. La cuestión, que afectaba también a todos los demás fueros y privilegios de la corona de Aragón, se convirtió en el llamado «Caso de los catalanes» y Barcelona, la ciudad más importante, se mantuvo rebelde, hasta que fue bombardeada y tomada por las armas el 11 de septiembre de 1714, siguiendo a continuación una cruenta represión. Esa fecha marca la celebración de la *Diada de Catalunya*. Curiosamente, como dato que pone de manifiesto que esa rebeldía, aunque defensora de los fueros, no tenía un carácter nacionalista, cuasi-independentista, como se quiere presentar ahora, cuando el asedio estaba llegando a su fin, las autoridades catalanas que se encontraban en la ciudad redactaron un bando donde se arengaba a la población a *derramar gloriosament sa sanch y vida, per son Rey, per son honor, per la patria e per la llibertat de tota Espanya* (derramar gloriosamente su sangre y vida por su rey [Carlos de Austria], por su honor, por la patria y por la libertad de toda España). En el mismo documento se dice que en la lucha que mantiene Barcelona «reside la libertad del Principado y de toda España» (Coroleu y Pella, 1878: 689).

La manifestación tangible, arqueológica, de esos acontecimientos se encuentra hoy en la plaza barcelonesa de El Borne, antiguo mercado de abastos en cuyo subsuelo se realizaron excavaciones que sacaron a la luz los antiguos barrios de la ciudad que fueron demolidos poco después de aquel conflicto para dejar un espacio libre entre el caserío y la nueva fortificación militar que se construyó ahí, la llamada Ciudadela. La musealización llevada a cabo es un gran ejemplo de puesta en valor de unos restos arqueológicos, visitados hoy por miles de personas, pero los textos de las cartelas que explican tales vestigios y lo que ahí ocurrió, desde nuestro punto de vista se dejan llevar tanto por una valoración política actualizada que llegan a ser casi proclamas antiespañolas y especialmente anticastellanas: «un gran ejército de ocupación se instaló en Cataluña»,



10 lugares que deberías conocer antes de morir

© Roger Carles - 31 Marzo, 2016 - Lugares sin encanto - Sin comentarios

Seguramente, si hiciésemos una lista de lugares que queremos conocer antes de morir, esta sería interminable, y es que para algunos de nosotros, cualquier lugar en el que no hayamos estado, ya merece la pena ser conocido. Aun así, no podemos negar que hay ciertos lugares que destacan, en cierta manera, sobre los demás. Por eso, os dejamos una selección de algunos de esos 10 lugares que deberías conocer antes de morir.

1. Machu Picchu, Perú

La isla de Tailandia y otros 10 lugares de ensueño que estamos destruyendo

La última clausura de una playa en Tailandia es otro caso más en la numerosa lista de destinos amenazados por la sobreexplotación turística, como Machu Picchu y Abu Simbel.

CARLOS MEGÍA | 18 MAY 2016 08:25



Dos imágenes muy distintas con telón de fondo de Machu Picchu. A la izquierda incitación al consumo turístico, con una imagen idílica de ese poblado inca (<https://blog.global-exchange.com/lugares-antes-de-morir/>), a la derecha noticia de las consecuencias de un turismo masivo y las amenazas que está sufriendo el mismo lugar (<https://smoda.elpais.com/moda/actualidad/destinos-turisticos-ensueno-destrozados-turismo/>).

dice uno esos textos, «Felipe V impuso su tiranía con las leyes e instituciones de Castilla», se puede leer en otro. Evidentemente, no es lo mismo decir «impuso su tiranía [en Cataluña]» que expresarlo, por ejemplo, «desde entonces el ordenamiento jurídico e institucional castellano se hizo extensible a los territorios de la corona de Aragón», algo que resulta menos apasionado —por no decir tendencioso— y más aséptico, un valor que se espera de los análisis históricos. No lejos de allí, junto a la iglesia gótica de Santa María del Mar, se encuentra el *Fossar de les Moreres*, un antiguo cementerio en el que se enterraron muchos de los defensores de la ciudad durante aquel episodio bélico. En 1989 el lugar se convirtió en una plaza en honor de aquellos defensores muertos —añadiéndose después un pebetero con una llama que arde permanentemente— y desde entonces, cada año, las autoridades celebran ahí un homenaje. En esta instalación se pueden leer unos versos del poeta Frederic Soler (1839-1895), más conocido como Serafí Pitarrá, que empiezan diciendo: *Al fossar de les Moreres / no s'hi enterra cap traïdor; / fins perdent nostres banderes / serà l'urna de l'honor* (En el cementerio de las Moreras / no se entierra ningún traidor; / hasta perdiendo nuestras banderas / será la urna del honor). El largo poema cuenta cómo el viejo Jordi, ayudado por su nieto,

abre fosas para enterrar a los combatientes que día a día van cayendo mientras la ciudad resiste. En un momento se acuerda de su hijo, padre de este nieto, y se avergüenza, por *Que aquell fill... taca afrentosa! no / tenint la pàtria en res, / va abandonar fill i esposa / i va vendre's al francès*. (Que aquel hijo... mancha afrentosa / no teniendo a la patria en nada / abandonó hijo y esposa / para venderse al francés) y se lamenta llorando: *Ell tan lleial a Catalunya / i el seu fill tan criminal...!* (¡Él tan leal a Cataluña / y su hijo tan criminal!). Los combates avanzan, muriendo gente de uno y otro bando, llegando sus cadáveres al cementerio, donde abuelo y nieto van separando a los leales de los traidores. Así, entre los muertos que llegan, acaban reconociendo al hijo del viejo Jordi, padre del niño, exclamando con ira al verlo: —*Mira'l, Déu n'ha pres venjança* (—Míralo. Dios ha tomado venganza), terminando el poema con estos versos: —*A on l'enterrem? —A fora!! / Al fossar de les Moreres / no s'hi enterra cap traïdor; / fins perdent nostres banderes / serà l'urna de l'honor*. (—¿Dónde los enterramos? —¡Fuera! / En el cementerio de las Moreras / no se entierra ningún traidor; / hasta perdiendo nuestras banderas / será la urna del honor).

El indudable tono épico resulta bastante lógico en un ambiente como el decimonónico donde la



Sala de La Gioconda en el Museo del Louvre (foto: Jaime Nuño).

recuperación de los valores tradicionales estaba en alza. Parece más indudable que, de haberse dado ese caso real en 1714, la familia hubiera respondido de esa manera, pero de todos modos el cántico pone en evidencia una circunstancia que parece pasar desapercibida: hubo catalanes en ambos bandos, como habitualmente ha ocurrido en todas las guerras. El traidor siempre es el otro, para Felipe V lo fueron muchos catalanes –y de otros lugares– porque apoyaron al archiduque Carlos de Austria, para el nacionalismo catalán fueron quienes apoyaron al Borbón porque con él llegó la unificación legislativa y administrativa.

No pretendemos hacer aquí valoraciones territoriales ni políticas de ningún tipo, tan solo poner de relieve el uso sesgado que se hace del pasado, y precisamente en los acontecimientos que en nuestro tiempo están sucediendo en Cataluña la historia se quiere usar como una de las armas más eficaces. Pero el caso catalán no es, sin embargo, único ni mucho menos. El posicionarnos a un lado u otro de acontecimientos que tuvieron lugar hace siglos y juzgarlos con nuestros valores actuales, es práctica

común. Tomamos partido en hechos del pasado de una manera firme, sin tener nunca en cuenta que nuestra perspectiva es la del siglo XXI y que los valores colectivos no son ni eternos ni universales. A todos nos parece ahora una aberración la expulsión de los judíos de España en 1492 y la de los moriscos en 1609, pero ¿pensaríamos lo mismo si hubiéramos vivido en cualquiera de esas fechas? Me atrevo a decir que no, porque ambas expulsiones fueron muy populares en su día y solo unos pocos intelectuales se manifestaron críticos, aunque no lo suficiente.

En Castilla –puntalicemos mejor: en la antigua corona de Castilla– tenemos también un ejemplo similar, el levantamiento de las Comunidades (1520-1522) que sucumbió mientras las cabezas de Padilla, Bravo y Maldonado rodaban por el cadalso, además de con otros muchos muertos en distintos enfrentamientos. La derrota en Villalar del ejército comunero comandado por estos tres líderes y su posterior ejecución (1521), ha sido tomada como el fin del modelo organizativo castellano, basado en el sistema representativo de las Cortes, con presencia significativa de las ciudades y de los tres estamentos



Viajeros decimonónicos en pleno Grand Tour, según la obra "Turistas ingleses en Campania", de Carl Spitzweg, hacia 1835 (Museos Estatales de Berlín).

o estados. La fecha de la batalla, un 23 de abril, es la que se ha tomado en la comunidad autónoma de Castilla y León como fiesta regional. Los discursos y escritos que muchas veces se han lanzado en torno a ese levantamiento, presentan a los comuneros como unos héroes de talante popular y democrático que no quieren aceptar un centralismo y absolutismo emergente, impuesto por los consejeros flamencos que trajo, a partir de 1517, el nuevo rey Carlos I, nacido en Gante. Pero el levantamiento de las Comunidades tuvo unos motivos mucho más complejos, que casi nunca se tienen en cuenta en esa simplista y bipolar explicación de la historia y, desde luego, como en el caso de la Guerra de Sucesión en Cataluña, hubo una sociedad dividida, con castellanos que militaron en el bando comunero y castellanos que militaron en el bando realista, castellanos que cambiaron de bando y ciudades enteras que estando primero a un lado, después estuvieron en el otro, casi siempre terminando al lado del vencedor, como suele obligar la necesidad de supervivencia.

La evolución cultural de nuestra sociedad ha traído un mayor conocimiento histórico a buena parte de la población, un saber que hace tan solo algunas décadas estaba circunscrito a un puñado de ilustrados. Pero para juzgar con cierto criterio hay que tener mucha más información que leer un par de libros o, peor aún, considerar como inapelable una nota leída en cualquier blog o en un simple mensaje llegado a través de una de las múltiples redes sociales que nos inundan y cuyo único contraste de

verosimilitud es que se alinee con nuestros valores personales. Grandes historiadores, que han dedicado mucho trabajo a explorar acontecimientos como los arriba citados, casi nunca se muestran tajantes y entienden que los matices son muy importantes. Por el contrario, es muy común oír en cualquier declaración o tertulia categorizar con empeño a quienes no han dedicado más que algunas horas –en el mejor de los casos– a leer unas breves páginas y extraer –si no estaban ya programadas– unas exiguas conclusiones. Curiosamente, estos últimos son los que llegan con más facilidad al gran público y en consecuencia quienes crean estado de opinión o «tendencia», como nos gusta decir ahora. Tales estados de opinión sobre el devenir histórico de los distintos colectivos tienen comúnmente unos parámetros claros: «los nuestros», por extensión «nosotros» –nuestro país, región, colectivo– siempre hemos sido los más tolerantes, los más democráticos, valientes y piadosos; los valores antagónicos los ha encarna «el otro», el de la trinchera de enfrente. Claro que eso resulta fácil de creer si elegimos los tiempos o acciones más favorables para potenciar esta imagen y prescindimos de las negativas. Ocultar los hechos o datos conocidos es una de las formas más habituales de manipulación y de eso se suele encarar esa historiografía «oficial», tan del gusto de muchos políticos y que se caracteriza generalmente por su total ausencia de crítica y objetividad.

Algo similar ocurre a veces con el arte, como reliquia que es de nuestro pasado y evidencia de una sociedad ya lejana pero que está en las propias raíces. Son muchos también los casos de manipulación de la historia a través de la mixtificación de sus monumentos, tratando de resplandecer más aún los brillos y «rectificando», cuando no desmontando, lo que se supone mediocre. Un maestro en este tipo de trabajos fue el arquitecto francés Eugène Viollet-le-Duc (1814-1879), pero él fue un verdadero maestro, estudiando meticulosamente cada edificio en el que intervenía e investigando las técnicas constructivas de la época. Sus actuaciones en Carcasona, Notre-Dame de París o La Madeleine de Vézelay son famosas, pero su tarea fue ingente y creo una notable escuela de seguidores. Visto desde la perspectiva actual el trabajo de Viollet y de otros, con sus reconstrucciones, recreaciones y sustituciones, puede verse como una aberración, pero hay que entender que responde a una época en que se estaban dando los primeros pasos para recuperar los monumentos antiguos y valorarlos. Anteriormente

solo se reconstruía en el estilo de moda o se hacían cosas nuevas sin tener en mucha consideración lo preexistente; Mérimée, como inspector de los monumentos históricos en Francia, o Viollet, como arquitecto, fueron los primeros que empezaron a estimar esas construcciones por su valor histórico y documental, además de artístico y, mientras ellos estaban en plena actividad en Francia, en España se derribaban castillos, murallas y monasterios para emplear su piedra en obras públicas o privadas. El problema no son aquellas intervenciones historicistas, que ya forman parte de la propia historia de los monumentos, sino que cosas similares se hayan hecho con criterios exclusivamente políticos, que se sigan haciendo aún en ocasiones y que se oculten o se soslayen esas intervenciones a la hora de contar el monumento, como si saberlo y divulgarlo le restase valor. ¿Cuántas veces hemos oído detallar a los guías turísticos las transformaciones sufridas por una construcción antigua durante sus restauraciones modernas? Yo, ninguna.

La restauración llevada a cabo en la iglesia palentina de San Martín de Frómista es uno de esos casos en los que las decisiones tomadas estuvieron justificadas ante todo por unos valores primigenios, políticos y religiosos, pretendidamente asociados al monumento en el momento de su construcción. Habría sido, en opinión de algunos y tal como apasionadamente expresaba la revista *La Propaganda Católica* en uno de sus números de 1904, «el edificio de la gran patria castellana», echado después a perder por una «raza caída, de apagadas energías, de escasa cultura, de pobre aspecto, de enjutos rostros y prematuras arrugas» (Hernando Garrido, 2004: 61). Su recuperación supondría, a juicio de quienes así opinaban, prácticamente un renacimiento cultural, espiritual y hasta racial. Ejemplos similares abundaron en la época por toda Europa y con similares criterios (González-Varas, 2018: 61-77), llevándose a cabo auténticas reconstrucciones-recreaciones, como ocurrió en Santa María de Ripoll, siempre en nombre de las esencias del país amado, contemplado invariablemente con ánimo de ensalzarlo, y visto desde una perspectiva benévola y edulcorada, ajustada a los ideales de ese mismo momento, claro está.

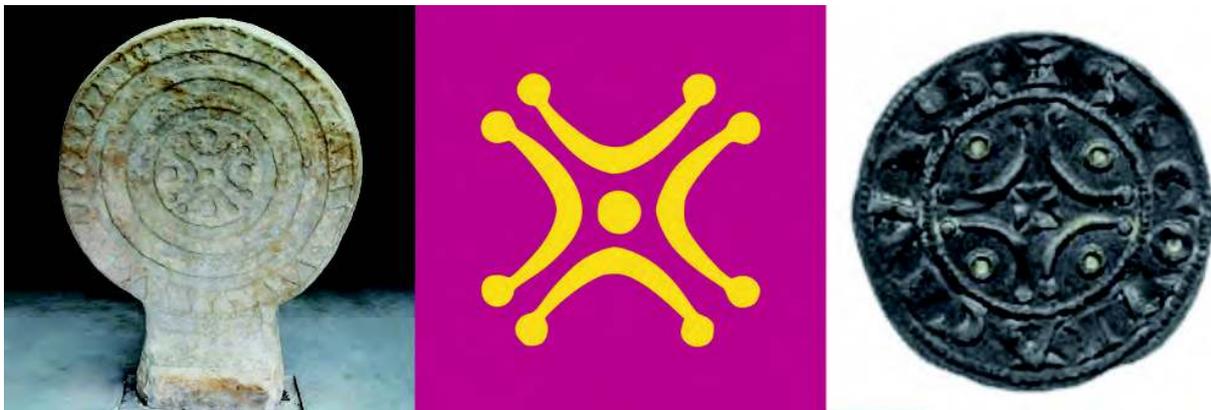
Décadas después los mismos fundamentos políticos, como clave para llevar a cabo restauraciones de monumentos, tuvieron gran intensidad en el largo gobierno del dictador António de Oliveira Sala-

zar en Portugal (1932-1968). Como la mayoría de las dictaduras, Salazar planteaba también un futuro renovador a partir de las raíces esenciales del país y su *Estado Novo* se apoyó mucho en las glorias pasadas y en sus monumentos, en especial en los castillos, que suelen ser el reflejo del heroísmo épico. En 1940 se celebraban dos importantes efemérides centenarias, la doble independencia de Portugal: la proclamada en 1140 por el rey Afonso Henriques, que de conde vasallo del reino de León se coronó como monarca independiente, y la de 1640, cuando Portugal se separó de la monarquía de los Austrias españoles después de sesenta años de unión. La celebración de esas dos independencias en una misma fecha fue aprovechada por Oliveira Salazar para reafirmar su proyecto de estado nuevo y para ello acometió numerosos proyectos de restauración que, como no podía ser de otra manera, buscaban ante todo recuperar una imagen de un pasado glorioso que nuevamente se proyectaría hacia el futuro. Muchos edificios portugueses, sobre todo los castillos, fueron objeto de intervención, reconstruyéndose buena parte de sus estructuras hasta conseguir la impresionante imagen que también hoy admiramos. Aunque algunas de esas fortalezas recuperaron cierto uso –generalmente como pequeños museos–, la mayoría continuaron siendo un mero decorado, en el fondo, un trampantojo de las pretendidas glorias del *Estado Novo*.

Reconstrucciones de monumentos, quizás un tanto desmedidas en algunos casos, se han hecho o se siguen haciendo con variado fin, en la mayoría de las ocasiones para otorgar al edificio un uso que, de otra manera, sería imposible: es lo que



Grupo de masáis actuando ante los turistas (foto: Dominio Público).



De izquierda a derecha: estela de Barros (Cantabria), bandera con el lábaro y dinero segoviano de Alfonso VII del Fitzwilliam Museum, Cambridge, Reino Unido (colección P. Grierson, 8062), según Roma Valdés, 2013.

ocurrió, por ejemplo, en la década de 1990 con el castillo de Argüeso (Cantabria), donde se utilizaron toneladas de madera de roble para hacer unas cubiertas y solados que se habían perdido por completo. La idea era devolver al castillo –incluido el vacío patio de armas– su supuesto aspecto original y el resultado, al menos para los promotores institucionales, fue satisfactorio, porque ahora la fortaleza es visitada por muchos turistas y en ella se celebran numerosos eventos. Sin embargo, las directrices que se siguieron para tal reconstrucción siguieron de forma muy próxima las marcadas por Viollet-le-Duc hacia siglo y medio, hasta el punto de que se imitaron algunas de las cerchas diseñadas por el arquitecto francés, levantándose también un edificio en el patio inspirado en sus obras. El resultado es un castillo «muy francés» en la comarca de Campoo, lo que probablemente se deba a que siempre es más fácil imitar, o directamente copiar, que investigar.

UN PASADO A MEDIDA COMO COARTADA DEL PRESENTE

Si queremos desacreditar a la historia como ciencia, saquémosla de contexto, si queremos que los monumentos u objetos artísticos –o culturales, mejor dicho– pierdan su fuerza como documentos y se banalicen, extraígamolos de sus procesos históricos y convirtámoslos en decorados.

La inclinación de querer explicar el hoy por medio de la historia lejana, de justificar el presente me-

dante lo que ocurrió en un pasado remoto, si es que verdaderamente ocurrió así, es práctica cada vez más extendida. Justificar nuestras opiniones, ambiciones, deseos o acciones por lo que hicieron otras generaciones precedentes, aparte de impropio desde la perspectiva de la historia como disciplina científica, es un absurdo. Como experiencia propia –y ya hemos dicho que esta líneas iban a ser muy subjetivas– nos hemos encontrado durante la exhumación de algunas fosas de la Guerra Civil, con algunas personas que pretendían identificarse con los allí fusilados, y no nos referimos a la lógica empatía con su drama y el de sus familias, sino con su manera de pensar. Suponer esa vinculación ideológica, sin tener en cuenta que ha pasado desde entonces casi un siglo y que nuestra sociedad es muy distinta a aquella y, más aún, sin saber exactamente cómo pensaba cada una de aquellas víctimas –muchas fusiladas por otros motivos que los ideológicos–, es un tanto irreflexivo. Incluso en una ocasión alguien llegó a preguntarnos si nosotros teníamos a algún familiar en una de aquellas fosas y al responderle que no y que nuestro familiar más cercano muerto de aquella manera lo fue a manos del bando republicano, no entendía qué hacíamos allí, como si ahora mismo todos tuviéramos que estar necesariamente alineados con unos u otros, algo que por desgracia, también ocurre con demasiada frecuencia. La ausencia de un verdadero conocimiento y análisis histórico y, sobre todo, de un espíritu crítico, es lo que favorece estos posicionamientos, alimentados también por muchas personas a quienes se les llena la boca de «historia», de «lo que dice la historia», de «lo que enseña la historia».

Reivindicar la batalla de Covadonga con un valor contemporáneo no se sostiene con ningún otro argumento que el meramente político o partidista. Ensalzar a personajes como El Cid, como héroe que encarna todos los valores, o denostarlo como mercenario que pone su espada y hueste al servicio del mejor postor es convertirlo en nuestro contemporáneo y, en consecuencia, privarlo de los valores y contextos que regían en su época y que es donde deben analizarse sus acciones. Vivimos un tiempo en el que levantamos monumentos a distintos personajes o hechos del pasado o los derribamos con suma celeridad, siempre muy justificada y siempre muy racional, tal como ocurre en el cuento de *La oveja negra*, de Augusto Monterroso. En 2014 hubo protestas de distintos partidos e instituciones desde Barcelona por el monumento que se levantó en Madrid a Blas de Lezo (García Gallo, 2014); el motivo de la queja es que este marino –muy prestigioso en su época y en toda la historia naval– había sido uno de los participantes en los bombardeos de Barcelona en septiembre de 1714. En el año 2018, en la misma ciudad catalana, se retiró la estatua de Antonio López y López, primer Marqués de Comillas, por su actividad como tratante de esclavos (Congostriña, 2018). Los agravios o malas conductas se pagan, aunque depende de si somos nosotros los agraviados o son otros, lo que en el fondo esconde una tremenda hipocresía. Nadie ha protestado aquí, que sepamos, por la existencia en la misma ciudad de Barcelona de una calle dedicada a los almogávares o a el más famoso de sus comandantes, Roger de Flor. Las acciones de estos soldados mercenarios en el Mediterráneo oriental entre 1303 y 1318, fueron muy contundentes, especialmente durante la llamada Venganza Catalana (1305-1307), ejecutada con una crueldad tal que «mataron a todos los vecinos de Galípoli, no perdonando a sexo ni edad, hasta los niños empalaban» –según cuenta Francisco de Moncada en la historia que hizo de esta expedición en 1620– «fiereza y maldad abominable, si fue verdad, aunque se puede dudar, por ser griego y enemigo este autor [Pachimerio, de cuya crónica toma los datos Moncada]». «Pero sin duda las crueldades de los griegos excedieron sin comparación a las que hicieron los catalanes», zanjando así la cuestión el bueno de Moncada, que además de historiador, era también conde de Osona (Moncada, 1983: 113). Lo cierto es que aquella venganza ha pervivido en recuerdo colectivo de muchos países hasta la actualidad. De hecho, hasta 2005 los monjes del Monte Athos tenían prohibido el acceso de catalanes a sus

monasterios, veto que levantaron después de que la Generalitat aportara 240.000 € en obras de restauración (Arroyo, 2005). El color del cristal con que se mira es siempre un elemento a tener muy en cuenta para desvelar la mesura de los análisis históricos, ya fuera la de aquellos cronistas medievales o modernos o los de la historiografía más actual. Somos héroes cuando atacamos, porque no nos queda otro remedio, son villanos quienes nos atacan, puesto que no hay razón para ello. Con la misma pasión defendemos una cosa o la otra, según toque, y con el mismo entusiasmo levantamos estatuas y las derribamos.

En cualquier conflicto armado, ya sea antiguo o moderno, todos los bandos emplean los recursos que están a su alcance y los métodos que pueden para derrotar al enemigo. Aunque tradicionalmente solo se tiende a ver un bando noble –que suele ser el nuestro o el del vencedor, que es quien suele escribir inmediatamente la historia– y otro innoble y brutal –el del enemigo o el del vencido–, aunque tales calificaciones no son más que construcciones historiográficas. Toda lucha armada es sangrienta en la mayoría de sus escenarios. Hay vencedores y derrotados, pero no buenos y malos, solo contendientes. Se atribuye a Winston Churchill la sentencia de que «la historia será benévola conmigo, porque tengo la intención de escribirla yo» y, sea cierto que la dijo o no, de lo que no cabe dudar es de lo incontestable de su mensaje. Mientras escribimos estas líneas, acaba de editarse en España un libro que presenta una imagen muy distinta del nacimiento de los Estados Unidos, mucho más cruel por ambos bandos que ese edulcorado relato tradicional del nacimiento de una nación fundada desde la fraternidad, el respeto, la libertad y la democracia (Hook, 2021). Es uno de los numerosos ejemplos que recientemente y desde un mayor rigor en la investigación, tratan de mostrar una visión de los procesos históricos mucho más ajustada a la realidad del momento en que se produjeron que a los valores vigentes ahora, aunque aún es muy difícil derribar los clichés arraigados profundamente en el imaginario popular.

Algo similar ocurre en la siempre alabada tolerancia y convivencia de culturas, especialmente de las «tres culturas»: cristianismo, islamismo y judaísmo. No son pocas las ciudades españolas actuales que se jactan en sus guías turísticas de esa convivencia de religiones, lenguas y modos de vida, pacíficas, tranquilas, permeables entre sí. Las persecuciones y



Panorámica general de la profunda renovación llevada a cabo en los últimos años en la antigua la mezquita de al-Haram, de La Meca, donde se encuentra la Kaaba, epicentro de la espiritualidad islámica (foto: Maher Najm, Dominio Público).

expulsiones parecen salidas de la nada, como si hubieran nacido de la paranoia de cuatro personajes radicales, capaces de convencer con su intransigencia a monarcas de poco criterio. Sin embargo, cuando se analizan las crónicas y documentos de época, o su legislación, lo que se deduce es que esa «convivencia» se reduce a estar juntos pero no revueltos, que la segregación por barrios era constante y que tan solo existía cierta permisividad para seguir ahí, trabajando y callando. Solo las élites de las comunidades sometidas a otro poder –cristianos y judíos en el caso de al-Andalus o musulmanes y judíos en el caso de los reinos cristianos– tenían alguna capacidad para escapar de su miserable situación de parias, y lo podían hacer por sus riquezas o por sus capacidades, colaborando siempre con el poder, pero el ejercicio pleno y libre de sus ideas o creencias era otra cosa; eso no fue muy propio de la sociedad medieval. Entender la diversidad de otros, tolerar su cultura como un signo de riqueza colectiva, no como arma de discriminación, y contemplarlos desde la igualdad, es un valor de nuestro tiempo, pero querer apuntalarlo hoy con fundamentos históricos es un error fatal que puede volverse en contra y servir para promover marginación y persecuciones, porque la

historia partidista puede justificar unas acciones y las contrarias. Reconocer el pasado del colectivo al que pertenecemos, con sus aciertos y desaciertos, es juicioso; identificarse con ellos es absolutamente irrazonable, cuando no una aberración. Ninguno somos nuestros antepasados y su tiempo tuvo unas coordenadas y el nuestro otras, a todos los niveles y con todas las circunstancias. «Historiar es analizar y ponderar, más allá de polémicas ocasionales», recuerda el investigador Antonio Elorza (Elorza, 2019), aunque para los oportunistas la tentación de traer el pasado al presente es demasiado grande.

Esta situación llega incluso hasta el esperpento, como cuenta Guillermo Altares en un artículo publicado en *El País* en 2019, titulado «Inventar el pasado a destiempo». Relata este periodista cómo la diversidad lingüística que existía en Francia hasta tiempos de la Primera Guerra Mundial hacía que muchos soldados fueran incapaces de entender las órdenes de sus superiores. Se necesitaba, por tanto caminar hacia la unidad y forjar una verdadera construcción nacional con sus propios mitos fundadores, «así, por ejemplo, se hablaba de “nuestros antepasados los galos”, una frase que se enseñaba

incluso en las escuelas de las colonias francesas de Indochina y África». Estados Unidos utilizó la conquista del Oeste con la misma fuerza de mitología creadora del país, obviando a los indígenas o convirtiéndolos «en el mejor de los casos, en una molesta presencia en la aventura civilizatoria y, en el peor, en unos salvajes asesinos». Una mayor cultura y un conocimiento más preciso de la historia han hecho que esos estereotipos fueran cambiando con los años —en el caso de las películas del oeste, de una forma bastante evidente—, pero el autor del artículo termina con un lamento sobre la situación en nuestro país: «Aquí, en España, se hacen oír cada vez con más fuerza corrientes que regresan sin complejos a los mitos fundadores de la nación del siglo XIX, que reescriben una historia que ignoran totalmente, olvidando que los países se hacen grandes y fuertes por su capacidad para mirar a su pasado de frente, no para idealizarlo» (Altares, 2019).

EL PATRIMONIO CULTURAL COMO OBJETO DE CONSUMO

Aunque existe una consideración creciente por los aportaciones intangibles del pasado histórico, eso que llamamos habitualmente patrimonio inmaterial —costumbres, lengua, canciones, fiestas, etc.—, el peso de lo material —monumentos, arquitectura popular, escultura, pintura, paisaje...— sigue teniendo mucho más peso, mayor valor social, mejor consideración; incluso lo inmaterial tiende a materializarse de alguna forma para hacerse más tangible, más visible en un mundo en el que la imagen lo es casi todo. Dicho esto, no creemos, ni mucho menos, que sea malo «consumir» patrimonio cultural, aunque el verbo rechine bastante en este caso. Pero no hemos querido utilizar el término «bien de consumo», que nos parece más amplio, sino el de «objeto», porque, tal como están las cosas en el éxito masivo que está teniendo el patrimonio, lo vemos más apropiado, más ajustado a la realidad general. Siempre hay excepciones, y muchas, pero la tendencia es a cosificarlo, es decir, a convertirlo en un simple material desprovisto de otros valores que no sean el de su belleza estética, e incluso su lejanía, algo que incrementa su valor, como en la Edad Media ocurría con la pimienta o en el siglo XIX con el caviar.

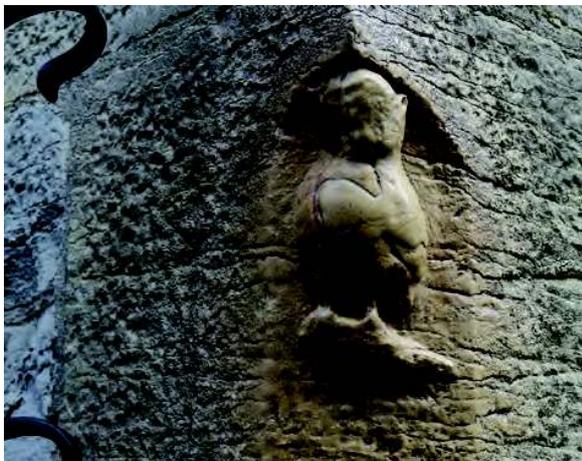
Es verdad también que la supervivencia de todo este patrimonio cultural requiere que exista una demanda para su uso y disfrute, es decir, para su

consumo, lo que hace necesaria de alguna manera generar «productos». La difusión y venta de un producto obliga, además, a ajustarse a unos procedimientos comerciales si se quiere tener éxito, lo que conlleva una sistematización, su adecuación para cumplir una normativa, cierta presentación atractiva, publicidad adecuada y equilibrio en su explo-



Antiguo lagar en ruinas, en la localidad soriana de Recuerda (foto: Jaime Nuño).

tación para mantener una calidad. En este sentido cierta «cosificación» es casi obligada, pero ha de ser comedida para que no se sigan manteniendo sus valores intrínsecos. Aunque cada vez aplicamos más el adjetivo de «sostenible» a cualquier actuación o producto, verdaderamente, y dado el estrés consumista que tiene nuestra sociedad, pocas veces hay una verdadera preocupación por esa sostenibilidad. Desde la prensa y desde internet se nos bombardea diariamente con esos diez lugares que tienes que visitar, cincuenta libros que leer, montañas que subir, calas en que bañarse, islas remotas por conocer, museos a los que ir, cuadros imprescindibles, pueblos con encanto, rincones escogidos, catedrales que no debes perderte, los castillos más grandes, lo más alto, lo más ancho, lo más largo, lo más profundo. Historia, arte y patrimonio se han convertido en objetos de consumo y como hoy todo se consume de forma rápida, aquí debe hacerse lo mismo, a la vez que se va tachando de la lista los lugares ya visitados, esto es, consumidos. Para muchos conocer significa llegar, ver, hacer la foto y marchar, es lo que ocurre en buena medida con el turismo de crucero, con esas escalas de tres o cuatro horas en grandes ciudades, imposibles de disfrutar en tan menguado tiempo. La justificación de haber estado y de «conocer» determinado lugar y obra se hace por la foto



La Chouette de Dijon (Francia), la lechuza icónica de la ciudad, ya casi borrada por el continuo manoseo de todos los que pretenden cumplir con el rito del lugar (foto: Jaime Nuño).

o, mejor, por el selfí, esa imagen en la que el monumento, el paisaje, la escultura o el lienzo, solo son un decorado para nuestro ego. Es lo que algunos llaman «turismo de posturo» (Verne, 2019; Asenjo, 2019), un fenómeno en alza que únicamente tiene como finalidad autorretrarse con un escenario o una obra de arte de referencia, pero donde solo importamos nosotros, porque lo demás es el telón de fondo necesario para proclamar, en estos arrebatos de puro narcisismo, la capacidad que tenemos para gozarnos y disfrutar. Por ejemplo, actualmente es casi imposible pretender contemplar durante unos minutos *La Gioconda* por la muchedumbre de personas que la están viendo a través de la cámara de su teléfono móvil, o que se encuentran de espaldas a ella para retratarse en su compañía y magnificarla luego a través de su WhatsApp o su Facebook: «La obra de arte ha dejado paso al espectáculo» y se ve *in situ* a través del móvil, decía al respecto Andrés Barba en un artículo sobre las muchedumbres que acuden a fotografiar, más que a ver, esta obra de Leonardo (Barba, 2019). Por esto, no debe asombrarnos la abundancia de páginas web y *apps* que han proliferado con mapas donde podemos ir tachando los países en que hemos estado, hasta completar el mundo como si fuera un puzle.

De la cosificación a la simplificación, y de aquí a la superficialidad hay en breve camino, que suelen recorrer tanto quienes compran como quienes venden. Lo que interesa masivamente es la demos-

tración de que se ha estado, sin necesidad de bucear en la esencias, en el sentido de las cosas. Y sin entender es muy fácil frivolizar, llevarse piedras de recuerdo del Partenón o de las Pirámides o hacerse fotos jocosas en lugares de dolor, como ha ocurrido en numerosas ocasiones en el antiguo campo nazi de exterminio de Auschwitz (Antón, 2020). Ante esto cabe preguntarse qué impulso lleva a esas personas a realizar tales visitas. No creemos que sea el ansia de conocimiento, más bien el deseo de poseer un producto consumible más en una sociedad que necesita devorar por encima de conocer y aprender. «Viajar se ha convertido en algo banal, superficial, narcisista» afirmaba en una entrevista Pilar Rubio, editora especializada en libros de viajes (Villena M.Á., 2019) y aunque no todo el mundo se comporta de esta manera, ni mucho menos, esta actitud es demasiado frecuente.

Estas banalizaciones están llevando a muchos a aborrecer ser considerados como «turistas» (esos que solo dan una vuelta por el lugar para decir que han estado y hacer fotos, sin mayor interés por conocer mínimamente el sitio) y gustan más de llamarse «viajeros» (personas que llegan a un lugar o admiran una obra de arte con ánimo de conocerla y entenderla). Paradójicamente, en siglos pasados el viajero era todo aquel que iba de un sitio a otro, generalmente con un determinado fin que nada tenía que ver con el conocimiento del destino o de los lugares por lo que se pasaba, un conocimiento que, de obtenerse –y siempre debido a la curiosidad personal del sujeto–, era circunstancial. El término turista nace precisamente de unas claras inquietudes culturales, de conocer otros países, sus monumentos, sus gentes y su historia, y se aplicó a aquellos que a partir del siglo XVII, y sobre todo en el XVIII y XIX, visitaban preferentemente los países mediterráneo para explorar en directo el mundo clásico y sus vestigios, miembros de la aristocracia o de la alta burguesía de países como Inglaterra, Francia o Alemania que, antes de empezar con su vida laboral o matrimonial, realizaban el *Grand Tour* con un exclusivo ánimo cultural. ¡Lo que son las cosas, cómo se desgastan las palabras!, hoy todos queremos reconocernos como viajeros, nadie como turista.

Cultura y turismo –entendido este desde la perspectiva más moderna– durante mucho tiempo fueron conceptos que apenas si se relacionaban. Eran los tiempos del sol y playa en que a España afluían extranjeros para colonizar en verano sus costas. La

historia y los monumentos poco les importaban, a no ser que se hallaran cerca de las soleadas costas y tuvieran una vinculación estrecha con esas esencias españolas que buscaron y cantaron ya los románticos del siglo XIX. Lugares como la Giralda, la Alhambra o las Cuevas del Sacro Monte era visita obligada en la ruta del *typical spanish*; aparte de esto, poca cosa más. Pero poco a poco cultura y turismo se fueron acercado, llegando incluso a ser complementarios y vivir un gran idilio, hasta que el uso se convierte en abuso y surgen los problemas. El exceso, que comenzó ya en las masificadas y urbanizadas costas, se ha ido extendiendo a algunos monumentos, hasta el punto de tener que restringir de forma drástica sus visitas, e incluso cerrarlas prácticamente al público. Es lo que ha pasado con las cuevas de Altamira, donde hubo un tiempo en que los visitantes estaba dentro como sardinas en lata –y no es exageración, porque quien esto escribe lo ha vivido y sentido–, hasta que su deterioro obligó a echar el cerrojo, eso sí, con la contrariedad y protestas de algunos políticos locales y del sector de la hostelería.

EN BUSCA DEL ICONO, EL RECLAMO Y LA MARCA

La necesidad de vender a todo el mundo historia y patrimonio obliga a quienes trabajan –o trabajamos– en el mundo de la promoción de estos recursos culturales a pensar en cómo mejorar los resultados y atraer al público hacia nuestro campo. Los sistemas de venta, en el fondo, no se diferencian de los que se utilizan en el mundo de la industria o de otro tipo de servicios, que vienen a ser: ajustar precios, mostrar la calidad de lo que se vende, abundar en su exclusividad e intentar que el comprador sienta que lo que en realidad va a adquirir son experiencias y emociones, también dos palabras mágicas en estos tiempos. Para ello es importante que un lugar se identifique de forma clara con un elemento icónico –casi un logotipo–, que puede convertirse en una marca propia, como ocurre claramente con las denominaciones de origen de productos alimentarios, generalmente adscritas a un territorio bien definido. Administraciones, empresas y colectivos de todo tipo suelen trabajar con ahínco en definir estos iconos, que unas veces están más o menos claros, pero otras se rebuscan en los estereotipos más forzados. Se trata de que la identidad se convierta en emblema, que ha de ser propio y diferente al resto, empleando para ello un color, una figura, un estilo,



Publicaciones para promover las visitas al cada vez más extenso repertorio de lugares significativos, en este caso a los acogidos bajo la marca "Los pueblos más bonitos de España" (<https://lospueblosmasbonitosdeespana.org/tiendapueblos/inicio/39-guia-oficial-los-pueblos-mas-bonitos-de-espana-2020.html>).

un rito, un plato, una vestimenta, hasta un corte de pelo. El icono, como simplificación, es cada vez más necesario para aunar identidades, a veces con el mismo poder que tienen las banderas. Si hablamos del pueblo masái, a todos nos asalta la misma imagen de unas gentes estilizadas, vestidas de rojo, armados de lanza para cazar leones y dando saltos, aunque ya no cacen y en su casa vistan vaqueros y camisetas del Barça; si pensamos en los tuareg, la imagen siempre será en color el azul, sobre fondo de dunas doradas. En Norteamérica el turista espera encontrarse con indígenas como los de las películas, lo que ha llevado a uniformar con similar indumentaria a pueblos muy distintos. En nuestro país, cada región, cada territorio ha buscado en los últimos años su propio icono, a veces tomado de antiguas representaciones, como ocurre en Asturias con el trisquel, con el que se pretende revivir el ánimo de los antiguos astures. Lo mismo sucede con el «lábaro cántabro», un pretendido estandarte empleado por esas tribus montañesas en su guerra contra Roma (29 a.C. al 19 a.C.), que en realidad se ha tomado de dos estelas halladas en la localidad de Barros que llevan esa decoración y que muchos quieren convertir en la bandera oficial de la Comunidad Autónoma de

Cantabria, ondeando muchas veces junto a la actual. El motivo, por cierto, es exactamente el mismo que aparece en un dinero segoviano de Alfonso VII, de hacia 1130 (Roma Valdés, 2013: 31), bastante alejado en tiempo y espacio de aquellos aguerridos cántabros. Este camino lo marcó desde hace muchísimos años, incluso más de un siglo, el *lauburu*, esa esvástica de cuatro cabezas redondeadas que se ha convertido en el icono identitario del pueblo euskadún. Muy pocos de los que lo llevan colgado del cuello, de las orejas, anillado en los dedos o incluso tatuado, saben que en realidad es un símbolo de aculturación de los vascos, pues siendo ellos un pueblo preindoeuropeo, adoptaron un motivo que trajeron a occidente las gentes indoeuropeas, extendiéndolo por todos los rincones y perdurando como elemento decorativo en las artes populares hasta hace bien poco. Pero, como decíamos, el icono puede llegar hasta el corte de pelo, tal como ocurre con ese modelo que algunos llaman «corte *borroka*» y que está sacado de la moda que todavía hacia 1900 mantenían los ancianos del valle vizcaíno de Arratia, que conocemos por algunas fotografías y que no deja de ser el mismo tipo de corte que se utilizó de forma muy extendida en el siglo XIV, en plena Edad Media: flequillo corto, laterales bastante rapados, reducidas patillas y largas guedejas en la melena. Si Manuel Gómez Moreno decía a principios del siglo XX en su *Catálogo Monumental de Zamora* que los maragatos, en el vestir, «van por Felipe II», por esas mismas fechas los vizcaínos de Arratia, en el corte de pelo, coincidían con Diego López de Haro, fundador de Bilbao.

El icono, siendo un buen recurso para potenciar la identidad y facilitar la venta, tiene, no obstante, un peligro: que se convierta en estereotipo. Las cosas, en relación con la historia y el patrimonio, no son siempre tan esquemáticas, tan simples, de modo que este reduccionismo puede llevar a la minusvaloración de otros elementos, que al final acabarán desapareciendo. Un claro ejemplo lo constituyen los molinos de viento, icónicos para Castilla-La Mancha gracias a los que existen sobre todo en el Campo de Criptana y gracias especialmente a la enorme fama que les dio don Quijote. En realidad los que se han conservado se lo deben todo a la figura quijotesca, porque en el siglo XIX, sin ir más lejos, había construcciones de este tipo mucho más allá de La Mancha, infinidad de estos molinos repartidos por toda España –al menos donde no había potentes cursos de agua– pero que fueron desapareciendo

poco a poco ya que en esas otras tierras no había ocurrido el cervantino episodio de los gigantes. En muchos sitios se arruinaron por su obsolescencia, pero siendo igual de inútiles los manchegos, se mantuvieron porque ya se habían convertido en icono de la región. También sobrevivieron en Mallorca, por una razón similar, aunque sin esa fuerza que da la literatura.

Casos similares hay muchísimos. Salamanca ha hecho de la arquitectura señorial, construida con piedra de Villamayor, su imagen icónica, menospreciando las casas populares que a lo largo de décadas han ido sucumbiendo bajo la piqueta. Por el contrario, Covarrubias se ha convertido en modelo por excelencia de la arquitectura popular con entramado de madera. Por toda Castilla y buena parte del centro peninsular abundan este tipo de construcciones, aunque gradualmente van desapareciendo, pero la diferencia con la localidad burgalesa –al margen de otras virtudes destacadas que también tiene– es que ahí hubo desde hace medio siglo una serie de iniciativas institucionales de conservación y promoción, siendo ya una imagen consustancial del pueblo, mientras que en las demás localidades –salvo algunos casos– eso no se ha producido y, por lo tanto, se siguen sin valorar.

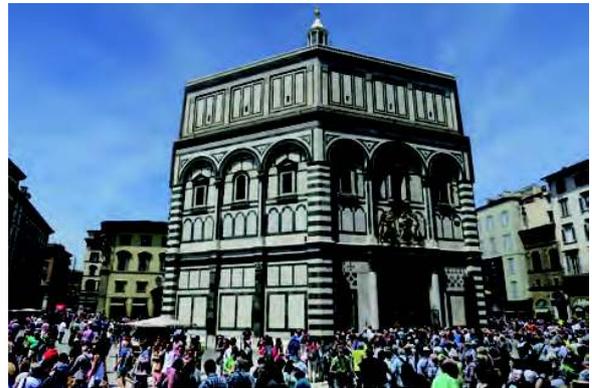
Iconos convertidos en estereotipos son los llamados «trajes regionales», que no son sino una fosilización de la vestimenta popular de mediados del siglo XIX. Fue en ese tiempo cuando nacionalismos y regionalismos empezaban a buscar sus raíces y los intelectuales que se volcaron en ello, perteneciente todos a la burguesía urbana, hallaron unos referentes claros en pueblos y aldeas, donde el tiempo y el aislamiento había puesto barreras a la modernidad uniformadora. Así, en cada lugar, el traje popular se convirtió en el regional, pero eso sí, el traje de domingo de agricultor acaudalado –o al menos acomodado–, con sus ricas telas, sus bordados y abalorios y, en el caso de las mujeres, con todas las joyas posibles. La vestimenta de la mayor parte de la población popular, por sencilla y pobre, no se tuvo en consideración. Así nació otro estereotipo que aún hoy se mantiene con fuerza.

Cualquier elemento del patrimonio cultural puede convertirse en icono y, de ahí, en imagen inmutable, un proceso que alcanza incluso a los paisajes. En La Geria (Lanzarote), zona de viñedos, hay una determinada viña acostada de una esbelta pal-

mera –antes fueron dos–, que por su fuerza estética y su facilidad de acceso se ha convertido en una de las imágenes más representativas de la isla, una isla donde abundan las fotos postal. En el Douro portugués el paisaje de *socalcos*, esos bancales dispuestos en ladera para asentar las viñas, constituye una estampa tan poderosa que se ha convertido incluso en Patrimonio de la Humanidad, aunque muchos de esos aterrazamientos son modernos y distintos a los tradicionales. Pero si alguna región cuenta con paisajes icónicos, esa es Toscana, con sus colinas onduladas, verdaderas alfombras salpicadas ocasionalmente de caminos bordeados por cipreses, senderos que rematan en quintas rústicas, más atractivas aún con el sol del amanecer o del atardecer. Toda Toscana es así, o eso es lo que la imagen corporativa y la publicidad nos muestran, porque al final cuesta hallar en la región esa imagen estereotipada de sus campos. No es difícil comprobarlo, incluso sin ir hasta allí: busquemos en internet imágenes de «paisaje de Toscana» y nos llamará la atención que aparecen tan solo tres o cuatro lugares, aunque fotografiados mil veces, con muchas luces distintas y, generalmente, con abuso de filtros para ensalzar más todavía un resultado encantador.

La necesidad de iconos puede llevarnos a otra mala práctica, esto es, a destruir lo auténtico para sustituirlo por algo que parezca más auténtico. Ocurre a veces en obras de restauración y con más frecuencia en rehabilitación de inmuebles que se van a convertir en viviendas u oficinas. Hemos conocido, de forma bastante directa, proyectos de rehabilitación (*sic*) de alguna antigua casa y de algún palacio renacentista de los que no se mantuvieron ni los cimientos. Pero no pasó nada, el resultado fue ostensible «mejor», al menos para los promotores, las autoridades que lo permitieron y para la mayor parte de la opinión pública. Las huellas del tiempo y las cicatrices de los siglos poco se aprecian en nuestro país, donde todo ha de estar nuevo y reluciente, por eso nos sorprende encontrar en algunas ciudades alemanas viejas casas que se han mantenido y consolidado con todas sus inclinaciones y su fatiga: esas sí son historia viva, no simples decorados.

En esta carrera hacia la imagen icónica, en la última década del siglo XX y a lo largo de los primeros años del XXI, hubo un esprint frenético por levantar el edificio emblemático. Muchos políticos y cientos de ciudades se embarcaron en proyectos casi faraónicos que la crisis de 2007 truncó radical-



Marea turística en el entorno del baptisterio de San Giovanni, en Florencia (foto: Jaime Nuño).

mente, quedando de todo ello demasiados cadáveres inútiles, a veces inacabados. Parece imposible sustraerse al encanto y a la necesidad de tener un edificio monumental, aunque no es suficiente una pieza con siglos de historia, como una gran catedral gótica, pues la modernidad también debe estar representada porque transmite dinamismo, vivacidad, estar en la vanguardia. Hace ya más de un siglo que esto es así, cuando se erigieron o se empezaron a levantar esos emblemas mundialmente conocidos, que trascienden a la propia ciudad en que se ubican, monumentos como La Torre Eiffel, la Estatua de la Libertad o la Sagrada Familia. Pero en los últimos tiempos esto se aceleró hasta el vértigo, edificándose incluso auténticas ciudades monumentales de nuevo cuño, como ocurre en algunos países árabes o en China, donde el expansionismo está arrasando cualquier vestigio tradicional. Baste echar un vistazo a La Meca y a su antigua mezquita al-Haram, donde la renovación solo puede calificarse como de soberbia, en su doble acepción de grandiosa y de altiva.

También las corporaciones y empresas se han adentrado en estos vericuetos, porque una obra actual, espectacular, muestra innovación y originalidad. Es el caso de las grandes bodegas y de la llamada «cultura del vino», donde se apuesta por una imagen de vanguardia, totalmente legítima, pero no se atiende a un patrimonio secular muy amenazado. El mundo del vino se apoya con pasión en el pasado, en la tierra, en las raíces, pero ha cuidado bastante poco sus testimonios históricos, situación que, afortunadamente, parece que poco a poco empieza a revertirse.

Como refuerzo del icono, con frecuencia se ha recurrido a lo anecdótico, aunque simpático y de fácil calado popular, por lo que es frecuente que la anécdota haya acabado siendo, *per se*, la imagen representativa de un lugar. Así, lo marginal ha llegado a configurarse como el epicentro, lo coyuntural en sustancial. Ejemplos no faltan, desde los ya consagrados Manneken Pis de Bruselas o La Sirenita de Copenhague, a otros menos conocidos internacionalmente, pero muy populares entre los turistas, como ocurre con La Chouette de Dijon, desgastada hasta el extremo de no reconocerse más que sus volúmenes, puesto que el rito dice que hay que tocarla con la mano izquierda y pedir a la vez un deseo. Dado el éxito de este tipo de referencias, en innumerables ciudades hay emblemas que trabajan por abrirse camino en el mundo de la fama, como esas esculturas que ya se cuentan por miles y que en cada lugar, pretenden ser el obligado acompañamiento del visitante en sus fotos urbanas. Por citar solo algunas de las más cercanas, es el caso de La Regenta en Oviedo, los Raqueros de Santander, del Peregrino Descansando de Burgos o de Don Quijote y Sancho en Alcalá de Henares, por no hablar del Oso y el Madroño de Madrid o de las nuevas Meninas que ocasionalmente salpican las calles de la capital. A ellos se ha unido recientemente el Diablillo de Segovia, nacido con polémica, lo que sin embargo ha contribuido a aumentar su fama. No es este tampoco un fenómeno nuevo, baste recordar el Santo dos Croques o el Árbol de Jesé de la catedral de Santiago de Compostela, esculturas desgastadas por los peregrinos jacobeos tras siglos de cumplir obligados ritos de cabezadas y manoseos.

La exigencia de ser un referente, de vender, impulsa a quienes están obligados a ello, por sus funciones laborales o por supervivencia propia, a estrujar su imaginación, que puede llegar a desbocarse. Es muy tentador recurrir como reclamo a lo oculto o misterioso, a lo herético o sexual, a lo escatológico y a lo esperpéntico, a todo lo que sea mínimamente morboso, pero de ahí a la superficialidad también hay un paso. Es llamativo cómo se buscan cada vez con mayor ahínco expresiones de este tipo, dando lugar a un «turismo oscuro» (T. K., 2019) que si persiste y crece, a pesar de algunas críticas, es porque funciona. Por eso es frecuente que las noticias periodísticas que informan sobre monumentos, yacimientos arqueológicos o sitios históricos, se encabecen con titulares que muy poco reflejan el verdadero contenido, y por la misma razón es habitual que al hablar de cualquier monumento, los repor-

teros pregunten al estudioso si puede contar alguna anécdota relativa al sitio, porque son conscientes de que sin chascarrillo curioso el artículo pierde sensiblemente el interés. En palabras de Estrella de Diego «El arte tiene que convertirse en espectáculo porque mirar y disfrutar de esa mirada ya no basta. Hay que deslumbrar; tienen que pasar cosas –por absurdas que sean– para justificar la entrada. Son las malditas leyes del consumo azuzadas por las redes»; es un comentario a cuenta de una exposición que tuvo lugar en la Saatchi Gallery de Londres entre noviembre de 2019 y mayo de 2020 y que, a juicio de esta historiadora del arte, retrata muy bien lo que estamos diciendo: «Además del ambiente discotequero de la exposición de Tutankamón en Londres, el protagonista era ya ganador de partida, en especial por todo el morbo que despierta su supuesta leyenda, desde Howard Carter hasta las víctimas que fue dejando en su camino por la supuesta maldición. Ahora, para que la realidad supere a la ficción, el egiptólogo Carl Nicholas Reeves aduce que los objetos que se pensaron del joven Tutankamón eran en realidad de Nefertiti. La cosa promete» (De Diego, 2019).

En este afán por lo espectacular y único, las celebraciones puntuales también tienden a reivindicarse con cierto apasionamiento, porque es una buena excusa para recordar la historia y, especialmente, para organizar eventos que atraigan a propios y extraños y satisfagan las agendas culturales de administradores y administrados. Los centenarios suelen ser así muy jaleados, con el pretexto de rescatar del olvido o reivindicar la memoria de personas y hechos, aunque en la mayor parte de los casos, cuando concluye el año de la celebración, de nuevo se vuelve a cubrir todo con el telón del olvido. Distintas administraciones siempre han celebrado este tipo de efemérides, pero en España todo empezó a lo grande con los fastos del Quinto Centenario del Descubrimiento de América, siguiendo después unos años en que parecía que la historia cobraba con frecuencia un protagonismo hasta entonces desconocido, diríamos que casi se hacía necesaria, pero llegó la crisis y los grandes memoriales se extinguieron, no sabemos si porque pasaron de moda o porque sin capacidad para sustanciosos contratos, decayó el interés de quienes los promovían.

Todos estos iconos, reclamos, actividades o celebraciones persiguen comúnmente un objetivo mayor: llegar a tener una «marca», una apostilla que sea un reconocimiento oficial y sirva como refuerzo de la calidad que se quiere proyectar. La

más buscada es la de Patrimonio de la Humanidad que concede la Unesco, aunque por su nutrido crecimiento, en unos cuantos años tendrán esa categoría la mitad de los monumentos del mundo, con el consecuente descrédito. Pero además de esa calificación estrella hay otras muchas, definidas por distintas administraciones –desde bienes de interés cultural a rutas y caminos en torno a un proceso histórico o a un personaje–, o claramente extraoficiales, adscritas a cualquiera de las clasificaciones que nacen a diestro y siniestro por intereses promocionales específicos: «los pueblos más bonitos de», «paisajes con encanto», etc. En el caso de las fiestas, que por lo que suponen de interacción y jolgorio, suelen contar con mucho impulso institucional, la meta es obtener el rango de «interés turístico», en cualquiera de sus niveles, aunque para llegar a tal reconocimiento suele primar más lo estrictamente turístico que lo verdaderamente interesante desde la perspectiva histórica o cultural. Para hacernos una idea de qué se precisa para que una fiesta sea declarada de Interés Turístico Internacional, que es el mayor rango, los requisitos comunes son: la antigüedad de la celebración y continuidad en el tiempo –al menos debe celebrarse cada cinco años–, el arraigo popular y participación ciudadana –especialmente se valora la existencia de asociaciones que la respalden–, la originalidad y diversidad –que sea relevante en cuanto a la promoción turística de España en el exterior–, su repercusión en medios de comunicación internacionales –con al menos diez apariciones en uno o varios medios extranjeros–, poseer la declaración de Interés Turístico Nacional desde hace al menos cinco años, que en su desarrollo no se maltraten personas ni animales, que se cuide el entorno urbano, monumental y paisajístico, que haya una localidad cercana y alojamientos y servicios turísticos adecuados a menos de 50 km del sitio y, finalmente, el indispensable acuerdo de Pleno del Ayuntamiento e informe favorable de la comunidad autónoma (Fiestas de Interés Turístico Internacional – Wikipedia, 2021). En España existen ahora mismo 73 actividades reconocidas con esta categoría (Gobierno de España, 2021).

VECINOS, VISITANTES Y PRESCRIPTORES: EL PAPEL DE LAS PERSONAS

Al final, todo es por y para las personas. Sujetos son los que interpretan la historia y a quienes van

dirigidos sus discursos, los que mantiene y promueven el patrimonio, quienes reciben sus posibles beneficios y los que disfrutan con su contemplación o uso. Pero no siempre los intereses son coincidentes, en ocasiones incluso resultan antagónicos.

Hemos podido ver cómo, cuando una localidad ha conseguido tener y promocionar una riqueza patrimonial alta, la tendencia es a cambiar su modelo económico hacia un monocultivo turístico basado sobre todo en la hostelería y las tiendas. Una gran ciudad quizás pueda absorber con cierta tranquilidad este cambio –que suele ser vertiginoso–, aunque la situación ha llegado a tal extremo que lo que antes se veía como un maná, se empieza a percibir como un gran problema. En España es conocido el caso de Barcelona, por las protestas de muchos vecinos hacia un turismo masivo que lo invade todo, hasta el punto de que se habla de «turismofobia». Pero Barcelona no es caso único, otras ciudades están tratando de frenar lo que hasta hace pocos años deseaban con pasión, oleadas de visitantes en sus calles, que sin embargo ahora se han convertido en un enorme problema porque expulsan a los vecinos. Así, la ciudad se convierte en un multitudinario parque temático, carente de auténtica vida, donde solo encontraremos visitantes, bares, hoteles, apartamentos turísticos y tiendas de recuerdos. Y cuando esos establecimientos cierran, todo se vacía. Recorrer Venecia o Praga –por poner tan solo dos ejemplos– puede hacernos soñar con una inmersión en el tiempo, pero, aunque bellos, son lugares sin vida propia, porque hace muchos años ya que sufrieron ese proceso que ahora llama-



*Alpinistas guardando cola para acceder a la cima del Everest
(foto: Mário Simões, con licencia CC BY 2.0).*

mos «gentrificación», es decir, el desplazamiento de la población local hacia la periferia o a otras ciudades, donde los precios son más baratos y la tranquilidad mayor. El fenómeno se ha extendido con una rapidez inusitada, alcanzando a pequeñas ciudades como Cáceres o Toledo y a buena parte de las ciudades históricas de Europa, donde el turismo manda. Hace tan solo algunas décadas muchos de estos sitios vivían en una languidez provinciana para la que se buscaba un remedio eficaz. Llegó de mano de su historia y su patrimonio cultural, pero bastantes corren el riesgo de morir de éxito, si no lo han hecho ya. Cuando en 1892 Georges Rodenbach escribía *Brujas la Muerta*, esta ciudad flamenca contaba con apenas 64.000 habitantes, pero para el autor era un símbolo de soledad, decadencia y monotonía, de una melancolía absoluta salpicada de palacios, torres góticas y canales con cisnes, un decorado antiguo pero caduco, tan bello como inútil «¡Y qué triste era Brujas cuando declinaba el sol!» (Rodenbach, 2011: 17). El éxito que alcanzó la obra fue tal que los forasteros empezaron a acudir a Brujas para vivir en persona las sensaciones que con tanta intensidad se cuentan en la novela, y la ciudad empezó a convertirse en un destino privilegiado. Hoy, Brujas, que ni siquiera ha duplicado su población, recibe unos ocho millones de visitantes al año, es decir, está anegada de turistas y, como otras ciudades europeas, trata de poner remedio a una situación ya desbordada (Escuela de Periodismo UAM – El País, 2017), pero difícil de atajar, porque hay muchos intereses económicos que apuestan por la inmediatez de los beneficios.

En poblaciones más pequeñas esta demanda turística suele ser aún más traumática. Un ejemplo muy significativo es el del Mont Saint-Michel, en la Normandía francesa, ese islote monumental que con sus apenas 7 hectáreas y sus 24 habitantes permanentes –entre los que se incluyen cinco monjes, siete monjas y tres curas– ha llegado a recibir en sus mejores años hasta tres millones y medio de turistas, cuyo promedio de estancia se sitúa entre dos y tres horas (Mont Saint-Michel – Wikipedia: 2021). Si no es alguien que se encuentra aislado, como los religiosos que viven en la abadía, o alguien que se dedica al turismo, es completamente imposible residir ahí.

De esta situación todos tenemos un poco de culpa, desde la población que ve con agrado cómo llegan visitantes que revitalizan sus calles, hasta las adminis-

traciones que continuamente realizan campañas de promoción, pasando por los profesionales del turismo y los de la cultura, que cantamos con pasión las bondades de estos lugares. Hasta que todo se nos va de las manos. En el caso de los monumentos que se hallan en el medio rural incluso quien menos cuenta es la población local, que paradójicamente ha sido la que ha mantenido vivo el edificio o el sitio. Suele ocurrir con esas iglesias que han pasado desapercibidas hasta que, una vez reconocido su valor, dejan de ser patrimonio local para ser controladas por su propietario –comúnmente la Iglesia católica–, por las administraciones que se encargan por lo general de su restauración y «embellecimiento», y por los visitantes, el público objetivo a quien se ofrece la pieza y que a veces no muestran el debido respeto por el lugar. Ocurre así que muchos vecinos, salvo que monten un restaurante, reniegan de esa promoción y de la que hasta ese momento ha sido su casa.

No sabemos qué va a ocurrir cuando pase definitivamente la pandemia de la Covid-19, pero sospechamos que será fácil que nos olvidemos de todo en poco tiempo y volvamos a las mismas situaciones que antes, con los mismos problemas. Si hay algo que cuenta la historia es que la memoria es flaca y que reiteradamente cometemos los mismos errores, sobre todo si hay intereses económicos por medio. En los últimos años se demostró que una presión excesiva sobre el patrimonio cultural es perversa, pero a la vez nos estamos preparando ya para potenciar nuestras campañas publicitarias y mejorar la accesibilidad, otra palabra mágica de nuestro tiempo. Todo el mundo quiere llegar a todos los sitios y el acceso se ve como un derecho, pero eso puede conllevar un efecto destructivo: «El templo dedicado al faraón Ramsés II y su esposa Nefertiti [en Abu Simbel] es el segundo más visitado en Egipto tras las pirámides de Giza... y cuenta hasta con su propio aeropuerto para poder satisfacer la gran demanda de visitantes» (Megía, 2016). Es solo un ejemplo, pero llegar rápido, cómodo y sin esfuerzo a cualquier rincón es una de nuestras mayores exigencias como usuarios del patrimonio. Todo se acondiciona, se abren nuevas carreteras hasta los lugares más remotos y, si es necesario, incluso se tienden teleféricos y se instalan ascensores. Debemos procurar ver todo lo que se pueda en el menor tiempo posible, llegar en coche hasta cualquier risco para sacar en un segundo la mejor foto panorámica. Sin embargo, pocas veces medimos las consecuencias.

Las noticias sobre deterioros provocados por el turismo están a la orden del día. En la isla de Pascua «El aumento de emigrantes chilenos dispuestos a abrir restaurantes y hoteles ha provocado tensiones con las poblaciones indígenas. Las famosas esculturas, conocidas como moais, también sufren un proceso de degradación acelerado debido a la erosión y a la acción del hombre. El descontrol es tal que un finlandés llegó a cortar la oreja de una de las estatuas para llevársela de recuerdo» (Megía, 2016). Y cuanto más sensible es el lugar, tanto peor. Todos recordamos esas imágenes de alpinistas en fila india para llegar a la cima del Everest, o las noticias de las miles de toneladas que cada año se recogen en los distintos campamentos base de la montaña. En la reserva africana de Masai Mara «El incremento del número de residentes, visitantes (diez mil diarios) y camas (multiplicadas en un par de décadas) es proporcional al descenso de leones, leopardos y jirafas. Aunque se planteó limitar el acceso, los cerca de 16 millones de euros que aporta a la maltrecha economía de Kenia parecen suficientes para seguir haciendo safaris» (Megía, 2016).

El conocimiento y la promoción de los lugares interesantes hasta hace no mucho se hacía a través de la literatura de viajes, de las campañas publicitarias institucionales o de algunas revistas especializadas y, cada vez más, por la prensa generalista que dedica secciones a ello. A veces, incluso la experiencia personal de algún personaje conocido invitaba a imitar sus vivencias: uno de los casos más conocidos y exitosos es el de Hemingway con los sanfermines, que mucho tiempo después de su muerte sigue atrayendo, año tras año, a legiones de adolescentes y jóvenes anglosajones a las fiestas de Pamplona, en una especie de veneración a ese apasionado mito literario. Poco a poco, sin embargo, los canales de conocimiento se han ido multiplicando y hoy las novelas de éxito –como hiciera el mencionado Rodenbach con Brujas– se convierten en la mejor publicidad: recordemos, por ejemplo, la obra de Dolores Redondo y su repercusión en el incremento turístico en el valle de Baztán, donde se demandan incluso los platos que consumen sus personajes. Las películas ocupan también un papel prescriptor creciente, porque nos encanta seguir los pasos de los protagonistas en esos escenarios naturales, o incluso los creados para la ocasión. El *western* de Sergio Leone titulado *El bueno, el feo y el malo* se rodó en buena parte en tierras del Arlanza burgalés en 1966; para el desarrollo de su escena final se construyó un cementerio circular conocido como



Cementerio de Sad Hill (entre Contreras y Santo Domingo de Silos, Burgos) en la actualidad, tras el proceso de recuperación de ese escenario cinematográfico (foto: Santiago López-Pastor, con licencia CC BY-SA 2.0).

Sad Hill, muy llamativo y espectacular, ciertamente, pero quedó abandonado tras el rodaje, hasta que en 2015 un grupo de entusiastas crearon la Asociación Cultural Sad Hill (<https://asociacionculturalsadhill.wordpress.com/>) y lo empezaron a recuperar poco a poco mediante una campaña de *crowdfunding*. Hoy, en una comarca que cuenta con conjuntos medievales tan emblemáticos como Silos, Covarrubias o San Pedro de Arlanza, el cinematográfico cementerio es una referencia diferente y novedosa, que aspira con toda razón a ser declarado Bien de Interés Cultural pero que estuvo a punto de perderse porque nadie había reparado en su encanto.

Las series de ficción, tanto de cine como de televisión, están generando con mucha fuerza unos destinos turísticos que sin ellas serían incomprensibles. En 2019 saltó la noticia de que, según Trip-Advisor, la paupérrima barrida de Dharavi, en Bombay, era el destino turístico más visitado en la India, por encima del celeberrimo Taj Mahal, y todo gracias a la película *Slumdog Millionaire*, de Danny Boyle y Loveleen Tandan (2005). Este barrio no cuenta con monumentos, ni paisajes espectaculares, ahí no hay nada que pueda atraer a un turismo tradicional, pues solo hay miseria y chabolas, pero según la web de viajes es el sexto entre las «10 primeras experiencias culturales de viajeros del mundo» (Martínez, 2019). A ese turismo escatológico que comentábamos antes, se está uniendo ahora este turismo de pobreza, e incluso uno de guerra, que se dedica a recorrer los distintos conflictos que hay por el mundo. La adrenalina provocada por el peligro parece que es la razón que a algunos les mueve a ir a lugares complicados, y en esta determinación el cine es

un promotor importante. En verano de 2020 las autoridades tuvieron que retirar un autobús abandonado en un apartado bosque de Alaska a causa de los graves accidentes, algunos de ellos mortales, que habían sufrido numerosos turistas cuando trataban de llegar hasta él. La popularidad de ese destartado bus empezó cuando el libro *Hacia rutas salvajes*, de Jon Krakauer (1996), contó los últimos días del joven Christopher McCandless (conocido como Alex Supertramp), que se había refugiado en ese vehículo. La posterior película de Sean Penn (2007) catapultó más aún el mito y entonces empezaron esas peregrinaciones que a algunos les costó la vida (Cantó, 2020). Y es que «hay gente *pa tó*», como dijo el torero Rafael «el Gallo» sobre filósofo Ortega y Gasset.

El poder de la literatura y del cine es cada vez mayor y uno de los ejemplos más paradigmáticos ha sido la serie *Juego de Tronos*, que se ha rodado por lugares de todo el mundo, seguramente, y dado el éxito que ha tenido, por un interés de los productores en recabar ayuda económica de las administraciones y de tales instituciones por la publicidad y promoción que aportaba la serie. En España hay al menos 17 lugares que han servido como escenario a esos élficos aventureros pseudomedievales. Un caso significativo es el de la ermita de San Juan de Gaztelugatxe, en Bermeo, que, aunque irreconocible en la película por las deformaciones informáticas que se aplicaron sobre su imagen real, vio cómo se disparaban las visitas. El antes tranquilo lugar se desbordó, a pesar de las numerosas escaleras que hay que subir para llegar, de modo que hubo que limitar su acceso. La plataforma ciudadana que se creó para que se controlara tamaña afluencia denunciaba que esa promoción solo sirve para atraer «un turismo de masas y de selfis que no deja dinero en la zona» (Pareda, 2019). Algo similar ocurrió en la ciudad croata de Dubrovnik que si ya tenía un turismo masivo, tras pasar por *Juego de Tronos* tuvo que restringir los accesos (La Vanguardia, 2019).

La autoridad de estos prescriptores para «crear» patrimonio es cada vez mayor, como el de los ahora llamados *influencers* para aconsejar a dónde ir y qué hacer. Unos y otros están casi en el comienzo de sus posibilidades, porque en el tiempo que vivimos, dominado por la imagen, por el mensaje corto y por las redes sociales, sin demasiado interés por desarrollar un espíritu crítico, y seducidos como estamos por lo rápido y breve, su actividad parece muy prometedora, al menos para ellos.

IMAGINANDO EL FUTURO

Si es difícil *predecir* el pasado —es decir, leer la historia—, el futuro se hace imposible, porque cualquier circunstancia sobrenvenida e inesperada puede trastocar toda expectativa. La influencia de la Covid-19 en el mundo de la cultura y del turismo lo ha puesto claramente de manifiesto, por eso, más que intuirlo, lo que podemos hacer es imaginar ese futuro.

Echando un vistazo a lo expuesto hasta aquí, diríase que un sombrío pesimismo invade todo, que todo va por el mal camino y que solo algunos somos capaces de ver el desastre que se avecina. ¿Pero verdaderamente somos nosotros almas puras en un entorno irresponsable y codicioso? Desde luego que no, más bien todo lo contrario, por esa razón esto es también un *mea culpa*, o un *nostra culpa*, porque desde el lugar que ocupamos los historiadores, los gestores culturales y todos aquellos que de una u otra manera tenemos una implicación en este ámbito y vivimos de él, somos pecadores. Todos, unos más y otros menos, algunos de forma más descarada e interesada, otros respetando algunos límites, pero siempre utilizamos estos «recursos» porque sabemos que funcionan. El éxito generalmente se convierte en dinero y se precisan dividendos con rapidez —de ahí la creciente entrada de los llamados «fondos buitres» en el sector del turismo—, aunque pensar a corto plazo puede ser muy perjudicial en el futuro. Esto lo conocen bien quienes trabajan en el ámbito de la naturaleza, que fueron pioneros en su explotación y que sin embargo también han sido los primeros en ver los riesgos de una explotación desmedida. Recordemos de nuevo lo que está ocurriendo con el Everest.

En consecuencia, hay que buscar soluciones a tales riesgos, y estas empiezan por uno mismo, con la actitud personal, porque los buenos ejemplos —como los malos— también tienen sus seguidores; una vez más las iniciativas encaminadas a la conservación de la naturaleza han mostrado el camino. Respecto al patrimonio cultural solemos pensar que nuestra actitud siempre es respetuosa, pero solo por el hecho del ir a los mismos sitios que todo el mundo y repetir los mismos ritos somos agentes destructores. Consumir masivamente significa de alguna manera deteriorar, por eso ha de imponerse un equilibrio y una racionalidad en nuestras actitudes. Cada vez existen más recomendaciones de cómo podemos comportarnos, y a veces sencillas decisiones pueden ser significativas: tratar de hospedarse fuera del centro, comprobar que el alojamiento es legal, tener en cuenta las



Dos imágenes de San Juan de Gaztelugatxe (Bermeo, Vizcaya). A la izquierda su aspecto real (foto: Jaime Nuño) y, a la derecha, modificado en Rocadragón, tal como aparece en la serie Juego de Tronos.

condiciones de los trabajadores en ese sector, actuar como un local y respetar la intimidad de los residentes, elegir las fechas o ponderar el impacto de los medios de transporte que elegimos (Villena, M., 2019). Venecia es el paradigma de la ciudad agotada por el turismo, con sus 29 millones de visitantes al año y con una población actual de tan solo unos 58.000 habitantes, tras haber perdido 100.000 en la últimas cuatro décadas, sufriendo una especulación brutal de compra-venta de inmuebles que consigue incluso expulsar a sus famosos gondoleros. Venecia busca desesperadamente un cambio de modelo, en este caso fundamentado en la cultura (Verdú, 2019), y otros muchos lugares también lo están haciendo o lo harán en breve, aunque para el éxito de tales cambios cada uno de nosotros somos colaboradores necesarios.

Frente a un posible derrotismo alarmista hay que reconocer que el creciente interés por la historia, el arte y el patrimonio, es en sí mismo un enorme avance; sin esta demanda, muchas cosas habrían desaparecido ya de forma irremediable en las últimas décadas. Lo que hay que mejorar son los sistemas de explotación para no acabar suicidados por el éxito, para que la demanda no suponga descontrol, apostando por la investigación, por una divulgación sistematizada y coherente –lo anecdótico o escatológico es un anzuelo, pero no se puede estar permanentemente en esa fase–, procurando enseñar el sentido de las cosas y, de manera muy especial, promover la educación desde la infancia, porque la mejor manera de apreciar y respetar algo, es conocerlo de forma racional, con sus luces y sus sombras. Nuestra sociedad cuenta con todas estas herramientas y con muchas más, pero debemos aplicarlas.

La historia es cada vez más vertiginosa y el patrimonio cultural se renueva y enriquece de día en día, incorporándose nuevas perspectivas y nuevos elementos. Así como día a día construimos historia, permanentemente se está creando patrimonio. Esta quizás sea una de sus grandezas y tal diversificación puede contribuir a un mayor equilibrio en la explotación. Cuando los vecinos de Lyon empezaron en el año 1852 a poner velas en sus ventanas como una especie de ofrenda religiosa, no podían imaginar la enorme evolución y la gran trascendencia que aquella iniciativa ha alcanzado ahora, como Fiesta de las Luces. Menos sospecharían aún los mineros e ingenieros romanos de que el descomunal destrozo que estaban haciendo en la naturaleza, en ese paraje que hoy conocemos como Las Médulas, algún día sería digno de admiración, convirtiéndose en Patrimonio de la Humanidad, un lugar del que ellos se fueron porque ya no servía para nada. Somos hijos de nuestro tiempo, pero estamos indisolublemente ligados al pasado y al futuro.

BIBLIOGRAFÍA

- ALBAREDA SALVADÓ, Joaquim (2010): *La Guerra de Sucesión de España (1700-1714)*. Crítica, Barcelona.
- ALTARES, Guillermo (2019): «Inventar el pasado a des-tiempo». https://elpais.com/elpais/2019/04/13/opinion/15551503388_573481.html. Consultado el 24 de julio de 2029.
- ANTÓN, Jacinto (2020): «Un selfi en la cámara de gas». https://elpais.com/internacional/2020/01/25/actualidad/1579971052_548328.html. Consultado el 27 de enero de 2020.



El Gran Canal de Venecia con uno de los numerosos cruceros que continuamente llegan hasta su casco histórico cargados de visitantes (foto: Dominio Público).

- ARROYO, Francesc (2005): «El precio de la ‘venganza catalana’»
https://elpais.com/diario/2005/10/08/catalunya/1128733645_850215.html. Consultado el 7 de marzo de 2021.
- ASENJO, Isaac (2019): «‘Turismo de postureo’ con Joker»
<https://www.elnortedecastilla.es/sociedad/turismo-postureo-joker-escaleras-instagram-atractivo-20191029130513-ntrc.html>. Consultado el 30 de octubre de 2019.
- BARBA, Andrés (2019): «‘La Gioconda’ revisitada»
https://elpais.com/elpais/2019/05/07/opinion/1557248479_494491.html. Consultado el 20 de noviembre de 2019.
- CANTÓ, Pablo (2020): «Retiran el bus de ‘Hacia rutas salvajes’ tras más de una docena de accidentes de turistas»
https://verne.elpais.com/verne/2020/06/29/articulo/1593427713_122136.html. Consultado el 30 de junio de 2020.
- Castro de Santa Tecla – Wikipedia (2021):
https://es.wikipedia.org/wiki/Castro_de_Santa_Tecla. Consultado el 4 de marzo de 2021.
- CONGOSTRINA, Alfonso L. (2018): «Barcelona retira la estatua de Antonio López».
https://elpais.com/ccaa/2018/03/04/catalunya/1520163684_885029.html. Consultado el 7 de marzo de 2021.
- COROLEU, José y PELLA Y FORGAS, José (1878): *Los Fueros de Cataluña*. Barcelona.
- DE DIEGO, Estrella (2019): «Momias»
https://elpais.com/cultura/2019/12/27/actualidad/1577465424_133099.html. Consultado el 28 de diciembre de 2019.
- ELORZA, Antonio (2019): «La caza del mito»
https://elpais.com/elpais/2019/04/16/opinion/1555417968_372180.html. Consultado el 24 de julio de 2019.
- Escuela de Periodismo UAM - El País (2017): «Venecia, Ámsterdam y Brujas buscan límites al sector turístico para evitar el colapso»
https://elpais.com/elpais/2017/07/20/masterdeperiodismo/1500564012_230118.html. Consultado el 27 de julio de 2019.
- Eustat (2020): https://www.eustat.eus/elementos/ele0003200/ti_Gasto_en_ID__PIB_por_pais_1997-2012/tbl0003292_c.html. Consultado el 4 de marzo de 2021.
- Fiestas de Interés Turístico Internacional - Wikipedia (2021): [https://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Fiestas_de_Inter%C3%A9s_Tur%C3%ADstico_Internacional_\(Espa%C3%B1a\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Fiestas_de_Inter%C3%A9s_Tur%C3%ADstico_Internacional_(Espa%C3%B1a)). Consultado el 11 de marzo de 2021.
- Gobierno de España (2020): <https://www.ciencia.gob.es/portal/site/MICINN/menuitem.edc7f2029a2be27d7010721001432ea0?vgnextoid=2891ee3f0ac64710VgnVCM1000001d04140aRCRD&vgnnextchannel=cf091f4368aef110VgnVCM100001034e20aRCRD>. Consultado el 4 de marzo de 2021.
- Gobierno de España (2021): <https://turismo.gob.es/desarrollo-sostenibilidad/fiestas/Paginas/Fiestas-de-Inter%C3%A9s-Tur%C3%ADstico-Internacional.aspx>. Consultado el 11 de marzo de 2021.
- GARCÍA GALLO, Bruno (2014): «Una estatua reabre la guerra de 1714».
https://elpais.com/politica/2014/11/22/actualidad/1416686746_728588.html. Consultado el 7 de marzo de 2021.
- GONZÁLEZ-VARAS, Ignacio (2018): *Patrimonio cultural. Conceptos, debates y problemas*. Segunda edición, Cátedra, Madrid.
- HERNANDO GARRIDO, José Luis y NUÑO GONZÁLEZ, Jaime (1990): «Tempus Fugit. Una revisión al patrimonio Histórico-Artístico en la Ribera del Duero». *Biblioteca 5. Estudio e investigación*, pp. 19-36.
- HERNANDO GARRIDO, José Luis (2004): «El contexto de la restauración de San Martín de Frómista (1895-1904): “El edificio de la gran patria castellana”

- y la propaganda católica». En *Frómista 1066-1904. San Martín, centenario de una restauración*. Santander, pp. 39-69.
- HOOK, Holger (2021): *Las cicatrices de la independencia*. Desperta Ferro, Madrid.
- MARTÍNEZ, Ángel (2019): «El gueto que noqueó al Taj Mahal»
https://elpais.com/cultura/2019/08/20/actualidad/1566308413_748005.html. Consultado el 23 de agosto de 2019.
- MEGÍA, Carlos (2016): «La isla de Tailandia y otros 10 lugares de ensueño que estamos destrozando»
<https://smoda.elpais.com/moda/actualidad/destinos-turisticos-ensueno-destrozados-turismo/>. Consultado el 24 de julio de 2019.
- MONCADA, Francisco de (1987): *Expedición de los catalanes y aragoneses contra turcos y griegos*. Barcelona, 1620. Ed. de Ediciones Akal, Barcelona.
- La Vanguardia (2019): «Los escenarios de 'Juego de Tronos' en el mundo real»
<https://www.lavanguardia.com/vida/junior-report/20190523/462393490259/escenarios-juego-tronos-mundo-real.html>. Consultado el 11 de marzo de 2021.
- Mont Saint-Michel – Wikipedia (2021):
https://fr.wikipedia.org/wiki/Mont_Saint-Michel. Consultado el 11 de marzo de 2021.
- PEREDA, Rubén (2019): «Rocadragón peligra: más de 20.000 firmas contra la horda turística en Gaztelugatxe, escenario de Juego de Tronos».
https://www.eldiario.es/euskadi/euskadi/roca-dragon-juego-de-tronos-gaztelugatxe-firmas-change-org_1_1194907.html. Consultado el 12 de diciembre de 2019.
- RODENBACH, Georges (2011): *Brujas la Muerta*. Vaso Roto Ediciones, Barcelona.
- ROMA VALDÉS, Antonio (2013): *Románico y gótico en la moneda de León y Castilla*.
https://www.academia.edu/3773691/Rom%C3%A1nico_y_g%C3%B3tico_en_la_moneda_medieval_castellana_y_leonesa. Consultado el 28 de febrero de 2020.
- T, K. (2019): «La sed por el "turismo oscuro"»
https://elpais.com/cultura/2019/08/20/actualidad/1566324521_525852.html. Consultado el 23 de agosto de 2019.
- VERDÚ, Daniel (2019): «Venecia, el turismo como problema, la cultura como solución»
https://elpais.com/cultura/2019/06/14/babelia/1560533295_263944.html. Consultado el 24 de julio de 2019.
- VERNE (2020): «Siguiendo para la foto: ruta por escenarios del 'turismo de postre'»
https://verne.elpais.com/verne/2019/07/19/articulo/1563553558_338187.html. Consultado el 24 de julio de 2019.
- VILLENA, Marta (2019): «¿Y si el turista gentrificador eres tú?»
https://verne.elpais.com/verne/2019/07/25/articulo/1564048368_291070.html. Consultado el 20 de noviembre de 2019.
- VILLENA, Miguel Ángel (2019): «Entrevista a la editora Pilar Rubio»
https://www.eldiario.es/cultura/libros/libros-viajes-viajar-literatura_0_921108544.html. Consultado el 21 de julio de 2019.



Aranda de Duero
2020

