

044 - 045

Debate e Investigación

¿Es el Patrimonio
un incentivo para
el desarrollo?

PH42 - Febrero 2003

los museos en las que suscitarían se suscitaría un sentimiento de pertenencia o de cohesión social. Por tanto, el **patrimonio** se considera aquí como productor de vínculos sociales o **factor de integración**. Para que dicho efecto –juizado a priori positivo– se lleve a cabo, es necesario que las personas o grupos implicados utilicen de forma efectiva el patrimonio, lo que significa que el efecto esperado depende a la vez de la existencia del patrimonio (y de los gastos de conservación) y de la posibilidad de acceder a los mismos (y de los gastos de acceso). La sociedad espera de su patrimonio tres tipos de valores: valor de uso privado, valor de existencia y valor de uso colectivo. En este estadio, la diferencia entre valores de uso (privados y colectivos) y valores de existencia es esencial porque es la base de los debates sobre la manera de catalogar, conservar y poner en valor los monumentos. A menudo, la preocupación inicial de la conservación ha sido la del valor de existencia y se demuestra en dos indicios: los debates sobre el hecho de saber si es necesario reconstruir o no los monumentos a un estado que puede no haber existido jamás (Viollet-le-Duc) y sobre el grado de apertura de los monumentos. Hoy en día, estos debates tomarían más bien la forma de si disneylandizar o no los monumentos. El principal solicitante del **valor de existencia** es el Estado, pero sus presupuestos no siempre permiten situarse a la altura de las necesidades de conservación requeridas. Los recursos que faltan se buscarán por tanto mediante la multiplicación de los usos privados, visitas pero sobre todo ocio, recepciones, utilización del edificio con finalidades que se sirven del monumento como decorado y no como fuente de satisfacción primera.

Ello no es criticable en sí, pero nos arriesgamos a pasar de un extremo al otro. Si hemos podido reprochar, en determinados momentos, a los responsables de los monumentos y museos de privilegiar los valores de existencia, por ejemplo limitando fuertemente el acceso, podemos preguntarnos hoy, si ponerlos al gusto

¹ Greffe X. (1999), La gestión del patrimonio cultural, París: Antropos-Económica, Anexo 2

² Comisión Europea (1995), Las iniciativas locales de desarrollo y de empleo: Encuesta de la Unión Europea. Documento de trabajo de los servicios de la comisión SEC (95) 564, p. 17

³ Rojek Chris (1997), Decentring Leisure: rethinking Leisure Theory, Londres: Sage Publications, p.77

de hoy en día no va a comprometer poco a poco las características de forma, que una vez pasados los efectos de moda, el monumento quede irremediabilmente desnaturalizado. Hay un **conflicto de uso**, y el problema es saber si dicho conflicto será superado de un modo positivo o no. Asumir dicho conflicto de un modo positivo es crear, en primer lugar, un diálogo entre todas las partes interesadas en un territorio, sobre las oportunidades ofrecidas por el monumento. Es también explorar las distintas posibilidades que ofrece la técnica. Y es por último, reunir al número máximo de socios en la gestión del monumento porque podemos pensar entonces que el consenso adquirido sobre los usos se encuentra en su utilización habitual. Si tomamos como ejemplo el caso de Francia, así ha ocurrido en Avignon, en Lascaux, y en Cheverny. Asumir dicho conflicto de modo negativo, es lo que sucederá si dicho diálogo no tiene lugar y si se imponen soluciones centralizadas arbitrarias. Para retomar el caso de Francia, recordamos cuando el Centro de Monumentos Nacionales pensó que era bueno imponer la presencia del arte contemporáneo como producto de reclamo en todos sus monumentos, o cuando el Consejo General del Gard quiso hacer del Puente de Gard una atracción que sirviera para todo. En los dos casos, el fracaso fue total.

Facilidades y límites del turismo cultural

Allí donde la práctica patrimonial se ha contemplado durante largo tiempo bajo la óptica de la utilización del tiempo libre o bajo el prisma educativo, se ha considerado cada vez más como un lugar de materialización de las expectativas turísticas. Así, la expresión de turismo cultural se ha convertido en la satisfacción de los territorios en crisis que terminarán siempre por encontrar un patrimonio que poner en valor o un festival que organizar. Esta importancia del turismo cultural se ha visto reforzada por la

Voces

Desarrollo del territorio como museo abierto

Carlos Sánchez de las Heras

Jefe del Servicio de Investigación y Difusión del Patrimonio Histórico. Dirección General de Bienes Culturales de la Consejería de Cultura. Junta de Andalucía

Desde la Dirección General de Bienes Culturales estamos convencidos de que la difusión y puesta en valor de nuestro patrimonio se ha configurado como una de las mejores herramientas para su tutela. En el Plan Económico Andalucía Horizonte 2000 se establecieron como objetivos garantizar el acceso de todos los ciudadanos a los Bienes Culturales y su utilización como recursos para el desarrollo social y referentes de identidad colectivos.

Esta nueva actitud ha inspirado la elaboración del II Plan General de Bienes Culturales, marco en el que se desarrollan la actuación administrativa y normativa en la actualidad en materia de Patrimonio. Las actividades de difusión y de divulgación de nuestro patrimonio son hoy asumidas como una necesidad ineludible, que dota de sentido a la actuación de la Administración Autonómica y sirve de nexo entre los elementos que constituyen ese patrimonio y la sociedad que los conserva, poniéndolos a disposición de ésta.

En este sentido se están planteando acciones de fomento que contribuirán a mejorar la accesibilidad, divulgación y difusión de nuestro patrimonio, y a mejorar igualmente la calidad de las visitas, lo que redundará en la adecuación de gran parte de los bienes que constituyen la riqueza patrimonial de Andalucía a conceptos tan en auge hoy como los relacionados con el desarrollo local, de forma que se rompa la tradicional concepción de carga económica para la sociedad que se tiene de los mismos y pasen a ser considerados como motor de desarrollo social y económico.

puesta al día de efectos cuantitativos importantes: así, el turismo museístico genera cerca de 40.000 empleos solamente en la ciudad de París¹. Todavía mejor, sus efectos esperados no son resultado del azar sino de la conjunción de fenómenos duraderos.

Las **transformaciones socio-económicas** constituyen el primero de estos fenómenos y se trata de la progresión de los niveles de vida reales bajo los que subyace una demanda creciente de ocio; del alargamiento de la esperanza de vida que alcanza hoy en día niveles jamás alcanzados hasta ahora (80,1 años para las mujeres y 73,7 años para los hombres), las jubilaciones cada vez más jóvenes y cada vez más protegidas vienen a inflar los efectivos de los visitantes; el crecimiento de los índices de escolarización y las duraciones medias de los estudios que tienden a facilitar el uso de servicios de distracción cultural; el aumento del tiempo libre del que una parte creciente está consagrada a la formación (40%) y al ocio (36%)².

La evolución del concepto o de la **función del ocio** constituye el segundo fenómeno explicativo de este aumento del turismo cultural. Si no nos limitamos sólo a algunas prácticas sociales antiguas y selectivas, como las del “gran tour”, el ocio tiene por función satisfacer las necesidades de descanso y distracción. Está regulado, definido por un período de tiempo específico y por espacios determinados. Además puede ayudar a neutralizar componentes antisociales y a valorar el modo de vida. Este planteamiento del ocio, que podríamos calificar de conservador, ha evolucionado bajo la perspectiva de otras interpretaciones, en especial el planteamiento regulador. El ocio no sólo constituye un subproducto de la economía moderna, sino que se puede convertir en una salida y en una condición de buena regulación. El consumismo aplicado al ocio abre posibilidades de descubrimiento y realización individuales, sin garantizar la materialización. Algu-



nos irán más lejos en esta crítica, como Marcuse, para quien el ocio y la realidad no están en sintonía... Las actividades que tienden a aportar distracción no llegan jamás a sus objetivos... Estos placeres no lo son jamás porque se dirigen implícitamente en direcciones que no son las buscadas y hacen de los hombres personas menos libres de lo que piensan...³.

Para determinados observadores, la sociedad moderna valora todo lo que cambia y esta necesidad de evolución o de transformación penetra en todas las actividades, incluidas las de ocio. Lo que se busca aquí es lo transitorio, lo fugaz. Este planteamiento

El aumento en la utilización social del patrimonio, gracias a los nuevos hábitos de disfrute del tiempo libre y a la promoción del turismo cultural, ha favorecido el desarrollo de nuevos modelos de difusión pública de los recursos culturales y que contribuirán a aumentar el rendimiento social de las instituciones responsables de la tutela de esos bienes. Una sociedad más sensibilizada ante el patrimonio busca elementos atractivos para satisfacer en ellos sus necesidades de recreo y esparcimiento.

La puesta en marcha del Plan de Centros de Interpretación del Patrimonio en una dimensión local es perfectamente viable, proporcionando el soporte técnico para desarrollar museos de sitio, revelar el significado de lugares de importancia histórica, realizar itinerarios o recorridos para el conocimiento de una zona, o programar actividades con fines culturales que complementen el desarrollo de una comarca.

Mediante este Plan se contribuirá al desarrollo humano reforzando el sentido de lugar en los visitantes y revalorizando algunos aspectos de la propia identidad en los habitantes locales. Una presencia más activa de la población en la gestión y aprovechamiento social del patrimonio, mediante el desarrollo de una oferta de servicios complementarios (alojamiento, restauración, comercialización de productos...) alrededor del servicio básico, facilita la accesibilidad y la inteligibilidad del patrimonio. Así el desarrollo de un territorio como museo abierto implica un proceso a través del cual el territorio pasa a ser percibido como un producto cultural.