



Congresos Internacionales de
Economía y Ciencias Sociales

www.eumed.net/eve/

SEXTO CONGRESO INTERNACIONAL SOBRE
Turismo y Desarrollo
del 6 al 23 de julio de 2012

PONENCIA

**RESTAURACIÓN DEL PATRIMONIO, TURISMO CULTURAL Y
PERCEPCIÓN VISUAL: LA ARQUITECTURA TRAVESTIDA**

Antonio J. Sánchez Fernández

Conservador-Restaurador de Bienes Culturales
Doctorando por la Universidad de Sevilla
asrestauracion@hotmail.com

RESUMEN

El texto ofrece una visión de defensa del patrimonio como uno de los ejes del desarrollo social, y, fundamentalmente, de la calidad de las operaciones de restauración como parte indisoluble de los medios de consecución de este objetivo.

Se analiza la práctica del turismo cultural en función de las perspectivas e intereses de la sociedad, y cómo percibimos tanto los objetos del pasado como la imagen del objeto restaurado como producto o subproducto turístico. De esta manera, se ilustran casos prácticos donde la concepción de una construcción del pasado no concuerda con la “imagen restaurada”. En este sentido, se expone la debilidad del concepto de autenticidad relacionada con la utilización del patrimonio para el impulso local y el aumento de un fenómeno estetizante que encierra a los valores históricos de los monumentos arquitectónicos.

PALABRAS CLAVE

Autenticidad, Turismo, Patrimonio Cultural, Monumentos, Políticas Culturales, Restauración Arquitectónica

A partir del siglo XIX las sociedades occidentales comenzaron a establecer, oficial y sistemáticamente, una serie de normas que tienen como fin conservar y proteger los restos materiales del pasado, en especial, los monumentos arquitectónicos.

Éstos tienen unas amplias implicaciones sociales y, por tanto, “*el esfuerzo de conservación debe ser valorado no sólo en relación con el valor cultural de los edificios, sino también con su valor de uso*”¹.

Así, dentro de esta tipología de bienes culturales, se pueden diferenciar a los monumentos artísticos, que se distinguen por poder ser reutilizados en el momento presente (sin desdeñar su valor estético intrínseco), y los monumentos arqueológicos, que además de carecer de un uso práctico contemporáneo, se revelan en forma de fragmentos, prevaleciendo su valor histórico como documento (función intelectual). La ingeniería turística siempre ha tenido en cuenta la importancia de este valor de uso (recuérdese la expansión de los Paradores de Turismo).

EL PATRIMONIO HISTÓRICO-ARTÍSTICO COMO PRODUCTO DE CONSUMO DEL TURISMO CULTURAL

Después de la Segunda Guerra Mundial se produce un desarrollo del turismo de masas para las clases trabajadoras. Entonces, las ciudades europeas tomaron conciencia del impacto que tenía el turismo en general y el turismo cultural en particular en la economía local.

Podemos calificar al turista cultural como aquella persona cuya principal motivación para visitar una ciudad es conocer su patrimonio histórico-artístico (calles, plazas, palacios, castillos, iglesias, museos, etc.); relacionarse con las costumbres, idiosincrasias y modos de vida de la población; asistir a manifestaciones de cultura tradicional (folklore); acudir a manifestaciones culturales contemporáneas (conciertos, exposiciones y otros espectáculos).

El saber y el aprendizaje son, *a priori*, las experiencias que el turismo cultural adquiere como valor añadido, generalizándose cada vez más esta actividad de ocio.

De esta forma, el patrimonio histórico-artístico ocupa el lugar de recurso o atracción y actúa como un producto turístico. Se puede definir un producto turístico total, como la suma de cinco factores: la imagen, la accesibilidad, los servicios en el área de destino, el precio y los atractivos o atracciones².

La **imagen** es la concepción o certidumbre que se tiene acerca de los distintos productos turísticos; habitualmente es una potente estimulación para decidir el viaje, sin que tengan que influir experiencias personales o determinados sucesos. Así, instituir, mantener, o transfigurar imágenes para influir en las expectativas del hipotético consumidor, puede ser un objetivo esencial del marketing de promoción turística.

Por otro lado, el dinamismo entre los productores (oficinas de turismo, tour operadores, etc.) y los consumidores va a distinguir lo que hay que visitar. Los

¹ Artículo 3 de la *Declaración de Amsterdam* de 1975.

² MIDDLETON, V.: *Overall Tourism Product*. Tourism Marketing and Management Handbook. S.F.Witt & L. Moutinho. Prentice-Hall, 1994. Pp. 337-340.

productores van a seleccionar teniendo en cuenta lo que el turista espera ver (casas, plazas y calles típicas, monumentos arquitectónicos, etc.), y el consumidor tiene una expectativa, propia o creada, que espera reafirmarla durante su visita.

Un producto histórico-turístico completo y satisfactorio, según Ashworth, debe reflejar algún “momento culminante” de la historia, es decir, los monumentos más importantes de la ciudad, deben estar rodeados de la “atmósfera histórica” que el turista espera.

En la actualidad, se han multiplicado las iniciativas municipales para impulsar la economía local a través de la promoción de un área de recursos patrimoniales para el turismo. La conservación, restauración y, sobre todo, la rehabilitación del patrimonio se entiende, en el mejor de los casos, como una parte de la “mejora” de los recursos. Se piensa en la potencial clientela, y para ello, se tonifica la imagen patrimonial para que sea del gusto de los consumidores. En este punto, y si no atendemos a todas las Cartas y Documentos internacionales en materia de conservación y restauración, corremos el riesgo de caer en arbitrariedades.

No obstante, hemos asistido a una evolución del concepto de patrimonio, que se extiende más allá de los monumentos y los museos para valorizar formas más vernáculas, etnológicas o incluso intangibles. Además, la concepción del patrimonio se ha enriquecido con una reflexión sobre su papel como dinamizador económico (creador de empleo y de ingresos), sin dejar de lado la profundización en las teorías de restauración.

Por otra parte, la energía que una sociedad destina en apoyo a su patrimonio emana de las satisfacciones que de ello espera obtener y que estará vinculada a un sistema de valores. La sociedad espera de su patrimonio tres tipos de valores: valor de uso privado, valor de existencia y valor de uso colectivo³.

Las satisfacciones de tipo individual o privado incumben a las necesidades estéticas, cognitivas o artísticas y se expresan, de forma cotidiana, por medio de peticiones de visitas. Otras satisfacciones están relacionadas con la propia existencia del bien patrimonial, *per se*. Se trata, por ejemplo, de la imagen de un monumento en relación a la realidad de un colectivo, la unidad de una comunidad o la imagen de marca de un territorio⁴.

Para el profesor Xavier Greffe, el Estado es el principal demandante del valor de existencia. No obstante, los recursos económicos no siempre cubren las necesidades de conservación que se requiere a menudo. Los que faltan se adquirirán mediante la multiplicación de los usos privados o visitas, pero sobre todo, buscando la integración con el ocio (cultural, gastronómico...), recepciones, etc., por incentivos jurídicos, fiscales y/o administrativos.

La puesta en servicio del patrimonio histórico-artístico, y en especial la arquitectura monumental, en favor de la optimización de los recursos de la ciudad, su adaptación a las necesidades de los consumidores o su exposición a las leyes de los mercados, puede incurrir en la utilización del edificio con finalidades que se sirven del

³ GREFFE, X.: ¿Es el Patrimonio un incentivo para el desarrollo? *PH Boletín del Instituto del Patrimonio Histórico*. Núm. 42. Consejería de Cultura. Junta de Andalucía. Sevilla, 2003. Pp. 44-45.

⁴ *Ibidem*.

monumento como decorado y no como fuente de satisfacción primera. Ponerlos al gusto de hoy en día, ¿no va a comprometer las características formales?, ¿no se puede producir una desnaturalización del monumento, y que, una vez pasados los efectos contemporáneos de “actualidad”, endosemos una falsificación histórico-estética al futuro? Entra en juego el concepto de autenticidad ligada a la imagen y a la materia de los bienes culturales.

AUTENTICIDAD, CIUDAD, ARQUITECTURA Y LA PERCEPCIÓN VISUAL DE LOS MONUMENTOS COMO OBJETOS DEL PASADO

El patrimonio requiere **calidad** como función de la **autenticidad**. Cuando el sector turístico habla de calidad, lo asocia al servicio que prestan las agencias de viajes, hoteles o restaurantes. También se entiende la calidad en relación con el entorno, en el urbanismo y en cualquier tipo de equipamientos y servicios complementarios. Igualmente, se estima la calidad de vida de los residentes, y en este sentido, hay que reforzar la autenticidad de los lugares, sobre todo mediante la fijación del entorno y la reivindicación de las actividades propias de las zonas urbanas.

No obstante, consideramos que esto no es suficiente, sin querer restar importancia a todo aquello que tenga que ver con la calidad del equipamiento y los servicios turísticos. Así, al igual que un veraneante en la costa se sentiría defraudado si en vez de playas naturales, terminamos ofreciendo una piscina artificial o un bronceado de lámparas ultravioletas, el turista de motivación cultural debería demandar la autenticidad de las experiencias como exigencia, o por lo menos, así espera que ésta sea. De lo contrario, su visita sería incompleta o poco satisfactoria.

En nuestra opinión, es el Estado y las administraciones públicas los que deben jugar un papel determinante en la forma de protección del patrimonio. Estableciendo una relación en comunión con el conjunto de disciplinas profesionales relacionadas con la ciencia y la cultura, y con un apoyo pedagógico que “*debe destacar los valores históricos, artísticos y éticos que el patrimonio cultural representa para la sociedad*”⁵.

Se hace necesario, a la par, definir la autenticidad funcional, física y lírica del monumento arquitectónico como entidad única y su enlace con el entorno. Al igual que la reivindicación de la calidad de las operaciones de restauración del patrimonio. Defendemos la recuperación de los monumentos, pero no la subordinación edilicia a la flexibilidad del espacio arquitectónico patrimonial que satisfaga la demanda socio-cultural del momento.

Por esta senda y con el tema central de la autenticidad, el ICOMOS, la UNESCO y el ICCROM se reunieron entre los días 1 y 6 de noviembre de 1994 en la ciudad japonesa de Nara, dando lugar al *Documento de Nara* de 1994.

Así, el Documento establece la autenticidad como un valor fundamental del patrimonio cultural. Para su apreciación, es necesario conocer y comprender las fuentes de información (arts. 9 y 10), pero sin basar ese juicio en criterios inamovibles, “*el respeto debido a todas las culturas requiere que los bienes del patrimonio deban*

⁵ Resolución B.9 de la *Declaración de Helsinki*, sobre la dimensión política de la conservación del patrimonio cultural en Europa. 4ª Conferencia Europea de Ministros Responsables del Patrimonio Cultural. Helsinki, del 30 al 31 de Mayo de 1996.

juzgarse y tomarse en consideración dentro de los contextos culturales a los que pertenecen” (art.11). “Algunos de los aspectos de las fuentes pueden ser la forma y el diseño, los materiales y la sustancia, el uso y la función, la tradición y las técnicas, la ubicación y el escenario, así como el espíritu y el sentimiento, y otros factores internos y externos” (art.13).

La cuestión de la autenticidad en relación con la Ciudad Histórica

Algunas actuaciones públicas para la recuperación de los centros históricos se han centrado en determinados aspectos físicos, como la mejora de las instalaciones de saneamiento, restauración de monumentos, peatonalización y valorización de ciertas zonas con un componente histórico para la visita turística. La rehabilitación del caserío ha estado dominada por la iniciativa privada y al mercado inmobiliario, con ausencia de programas de vivienda social y un planteamiento conciliador entre funcionalidad y los demás valores patrimoniales, lo que ha dado como resultado centros históricos llenos de un parque inmobiliario de elevados precios.

Podemos agrupar los principales peligros que amenazan la autenticidad de la ciudad histórica en cuatro aspectos: degradación, terciarización, gentrificación y banalización⁶.

La degradación implica la dejación física de determinados sectores de la ciudad por un envejecimiento de la población, un deterioro de los inmuebles, escasa infraestructura urbana, ausencia de servicios y marginalidad. Al abandono físico se le añade la degradación social.

Otro de los peligros es la terciarización que consiste en el proceso de transformación de los centros urbanos, que pasan de gestarse como residenciales y plurales, a acabar destinados al sector servicios (comercios, restaurantes, oficinas, etc.). Más allá del horario comercial fuera del horario esta zona se queda sin actividad.

La gentrificación es el reemplazo de los residentes tradicionales, de diversa composición social, por otra caracterizada por un alto poder adquisitivo. Los precios de venta o de alquiler aumentan tras las rehabilitaciones, empujando a la periferia a una determinada franja de la población. Este fenómeno da lugar a un empobrecimiento de la diversidad social de los centros urbanos.

La banalización aparece como consecuencia del turismo que impacta en la ciudad permitiendo nuevas arquitecturas historicistas, tiendas de recuerdos de baja calidad, restaurantes con publicidad agresiva, masificación turística, etc. También influye en el aumento de precios y excluyendo actividades comerciales normales y equipamientos básicos para los residentes: tiendas de comestibles, colegios, etc.

En los últimos tiempos se ha desarrollado una visión productivista y/o especulativa donde la arquitectura y la ciudad van perdiendo su autenticidad como consecuencia del abandono de la ciudad a su suerte o a intereses privados, siempre lejanos a los valores históricos de los bienes culturales.

⁶ ROMERO MORAGAS, C.: Ciudad, cultura y turismo: calidad y autenticidad. *PH Boletín del Instituto del Patrimonio Histórico*. Núm. 36. Consejería de Cultura. Junta de Andalucía. Sevilla, 2001. Pp. 105-106.

Al discernir sectores simbólicos de la ciudad, ésta se hace notar: “se pone la ciudad en el mapa”. En este sentido, la Administración parece tener en la “puesta en valor” y promoción turística de la cultura y del patrimonio, una de las áreas fundamentales de su actividad. El coste de esta transformación pasa por la creación de una nueva arquitectura o rehabilitaciones donde los bienes culturales se ponen al servicio de las intervenciones en materia de conservación y restauración.

Sin embargo, la motivación del turista cultural se dirige hacia las ciudades originales que conserven su personalidad y no a parques temáticos o escenificaciones que ofrezcan la cultura como un simulacro. La complejidad de la ciudad supera la visión reduccionista de un espacio para el turismo.

Al mismo tiempo, la autenticidad es también resultado de la vitalidad del patrimonio. Las ciudades deben estar vivas, sentirse habitadas y no en un espacio aséptico y recontextualizado o museificado. Igualmente, denunciamos a las ciudades donde se encubre la pobreza y, de cara al turismo, se oferta un falso espectáculo, donde la conservación viene derivada fundamentalmente de la poca capacidad económica de la población para modificar sus circunstancias que de una conciencia de salvaguarda patrimonial. Así, la percepción y el consumo contemporáneo de estos lugares no dista tanto de la percepción y el consumo que hoy se ofrece en los actuales parques temáticos.

Para garantizar la competitividad el mercado del turismo cultural, las ciudades deberán instalar estructuras y políticas públicas enfocadas a conquistar una ciudad socialmente más justa y cohesionada y una vida cultural propia, original y diversa. La autenticidad y la vitalidad de las ciudades son el legítimo reclamo para los turistas.

La cuestión de la autenticidad en relación con la Arquitectura

En la sociedad española, como en tantas otras, los monumentos del pasado (puentes, palacios, castillos, etc.) están integrados en la cultura del presente, ya que son construcciones de nuestros progenitores, de los que descendemos genealógicamente. De esta forma, no se concibe un monumento del pasado como producto de una cultura ajena a la nuestra (incluso teniendo en cuenta la existencia de la diversidad de lenguas, por ejemplo latín o árabe, que se practicaron en este territorio).

Esta cuestión dota a los monumentos de una propiedad inherente a la Historia, y que nos obliga a utilizar la imaginación para intentar concebir otras estructuraciones sociales. Nos exporta de nuestra contemporaneidad. La aproximación a los monumentos requiere un esfuerzo intelectual, aunque, en ocasiones, el carácter fragmentario de algunos edificios pueda dificultar su lectura.

Es la disciplina de la conservación-restauración la que debe facilitar la lectura lógica de los monumentos, ponderando todos los valores patrimoniales de los bienes. Ninguna operación de restauración debe anular el proceso histórico, que identifica al bien cultural como un objeto perteneciente al pasado, testimonio del quehacer humano en una determinada época y lugar. De lo contrario estaríamos atentando contra la autenticidad del patrimonio cultural.

Este es el primer axioma de la teoría de Camillo Boito: la salvaguardia de la autenticidad documental de la obra de arte cualquiera que sea el período al que pertenezca. El monumento es valorado como un documento de la historia, como “un

*libro, que tengo la intención de leer sin reducciones, adiciones o trastrocamientos. Quiero estar bien seguro de que todo lo que está escrito salió de la pluma o el estilo del autor*⁷.

Para Alois Riegl, los **valores rememorativos** reflejan el reconocimiento del monumento como algo que pertenece al pasado. Los divide a su vez en tres valores, estableciendo la necesidad, o no, de conservación o restauración que cada uno admite.

El **valor de antigüedad**⁸, consiste en la clara perceptibilidad de las huellas que imprime el paso del tiempo, y que se manifiesta en las imperfecciones, en la carencia del carácter cerrado, a la tendencia a la erosión de forma y color.

El valor de antigüedad (al igual que la *restauración arqueológica* boitiana) demanda la conservación de las huellas del deterioro natural, excluyendo la restauración e impidiendo *“la intervención arbitraria de la mano humana en el estado actual del monumento, pues éste no debe sufrir adición, ni sustracción, ni restitución de lo que las fuerzas naturales han destruido al correr del tiempo, ni eliminación de lo que por las mismas causas se ha incorporado al monumento, alterando así su forma cerrada originaria.”*⁹.

El **valor histórico** reside en tanto que el monumento representa a una determinada etapa en la evolución de algún campo creativo de la humanidad, es decir, el valor documental del monumento. El valor histórico es inversamente proporcional a la alteración sufrida en su estado cerrado originario.

Con la conservación-restauración, se trata de poner los medios al alcance del hombre para *“mantener un documento lo menos falsificado posible para que la investigación histórico-artística lo pueda completar en el futuro”*¹⁰. Los deterioros ya producidos son considerados datos de importancia documental para el valor histórico, que intentará con la intervención, a partir del momento actual, frenar la destrucción total.

Por otro lado, los monumentos arquitectónicos, en especial las estructuras arqueológicas, no tienen porqué ser comprendidas de forma inmediata y directa, sino a través de un trabajo histórico. Este hecho sólo será posible en una sociedad educada en el conocimiento histórico y que se divulgue a través de los medios de comunicación de masas.

Riegl establece otra categoría de valores que son los **valores de contemporaneidad**. Corresponde a la capacidad que poseen los monumentos de satisfacer las necesidades materiales o espirituales de los hombres de la misma forma que lo haría las nuevas creaciones modernas.

⁷ BOITO, C.: *Questioni pratiche di belle arti: Restauri, concorsi, legislazione, professione, insegnamento*. U. Hoepli. Milán, 1893. Pp. 7-8.

⁸ Este valor de la obra de arte aspira a dirigirse a todos los seres humanos por encima de su credo, cultura o entendidos en la materia. Encontramos implícitamente el espíritu ruskiniano aunque con reservas, pues, aunque admite lo pintoresco en relación a la erosión del monumento, afirma la pérdida del valor de antigüedad con el progresivo deterioro y la impresión deprimente de los síntomas de ruina.

⁹ RIEGL, A. *El culto moderno a los monumentos*. Antonio Machado libros. Col. La Balsa de la Medusa. 3ª edición. Madrid, 2008. Pp. 52-53.

¹⁰ *Op. cit.* P. 58.



Fig.1: Edificio del s. XVIII tras una intervención de rehabilitación.



Fig. 1.1: Fotografía histórica del edificio



Fig. 2: Castillo de San Romualdo (San Fernando, Cádiz) Estado actual.



Fig. 2.1: Castillo de San Romualdo (San Fernando, Cádiz). Fotografía histórica.



Fig. 3: Baterías defensivas (s. XVII) (San Fernando, Cádiz). Estado actual. Foto de Miguel Ángel López Moreno.



Fig. 3.1: Estado inicial de las Baterías defensivas. Foto de Miguel Ángel López Moreno.

En este sentido, nos interesa destacar el **valor instrumental**, como referente a la vida física, a la materia y que pertenece a todos los monumentos históricos que conserven sus funciones originales o que hayan sido destinados a unas nuevas. Precisamente, un edificio antiguo que hoy sigue con una funcionalidad, exigirá la restauración para mantener ese uso y la seguridad del mismo. Riegl prevé la posibilidad de conflicto entre *valor de antigüedad* y *valor instrumental*, sobre todo en los monumentos que se encuentran en el límite que separa los utilizables de los no utilizables. En este caso habrá que ponderar con los postulados de los distintos valores.

Además de los valores documentales de la obra, se deben salvaguardar sus valores figurativos: el **potencial expresivo**. No obstante, no se trata de recuperar la forma prístina o la unidad de estilo, sino de restablecer la **unidad figurativa** de la obra de arte y su naturaleza artística.

De esta suerte, el interés por la conservación física del patrimonio es una necesidad social y políticamente aceptada. La controversia se centra más en el *cómo*.

Las Figs. 1 a 3.1 representan diferentes monumentos arquitectónicos restaurados y con una pretensión de incorporación a la oferta turística local. Esta variable hace que se radicalicen los criterios de intervención para aumentar el impacto del bien cultural como producto turístico. La primera consecuencia es una persecución hacia todos los elementos visuales que identifican a un objeto como perteneciente al pasado: erosiones, falta de linealidad o la pátina natural, como mutación superficial positiva. Además, se produce una homogeneización en estilo, como veremos.

MARIDAJE ENTRE CONSERVACIÓN, RESTAURACIÓN Y REHABILITACIÓN DEL PATRIMONIO MONUMENTAL: HACIA UNA ARQUITECTURA TRAVESTIDA

Entendemos por rehabilitación una reapropiación de un bien cultural abandonado, degradado o desposeído de uso. De esta forma, una intervención de rehabilitación implica a todos los medios para que un objeto histórico, más allá de su contexto original, sea “reutilizado” satisfaciendo necesidades contemporáneas.

Por otra parte, la búsqueda de funciones adecuadas debe conjugarse con el conjunto de técnicas de restauración como proclama la *Carta Europea del Patrimonio Arquitectónico* de 1975 en la llamada “conservación integrada” (art. 7). Esta vuelta de utilidad a la sociedad, favorece la conservación de los monumentos.

Al mismo tiempo, se define el concepto de **conservación**, en relación a todas las operaciones (activas y/o pasivas) destinadas a paliar las **causas** de deterioro con el claro objetivo de mantener y prolongar en el tiempo, los materiales constitutivos de las obras. Mientras, se entiende por **restauración**, todas los trabajos que actúan sobre las **causas** de deterioro.

Como cada intervención es distintiva, cada bien presenta un cuadro patológico único y demanda un tratamiento específico, pueden presentarse conflictos en el momento de salvaguardar tanto la obra de arte como del testimonio histórico.

Entonces, en la restauración se deben tener en cuenta los siguientes aspectos:

La defensa de los elementos añadidos: “*desde el punto de vista histórico, las adiciones sufridas por una obra de arte no son más que nuevos testimonios del quehacer humano y, por tanto, de la historia; en este sentido, lo añadido no se diferencia del núcleo originario y tiene idéntico derecho a ser conservado*”¹¹. En

¹¹ BRANDI, C.: *Teoría de la restauración*. Alianza Editorial. 2ª edición. Madrid, 2002. P. 39.

consecuencia, la excepcional eliminación de los añadidos debe justificarse y documentarse.

La unidad potencial de la obra de arte: Cesare Brandi propone que la restauración debe intentar desplegar la potencial unidad primitiva contenida en cada vestigio. El restablecimiento de la unidad potencial de la obra de arte es “*exigible en una proporción directamente vinculada con la huella formal que ha sobrevivido a la disgregación de la materia en cada uno de los fragmentos*”¹². Además, debe estar ponderado por las instancias estética e histórica, evitando la ofensa estética, por un lado, y el falso histórico, por otro. Este es la segunda máxima de Brandi: “*La restauración debe dirigirse al restablecimiento de la unidad potencial de la obra de arte, siempre que esto sea posible sin cometer una falsificación artística o una falsificación histórica, y sin borrar huella alguna del transcurso de la obra de arte a través del tiempo*”¹³.

La materia original es irremplazable: los materiales constitutivos originales jamás podrán ser sustituidos, por lo tanto, hay que conservar el estado actual de lo antiguo. Este estado está caracterizado por la noción de **pátina**, como una mutación positiva de los materiales en su estructura química superficial que sucede por el transcurso natural del tiempo. Debemos conservar este envejecimiento positivo del monumento por tratarse de su vida misma, y no intentar, con la intervención de restauración, retornar a la " imagen original del monumento" (repristino), puesto que esto es imposible e intentarlo sería profundamente falsificante.

Cada intervención de restauración deberá ser diferenciada, acentuando los límites entre la materia original y la introducida en la actualidad. Además, debe ser visible a simple vista pero sin llegar a desfigurar el aspecto.

Hay que destacar las amplísimas consecuencias del problema planteado por Camillo Boito de la diferenciación moderna de las reintegraciones (de color y/o de volumen). Esta prescripción ha dejado un largo campo de tratamientos de diferenciación entre lo nuevo y lo original y la fractura boitiana entre *historia* y *modernidad*, condenando implícitamente el repristino como la práctica en la que se fundamenta los falsos históricos.

Pero, actualmente, la fractura de historia y modernidad no tiene una definición clara. Necesitamos un consumo rápido, instantáneo, del patrimonio cultural. No queda tiempo para la evocación histórica. Por lo tanto, se desencadena un proceso de homogeneización de las intervenciones de restauración arquitectónica. Gran parte de los monumentos tratados comparten aspectos estilísticos, aunque pertenezcan a épocas diferentes y funciones marcadamente distintas. En las Figs. 4, 4.1, 5 y 5.1 se puede advertir cómo construcciones tan dispares en época, estilo y uso, comparten, tras sus respectivas intervenciones, una caracterización estetizante. Una inadecuada historiografía material que abandona la lectura histórica del monumento como documento. Se produce una analogía estilística que conduce a una confusión histórico-artística, que casi identifica a los edificios como obras salidas del mismo taller.

Entendemos que se produce un fenómeno de **arquitectura travestida**. Una transformación de encubrimiento que, por una idea de progreso o de belleza mal entendida, hace que no se conozca al monumento por sus valores históricos.

¹² *Op. cit.* P. 26.

¹³ *Op. cit.* P. 17.



Fig. 4: Torre de Guzmán (Conil, s. XIII). Estado actual.

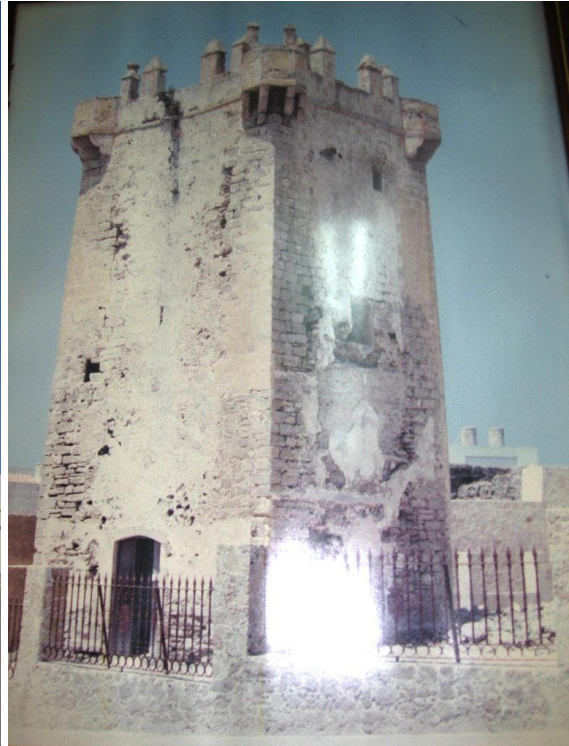


Fig. 4.1: Fotografía histórica de la Torre.



Fig. 5: Torre del Convento de la Merced (Rota, Cádiz) s. XVII. Estado actual.



Fig. 5.1: Fotografía histórica de la torre. Detalle.

LA RESTAURACIÓN AL SERVICIO DE LA MERCANTILIZACIÓN DEL PATRIMONIO

En el discurso de los bienes culturales, los monumentos histórico-artísticos deben ser accesibles a todo el mundo, así, la apariencia del monumento arquitectónico debe mostrar su esencia. Es decir, todos los ciudadanos demandantes de cultura tienen que tener acceso a él y poder deleitarse de una manera más o menos inmediata.

Además, existe el intento de superación del carácter de fragmento de algunos monumentos que tiende a presentarlos como una reconstrucción (como el teatro romano de Sagunto, entre otros). En este caso, se “supone” que el visitante está viendo el objeto “tal y como era”. No tiene que esforzarse para captar la “realidad histórica”. De este modo, el contacto directo con esa imagen elabora la percepción de esa “realidad”.

Esa imagen funciona como un “fuego fatuo”, si no se da a conocer el cómputo de valores patrimoniales de un objeto artístico. Entonces, en ese giro del patrimonio cultural, el objetivo fundamental es el valor cognoscitivo inmediato, no la materialidad en relación con el tiempo. En definitiva, se trataría de ofrecer al consumidor un producto agradable con la búsqueda de la mera satisfacción contemplativa. Esto sólo funciona con un turista autocomplaciente que busca atesorar visitas, que se deleita con la enumeración de los sitios visitados.

Sin embargo, hay que conservar la materialidad arquitectónica, defendiendo la integridad del monumento. Por ello, toda reconstrucción puede ser peligrosa si no se respetan los criterios de intervención.

En torno al problema de la **reconstrucción**, que a diferencia de los *añadidos*, que completan o amplían la obra original, Cesare Brandi lo cataloga como un intento de “*conformar nuevamente la obra, intervenir en el proceso creativo de manera análoga a como se produjo el originario; pretende refundir lo viejo con lo nuevo de tal forma que no se distingan, y abolir o reducir al mínimo el intervalo de tiempo que separa estos dos momentos*”¹⁴.

Entendemos esta afirmación como una crítica a la concepción de la restauración en estilo, propugnada por Viollet-le-Duc y profusamente aplicada en las intervenciones del siglo XIX y del XX, y profundamente miopes en relación con los diversos valores del monumento. En esta línea, el monumento posee valor porque tiene un significado que puede tener que ver con las técnicas de construcción, con las relaciones sociales que han podido tener lugar en él o alrededor de él o con el conjunto de valores simbólicos que posee.

El monumento reconstruido, sin el prospecto de los criterios internacionalmente aceptados, proporciona un “como-si-fuese” que altera irremediabilmente la integridad edilicia.

Pero este afán de inmediatez descrito, no debe perturbar la esencia arquitectónica, permitiendo que no todo tenga que presentarse a primera vista (pudiendo ser ofrecidos por otros recursos museográficos, por ejemplo).

¹⁴ BRANDI, C.: *Teoría de la restauración*. Alianza Editorial. 2ª edición. Madrid, 2002. P. 40.

En este sentido, el término “puesta en valor”¹⁵, que tiende a hacerse cada día más frecuente, adquiere un protagonismo especial en la actualidad, pues parece que urge la necesidad de esgrimir al límite el volumen que el patrimonio monumental tiene como recurso de dinamización económica.

La puesta en valor del patrimonio monumental y artístico, entendida en la *Carta de Quito* de 1967, implica “una acción sistemática, eminentemente técnica dirigida a utilizar todos y cada uno de esos bienes conforme a su naturaleza, destacando y exaltando sus características y méritos hasta colocarlos en condiciones de cumplir la nueva función a que están destinados”¹⁶. Esta finalidad trascendente pasa por “poner en productividad una riqueza inexplorada mediante un proceso de revalorización que lejos de mermar su significación puramente histórica o artística, la acrecienta”¹⁷, contribuyendo al desarrollo económico de la región.

No consideramos la mercantilización del patrimonio histórico como un concepto peyorativo, siempre que no se siga esta máxima: que la autenticidad de los bienes culturales no estropee ningún buen producto turístico.

El Turismo debe tener en cuenta sus efectos sobre el patrimonio cultural. Al discurso de la industria turística le corresponde un papel importante “el reconocimiento de los elementos tradicionales y actividades de cada comunidad local, el respeto y el apoyo a su identidad, cultura e intereses”¹⁸. Además, le compromete asegurarse de que la planificación del desarrollo turístico “preserva el legado, el patrimonio y la integridad de los destinos”¹⁹.

CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN

Frente al discurso actual de la rehabilitación del patrimonio histórico-artístico, creemos que se debe requerir la aceptación del carácter fragmentario del conocimiento histórico y la condición de reconstrucción reflexiva del pasado. Como se ha visto, estas reconstrucciones no sólo obedecen a los conocimientos que nos ofrecen las fuentes escritas y los propios monumentos, sino también influyen nuestras visiones conceptualizadas previas acerca del pasado que derivan tanto de nuestros pensamientos antropológicos y sociales, como de nuestros prejuicios e ideas morales.

El monumento fue construido por unas personas y para alguna función. Ese contexto ya se ha extinguido pero la construcción sigue ahí. El historiador no es un

¹⁵ Poner en valor un elemento patrimonial es un concepto derivado de una pobre traducción del francés *mise en valeur*. Implica, en sentido estricto, dar un nuevo valor a algo que no lo tiene. El problema se plantea, al enfrentarnos a la palabra valor, ya que no todas las personas que se dedican profesionalmente a la interpretación del patrimonio comparten unos mismos criterios sobre la aplicación de ese concepto. Generalmente, se entiende por “valorización”, un concepto más actual que pasa por la divulgación pública del conocimiento y de los valores del patrimonio cultural, así como una correcta gestión de los mismos, con el objetivo de realzar las características históricas y/o artísticas del bien cultural.

¹⁶ Artículo 4 de la *Carta de Quito* de 1967.

¹⁷ Artículo 3 de la *Carta de Quito* de 1967.

¹⁸ Artículo 3 de la *Carta para un Turismo Sostenible*. Conferencia Mundial sobre Turismo Sostenible. Lanzarote, 27/28 de abril de 1995.

¹⁹ Artículo 3 de la *Declaración de Manila* sobre el impacto social del turismo de 1997. Organización Mundial del Turismo.

*médiu*m capaz de dialogar con el pasado, pero a través de la materialidad arquitectónica podemos descubrir un mundo de usos y valores, que podría llevarnos a reflexionar sobre el valor relativo de nuestra cultura. Siempre y cuando el monumento no se mengüe a una imagen explícita que se sacrifica como envoltorio para el consumo como producto turístico cultural.

En conclusión, la industria turística debe explotar las diferencias culturales, no las similitudes. Por tanto, toda ciudad debe contar con un área de cultura que aúne investigación, conservación, restauración, revalorización, dinamización, así como una política de turismo cultural basada en una correcta estrategia del patrimonio cultural como recurso. Además, los profesionales del patrimonio debemos de participar activamente, tanto en su conservación como su difusión y gestión.

Pero, la rehabilitación de monumentos y de la vida social ¿es viable sólo en manos del libre mercado inmobiliario? o ¿es necesario el arbitraje de la Administración para evitar la museificación de la ciudad y garantizar los distintos valores patrimoniales?

Reflexiones sobre políticas públicas y modelo de ciudad

En definitiva, los turistas de motivación cultural vienen a las ciudades históricas por su patrimonio y su cultura. Pero la industria turística no parece ser sensible a la protección, conservación y valorización del patrimonio cultural como tal. No es suficiente con ocuparse sólo de la infraestructura turística (hoteles, restaurantes, agencias, etc.) o del marketing promocional.

Asimismo, las actuales intervenciones sobre el patrimonio arquitectónico no parecen tener en cuenta el elenco de valores histórico-artísticos, y por ende, incide en un detrimento de la autenticidad edilicia. ¿Es nuestra intención ofrecer al turista cultural falsos histórico y/o falsos estéticos? ¿Es la Restauración un mero vehículo para satisfacer intereses económicos sin tener en cuenta intereses intelectuales?

Entonces, ¿sobre quién recae la tarea de sensibilización a la población en la conservación del patrimonio construido y la protección del paisaje urbano? ¿Quién educa a los habitantes para que conozcan su patrimonio cultural y con posterioridad lo compartan con los turistas?

La restauración material del patrimonio no puede ser la única variable en la complicada tarea de la conservación de una ciudad histórica y sus monumentos. Los ciudadanos tienen que estimar su ciudad, y por esta razón deben conocer su historia y valorar sus singularidades, de manera auténtica.

BIBLIOGRAFÍA

- ASHWORTH, G.: *The Historic Cities of Groningen: Which is Sold to Whom?. Marketing Tourism Places*. Routledge, London, 1990. Pp. 138-153.
- BOITO, C.: *Questioni pratiche di belle arti: Restauri, concorsi, legislazione, professione, insegnamento*. U. Hoepli. Milán, 1893.
- BRANDI, C.: *Teoría de la restauración*. Alianza Editorial. 2ª edición. Madrid, 2002.
- CONFERENCIA MUNDIAL SOBRE TURISMO SOSTENIBLE: Carta para un Turismo Sostenible. Lanzarote, 27/28 de abril 1995 [en línea] Dirección URL:<http://www.aitr.org/index.php?option=com_content&view=article&id=280%3Acarta-di-lanzarote&catid=34%3Acarte-etiche&Itemid=360&lang=es> [Consulta: 04/05/2012]
- CONSEJO DE EUROPA: Declaración de Amsterdam [en línea] Dirección URL:<http://www.mcu.es/patrimonio/docs/MC/IPHE/Biblioteca/DECLARACION_DE_AMSTERDAM.pdf> [Consulta: 05/05/2012]
- GREFFE, X.: ¿Es el Patrimonio un incentivo para el desarrollo? *PH Boletín del Instituto del Patrimonio Histórico*. Núm. 42. Consejería de Cultura. Junta de Andalucía. Sevilla, 2003. Pp. 44-51.
- ICOMOS: Carta Internacional sobre Turismo Cultural. La Gestión del Turismo en los sitios con Patrimonio Significativo (1999) [en línea] Dirección URL:<http://www.esicomos.org/nueva_carpeta/info_DOC_TURISMO.htm> [Consulta: 04/05/2012]
- Documento de Nara sobre la Autenticidad de 1994 [en línea] Dirección URL:<http://www.esicomos.org/nueva_carpeta/info_DOC_NARAesp.htm> [Consulta: 07/05/2012]
- MIDDLETON, V.: *Overall Tourism Product*. Tourism Marketing and Management Handbook. S.F.Witt & L. Moutinho. Prentice-Hall, 1994. Pp. 337-340.
- OEA: Carta de Quito [en línea] Dirección URL:<http://ipce.mcu.es/pdfs/1967_Carta_de_QUITO.pdf> [Consulta: 06/05/2012]
- OMT: Declaración de Manila sobre el Impacto Social del Turismo 1997 [en línea] Dirección URL:<http://www.aitr.org/index.php?option=com_content&view=article&id=281%3Amanila-declaration&catid=34%3Acarte-etiche&Itemid=360&lang=es> [Consulta: 05/05/2012]
- RIEGL, A.: *El culto moderno a los monumentos*. Antonio Machado libros. Col. La Balsa de la Medusa. 3ª edición. Madrid, 2008.
- ROMERO MORAGAS, C.: Ciudad, cultura y turismo: calidad y autenticidad. *PH Boletín del Instituto del Patrimonio Histórico*. Núm. 36. Consejería de Cultura. Junta de Andalucía. Sevilla, 2001. Pp. 100-109.

SOLÁ-MORALES, I.: Patrimonio arquitectónico o parque temático. *PH Boletín del Instituto del Patrimonio Histórico*. Núm. 37. Consejería de Cultura. Junta de Andalucía. Sevilla, 2001. Pp. 58-61.

TROITIÑO VINUESA, M. A. (1998): "Turismo y desarrollo sostenible en las ciudades históricas". *Ería* 47 pp. 211-227.