



Formación Presencial

Patrimonio, Turismo y Desarrollo

-Curso Monográfico 7.5-

**Los equipamientos culturales
y su papel en el desarrollo del turismo cultural (I)**

-Nota Técnica Sesión 21-

Índice

1. Equipamientos culturales y ciudad global.
2. Museos y musealización.
3. Musealización y la nueva (¿vieja?) museología.
4. El evento.

En las presentes Notas Técnicas se quiere incidir en varios aspectos:

- Contextualizar el papel de los equipamientos culturales en las nuevas estrategias de posicionamiento de las ciudades contemporáneas.
- Señalar los cambios que se han producido en el concepto de museo al hilo de su nueva ubicación en las estrategias de desarrollo de las ciudades.
- Analizar la actualidad de los conceptos emanados de la Nueva Museología.
- Advertir los cambios que se producen en el aprovechamiento de la idea de cultura para los nuevos retos en términos de posicionamiento de la ciudad contemporánea.

1. Equipamientos culturales y ciudad global.

La cultura, entendida en su más amplio espectro de sentidos, se ha convertido en un eficaz instrumento estratégico a la hora del posicionamiento de las ciudades contemporáneas en un contexto social. La creación de una marca-ciudad, o una marca-territorio, se sustenta, en un importante número de ocasiones, en la esencia del lugar, en la tradición, aspectos siempre únicos y diferenciadores. En cierto modo, el aserto que se desprende de una acción sobre estos parámetros es que cualquier planteamiento –o planeamiento– estratégico se basa en la reinención de la ciudad antes que en la creación de una identidad artificial.

Las políticas reales de reactivación del producto –o marca– ciudad en nuestro mundo actual pivotan sobre tres elementos:

- La promoción.
- Los equipamientos.
- El evento.

Si bien la promoción constituye un capítulo generalizable a los otros dos, además de constituir en sí mismo una línea estratégica de primer orden, uno de los aspectos que ha cobrado carta de naturaleza significativa ha sido la habilitación y generación de nuevos equipamientos urbanos de carácter cultural. Su éxito deriva no sólo de aspectos económicos –generación inmediata– sino de uno más decisivo: el equipamiento cultural aparece como un factor esencial de generación de identidad e imagen.

Posiblemente, en el seno de este contexto, el museo ha sido el gran equipamiento cultural en las tres últimas décadas, circunstancia que ha desencadenado todo un aluvión de cambios en sus definiciones, funciones y formas de conectar con su entorno. De alguna manera, estos elementos de fricción se condensan en los siguientes puntos:

- Los desafíos del museo en el futuro pasan por aunar la salvaguarda, estudio y difusión del patrimonio histórico-cultural con la promoción de servicios para satisfacer las necesidades de públicos muy diversos, en el marco de la sociedad contemporánea.
- Con la elevada demanda turística los museos se han convertido en puntos de atracción del turismo cultural.
- Los museos se han puesto a disposición de los nuevos criterios de demanda y de la variada necesidad de información de la gente cambiando así su labor en cuanto al contenido.

De esta forma, y siguiendo el ya paradigmático efecto Guggenheim, hemos asistido a la mundialización del fenómeno museístico, no sólo en cuanto a generación de infraestructura, sino, igualmente, al redoblamiento de acciones de capitalización simbólica, como, por ejemplo, las grandes exposiciones y las grandes itinerancias, en un giro de tuerca de la presencia de este tipo de actividades en la vida ordinaria de las ciudades.

Como se ha dicho, el llamado efecto Guggenheim resume buena parte de la explicación del porqué, el cómo y el qué de la importancia de los equipamientos culturales en las estrategias de redimensionamiento del producto ciudad en las últimas décadas. Buena muestra de este tipo de intenciones es la propia definición del museo bilbaíno en los

documentos de formalización del proyecto. El centro se vislumbra como "...un proyecto innovador, destacado y de prestigio internacional que sirviera de emblema en el siglo XXI de una Euskadi moderna y vanguardista". Los resultados –o el convencimiento en torno a los mismos– no tardaron en ser evidentes:

- Un claro factor de influencia en decisiones de localización de proyectos empresariales.
- Estímulo del turismo cultural y de negocios.
- Activador del sector servicios.
- Instrumento de proyección de imagen exterior.
- Estímulo de la creatividad, expresión artística o forma de identidad cultural

La pregunta, no obstante, es ¿qué es un museo en la actualidad? En cierto modo, como instituciones culturales, se manejan en una dualidad en ocasiones insostenible de cara a la viabilidad real de sus funciones, funciones que podemos situar en dos extremos:

- El marco funcional clásico, en el que el museo sirve para la formación, la creación, la producción, la distribución, el consumo, la conservación y el fomento.
- El marco turístico-cultural, en el que el museo polariza sus funciones entre la exposición y el consumo.

¿Cabe una opción de síntesis? Probablemente, tal vez con posibilidades de arraigo si se reordenan aquellas funciones clásicas, basándonos en cuatro líneas de trabajo que las reagrupen:

- Generar emociones.
- Proporcionar ocio.
- Dar formación cultural.
- Proporcionar una formación artística.

2. Museos y musealización.

En 2001, ICOM amplía su definición de museo, incluyendo bajo dicha denominación "los sitios y monumentos naturales, arqueológicos y etnográficos y los sitios y monumentos históricos de carácter museológico, que adquieran, conserven y difundan la prueba

material de los pueblos y su entorno; los centros científicos y los planetarios;... los centros culturales y demás entidades que faciliten la conservación, la continuación y la gestión de los bienes patrimoniales materiales e inmateriales (patrimonio vivo y actividades informáticas, creativas) [así como los parques naturales y los jardines históricos]”.

Sin otro orden de valoraciones, posiblemente una de las consecuencias inmediatas de la oficialización de tan vasta definición –o expansión tipológica– haya sido la universalización de la práctica de la *musealización*. En un primer sentido, ésta se define como la acción y efecto de incorporar algo a la exposición de un museo. Más allá de ésta, *musealizar* ha terminado convirtiéndose en la transformación de un lugar o equipamiento en visitable y accesible, dotándolo de una exposición estable, como si de un museo se tratara. *Musealizar*, en síntesis, no deja de ser convertir algo en un museo o una *exposición estable de sí mismo*.

3. Musealización y la nueva (¿vieja?) museología.

George Henri Rivière, el gran inspirador de la revolución que sentó las bases de la nueva museología a lo largo de la segunda mitad del siglo XX, fue el autor de la siguiente –ya clásica– reflexión:

“El éxito de un museo no se mide con el número de visitantes que recibe, sino en el número de visitantes a los que enseña algo. Tampoco se mide con el número de objetos que exhibe, sino con el número de objetos que han podido ser percibidos por los visitantes dentro de su entorno. No se mide tampoco en su extensión, sino en la cantidad de espacio que el público habrá podido recorrer razonablemente para obtener un provecho real. Esto es lo que es un museo. Si no, no es más que un matadero cultural”.

Esta reflexión señaló, en sentido amplio, el camino que habría de concluir en aquel concepto de *musealización*, expresado, entre otras cuestiones, en la aparición y consolidación de múltiples nuevas formas de presentar el Patrimonio:

- Parques Arqueológicos.
- Parques de recreaciones etnográficas.
- Arqueódromos.
- Museos comunitarios.
- Ecomuseos.
- Museos de sitio.
- Centros de interpretación.
- Museos al aire libre.
- Yacimientos visitables.

En la mayoría de estos nuevos equipamientos, el elemento transversal es el modo en que se establecen nuevas relaciones con el territorio, ya sea en términos de interpretación integral, de gestión o de relación con la propia comunidad. En el fondo, estos son los tres elementos clave que pueden definir la activación práctica de los preceptos de la Nueva Museología a finales de la década de los 60 del siglo pasado, y que, con ligeras matizaciones, sigue vigente en la actualidad.

La ampliación de la idea de museo al territorio concibe éste como espacio físico en el que transcurre el tiempo, dentro del cual, el devenir de la historia lo va convirtiendo en un yacimiento cultural al sedimentarse las aportaciones de las diferentes culturas que lo han habitado. Dos son los grandes escenarios que se abren a la hora de pensar esta *musealización* del territorio –o la *territorialización* del museo–:

- La amplia mezcla de elementos: pueblos, ciudades, obra pública, conjuntos industriales, restos arqueológicos, paisajes...
- La activación de un producto conlleva tanto la creación de infraestructuras de interpretación como la articulación de un itinerario, real, virtual o conceptual, que una los diferentes elementos que componen el territorio.
 - o Centro de interpretación o de acogida, donde se presentan y visualizan los valores patrimoniales del territorio.
 - o Ámbitos temáticos *territorializados* y accesibles: monumentos, arquitectura popular, elementos etnográficos.

- Programas de animación: talleres, jornadas, festivales.

El tipo o modelo sobre el que fraguaron todos estos propósitos fue el ecomuseo (Oikos = hogar) un equipamiento –en red– capaz de constituir y reconstruir la imagen de un territorio (un parque, un espacio social, una ciudad, un ámbito de producción), convirtiéndose en el espejo de una comunidad o de una parte central y constituyente de la misma. Su función, en última instancia, aparte de la generación identitaria que subyace a este modelo, es contribuir al desarrollo de la comunidad que lo sostiene y en el que ésta se refleja y define.

La Nueva Museología –y el ecomuseo– activaron nuevas formas de relación entre el territorio, la comunidad y las fórmulas de conceptualización de ambos. Siguiendo a Rivière las claves de este tipo de planteamiento residen en:

- La democracia cultural (diálogo constante y constructivo entre profesionales, expertos, políticos, entidades privadas, colectivos y ciudadanos).
- Comunidad (del público a la comunidad).
- Territorio (del edificio al territorio).
- Concienciación (interpretación, provocación).
- Sistema abierto e interactivo (multidisciplinariedad).

Las grandes innovaciones del concepto de ecomuseo –o museo de territorio o comunitario– que concibe Rivière pueden concretarse en los siguientes puntos:

- Constituyen una síntesis integradora de las relaciones entre el hombre y su medio natural en el tiempo y en el espacio desde una aproximación interdisciplinar.
 - Museo del Tiempo: objetos representativos de un entorno por periodos cronológicos.
 - Museo del Espacio como conjunto de unidades ecológicas y culturales representativas del entorno regional.
- Suponen una concepción pluridisciplinar e integral (antropología, etnología, historia social, ecología).

- Establecen una visión a la vez diacrónica y sincrónica, planteando una auténtica musealización del territorio, integrado por el medio natural y el cultural.

De nuevo, el propio Rivière se encargó de enfatizar aquellos elementos que consideraba esenciales de su propuesta:

- La noción de edificio debía desaparecer a favor de un territorio determinado.
- Las colecciones tipológicas debían ceder el lugar a un patrimonio in situ, natural y cultural.
- El público debía estar integrado también por los habitantes del territorio, que a la vez debía ser usuarios y conservadores del mismo patrimonio.

Estas premisas han permitido, como se ha dicho, ampliar de modo extenso la idea de *musealización*, alcanzando plenamente a las ciudades, interpretable como museo, a través de una dinámica y una narrativa museísticas, bajo múltiples prismas:

- Museo arqueológico expandido.
- Museo de práctica y obras arquitectónicas.
- Museo de espacios, tejidos y ambientes urbanos.
- Museo de obras de arte.
- Museo de la memoria.

4. El evento.

La velocidad de cambio de nuestro tiempo favorece la rápida obsolescencia de las líneas estratégicas que triunfaban hace pocos años, y la sustitución por nuevas fórmulas de redefinición y posicionamiento de lo urbano. Esta dinámica ha afectado igualmente a los equipamientos culturales, cuyo peso en las líneas estratégicas comienza a ser sustituido por la idea del Evento, del acontecimiento temporal frente a la construcción física. La causa genérica de este desplazamiento hay que buscarla en la propia sobredimensión de lo económico, lo turístico y lo espectacular en los tiempos que corren.

Históricamente las ciudades han intentado aprovechar su atmósfera cotidiana y su oferta de ocio y cultura para atraer visitantes. La ampliación de la mirada turística hacia cualquier

ámbito de la vida cotidiana y la no diferenciación, en cuanto al consumo, entre alta y baja cultura han incrementado –y cualificado- aquella estrategia.

Este nuevo contexto ha propiciado el que se produzca un nuevo giro hacia una economía de los intangibles, relacionada con el ocio, el turismo, la comunicación y la cultura, que podemos focalizar en los siguientes nodos:

- La gestión cultural pasa a convertirse en un factor primordial para el desarrollo de las ciudades.
- Los grandes eventos figuran como elementos de síntesis de estrategias de turismo y de planificación urbana.
- La identidad y la autoestima de las comunidades se construye a través de cualquier tipo de manifestación.

El evento, entendido de manera general, ha experimentado una evolución que ha buscado su adaptación a los mercados y, sobre todo, a diferentes escalas territoriales y de gestión:

- Las grandes competiciones deportivas internacionales (Olimpiadas, Mundiales, carreras).
- Las grandes exposiciones internacionales o universales.
- Las grandes citas culturales, tales como carnavales, festivales (cine, teatro, danza, música), conmemoraciones e inauguraciones excepcionales, Capitalidades Culturales, grandes conferencias y encuentros disciplinares.
- Los acontecimientos de menos escala: mercados medievales, ferias y mercados, acontecimientos tematizados.

Su generalización no ha quedado exenta de críticas. Algunos de los aspectos negativos reseñados habitualmente en torno a la política de eventos son:

- No producirían una mejora en la distribución de las rentas.
- No introducirían elementos de equidad ni mejoran el acceso a los espacios y equipamientos urbanos, generando, por el contrario, espacios cerrados y elitistas (convertir lo excepcional en permanente).

- Concentrarían las actuaciones públicas en pocos espacios, ignorando el resto de la ciudad.
- En muchos casos se desarrollarían al margen del planeamiento urbano.
- El deterioro de los servicios y prestaciones sociales.
- Las inversiones públicas terminarían beneficiando no a los sectores más vulnerables, sino a los grupos económicos más potentes.
- Opacidad, falta de transparencia.

Sin embargo, a pequeña escala, ofrecen oportunidades especiales para (re)activar economías locales o comarcales:

- Son atracciones únicas y excepcionales que no requieren infraestructuras excesivamente caras.
- Requieren una inversión de capital relativamente reducida en comparación con los ingresos que potencialmente permiten obtener.
- El éxito depende más del entusiasmo de la comunidad local que de las atracciones e infraestructuras existentes.