*Museum Internacional*

**No 200 (Vol L, n° 4, 1998)**

# El desafío del turismo II

Ediciones UNESCO

# Colección Archivos

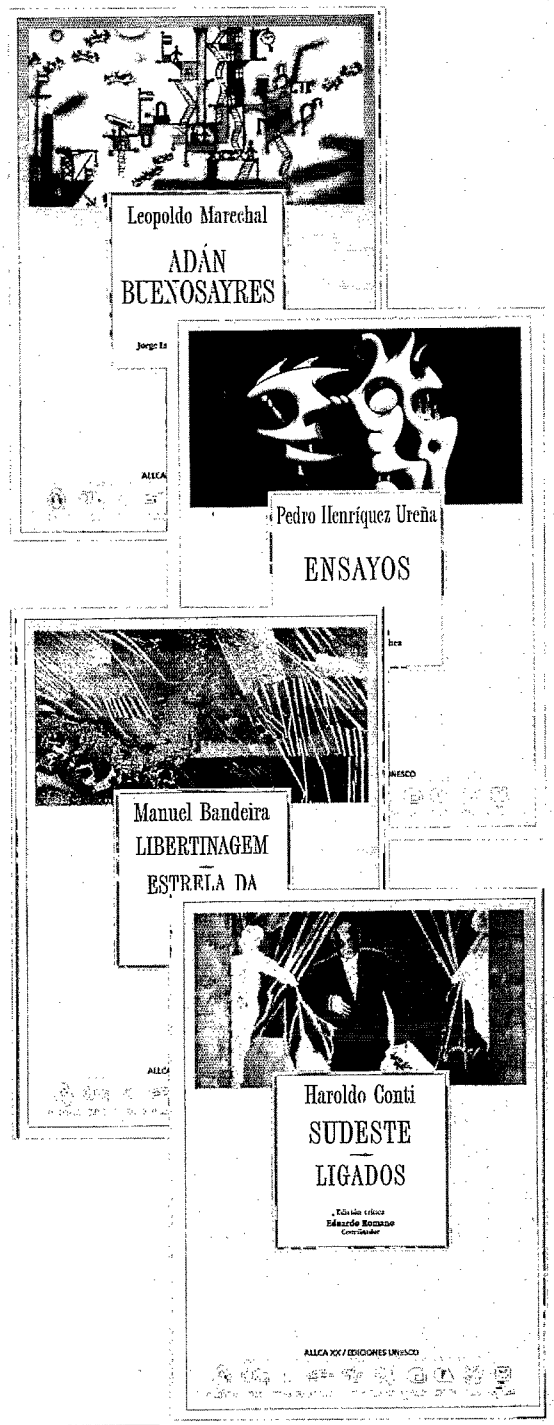
## La más prestigiosa edición crítica de textos de los clásicos de la literatura latinoamericana del siglo XX

UNESCO

- Más de 500 especialistas de 32 países han colaborado hasta el presente en la Colección Archivos, que ofrece a profesores, estudiantes y especialistas un instrumento de investigación único sobre los autores más representativos de la literatura de América Latina del siglo xx.

- Elaborados por equipos internacionales pluridisciplinarios coordinados por reconocidos especialistas de cada autor, las ediciones críticas de Archivos permiten el estudio del establecimiento del texto y de su itinerario histórico y el análisis de las obras en el contexto cultural, artístico y social del autor.

- La colección consta actualmente de 35 volúmenes




Últimos títulos publicados:

**Leopoldo Marechal**
Adán Buenosayres
Volumen 31

**Julio Herrera y Reissig**
Poesía completa y prosa
Volumen 32

**Manuel Bandeira**
Libertinagem - Estrela da manha
Volumen 33

**Haroldo Conti**
Sudeste - Ligados
Volumen 34

**Pedro Enríquez Ureña**
Ensayos
Volumen 35

Solicite una lista completa de títulos y precios a:
**EDICIONES UNESCO**
7, place de Fontenoy
75352 Paris 07 SP
France
Fax: +33 1 45 68 57 37
**Internet: www.unesco.org/publications**
**E-mail: publishing.promotion@unesco.org**

Nº 4, 1998

# ÍNDICE


*Editorial* 3

***Documento especial: El desafío del turismo (2)***

5 Turismo y conservación: un equilibrio necesario
*Catheline Périer-D'Ieteren*

15 Exponer es exponerse: para bien y para mal
*Racheli Merhav y Ann E. Killebrew*

21 El museo como mediador *Milagros Gómez de Blavia*

27 Profesionales y público: un acercamiento necesario *Frans Schouten*

31 Respuesta al turismo: la gestión de los sitios *Zahi Hawass*

38 Declaración de Tshwane: establecimiento de normas para el turismo cultural en Sudáfrica *Amareswar Galla*

***Evento*** 43 El Museo de Córcega: simbólico y funcional *Jacqueline H. Poirier*

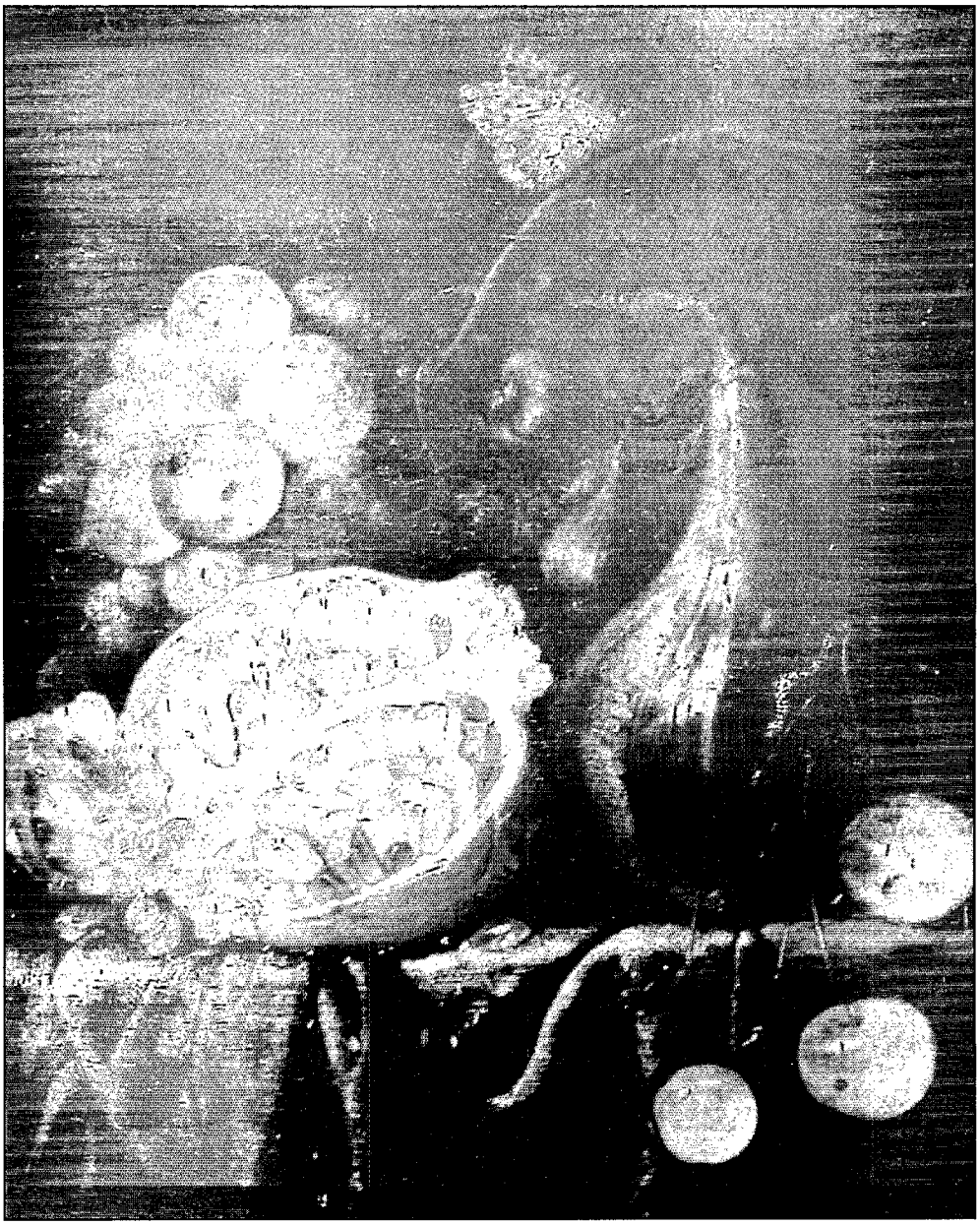
***Sitio*** 47 Una empresa arriesgada: arqueología e interpretación del paisaje en Escocia *Chris Hudson*

***Alcance*** 55 Un puesto avanzado del arte en la Patagonia *Lucía Torres*

***Secciones*** 60 Foro

62 Noticias profesionales


ISSN 0250-4979, *Museum Internacional* (París, UNESCO), nº 200 (vol. 50, nº 4, 1998) © UNESCO 1998



# OBJETOS ROBADOS

*Pintura al óleo sobre madera de Jan Davidsz de Heem (1606-1684), que representa una naturaleza muerta con frutas, autografiado en la esquina superior derecha. Dimensiones: 22 × 17cm.*

*Robado el 15 de agosto de 1997 de un museo en Saintes, Charente-Maritime, Francia.*
*(Referencia T/4279/THM, Interpol, Francia).*

*Foto cortesía del Secretariado General del OIPC-Interpol, Lyon (Francia)*

# Editorial

> «Un lugar es un destino con una historia.» Esta misteriosa observación de James Quay, director del Consejo de Humanidades de California, durante el foro sobre la conducción de turismo cultural en el Lejano Oeste (Far West Cultural Tourism Leadership Forum) celebrado en Los Ángeles, deja entrever la razón por la que la comunidad cultural sin fines lucrativos y la industria del turismo y los viajes entablan relaciones laborales de las que se benefician mutuamente. Las historias que las organizaciones culturales exponen sobre un sitio histórico, un museo, un festival, o un paraje natural reflejan claramente su misión de educadores y organizadores... Ya se trate de la población local, de un grupo de colegiales o de turistas, los visitantes llegan en busca de la verdadera historia del lugar, tanto de su pasado como de sus tradiciones actuales... Acuden por la particularidad y singularidad de un lugar, cuya especificidad las organizaciones culturales descubren, desarrollan, exponen y conmemoran, y cuyo atractivo es capitalizado y promovido en el plano local, regional, nacional e internacional por las agencias de viajes.[1]

Esta relación cada vez mayor entre cultura y comercio y el deseo de dar a conocer «la particularidad y singularidad de un lugar» constituyen la piedra angular sobre la que se basa el turismo cultural. Sus inevitables consecuencias para el propio patrimonio plantean cuestiones de responsabilidad y de selección, temas considerados tan importantes que han sido estudiados por la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo, organismo independiente creado por la UNESCO en 1991 y presidido por el ex Secretario General de las Naciones Unidas, Sr. Javier Pérez de Cuéllar. Los siguientes fragmentos del informe preparado por la Comisión reflejan algunas de estas preocupaciones:

> «Nuestra generación ha heredado recursos culturales, tangibles e intangibles, que encarnan la memoria colectiva de las comunidades en todo el mundo y confortan su sentimiento de identidad en una época de incertidumbre. Depósito precioso del que la humanidad es responsable, estos recursos son esencialmente no renovables...
>
> Sin embargo, cada sociedad debe evaluar en sus propios términos la naturaleza y la precariedad de sus recursos patrimoniales y definir los usos que desea hacer de ellos, no con un espíritu de nostalgia, sino con espíritu de desarrollo... La Comisión comparte el punto de vista de quienes consideran que el patrimonio no se utiliza ni se administra como sería deseable...
>
> La noción de «patrimonio» abarca nuevas categorías de objetos... En general, parece haber demasiadas cosas que necesitan ser conservadas. Si tenemos en cuenta lo limitado de nuestros medios, tal cantidad de patrimonio a preservar no deja de plantear problemas: ¿cómo escoger? Material y económicamente es imposible preservar todos los vestigios del pasado. ¿Nos atreveríamos a darles prioridad, cuando el dinero y la energía podrían ser mejor utilizados en ayudar a satisfacer las necesidades básicas de la gente? De ahí que surjan las siguientes preguntas: ¿Qué es necesario preservar? ¿Quién decide? ¿Según qué criterios? ¿Se han definido las necesidades propias de cada categoría de patrimonio? ¿Se ha formado adecuadamente a los especialistas en este campo?
>
> Detrás del compromiso de Occidente en favor de la preservación del patrimonio hay actitudes y realidades materiales que han ido evolucionando durante medio milenio. Ambas han hecho de la preservación del patrimonio histórico un valor social prominente...
>
> Sin embargo, las cosas toman otro cariz en los países menos prósperos, cuyas economías no pueden permitirse una inversión en conservación a la misma escala...

«La preservación paga», fue el eslogan acuñado en el Reino Unido en la década de los ochenta, que pronto encontró adeptos en todo el mundo, así como la idea de «conservación, factor de desarrollo», que va adquiriendo legitimidad, tanto teórica como práctica.

Sin embargo, la alianza entre las oportunidades económicas y los sistemas de valores foráneos que la conservación representa no siempre ha sido fructífera.[2]

Los museos están muy implicados en estas cuestiones más amplias relacionadas con el patrimonio pues, como señaló la Comisión, «consideran que su capital de trabajo no sólo está constituido por las colecciones del museo, sino también por el conjunto del patrimonio, tangible o intangible, del territorio en cuestión; asimismo, consideran que el público al que tratan de servir no está formado únicamente por los visitantes del museo, sino por toda la población de su territorio, del pasado, del presente y del futuro».[3] En este número de *Museum Internacional* se analizan varios de estos retos y, al igual que en el número anterior, la colaboración de Yani Herreman, miembro del Consejo Ejecutivo del ICOM y Presidente del Comité Internacional de Arquitectura y Técnicas Museográficas, y de Frans Schouten, profesor en el Instituto de Estudios sobre Turismo y Transporte de los Países Bajos, ha sido de suma importancia.

Una última observación: se dice que el verdadero viaje no consiste en buscar nuevos paisajes, sino en mirarlos con ojos nuevos. En eso, precisamente, consiste el auténtico «turismo cultural».

M.L.

## Notas

1. Edward H. Able, Jr., Director y Presidente de la Asociación Americana de Museos, en la introducción a la próxima publicación de esta Asociación: *Partners in Tourism: Culture and Commerce.*
2. *Nuestra diversidad creativa,* Informe de la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo, UNESCO, París, 1995, 302 págs.
3. *Ibídem.*

# Turismo y conservación: un equilibrio necesario

*Catheline Périer-D'Ieteren*

*La salvaguardia del patrimonio cultural y nacional frente a la creciente demanda del consumidor implica una nueva visión de la conservación y cuidadosas consideraciones acerca de las políticas que deben entrar en vigencia antes de que se produzcan daños irremediables. Citando las palabras de Catheline Périer-D'Ieteren, «Más vale la conservación preventiva que la activa y es preferible conservar que restaurar o renovar.» La autora es profesora de Historia del Arte en la Universidad Libre de Bruselas y, desde 1993 hasta 1996, fue presidenta del Comité de Conservación del Consejo Internacional de Museos (ICOM-CC). Es miembro titular de la Academia Real de Arqueología de Bélgica, ha pronunciado numerosas conferencias y es autora de ponencias y publicaciones acerca de la técnica pictórica de la pintura flamenca de los siglos XV y XVI, los retablos de Brabante del mismo período, la aplicación de métodos de investigación científica para el estudio de obras de arte y los problemas referentes a la conservación y restauración.*

El tema del turismo cultural monopoliza hoy la atención general y tiene una connotación positiva en oposición al turismo de masas. Sin embargo, sus efectos pueden resultar también perniciosos, si no se sigue una política coherente y no se aplican las medidas necesarias para conciliar turismo y patrimonio.[1]

Las instituciones científicas o universitarias[2] elaboran programas, con frecuencia sostenidos por la Comisión Europea; se organizan coloquios, mesas redondas y debates, que abordan el tema desde diferentes ángulos, se encargan estudios específicos; se preparan o revisan Cartas. Con todo, es preocupante constatar que, en todas estas actividades, la conservación y la restauración siguen siendo los menos importantes de los temas tratados, cuando deberían ser prioritarios, ya que el patrimonio considerado como simple producto de consumo turístico está llamado a desaparecer rápidamente. De hecho, como se constató en la Convención de la UNESCO de 1972, el patrimonio cultural y el patrimonio natural – designados recientemente con la expresión *paisajes culturales* – «están cada vez más amenazados de destrucción, no sólo por las causas tradicionales de deterioro sino también por la evolución de la vida social y económica que las agrava con fenómenos de alteración o de destrucción aún más temibles».

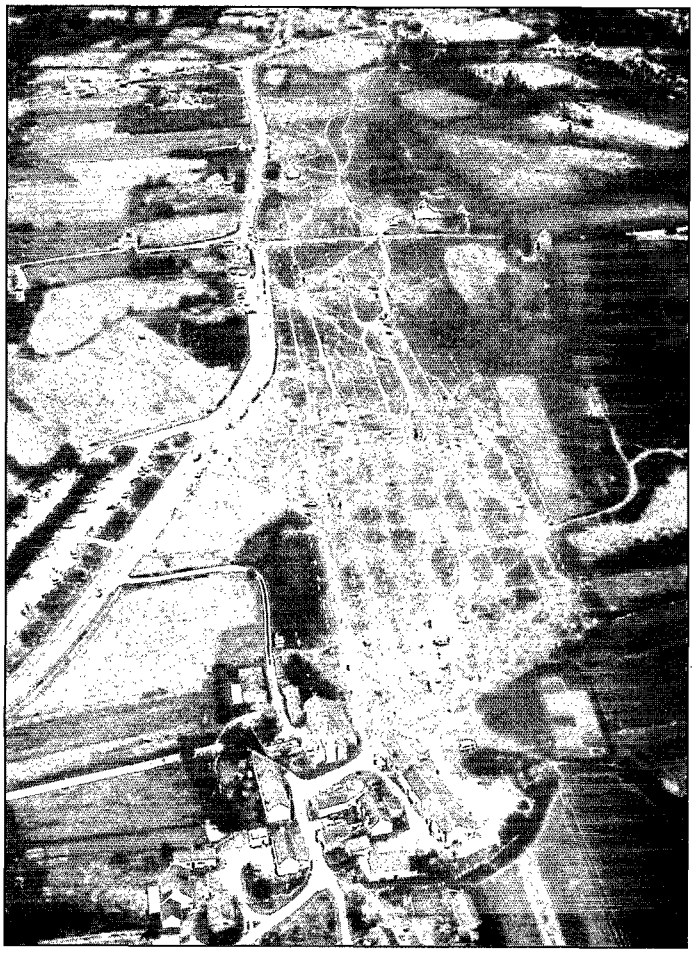
Por consiguiente, sería preciso reflexionar profundamente sobre los vínculos entre la cultura y el turismo y, para ello, conseguir un mejor conocimiento del público para poder comunicar con él. Se ha de cumplir una misión pedagógica de sensibilización, sin detrimento de sus expectativas de distracción.

Conforme a esta óptica, quisiera proponer algunos elementos para la reflexión sobre los objetivos que se deberían perseguir para alcanzar un justo equilibrio entre las necesidades del turismo; la legítima preocupación de los países por revalorizar su patrimonio, fuente de ingresos económicos esenciales para ellos; las prerrogativas de la industria turística y, por último, la necesidad de adoptar medidas de salvaguardia que garanticen la perennidad del patrimonio en sentido lato, es decir, todo vestigio material o inmaterial, depositario de la memoria del pasado. No se podrá contemplar la posibilidad de un *turismo duradero*, otra expresión en boga, sin fortalecer programas adecuados de conservación del patrimonio, fermento esencial del desarrollo regional, social, económico y cultural de un país.

Si bien el concepto de conservación-restauración y el de conservación preventiva, destacados a justo título en 1991 por el Gobierno holandés con su programa nacional de salvaguardia de las colecciones, denominado *Plan Delta*,[3] comienzan a llegar a un público cada vez más amplio, no siempre fue así, en perjuicio de ciudades de interés artístico, sitios de importancia histórica y arqueológica, edificios y colecciones de obras excepcionales de todo el mundo, en peligro por falta de interés, negligencia, condiciones museológicas desastrosas y falta de recursos financieros, pero además y sobre todo por una afluencia demasiado grande y cada vez mayor de turistas. De ahí que, aunque la situación del patrimonio mejora en la actualidad a ojos vistas gracias a una toma de conciencia más generalizada, pero tardía, de su valor, quede por efectuar un enorme trabajo, sobre la base de una investigación organizada.

En primer lugar, la conservación se debería plantear en términos de problema *cultural*, es decir, procurar sensibilizar al público respecto de las obras de arte, los monumentos y sitios históricos y arqueológicos, hacerle comprender los mensajes que emiten y prevenirle de los

Foto: cortesía del autor



*«En 1991 se cerró parcialmente el acceso a las hileras de megalitos de Carnac [...] ya que el pisoteo intenso de millones de visitantes al año habría podido socavar y derribar los menhires, poniendo en peligro la conservación misma del monumento».*

peligros que corren y que a la larga amenazan su propia existencia. Con una política equilibrada de valorización científica del patrimonio y una óptima formación de guías se podría lograr esos objetivos.[4]

Se han efectuado experiencias positivas con la réplica de las cuevas de Lascaux en Francia, la apertura alternada de las tumbas etruscas en Italia o las egipcias del Valle de los Reyes y Reinas en Luxor y la regulación de la frecuentación del sitio de Carnac, experiencias que se podrían reproducir en sitios análogos. Ha resultado que las copias atraen la atención del público tanto como los originales, a condición de que sean, como en Lascaux, de gran calidad, se presenten *in situ* y estén acompañadas de un texto en el que se expliquen las razones por las que se presenta un sustituto del sitio, los factores que son la causa del deterioro y los medios empleados para proteger esas pinturas fragilizadas. Además, un guía competente podrá exponer a los visitantes la problemática de la conservación. La copia de la cueva de Lascaux es hoy una fórmula que a un acceso ilustrado del turista al patrimonio une el éxito financiero (la visitan más de 2.300 personas por día) y la conservación de un sitio que de lo contrario se hubiera perdido irremediablemente.

La apertura alternada de las tumbas pintadas de Tarquinia o de tumbas egipcias es otra solución que puede aceptar un público ilustrado, a condición de hacerle comprender que la presencia de un turismo demasiado abundante modifica peligrosamente el entorno del sitio. Además, comparada con la primera fórmula, tiene la ventaja de que el visitante no deja de ver la obra original. En 1991 se cerró parcialmente el acceso a las hileras de megalitos de Carnac, monumento único en el mundo, ya que el pisoteo intenso de millones de visitantes al año habría podido socavar y derribar los menhires, poniendo en peligro la conservación misma del monumento. En 1993, la situación alarmante de las zonas que aún seguían abiertas al público obligó a los encargados del sitio a seguir cercándolo. En un pabellón expresamente construido para ello, desde cuya terraza se puede contemplar el conjunto del lugar, se explica a los turistas el método sencillo de restauración utilizado, que consiste en controlar la vegetación y sus ciclos naturales a fin de conservar el suelo, lo cual a su vez, estabiliza los menhires.

Éstos, como otros millares de sitios y centros históricos del mundo, han sido víctimas de su propia notoriedad. Un entusiasmo masivo, las más de las veces orquestado por las agencias de viajes, ha provocado una afluencia excesiva, aceptada despreocupadamente por las autoridades locales que no adoptaron a tiempo las necesarias medidas de protección. Para remediar esta situación, sólo la ampliación de la oferta turística, unida a una de-

sacralización de los lugares «de visita obligatoria», permitiría prever las consecuencias negativas de la excesiva afluencia de turistas y garantizar una gestión sensata, con objeto de no sobrepasar el umbral aceptable, ya que la planificación de la valorización de un sitio debe comenzar por la evaluación de su capacidad turística.

## Respeto a la autenticidad

Las ciudades de interés artístico, los edificios, los distritos turísticos y el medio natural pueden no sólo ser destruidos físicamente por el exceso de turistas, sino además perder su valor simbólico o su autenticidad histórica. Una catedral invadida por turistas en pantalones cortos, cuando no en bañador, ya no incita al recogimiento; una pequeña aldea de Malí, como Banani, de arquitectura vernácula y tradiciones ancestrales, se ve sometida por el turismo a trastornos sociales que pueden alterar su carácter; o bien una ciudad atestada de negocios y tiendas para turistas ahuyenta a los residentes en detrimento de su dinamismo inicial. El turismo no puede ser la única fuente de ingresos de un lugar, es menester que se mantengan y desarrollen otros polos de actividad, ya que la clave de la vitalidad urbana radica en la diversidad social, económica y de funciones, máxime si la situación política o la evolución de la moda pueden tener repercusiones negativas repentinas e inesperadas en el éxito de una ciudad.

Si se quieren evitar esas situaciones penosas, hay que educar a los directivos del turismo y a sus clientes para que no vean en los viajes un mero valor comercial, sino un medio excepcional de dialogar con los autóctonos y apreciar su valor cultural sin dejar de respetarlos. Conforme a esta perspectiva, sería conveniente elaborar un *código de conducta del visitante*, en el que se destaque el deber de no atentar contra el mensaje histórico, artístico, social y moral que aporta el patrimonio. El aprendizaje de un turismo ponderado debería formar parte de las obligaciones cívicas enseñadas al ciudadano. Dentro de la relación entre patrimonio y turismo, el ICOMOS preparó ya en 1976 una *Carta del turismo cultural*. En vista de la evolución de la industria del turismo, están revisando ese documento el Consejo Internacional de Museos (ICOM), la Organización Mundial de Turismo (OMT) y la UNESCO.[5]

Se debería generalizar una política de valorización de los viejos barrios populares y de rehabilitación del hábitat de la población local, iniciada ya en varios países, con objeto de evitar la proliferación de «ciudades museos». Un edificio bien conservado en una ciudad muerta se visita como un museo sin que el público se inmute ante el valor funcional y humano del lugar ni comprenda a qué debería prestar atención en ese momento, a fin de salvaguardar su propia ciudad para el futuro.[6] Asimismo, sería necesario interesar más a los habitantes del lugar, integrándolos en los programas turísticos mediante una activa participación en la gestión de la infraestructura de recepción y en la protección de los sitios históricos y arqueológicos, así como por su colaboración en las visitas guiadas y la búsqueda de fórmulas de alojamiento entre la población, e incluso mediante su participación en los beneficios obtenidos en las actividades turísticas. Al repercutir así en los ingresos y el empleo, el turismo contribuiría al desarrollo duradero y sería aceptado por la población local.

La conservación-restauración del patrimonio genera empleos.[7] El patrimonio se ha de restaurar o mantener en buenas condiciones si se quiere que se aprecie.



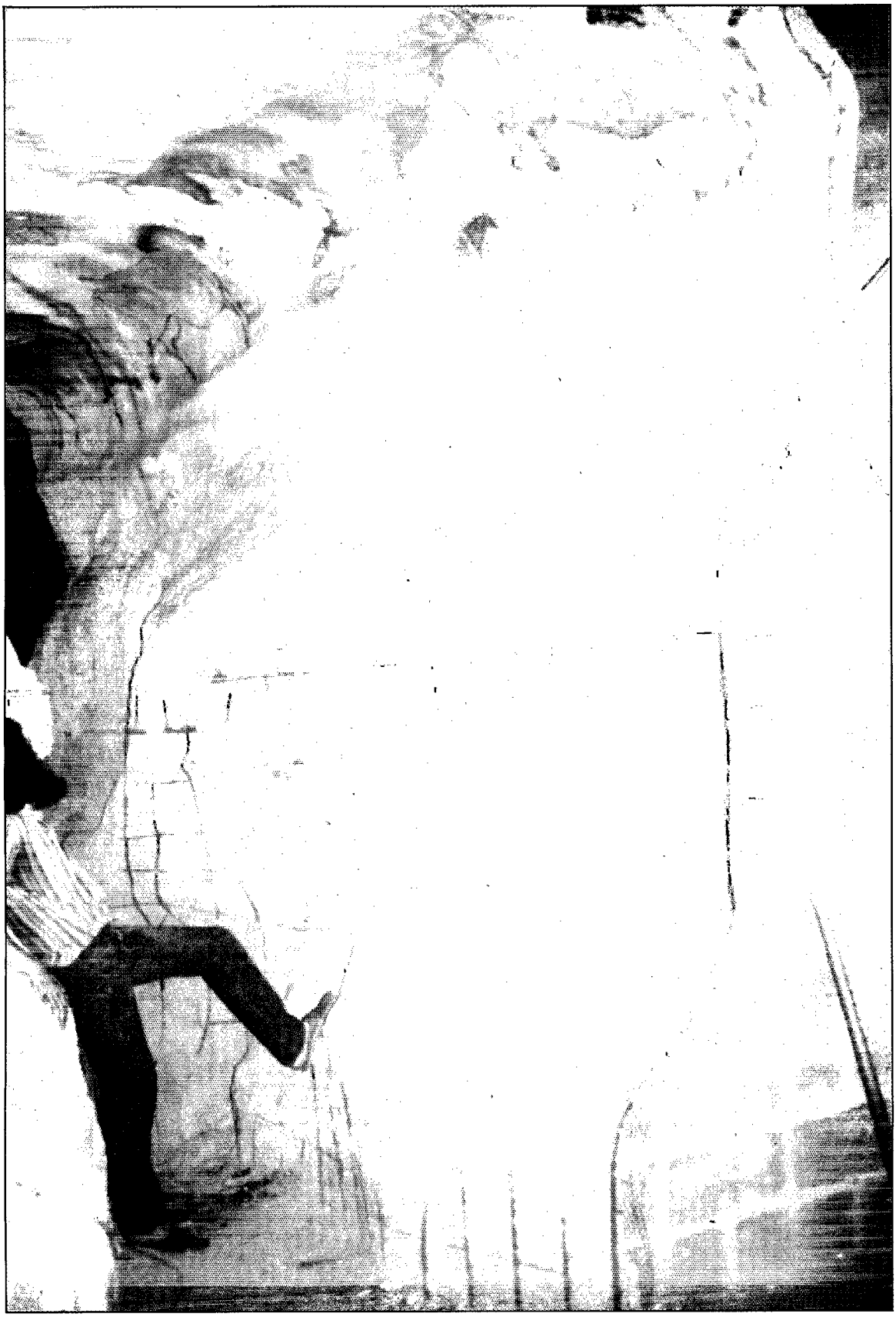
© ICCROM

*La cueva de Lascaux, en el sudoeste de Francia, contiene alrededor de 1.500 grabados y 600 pinturas de unos 15.000 años de antigüedad. Despues de su descubrimiento en 1940 la cueva fue abierta al público, pero la desmesurada afluencia de visitantes deterioró la calidad de las pinturas y se tuvo que denegar la entrada a partir de 1963. En la actualidad no se permite el acceso a más de cinco especialistas por día.*

Por consiguiente, se deberían establecer redes interdisciplinarias de profesionales competentes que trabajasen de común acuerdo tomando como base planes concertados. Es esencial formar un mayor número de restauradores calificados, además de recurrir a artesanos capaces de desempeñar un papel importante en la preservación de los bienes culturales, ya que poseen el saber técnico local transmitido de generación en generación y, por ende, pueden contribuir a la restauración, a condición de que, de ser necesario, sean dirigidos por restauradores profesionales que ejerzan un juicio crítico en el contexto de la historia material de la obra de que se trate. Se trataría, pues, de fomentar la colaboración entre esos dos grupos de profesionales del patrimonio para aprovechar su complementariedad.

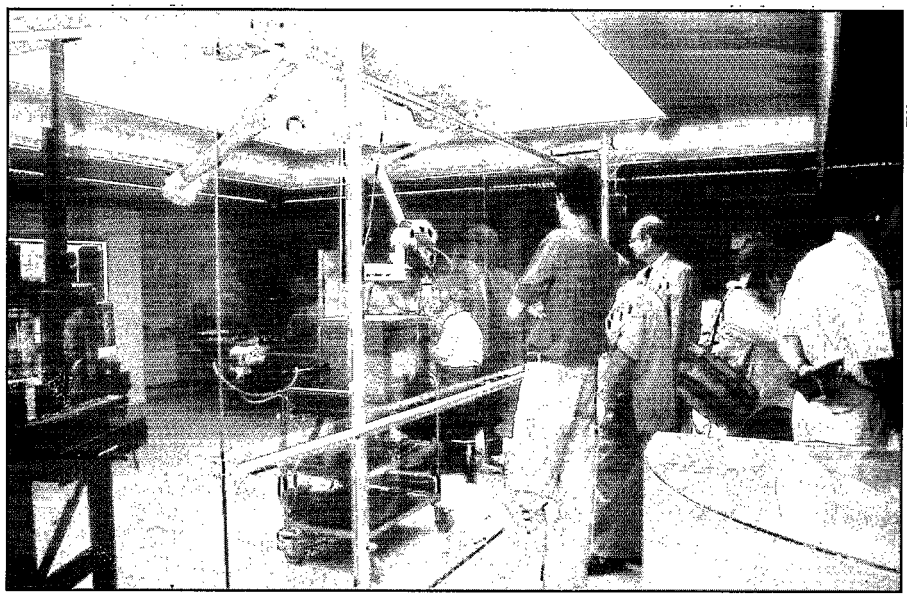
La presión ejercida por la demanda turística, que exige contar cada vez con más monumentos que visitar, tiene como consecuencia inmediata la multiplicación de las intervenciones a nivel mundial. Aspecto positivo, por una parte, porque evita la desaparición o la alteración del patrimonio edificado, pero que lleva con demasiada frecuencia a renovar o reconstruir, en lugar de conservar o restaurar. Hay que estar alerta para mantener el carácter auténtico de los edificios, evitar las reconstrucciones «iguales que el original», el «fachadismo» a ultranza, las reparaciones excesivas y mal concebidas, la sustitución sistemática de los materiales alterados por otros nuevos, sin tener en cuenta la historia del edificio, y las restauraciones baratas con materiales menos costosos y métodos más rápidos que los tradicionales (reconstrucción en cemento y no con el material de origen, etc.).

La restauración y la rehabilitación de un monumento antiguo exigen de antemano una labor rigurosa de reflexión interdisciplinaria que tenga en cuenta tanto el estado de conservación real del bien, su dimensión histórica y estética – con miras a las medidas que será necesario adoptar – así como su entorno. Sólo se deberá recurrir a restauradores reconocidos por la profesión y a artesanos competentes. De no respetarse este procedimiento, el patrimonio mundial se convertirá pronto en un mal plagio y se encontrará en un estado totalmente ajeno al original. Se engañará a la población y



© ICCROM

*En 1983 se abrió al público Lascaux II, una réplica de la cueva, que aparece aquí durante la fase de preparación.*



© Mauritshuis, La Haya

*Restauración, a la vista del público, del cuadro de Vermeer* Niña con un pendiente de perlas, *en el Mauritshuis de La Haya (Países Bajos).*

un alto porcentaje de turistas no reconocerá la identidad cultural del país visitado. Lo mismo cabe decir del patrimonio mueble.

### Museos en situación de riesgo

Por lo que atañe a los museos y las exposiciones temporales, el turismo de masas plantea igualmente un problema crucial a las obras presentadas, ya que modifica constantemente el índice de humedad relativa poniéndolas en peligro porque los guardianes no están en condiciones de vigilarlas como es debido o porque los espacios son demasiado reducidos. Se debería fijar y respetar un cupo de visitantes por hora y por día, establecido conforme a criterios científicos rigurosos. Las agencias de turismo que organizan las visitas podrían ayudar a resolver estos problemas teniendo en cuenta este factor en su programa cultural. Un ejemplo concreto es el caso del reacondicionamiento de la Capilla Real de Granada, proyecto piloto realizado entre 1991 y 1993 por siete instituciones científicas europeas, en la que el espacio era demasiado reducido para acoger a los actuales 500.000 visitantes que acuden a ella cada año. Así pues, se duplicó la superficie del museo-sacristía a fin de mejorar la seguridad y la visión de las obras y se adoptaron todas las medidas apropiadas de conservación preventiva (temperatura e iluminación). Sin embargo, aún es preciso limitar el número de visitantes por día, medida que habrá que explicar para que se acepte como es debido.

En este mismo contexto, las propias agencias de viajes podrían proponer una lista más amplia de visitas de museos y multiplicar el número de obras que se puedan contemplar. De esa forma, distribuirían mejor a los turistas y ampliarían sus conocimientos. Al mismo tiempo, con objeto de que otros museos atraigan a un nuevo público motivado, sería menester replantearse la presentación museológica de algunos de ellos, hacerlos más atractivos, sin dejar de respetar las normas de conservación preventiva y acompañar las obras de leyendas en distintos idiomas, fáciles de leer y bien redactadas, así como de material audiovisual de calidad.

Con motivo de las grandes exposiciones retrospectivas de pintura, que siempre son un éxito multitudinario, se debería poner sistemáticamente a disposición del público salas que presentasen material didáctico y documentos de laboratorio, con objeto de sensibilizar a los visitantes sobre la lectura estilística y técnica de las obras y su estado de conservación. En todos los casos, se debería establecer un vínculo entre esas exposiciones temporales y las colecciones permanentes de los museos que las albergan, como se hizo en las exposiciones de Rembrandt en Amsterdam, Frans Hals en Haarlem o Vermeer en La Haya, señalando a la atención de los visitantes las obras conservadas en los museos en que tiene lugar la exposición y relacionadas con las que se exponen, ya que un turismo cultural duradero no puede consistir únicamente en la explotación de manifestaciones efímeras. Asimismo, gracias a la sala didáctica, los guías podrían formular sus comentarios generales, abreviando de ese modo sus comentarios dentro de la

exposición propiamente dicha y dejando al público el placer de descubrir las pinturas tras una correcta iniciación.

Las obras que por su naturaleza pertenecen al patrimonio inmueble, como los mosaicos, las pinturas murales y las esculturas monumentales, ofrecen una oportunidad más de educar al público, cosa que hasta ahora no ha sido suficientemente aprovechada.

### Sensibilización a la conservación del patrimonio

Por regla general, para que el público respete la obra de arte y al mismo tiempo la aprecie, es menester enseñarle a conocerla. Para ello se debería complementar imperativamente la formación de los guías empleados por las agencias de turismo, los museos y las exposiciones temporales, enseñándoles los problemas de conservación-restauración para que puedan tratarlos de manera concreta con el visitante, por ejemplo, llamando la atención acerca de la fragilidad de las obras y los peligros específicos corridos por cada una de ellas, sea cual fuere el material de que están hechas, incluidos el bronce o la piedra; mostrarle ejemplos de obras alteradas por una restauración demasiado drástica en comparación con otras correctamente conservadas; y explicarle la función de la iluminación. En una palabra, dialogar con el turista. El guía deberá además aprender a fomentar la conservación preventiva siendo vigilante y no dejar que la gente se suba a un monumento para fotografiarse, restriegue el bolso contra pinturas murales, toque los objetos del museo, ni pisotee de manera inconsiderada un yacimiento arqueológico. Todas estas observaciones, justificadas en su momento, serán mucho mejor aceptadas que las simples llamadas de atención de un guardián. Por ejemplo, en la Acrópolis de Atenas se podrían prever guías que comentasen los procesos de restauración en curso, con lo que se enseñaría al público a observar y formular un juicio crítico. De esa forma, los visitantes advertirían que, mientras por una parte se restaura con grandes inversiones las piedras deterioradas por las emanaciones de anhídrido carbónico producidas por el tráfico automovilístico, por otra, los autobuses aparcados al pie mismo de la Acrópolis mantienen los motores encendidos durante la visita; ejemplo típico de una actitud contradictoria y laxista frecuente en todos los países, que causa destrucciones irreversibles al patrimonio y que sería preciso remediar con urgencia mediante la sinergia de acciones que a una toma de conciencia de los organismos de turismo unan la reacción vigorosa de las autoridades públicas.

Se debería fomentar la producción de CD-ROM de formación destinados a los guías, que traten los problemas de formación-restauración conforme a la óptica descrita, así como de documentación audiovisual destinada a suscitar el interés del público por el patrimonio y su salvaguardia.

Un medio de sensibilizar al público acerca del valor y la historia del patrimonio consiste en que los restauradores ejecuten en su presencia trabajos de restauración *in situ*. El Centro de Conservación Arqueológica de Roma ha realizado experiencias como éstas, concluyentes por el interés que han suscitado, en particular con las esculturas del atrio del Museo del Capitolio y el Arco de Septimio Severo, así como los mosaicos de Masada y Zippori en Israel, restaurados sin desprenderlos.[8] Es conveniente que se multipliquen restauraciones de esta índole a «corazón abierto», como se ha hecho en los últimos años en pintura, por ejemplo, en el caso de *Las Bodas de Caná* de Veronés, en el

Museo del Louvre de París; los frescos de Miguel Ángel en la Capilla Sixtina de Roma; y la *Vista de Delft* de Vermeer en el Mauritshuis de La Haya, con objeto de que el público se sienta directamente concernido.

Para que el turismo cultural se convierta en el futuro en una actividad recreativa bien entendida, la sensibilización respecto del patrimonio deberá comenzar desde la infancia, es decir, en los programas escolares, de los que ya ha habido varias iniciativas, por ejemplo, en el marco de *Media Save Art* 1994-1995, el proyecto del ICCROM (Centro Internacional para el Estudio de la Preservación y la Restauración de los Bienes Culturales) «La ciudad bajo la ciudad», cuyo objetivo es lograr que el niño descubra que la ciudad en la que vive es producto de épocas superpuestas y sensibilizarle a la necesidad de preservar su patrimonio histórico-artístico. En el campo de la conservación propiamente dicha, se explicó con éxito a grupos escolares la restauración de la estatua de Marco Aurelio en Roma. ¿Por qué no ampliar este enfoque para aplicarlo en todos los países?

Como el patrimonio mundial es enormemente diversificado, habría que aprovechar mejor las múltiples posibilidades de acceso a la cultura que ofrece. En la actualidad, la mayoría de las agencias de turismo suelen centrar la atención en el patrimonio más conocido. Sería menester impulsar paralelamente otro tipo de turismo, un «turismo de descubrimiento», que estimule la curiosidad. Basta con pensar en el éxito extraordinario de la jornada de los museos, organizada bajo la égida del ICOM, o en las jornadas del patrimonio, impulsadas por el Consejo de Europa, para comprender que a las personas les atraen las aperturas excepcionales y que se apasionan por riquezas con frecuencia desconocidas, siempre que se les ayude a apreciarlas. Por esta razón, preparar itinerarios turísticos en colaboración con los historiadores del arte (metodología contraria a la propuesta habitualmente, a saber, llevar la obra de arte al espectador multiplicando las exposiciones, lo que implica peligros para las piezas) sería una manera concreta de presentar al público *in situ* un patrimonio que con frecuencia se deja de lado. La publicación de guías ilustradas, que presentasen el tema seleccionado desde tres ángulos – histórico, estilístico y de conservación-restauración[9] – contribuiría a ampliar el acceso a la cultura, valorizar el patrimonio y hacerlo respetar. La UNESCO y el Consejo de Europa ya han elaborado itinerarios temáticos.

## Desafíos

Como el mantenimiento del patrimonio es muy costoso, los Estados deben encontrar recursos financieros complementarios. Varios patrocinadores privados, ONG y fundaciones participan ya en campañas de conservación-restauración, pero los presupuestos siguen siendo insuficientes. La industria turística, que se aprovecha directamente de las ciudades de interés artístico, los sitios y los monumentos que atraen a los turistas por la riqueza de su patrimonio, debería contribuir financieramente a las actividades de conservación. Asimismo, habría que reinvertir en este campo un porcentaje de los ingresos generados por el turismo. Por último, también el Estado debería asignar más fondos a la salvaguardia de un patrimonio que garantiza a largo plazo la perennidad del atractivo turístico del país y constituye, por consiguiente, una importante fuente económica.

Otros dos factores vinculados directamente al crecimiento exponencial del turismo ponen en peligro el patrimonio, a



© Fundación Roi Baudouin

*Las puertas del Palacio del Elíseo, residencia del Presidente de la República de Francia, se abren anualmente al público durante los días del patrimonio.*

saber, su valorización comercial en el mercado del arte y el vandalismo. Se roban obras en los museos y edificios de culto, que luego se alteran con frecuencia; se organizan periódicamente saqueos sistemáticos de objetos y material arqueológico, pese a las legislaciones nacionales vigentes y a la Convención de la UNESCO de 1970. En particular, África, América del Sur y Asia son víctimas de ese azote. Esas obras, sustraídas a su entorno para ser vendidas a coleccionistas o anticuarios, se vuelven anónimas y pierden su significación histórica, simbólica o cultural primigenia. La comunidad internacional lucha cada vez más eficazmente contra ese tráfico ilícito de bienes culturales, elaborando programas de inventario de las obras y objetos, de formación de los funcionarios de aduanas y policía y de sensibilización de la prensa y el público.

Se deterioran obras de arte «por juego», mientras que los centros históricos y ciudades enteras se ven desfigurados por pintadas que cubren todas las superficies, en particular, los adornos de muros de edificios, con frecuencia prestigiosos. Una vez más, sólo la sensibilización de la población local y, en primer lugar, la educación de los jóvenes podrá poner coto a este fenómeno de sociedad que deteriora y destruye el entorno y que a largo plazo se podría generalizar y plantear serios problemas de conservación, ya que aplicar un barniz anti-pintadas no sólo representa un esfuerzo financiero suplementario, sino que además altera el aspecto inicial de las obras, sean de escultura o arquitectura, modificando sus efectos de superficie o coloración.

Para concluir, un mejor equilibrio entre turismo y patrimonio podría consistir en aplicar las ideas expuestas, adoptando cuatro objetivos principales: proponer verdaderas alternativas al turismo de masas; utilizar mejor el potencial humano y las tecnologías actuales para impartir conocimientos sobre el patrimonio y su conservación-restauración; encontrar fuentes de financiación adecuadas a la creciente demanda turística de visitar los bienes del patrimonio cultural; y suscitar una nueva dinámica del turismo cultural, ayudando al público a ver, apreciar y respetar su patrimonio cultural.

La apertura del patrimonio mundial a la inmensa mayoría es, desde luego, una finalidad totalmente justificada en la actual civilización del ocio, pero constituye al mismo tiempo un desafío, ya que para salvaguardarlo, el acceso a ese mismo patrimonio deberá ser objeto de medidas restrictivas, bien pensadas y concertadas. Incumbe a nuestra generación el deber moral de proteger el patrimonio de que goza y mantenerlo para legarlo a las generaciones futuras, con objeto de que puedan hallar en él sus raíces culturales. De acuerdo con este punto de vista, es prioritario controlar el turismo de masas, una de las principales causas de las múltiples degradaciones del patrimonio y del medio ambiente. Más vale la conservación preventiva que la activa y es preferible conservar que restaurar o renovar.

Estamos convencidos de que los diferentes grupos de personas implicadas en el turismo (procedentes del mundo económico, universitario, cultural o institucional) podrán contribuir directamente, mediante un turismo bien pensado, a cambiar las mentalidades, para que un día el ciudadano sea consciente por sí mismo de la responsabilidad y el placer de proteger su *paisaje cultural*, que




© ICCROM

*Monumento en Roma recubierto de pintadas.*

hoy exige con urgencia ser conservado por el hombre y para el hombre, pues «el patrimonio no es sólo el espejo del pasado, sino una ventana hacia el porvenir».[10] ■

## Notas

1. Varias informaciones e ideas del presente artículo proceden de las actas de la mesa redonda *Cultura, turismo y desarrollo: los retos del siglo XXI*, organizada en la Sede de la UNESCO los días 26 y 27 de junio de 1996 en el marco del Decenio Mundial para el Desarrollo Cultural 1988-1997.
2. Se está elaborando para Italia una relación de los riesgos del patrimonio cultural, obra del Ministerio de Bienes Culturales y Medio Ambiente, la Oficina Central del Medio Ambiente y Bienes Culturales, Arquitectónicos, Arqueológicos, Artísticos e Históricos (BAAAS) y el Instituto Central de Restauración (ICR). La Universidad Libre de Bruselas (ULB) coordina un programa de sensibilización, financiado en un 40% por la Comisión Europea (DG-X), en el que colaboran el Centro Internacional de Estudios de Conservación y Restauración de los Bienes Culturales (Roma, Italia) (ICCROM); la Escuela de Conservación (Copenhague, Dinamarca); el Stichting Restauratie Atelier Limburg (Maastricht, Países Bajos); la Federación Europea de Asociaciones de Guías Turísticos (FEG) (París, Francia); la Escuela de Ciencias y Técnicas: Conservación y Restauración de Bienes Culturales (MST) (París, Francia); los Museos Reales de Arte e Historia (MRAH) y los Museos Reales de Bellas Artes de Bruselas (MRBA) (Bélgica); la Universidad de Gante (Bélgica); el Instituto Real del Patrimonio Artístico de Bélgica (IRPA); el Consejo Internacional de Museos (ICOM) y sus Comités de Conservación (ICOM-CC); de Educación y Acción Cultural (CECA); y de Audiovisual y Nuevas Tecnologías de la Imagen y el Sonido (AVICOM).
3. En relación con el Plan Delta, véase Jan A. Buijse, *Aspects to the large Scale Operation to Save the Dutch Cultural Heritage-Activities at the Rijksmuseum voor Volkenkunde*, ICOM-CC, *Study Series*, n° 1, 1995, págs. 6-8.
4. Véase el editorial de C. Périer-D'Ieteren, «Les enjeux actuels de la conservation-restauration», en *Cahier d'Etude*, ICOM-CC, n° 1, 1995, págs. 2 y 3 y, además, «Sauvegarde du Patrimoine et formation: un défi à relever», en *Cahier d'Etude*, CECA, n° 2, 1996, págs. 5-7.
5. *Charter of Cultural Tourism*, ICOMOS 1977, en revisión bajo el título *Managing Tourism at Places of Heritage Significance*. El tema elegido para el debate por ICOMOS para 1997-1999 es: «Hacer un buen uso del patrimonio».
6. En este campo, la Fundación Getty administra un programa muy interesante, titulado *Picture L.A. Landmarks of a New Generation*. La idea de esta campaña fotográfica realizada por jóvenes de 10 a 18 años es que desarrollo y conservación pueden correr parejos. Se pidió a esos jóvenes «normales y corrientes» que fotografiaran en su entorno inmediato lo que para ellos eran elementos del patrimonio representativo no sólo del pasado, sino también del presente y el futuro. Véase a este propósito la *Newsletter* del GCI, vol. 12, n° 1, 1997, págs. 14-17.
7. La Comisión Europea redactó en 1997 un *Libro Verde* sobre la cultura, las industrias culturales y el empleo (*Green Paper on Culture, Cultural Industries and Employment*).
8. Véase Roberto Nardi, «Open-heart Restoration: Raising the Awareness of the Public», en *ICOM-CC Study Series*, n° 1, 1995, págs. 9-11.
9. Véase Alessandra Melucco Vaccaro, «L'entretien régulier des monuments anciens et des collections : de la théorie à la mise en pratique?», en *Cahier d'Etude*, ICOM-CC, n° 1, 1995, pág. 12.
10. Frans Schouten, *Tourisme et mutations culturelles*, en *Actas UNESCO* 1996, pág. 59. Mesa redonda organizada por la UNESCO (véase la nota 1).

# Exponer es exponerse: para bien y para mal

*Racheli Merhav* y *Ann E. Killebrew*

*¿Qué repercusión concreta, palpable y cotidiana tiene la creciente afluencia del turismo cultural sobre los sitios culturales y las obras de arte? ¿Es posible encontrar un equilibrio adecuado que limite los daños y preserve al mismo tiempo la integridad del patrimonio? Dos profesionales experimentadas nos exponen su punto de vista sobre los riesgos y ventajas de exponer – y exponerse – al público. Racheli Merhav es arquitecto paisajista jefe del Departamento de Parques Nacionales de Israel desde 1990. Hasta 1983 dirigió los servicios de arquitectura paisajística del Fondo Nacional Judío en la región de Israel, y ese mismo año fue a la Escuela de Administración Kennedy de la Universidad de Harvard para acabar un doctorado en administración pública. Ann Killebrew se doctoró en arqueología por la Universidad Hebrea de Jerusalén y actualmente es profesora de arqueología en la Universidad de Haifa. Ha participado en numerosas excavaciones y proyectos arqueológicos por todo el territorio de Israel, y más concretamente en la reconstrucción e interpretación de la antigua localidad de Qasrin. Hoy en día dirige el proyecto para presentar al público el sitio bíblico de Megiddo.*

Un motivo de gran preocupación es el de los efectos producidos por el acceso del público a los bienes de nuestro patrimonio cultural. Se suele considerar que la afluencia de centenares de miles de turistas tiene repercusiones muy negativas sobre los sitios históricos y arqueológicos y su entorno. Sin embargo, los efectos del turismo no son totalmente perniciosos, por ejemplo algunos estudios concretos sobre sitios arqueológicos abiertos al público en Israel han demostrado que la presencia de turistas puede presentar aspectos positivos y negativos a la vez.

## Efectos negativos

### *Desgaste y deterioro*

El desgaste cotidiano ocasionado en los sitios provoca el deterioro irreversible de los vestigios de nuestro pasado cultural, fenómeno palpable en muchos parques nacionales y sitios arqueológicos de Israel. En Masada, que con unos 700.000 turistas por año es el lugar más visitado del país, tenemos como ejemplo la erosión ocasionada por los millones de pisadas de los turistas que deambulan por los palacios herodianos, las termas y los edificios públicos y privados de la época romana; el desgaste ha afectado incluso a los monumentales peldaños de piedra por los que se va desde las termas hasta el palacio situado al Norte. En la mayoría de los sitios arqueológicos se produce un deterioro similar a consecuencia del gran número de visitantes.

### *Servicios para los turistas*

La afluencia de turistas exige instalaciones apropiadas para su alojamiento, transporte y bienestar. La construcción de estacionamientos para vehículos, servicios higiénicos, restaurantes y centros de información turística provoca inadvertidamente daños considerables en los vestigios arqueológicos que aún no han sido excavados, y al mismo tiempo atenta contra la estética de los sitios. El nivel sonoro de los estacionamientos tiene repercusiones negativas en el ambiente de algunos sitios. En el *tel* de Megiddo, por ejemplo, los días de afluencia de público llega a oírse en las zonas monumentales emplazadas hacia el Este y el Nordeste el ruido producido por una docena o más de autobuses y por el tráfico de la autopista situada debajo.

Los cobertizos para dar sombra a los turistas, las estructuras de protección de los vestigios arqueológicos y la modernización de las áreas de acceso a los sitios pueden también destruir el paisaje y la panorámica general de una zona monumental, cuando se convierten en los elementos visuales más prominentes. Por ejemplo, el cobertizo construido encima de las grandes termas de Beth Shean es la edificación más visible que encuentran los turistas cuando se acercan a este sitio histórico.

A veces se estimula el turismo con la creación de «paisajes artificiales» como el «lago» del Parque de Timna, situado en Arava, cerca de Eilat. Con este «lago» se ha pretendido crear una atmósfera más agradable para los visitantes de un lugar situado en una región muy árida y calurosa, pero en realidad desentona completamente con el paisaje circundante y no concuerda en absoluto en el contexto de los múltiples vestigios arqueológicos del lugar.

### *Vandalismo*

En Israel, los sitios arqueológicos revisten una gran importancia política y religiosa para el público nacional e internacional, y el carácter altamente significativo de muchos de ellos ha sido la causa de que sólo hayan sido objeto de malevolencia



© National Parks Authority

*Acto de vandalismo premeditado: la destrucción de un* menorah *en relieve, en las catacumbas de Beth Shearim, del periodo romano tardío.*

en ocasiones esporádicas. Esa malevolencia se ha traducido en actos de vandalismo intencionados y sistemáticos perpetrados en algunas zonas y monumentos arqueológicos e históricos abiertos al público. El vandalismo de poca monta suele ser aleatorio y a veces es visible en algunos sitios; en cambio, otros sitios han sufrido daños más considerables ocasionados por el extremismo religioso o político. Recientemente se han registrado tres incidentes de este tipo en la iglesias bizantinas de Mampsis, de Kursi y del Monte Berenice, situadas respectivamente en la región del Neguev, en la orilla occidental del Mar de Galilea y en las proximidades de la nueva ciudad de Tiberiades. En las dos primeras iglesias, situadas en un parque nacional protegido, los autores de los actos de vandalismo destruyeron los mosaicos de forma irreparable, golpeando el pavimento o derramando alquitrán. En la del Monte Berenice, emplazada en un sitio sin protección y un tanto apartado que domina el Mar de Galilea, la arquitectura de piedra del conjunto de los edificios fue sistemáticamente destruida después de que fuese restaurada por el Departamento de Arqueología de Israel. En el parque nacional de Beth Shearim, los actos de vandalismo fueron obra de ultraortodoxos que borraron numerosos símbolos judíos, pintados o grabados en altorrelieve, en las paredes de tumbas rupestres de los siglos II a IV de nuestra era. El resultado fue que algunas de esas catacumbas tuvieron que ser cerradas al público. Hasta ahora ha sido muy difícil contrarrestar eficazmente estos actos delictivos y vandálicos.

### *Comercialización excesiva*

Se ha permitido que una cantidad considerable de sitios de gran importancia crezcan sin orden ni concierto, de forma que a los visitantes les resulta casi imposible distinguir los elementos modernos aparentes de los monumentos o lugares históricos y arqueológicos. Esto se manifiesta sobre todo en lugares como Belén y Nazaret, que poseen una gran significación religiosa para algunos y que hoy en día son ciudades modernas. Estas dos ciudades están edificadas sobre vestigios de tiempos del cristianismo primitivo, que han sido incorporados al paisaje urbano. Es sumamente difícil ver en ellas un resto arqueológico del tiempo de Jesús a causa de la cantidad abrumadora de visitantes, de la comercialización excesiva, y de los

conflictos que el control de los sitios suscita entre las distintas autoridades religiosas y gubernamentales.

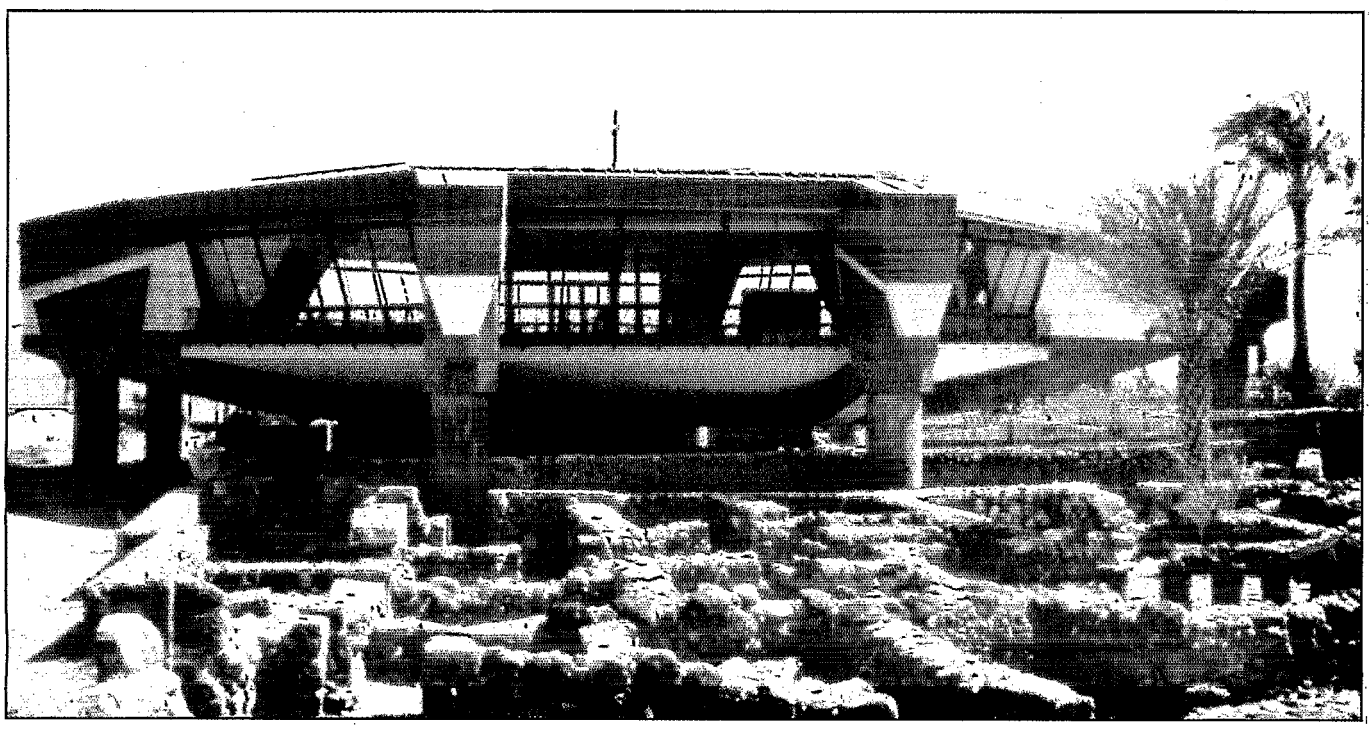
En la entrada al impresionante sitio de Masada predominan las instalaciones comerciales, por ejemplo restaurantes y tiendas de recuerdos. Las recientes obras de renovación del lugar y la actualización de la presentación pueden permitir al visitante olvidar la primera impresión que se lleva al llegar. Sin embargo, toda esa labor se ha ignorado y son los intereses comerciales los que triunfan. El deseo de explotar los sitios como Masada para obtener más beneficios económicos ha desembocado en un proyecto de construcción de un centro comercial muy cerca del parque nacional. Se ignoran las consecuencias que esto pueda tener sobre el paisaje y el ambiente, pero no cabe duda de que la atención de los visitantes será desviada del marco y de la historia impresionantes de este lugar.

*Exposición excesiva*

Cuando se intenta crear un espacio mayor para exponer más ampliamente un sitio de interés arqueológico y facilitar el acceso a un gran número de turistas, se pueden llegar a realizar excavaciones demasiado extensas. Aunque la extensión de las zonas turísticas puede reducir la aglomeración de los visitantes, se suele llegar a una situación en la que muchos turistas no disponen de tiempo, o carecen del interés y la paciencia necesarios para recorrer la totalidad del sitio. Además, se tropieza con dificultades financieras para el mantenimiento de las áreas demasiado extensas de exposición al público. En los años ochenta y principios de los noventa, se llevaron a cabo excavaciones arqueológicas de gran envergadura en Cesárea, Beth Shean, Marisha, Beth Guvrin y Banias, y se expusieron al público grandes extensiones de las principales antiguas

*Una iglesia moderna en Cafarnaum, construida por encima de los vestigios de la «Casa de San Pedro», obstaculiza la vista al Mar de Galilea situado al fondo.*

Foto: cortesía de las autoras



ciudades romanas y bizantinas. Es dudoso que los turistas dediquen el tiempo necesario a ver algo más que una reducida porción de los sitios, y además son considerables los costes de mantenimiento y conservación de sitios tan extensos. Tampoco es nada seguro que para atender los gastos en curso sea suficiente la recaudación fluctuante obtenida con la venta de billetes, que es casi la única fuente de ingresos con que cuenta realmente el Departamento de Parques Nacionales.

*Alteración del espíritu de los sitios*

El deseo de reforzar la protección de los monumentos y de hacerlos más accesibles a los visitantes puede dar como resultado una alteración irreparable de la atmósfera y el espíritu de un sitio histórico. La fortaleza de Nimrod, un conjunto monumental musulmán fortificado que data de principios del siglo XIII de nuestra era y que domina la Alta Galilea desde su posición en el límite de las Alturas del Golán y del Monte Hermón, es un vestigio histórico destacado e impresionante que sólo visitan unos pocos turistas. Antes de las excavaciones de este sitio y de su acondicionamiento para los turistas, las ruinas de la fortaleza se mantenían sólidas en medio de un romántico escenario, pero hoy en día los visitantes deambulan por vastas salas vacías carentes de encanto; además, en el conjunto del castillo reina una atmósfera «aséptica» creada por las excavaciones arqueológicas, las obras de reconstrucción y las instalaciones turísticas, pese a que todos estos trabajos han consolidado la protección del monumento y mejorado el acceso. Ahora, el castillo puede presentar problemas de conservación y presentación por verse expuesto no sólo a los elementos naturales, sino también a los riesgos de la afluencia de turistas.

La aldea del Nuevo Testamento de Cafarnaum nos ofrece un segundo ejemplo de alteración negativa del carácter de un sitio arqueológico a causa de la demanda turística. Esta aldea, que se halla situada en la orilla septentrional del Mar de Galilea, es uno de más importantes lugares de peregrinación cristiana en Israel. En estos últimos años, sobre las ruinas de la «Casa de San Pedro» y los vestigios de una iglesia conmemorativa del periodo bizantino se ha construido una iglesia moderna. Este nuevo templo sirve, por así decir, de «cobertizo» de los vestigios arqueológicos y los protege algo, al tiempo que proporciona a los peregrinos un lugar para el culto; pero lo cierto es que hoy en día ese edificio moderno es el más prominente del lugar y su construcción ha obstruido la vista sobre el Mar de Galilea, que forma parte integrante del sitio. La iglesia también limita la contemplación de los vestigios arqueológicos, que revisten una gran importancia religiosa para todos los cristianos. Por ejemplo, no hay libertad total de acceso a la iglesia desde la que se puede contemplar la «Casa de San Pedro». En suma, la construcción de esta iglesia de estilo arquitectónico ultramoderno no sólo ha alterado el impacto histórico y religioso del vestigio arqueológico, sino también el medio ambiente y la atmósfera que tenía esta localidad desde tiempos de Jesús.

## Efectos positivos

*Protección y mantenimiento*

Habida cuenta del deficiente estado de conservación en que se encuentran muchas ruinas arqueológicas en el momento de su descubrimiento, el hecho de no acondicionarlas para exponerlas al público y permitir el acceso de turistas suele tener con frecuencia efectos negativos

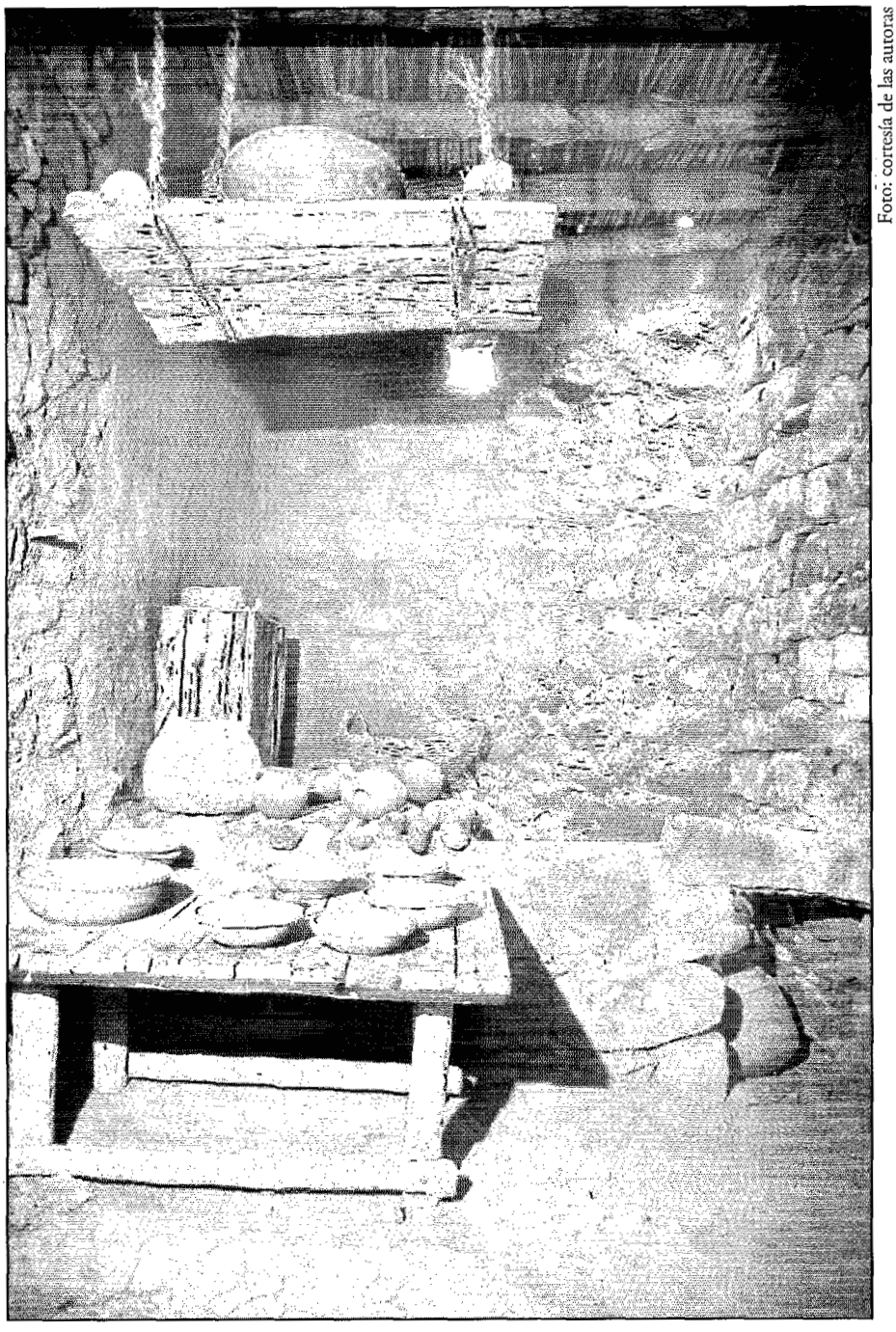


Foto: cortesía de las autoras

*Vista interior de una casa reconstruida del período bizantino, en la antigua aldea Qasrin.*

con el tiempo, y además puede causar daños irreparables en los vestigios. Algunos lugares arqueológicos importantes – el sitio bíblico de Lachish, por ejemplo – no se han arreglado para convertirlos en áreas turísticas protegidas. El resultado es que los turistas pueden visitarlos gratis. La falta de mantenimiento, protección y conservación elementales de la arquitectura ha causado abundantes daños en los restos arqueológicos, que se hallan cubiertos de maleza y expuestos a la intemperie.

El sitio de Israel que se ha visto más afectado en el pasado por causa de este descuido, es probablemente el área de excavaciones que se extiende al oeste y al sur del Monte del Templo en Jerusalén. Las excavaciones a gran escala efectuadas desde 1968 hasta 1978 pusieron de manifiesto la existencia de vestigios arqueológicos de las épocas musulmana, bizantina, romana y bíblica, que revisten gran importancia tanto para los judíos como para los cristianos y musulmanes. Después de haberse efectuado las excavaciones, el sitio formó un vasto parque arqueológico. No obstante, durante diez años el mantenimiento y acondicionamiento de las ruinas fueron mínimos, cuando no inexistentes; a causa de ello, la maleza – e incluso el arbolado – invadieron masivamente los vestigios antiguos y sus alrededores. No es de extrañar que fuera muy escaso el número de turistas que visitaban estas ruinas de importancia universal. Después de un periodo de desidia tan prolongado, en los últimos años se reanudaron las excavaciones con el fin de realizar una limpieza general y exponer a la contemplación del público unas cuantas zonas escogidas del sitio. Las excavaciones y la labor de restauración efectuadas recientemente, así como la mejora del mantenimiento del sitio, han hecho aumentar el interés del público y el número de visitantes, y por consiguiente han facilitado también su protección.

Aunque ya se ha señalado anteriormente que las instalaciones turísticas pueden ir en detrimento del aspecto estético general de un lugar, algunos servicios turísticos y el aumento del número de visitantes pueden tener repercusiones positivas en los sitios. Por ejemplo, la construcción de cobertizos sobre los importantes vestigios arqueológicos de mosaicos del sitio romano-bizantino de

Sepforis (Galilea) ha contribuido a un tiempo al bienestar físico de los turistas y a la protección de edificaciones y suelos.

### *Crear un sentimiento de respeto y orgullo*

Como decíamos más arriba, la facilidad de acceso a los sitios arqueológicos y su promoción pueden contribuir a que se produzcan actos de vandalismo, pero también puede ocurrir lo contrario. El acondicionamiento de la antigua aldea bizantina de Qasrin, que está situada en el Golán y posee una sinagoga, ha hecho disminuir los actos esporádicos de vandalismo que se solían producir antes de que este sitio fuera expuesto al público. Después de la reconstrucción de varias casas y del acondicionamiento interior de una de ellas con réplicas de muebles, loza y otros utensilios cotidianos, los desperfectos causados por los visitantes han disminuido considerablemente a pesar de que su número se ha triplicado o cuadruplicado. Hace ocho años que esta aldea reconstruida se inauguró oficialmente, y desde entonces han sido muy pocas las réplicas que han desaparecido de la casa donde están expuestas sin protección alguna. Anteriormente los turistas no experimentaban un sentimiento de respeto en este sitio, y el hecho de que ahora lo tengan quizás se deba al mantenimiento continuo de este lugar arqueológico y a la reconstrucción «auténtica» de la casa y su mobiliario.

Desde finales de los años ochenta hasta mediados de los noventa, se pudo observar un fenómeno semejante cuando se efectuaron grandes excavaciones en todo Israel. Aunque el motivo de estos proyectos fuese principalmente de índole económica, suscitaron tal publicidad e interés que el patrimonio arqueológico llegó a estar muy presente en la conciencia del público. Además, mejoró la situación económica local, al atraera más turistas que venian a visitar los sitios recién excavados.

### *Educación*

El aspecto educativo de los sitios culturales es un resultado positivo del turismo y está estrechamente vinculado a éste. El acondicionamiento y presentación de los sitios arqueológicos tiene una dimensión educativa que va desde la señalización elemental hasta las presentaciones multimedia de alta tecnología, pasando por la consolidación o reconstrucción con técnicas tradicionales y la creación de museos *in situ*. Si no fuese por el turismo, muchos de esos sitios seguirían siendo ruinas mudas y su historia permanecería inaccesible para el público.

### *Desarrollo económico*

Aunque ya se ha señalado la repercusión negativa de las actividades comerciales excesivas en los sitios arqueológicos, el aumento del turismo con destino a lugares como la antigua aldea de Qasrin, o las localidades de Sepforis y Beth Shean, puede crear un sentimiento de orgullo y educar al público, y al mismo tiempo representar una fuente de estímulo para los habitantes de las zonas circundantes que obtienen beneficios económicos de esos sitios. Es universalmente reconocido que las corrientes turísticas hacia los sitios del patrimonio cultural producen un efecto positivo en la economía local, e incluso en la nacional.

Aunque los factores negativos parezcan tener más peso que los positivos, no cabría sacar la conclusión de que los efectos del turismo sean abrumadoramente negativos. El mero mantenimiento de los sitios arqueológicos e históricos abiertos a los turistas los suele proteger mejor que los lugares que no han sido declarados parques nacionales o lugares de interés turístico. Muchos de los problemas relacionados con el turismo podrían resolverse controlando más cuidadosamente el número de visitantes en un momento dado, estableciendo un máximo de capacidad de acogida de los sitios y limitando, por consiguiente, la concurrencia. Esto es mejor que exponer más vestigios arqueológicos al público o permitir que los turistas invadan las zonas arqueológicas. En la mayoría de los casos, es posible superar una gran parte de los efectos negativos del turismo en los sitios arqueológicos y aprovechar sus ventajas con un mantenimiento adecuado y un planeamiento bien meditado, que deben efectuarse mediante una estrecha coordinación entre autoridades gubernamentales, arqueólogos, conservadores, funcionarios de los sitios y el conjunto de la comunidad. ■

# El museo como mediador

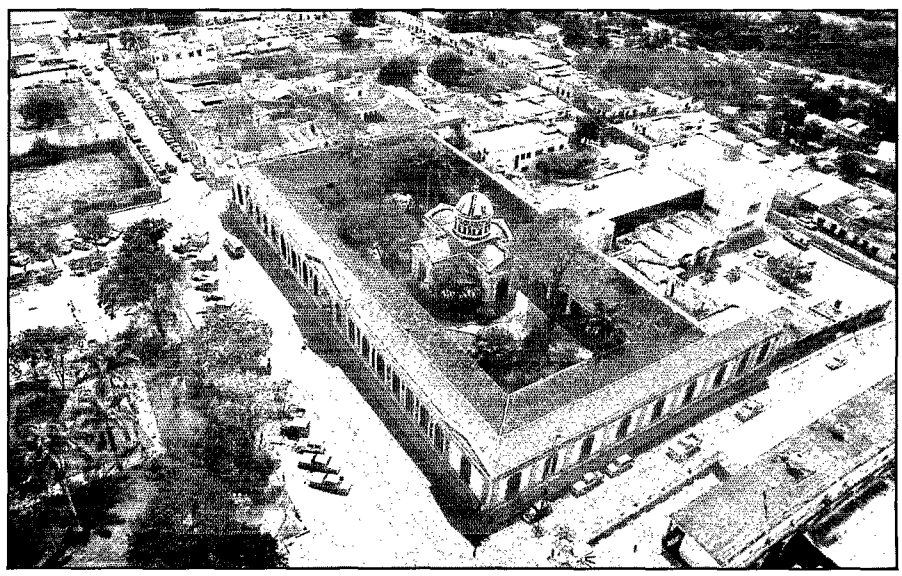
*Milagros Gómez de Blavia*

*La nueva alianza que debe establecerse entre el patrimonio y el turismo depende, en gran medida, de mediadores doctos, capaces de reconciliar una profusión de puntos de vista y enfoques divergentes. Y, de acuerdo con Milagros Gómez de Blavia, ¿quién puede desempeñar mejor este papel que el profesional del museo que es, simultáneamente, custodio e informador? La autora, una abogada venezolana, fundadora y directora del Museo de Barquisimeto desde 1982 y ex presidente del ICOM de Venezuela, es especialista en turismo y derecho administrativo, y tracaja como asesora y profesora de cursos internacionales en «Gerencia de museos» y «Relación armónica turismo y patrimonio». Ejerce igualmente la presidencia de una empresa pública de gestión urbana en Barquisimeto, Estado Lara (Venezuela), uno de cuyos principales programas es la valorización del patrimonio arquitectónico.*

Bajo el título de «Patrimonio, museos y turismo», se celebró en 1995 en la ciudad de Barquisimeto, Venezuela, un evento que convocó a autoridades y especialistas, profesionales y empresarios turísticos, directores de instituciones culturales, para reflexionar sobre las ventajas de una relación armoniosa entre estos sectores. Organizado por el Museo de Barquisimeto y promovido por el Comité Venezolano del Consejo Internacional de Museos (ICOM), comenzó por captar la atención, de los altos organismos del gobierno venezolano en el sector Cultura y Turismo, y logró convocar a destacados y numerosos profesionales interesados en una reflexión interdisciplinaria, ofreciendo diversas actividades y un curso sobre nuevos productos turísticos a partir de atractivos del patrimonio natural.

La reunión cumplió sus propósitos al convertirse en escenario propicio para discutir el tema en base a postulados y estrategias comunes, reconciliar las diferencias y descubrir puntos de encuentro entre ambos sectores, única opción para conservar la integridad del patrimonio como atractivo turístico, y generar recursos para el desarrollo sostenido de las comunidades. Con las experiencias presentadas, las discusiones planteadas y el aprendizaje obtenido, se pudo demostrar la vigencia y oportunidad de la convocatoria lanzada, inicialmente recibida con cierto escepticismo ante la novedad del enfoque, para dar como resultado una iniciativa pionera en la reflexión interdisciplinaria y conciliadora entre turismo y patrimonio. En la actualidad es satisfactorio observar cómo el tema es esencial en el elenco de los aspectos fundamentales de la discusión de la preservación y revalorización del patrimonio cultural y natural, en una dimensión contemporánea vinculada al concepto del «desarrollo sustentable».

La UNESCO muestra un interés especial en este campo y no oculta su preocupación ante el fenómeno turístico que, cimentado en la explotación del patrimonio natural y cultural de los países visitados, afecta los procesos de desarrollo de la vida económica, social y cultural de la comunidad que lo recibe. En este as-



© Pedro Pares Freites, Museo de Barquisimeto

*Vista aérea del Museo de Barquisimeto, ubicado en el centro de la ciudad, en un edificio construido como hospital en 1918, utilizando materiales tradicionales (adobe, techo de caña y tejas). Para la ampliación, destinada a albergar la sección administrativa, se emplearon técnicas de arquitectura contemporánea (estructuras de acero y techos planos).*

pecto y de modo positivo, la UNESCO responde, en acuerdo con su pensamiento, reafirmando la necesidad de la dimensión cultural en los procesos sociales y económicos, proclamando la cultura como el camino ideal para transformar la corriente turística masiva en energía positiva y decreta como tema central el turismo cultural. Con este enfoque, hoy supera la visión pesimista del fenómeno turístico y está dispuesta, como señala su Director General, a promover una forma de turismo que reconcilie la necesidad de proteger el patrimonio cultural y natural, la cultura, el desarrollo social y económico de las poblaciones involucradas y el imperativo de un auténtico diálogo intercultural. Este espíritu proveyó los temas para el Encuentro Internacional Turismo Cultural en América Latina y el Caribe, celebrado en La Habana, Cuba, en noviembre de 1996, que ha contribuido a sustentar el enfoque necesario para lograr la relación armoniosa entre turismo y patrimonio.

### *Homo turisticus* – una nueva fase

El turismo cultural debería ser considerado como una cualidad emergente y alternativa para el uso del tiempo libre y como un factor generador de descanso, diversión y desarrollo personal del turista como individuo. Sin embargo, no basta ofrecer un buen servicio, un buen producto y una buena oferta, hay que reconocer además que hay que ocuparse de a quién le interesa y quién lo va a disfrutar, en dos palabras: quién es el público, quién es la clientela. Hay que saber quién es el turista. La antigua concepción de que para el turista bastaba una buena oferta en alojamiento, transporte y atractivos de interés general, ha sido reemplazada por una visión más orientada hacia el consumidor: ¿qué le satisface?, ¿qué lo motiva?, ¿qué busca?

Lo anterior modifica todas las estrategias de comercialización hasta la fecha; ahora es necesario satisfacer las necesidades del turista ofreciéndole la posibilidad de romper con la cotidianidad: la gente busca el cambio, lo diferente, lo que no es común en su medio. Hay una clara tendencia a humanizar el mercado turístico y reconocer la especificidad de los procesos y hábitos viajeros. Hay que volver al punto de partida y asumir el turismo como una forma de romper con lo habitual, una situación festiva y lúdica, una voluntad de descubrir y comunicarse.

Los especialistas hacen referencia a la posibilidad de elegir como característica en una nueva y tercera fase tipificada por el «homo turisticus», la segmentación de oferta, la diferenciación de demanda y la atenuación de diferencias entre ocio y trabajo, que difieren de las anteriores etapas de «aventurero solitario» y de «seguir al rebaño». Los documentos de la UNESCO, en su convocatoria a reflexionar sobre el tema, destacan el valor del uso del tiempo libre como atributo fundamental del turismo cultural: una forma más creativa de vivir el turismo, en lugar de sufrirlo como una plaga.

Ese turismo convencional conocido como turismo de masas, considera el patrimonio como un medio para desarrollar la actividad turística. El turista convencional va en busca de sol, playa, arena (playas del Caribe o el Mediterráneo), lugares sacralizados (París, Nueva York, Egipto), frecuenta barcos u hoteles de lujo y tiene muy poco contacto con las manifestaciones culturales autóctonas del lugar. Su objetivo principal es el placer hedonista. No obstante, la definición anterior incluye la aceptación de que dicho turismo, además de satisfacer la necesidad humana de desplazamiento, suele elevar el nivel cultural de la persona y da origen a nuevos conocimientos, expe-



© Pedro Pares Freites, Museo de Barquisimeto

*Actuación de* Los Soneros de Antaño, *un grupo musical tradicional de una comunidad vecinal, durante la apertura de la exhibición* Plazas de Barquisimeto.

riencias y encuentros. La vieja frase popular «los viajes ensanchan la mente» confirma la hipótesis de que el turismo enriquece la personalidad humana, gracias a la información, los pensamientos y los sentimientos que la persona recibe. En sentido amplio, el turismo de masas es también un turismo cultural.

Sin embargo, en un sentido más restringido, el turismo cultural surge como un componente más del turismo especializado o de nichos dentro del concepto de «ecoturismo» y considera el patrimonio como un fin en sí mismo, donde *eco* significa una armonía que exige el respeto a las diversas culturas, el racional uso de los recursos naturales, la participación de las comunidades involucradas en estos desarrollos y la justa distribución de los beneficios.

En algunos destinos el turismo cultural ya se ha separado de la etiqueta de ecoturismo y se ha abierto paso solo, como una opción viable para operar este segmento del mercado, con un ámbito de actuación autónomo y marca independiente, donde ese turismo se puede definir como aquel que lleva al descubrimiento y apropiación de toda acción cultural. Este tipo de turismo suele caracterizarse por motivaciones, tales como los viajes de estudio, de realización artística o cultural, la asistencia a festivales y eventos, la visita a lugares interesantes, museos y monumentos, así como otras manifestaciones tangibles o intangibles originales de la cultura universal. Se busca algo diferente, se viaja en pequeños grupos y se disfruta la comida local. Se valora la inversión del viaje, no se acepta la mediocridad ni la falta de autenticidad. Éste es el turista que debemos conquistar. En su defensa, un ecólogo amigo señaló que «El turista no es sólo y necesariamente un ente explotable, sino un ser en busca de bienestar». Llámese ecoturismo, turismo cultural, turismo de nichos o turismo especializado, lo importante es que hay un segmento de público con motivaciones que seleccionan atractivos culturales con actitudes solidarias y de respeto al patrimonio y a la comunidad que lo acoge.

### El museo: protagonista principal en el sistema turístico

Salir airoso de la relación con el turismo es condición básica para que los museos asuman su nueva dimensión en Latinoamérica frente al siglo XXI. Como lo señala la Declaración de Caracas, documento final del evento «Museos: nuevos retos», Caracas, Venezuela, 1992, «se le exige ser protagonista de su tiempo y responder al reto de ser no sólo la institución idónea para la valoración del patrimonio, sino instrumento útil para lograr un desarrollo humano equilibrado y un mayor bienestar colectivo», en donde el turismo tiene inevitablemente una presencia. El punto de partida está vinculado a un cambio conceptual que permita establecer puentes de relación entre los dos sectores. Esto permitirá formular propuestas no convencionales y plenas de creatividad y profundo saber del oficio. El cambio de rumbo supone superar la indiferencia y el rechazo a la actividad turística que ha sacrificado parte del potencial para comunicar y educar frente a públicos que merecen conocer y admirar los valores patrimoniales del destino turístico elegido.



© Pedro Pares Freites, Museo de Barquisimeto

*La danza Tamunangue, que se celebra anualmente el 13 de junio en honor a San Antonio de Padua, constituye una atracción turística importante.*

Del profesional de museos depende la comprensión del turista como aliado a quien hay que conquistar para la conservación y el disfrute del bien cultural, para favorecer el diálogo intercultural. Este cambio de actitud se nutre de un concepto sobre el museo como medio de comunicación entre el patrimonio y el público, a través del objeto, y excluye actitudes que ven al museo sólo como sarcófago de objetos ilustres, sacralizado, estático en el tiempo, momificado. La visión integral del museo como institución dedicada a la conservación del patrimonio cultural, natural y ambiental, es el eslabón que le une al sector turismo, el cual debe reconocer y valorar los potenciales y riesgos de los insumos del patrimonio cultural y natural que utiliza para confeccionar productos turísticos, e igualmente obliga a los museos a dar respuestas contemporáneas a la lectura intercultural de los bienes patrimoniales.

Cuando la función del museo es vista como medio de comunicación, que no sólo sirve como fuente de información sino como interacción del público con el proceso y los productos culturales, se aprovecha la fortaleza de un lenguaje no verbal, basado en la articulación objeto-signo, con mensajes de significados, ideas y emociones que transmiten valores y contenidos que pueden ser aprehendidos y aprendidos. Visto así, el museo no sólo está al servicio del patrimonio, sino también al servicio de un público con una visión holística. El turista recibe el mensaje del museo y éste cumple su misión de vincular patrimonio y público, en una forma comprensible y accesible. Así se ve el turismo como una oportunidad, que no sólo podría constituir un importante beneficio económico para la administración y conservación del patrimonio, sino también una alternativa viable para complementar el desarrollo integral de las comunidades que lo poseen.

Al igual que cualquier otra disciplina, el turismo se basa en principios fundamentales que deben ser estudiados sistemáticamente a fin de llegar a comprender el comportamiento integral, interactivo y dinámico de las partes: atracciones, planta turística, infraestructura y superestructura. Los museos constituyen una de dichas atracciones. Es frecuente que el visitante que llega a una ciudad ponga un museo a la cabeza de su lista de lugares por visitar. La preferencia de que goza el museo frente a este público le permite cumplir con mayor efectividad su labor de difusión y conservación del patrimonio como testigo del quehacer de los hombres, en correspondencia con un lugar y en un tiempo determinado, de forma que el turista puede aprehender características de la cultura local mediante la visita de un museo.

### ¿Sabe el museo quién es el turista?

Las proyecciones estimadas de visitantes en el mundo para el inicio del próximo milenio, prevén un movimiento de alrededor de 600 millones de turistas al año. El estudio científico de este fenómeno se lleva a cabo desde hace algunos decenios y se conoce con bastante exactitud cuántos visitantes por mes llegan a los diferentes destinos, cuántos días pernoctan en un hotel, cuánto gastan en cada visita, cómo acceden a la región, cuántos ingre-

sos generan y su grado de satisfacción, entre otros parámetros.

En general, estas estadísticas y estudios de mercado han sido generados por el sector turístico privado, consciente de la importancia de programar su crecimiento y la calidad de sus servicios, de acuerdo con los diferentes segmentos del mercado actual y, en especial, la rentabilidad del negocio. La conciencia de no degollar «la gallinita de los huevos de oro», los ha llevado a repensar su oferta y modificarla de acuerdo a la demanda. Otro tipo interesante de encuestas evalúa factores normales, tales como la frecuencia de las visitas, el sexo y el origen social, y observa el comportamiento del público. Estas encuestas examinan el tiempo dedicado a cada espécimen, la velocidad con que el visitante recorre el recinto del museo, y el grado de curiosidad suscitada por los diferentes especímenes.

¿Cuántos museos han iniciado estudios tendentes a conocer las características de sus visitantes? ¿Cuántos aprovechan la experiencia para modificar sus exhibiciones y actividades? ¿Se tiene conciencia del potencial posible por captar en el próximo milenio? ¿Han pensado algunos de los museos en unirse a los usuales planes de desarrollo turístico de sus regiones de origen o esperan con pasividad la visita a los museos sacralizados?

Pensemos un poco acerca de cómo hemos entendido desde nuestros museos la relación museo-público. Siempre se ha considerado la crisis de los museos como el resultado de sus limitaciones presupuestarias y de los conflictos que generan las relaciones con algunos sectores; pero pocas veces nos hemos detenido a pensar con igual atención sobre el público que nos visita para establecer un diálogo y darles la posibilidad de ser interlocutores activos, para que expresen sus necesidades, expectativas e inquietudes referentes a nuestra actuación. Esta afirmación nos lleva a pensar en la importancia de conocer a quien nos visita. Encuestas y sondeos constituyen una herramienta valiosísima para evaluar este punto, pero se los usa muy rara vez. Los especialistas señalan que son pocos los ejemplos en el caso de Latinoamérica. Debe destacarse que en estos estudios las variables nacionalidad y procedencia, aunque investigadas, no son aplicadas en la práctica. En general, los resultados son archivados, en vez de retroalimentar el sistema para apoyar el diseño de nuevos productos museísticos.

Un ejemplo divertido acerca de la importancia de conocer los gustos de los clientes por parte de la empresa privada y de lo difícil que resulta prever tales preferencias, se ilustra con un artículo procedente de un periódico, acerca de una investigación sobre los niveles de satisfacción de la clientela: la empresa American Express realizó una encuesta para definir las preferencias de los poseedores de tarjetas que arrojó resultados increíbles, como por ejemplo: el 20% de la muestra considera que la presión del agua en las duchas de los hoteles es el factor más importante para lograr una estancia placentera; el 17% valoró más tener una buena almohada; el 15% votó a favor de la calidad del cuarto; el 12% evaluó la comida como una variable imprescindible; el 8% se decidió por una cama cómoda; el 6,6% por cortinas gruesas y el 5,8% por un servicio de primera.

Desde la óptica de un museo ¿qué contendría una encuesta que busque medir la satisfacción del turista? De inmediato surgen varios aspectos: la información, la atención, los servicios, los circuitos guiados, la atmósfera, la museografía, la librería, el café, la tienda, las publicaciones, los textos y la información en salas, la señalización, los eventos de apoyo. Se debe comenzar por comprender cómo

puede beneficiarse el museo integrándose en el sistema turístico. Los beneficios económicos son indudables: a mayores ventas, mayores ingresos. Pero ésa no es la única motivación para acercarse al turista; lo es igualmente el interés de distribuir más ampliamente los contenidos museológicos, diversificar el atractivo de la destinación turística y ofrecer un producto más auténtico y original, como sólo puede hacerlo el turismo cultural. Se debe igualmente satisfacer las necesidades del visitante, establecer alianzas y abrir canales de relación entre los que comparten la conservación y defensa del patrimonio cultural y por último, fomentar la amistad entre los pueblos.

Este nuevo enfoque en la relación turismo-museo implica la búsqueda de nuevas formas de incluir los museos en la oferta turística preservando, sin embargo, al mismo tiempo su propia especificidad. A este fin, se han formulado algunas recomendaciones útiles con objeto de optimizar esta relación:

- Los museos deben conocer su público, para poder diseñar productos que respondan al perfil de sus visitantes, no sólo en sus exposiciones y en sus publicaciones, sino ofrecer actividades especiales como: conferencias, visitas a sitios de interés y circuitos.
- Los turistas deben ser considerados como un sector del público *per se*: deben ser diferenciados y respetados, y los productos del museo deberán ser adaptados a sus demandas.
- La agenda turística debe ser administrada de manera adecuada: el museo debe saber quién se interesa en qué cosas y quién no, qué espacios y servicios deben ofrecerse, qué horario y calendario programar para el turista, y qué alianzas establecer.
- Se deben establecer vínculos con la empresa turística. El museo jamás podrá venderse solo sin un apoyo adecuado y es necesario saber cómo presentar un producto interesante a los organizadores de circuitos y a las agencias de viajes.
- Los museos deben promocionarse adecuadamente, en particular con una atractiva señalización y una buena imagen en aquellos lugares de obligada utilización por el turista. Se debe ofrecer información básica, de ser posible en el idioma del público turista. Como una visita al museo puede despertar el interés del turista por la historia local, debe ser organizada de manera suficientemente atractiva como para retener su interés, generalmente efímero. Los textos deben ser concisos y precisos. Una rotulación comprensible puede resultar el mejor medio para conseguir que el turista extranjero se sienta bien acogido.
- Se deben emplear guías que inciten a la reflexión sobre la gestión del ambiente cultural y la conservación. Deberán ser expertos en comunicación que sepan transmitir una información, y no simples loros que recitan hechos mientras impiden ver los objetos que describen; no deberán actuar como un grabador, sino como un puente que acerca el visitante al patrimonio.

Aplicar algunas de estas ideas asegura al museo el aprovechamiento de las ventajas del público turista, quien podrá llegar a considerar suyo lo visitado y a valorar lo conocido. La frase de que «sólo amamos aquello que conocemos» puede orientar esta reflexión hacia el entendimiento de que un turista bien informado y atendido comprende, respeta y valoriza lo que visita y es, sobre todo, alguien que regresa, un amigo que se conquista. ■

*Nota.* La autora ha preparado una breve reseña bibliográfica. Las personas interesadas pueden solicitarla a *Museum Internacional* – Ed.

# Profesionales y público: un acercamiento necesario

*Frans Schouten*

*Según Frans Schouten, si se quiere que el turismo cultural se convierta en una genuina experiencia de aprendizaje para un público cada vez más numeroso, los museos y sitios del patrimonio habrán de ser cada vez más agradables y contar «historias», en vez de transmitir «mensajes». El autor es profesor de gestión del patrimonio cultural en el Instituto Neerlandés de Estudios sobre Turismo y Transporte (NHTV) de Breda y socio de «Síntesis Internacional», un grupo de asesoramiento sobre gestión de museos y patrimonio con sede en La Haya.*

La cultura ha desempeñado siempre un importante papel en el turismo; el ejemplo clásico es el «viaje por Europa» que hacían los ingleses. A escala más reducida, la cultura ha sido siempre uno de los factores determinantes al escoger el punto de destino de un viaje. Sin embargo, con el incremento del turismo de masas parecía que se iba eclipsando esa función dominante de la cultura; el «consumo» cultural seguía desempeñando una función en el comportamiento del turista, pero ya no fijaba la meta. Con todo, la evolución de los últimos años muestra que el aumento del interés por la cultura y las culturas determina cada vez más el lugar de destino de un viaje, unas vacaciones, largas o cortas, o una excursión de un día.

Por lo que atañe al turismo internacional, es precisamente la variedad cultural y un rico patrimonio lo que distingue un destino de otro. El mercado del turismo y el ocio sigue tratando de explotar todo su potencial, mientras que el consumidor busca cada vez más actividades y productos que le brinden la oportunidad de hacer algo diferente de lo que hacen los demás. Existe un interés creciente por lo que se suele denominar «turismo cultural». Es un segmento del mercado para el que se prevé un enorme crecimiento. Según la agencia de viajes Coopers & Lybrand, se puede considerar que en los Países Bajos aproximadamente el 50% del turismo es impulsado por el deseo de conocer el patrimonio y la cultura. El patrimonio atrae a un gran número de visitantes y se está convirtiendo en uno de los pilares del turismo y, por ende, en un factor económico de importancia para un país o una región.

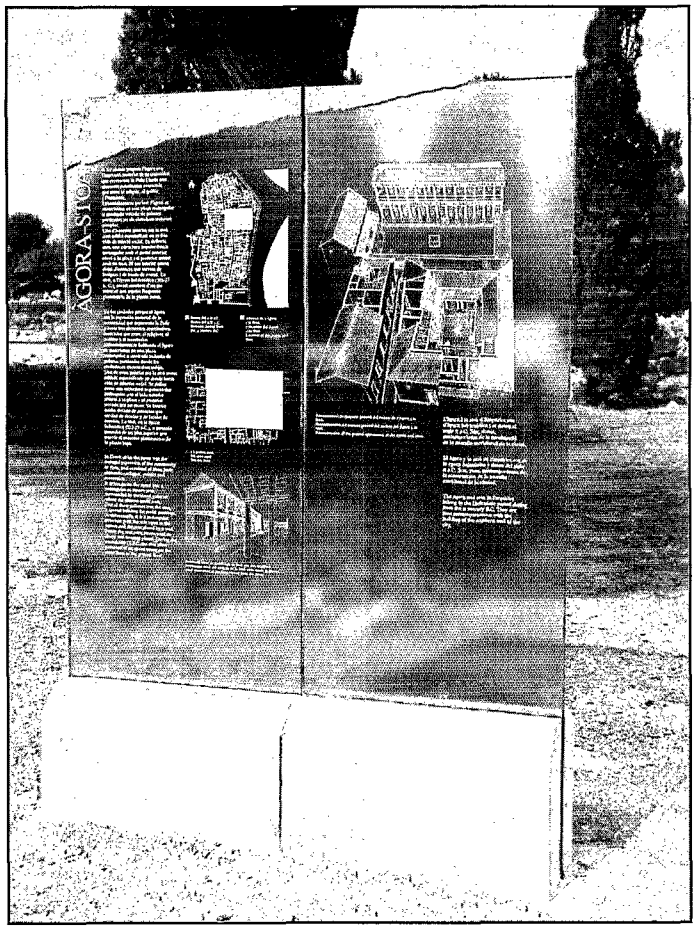
Distintas publicaciones recientes tratan de la creciente demanda de atracciones del patrimonio. En la mayoría de los casos se insiste más en la demanda que en la oferta. El aumento del tiempo de ocio de las personas de edad; un nivel general más elevado de educación que genera mayor demanda de atracciones culturales; el aumento del mercado de vacaciones cortas más frecuentes; y la movilidad cada vez mayor de las personas, son aspectos de la demanda. Cuando esas publicaciones examinan la oferta, se insiste en el número cada vez mayor de visitantes que ejercen una gran presión en los recursos. El *National Trust* (Reino Unido) ha adoptado incluso políticas para desalentar la visita de algunos sitios con objeto de salvaguardar el patrimonio. En efecto, su cometido es proteger los bienes, y no sólo facilitar acceso a los visitantes. Este doble objetivo puede ser contradictorio. En algunos lugares famosos como Venecia[1] y Oxford[2] el turismo y los excursionistas han llegado a ser tan molestos que la población local está abandonando su ciudad y dejándola a los invasores. En otros casos ha sido preciso cerrar las atracciones debido a la explotación excesiva de los recursos, por ejemplo, la tumba de Tutankamón que no puede asimilar diariamente los veinticinco litros de sudor de los visitantes, o la Acrópolis con sus gradas desgastadas por los millares de visitantes por año.

Aparte de las amenazas, que se aplican sólo a un número limitado de museos y sitios famosos, prevalece la idea de que hay suficiente oferta y no es preciso mejorarla. Por otra parte, a duras penas se explota plenamente el potencial turístico de muchas ciudades históricas interesantes, museos, monumentos, castillos, fortificaciones, manifestaciones culturales, iglesias y templos.

### El negocio del patrimonio

El patrimonio ya es un gran negocio. Quienes obtienen las ganancias suelen ser no los profesionales del patrimonio, sino

Foto: cortesía del autor




*Excelente ejemplo de interpretación* in situ *en Ampurias, localidad española de la Costa Brava: el dibujo de la reconstrucción sobre el vidrio se ajusta a los vestigios que quedan sobre el terreno.*

las agencias de viaje que utilizan casi gratuitamente el gran número de atracciones del patrimonio en todo el mundo. Llevan de un lugar a otro, sin muchas explicaciones, a turistas que con frecuencia poco saben de los vestigios del pasado que contemplan. Por el contrario, en los círculos museográficos el ocio y el turismo siguen siendo sospechosos. La mayoría de los profesionales prefiere no prestar atención a las repercusiones de la creciente demanda que imponen a sus recursos los turistas y visitantes ocasionales. Prefieren más bien verlos como amantes y conocedores del arte y la historia y tratarlos en consecuencia. Sin embargo, es inminente un cambio de actitud. Dos publicaciones recientes de la Comisión de Museos y Galerías del Reino Unido tratan esta cuestión: *Quality of Service in Museums and Galleries, Customer Care in Museums, Guidelines on Implementation,* y, en colaboración con la Junta de Turismo de Inglaterra, *Museums and Tourism, Mutual Benefit.*

Algunos profesionales de los museos alegarán que en los últimos decenios ha aumentado enormemente el número de visitantes, lo que parece indicar que no hay problema alguno. No obstante, si se examinan las estadísticas con mayor atención, se descubrirá que el aumento del número de entradas no significa necesariamente que se haya incrementado el número de personas.[3] En otras palabras, los visitantes asiduos lo son cada vez más, pero prácticamente no se logra captar un público nuevo. Para muchos grupos un museo sigue siendo algo «que no es para nosotros». Existen múltiples razones para este error. Por una parte, cabe recordar que sólo aprenden las personas que son curiosas y se plantean preguntas sobre el mundo que las rodea, y no quienes podrían verse intimidados por lo que se suele denominar exposiciones educativas. La comunicación en los centros de interpretación y los museos en gran parte no es atractiva, sino más bien pedante. Sin embargo, esta actitud está cambiando paulatinamente, aunque persiste el desfase entre la manera en que la mayoría de los profesionales del patrimonio ven su principal producto y los visitantes, y en el modo en que los «clientes» evalúan los servicios prestados. En términos de gestión de calidad, las expectativas críticas del visitante no siempre corresponden a la realidad del producto. En la mayoría de los casos la evaluación del elemento del patrimonio no se basa en la «corrección» científica del producto principal, sino en la capacidad del sitio o la exposición para suscitar la curiosidad, despertar la imaginación y convertirse en un reto, por no hablar de aspectos como el aseo de los locales, la facilidad de aparcamiento, el surtido de las tiendas y la calidad de los servicios de cafetería.

Asimismo, debemos ser conscientes de que el mundo representado por los

museos no es el percibido por el público en general: es un mundo estructurado por leyes científicas, por la taxonomía y por una división en períodos, que no es en modo alguno terreno conocido para los no iniciados. Los profesionales de los museos suelen olvidar que lo que es obvio para ellos no lo es para el gran público. Los conservadores de museos que pasan su vida leyendo libros consideran que la palabra escrita es el único medio de transmitir una idea. Sin embargo, la era de la televisión y la computadora, del CD-ROM e Internet ha producido una generación para la cual la lectura es un medio secundario de acopiar información. Su manera de aprender depende ante todo de la impresión visual y están habituados a recibir imágenes muy bien organizadas. Para quienes están acostumbrados a ver cine y televisión, la presentación de las piezas en los museos no sólo es mala, sino con frecuencia totalmente incomprensible.[4]

En muchos museos la comunicación sigue siendo más bien convencional: se supone que todos han de comenzar en el mismo punto y vivir al mismo ritmo la misma experiencia enriquecedora. El visitante desempeña el papel pasivo y el museo el activo. El acceso a los museos está muy estructurado, predeterminado y guiado por el personal a fin de que sea «correcto», «comprensible» y «educativo».[5] En los museos y sitios del patrimonio se suele suponer que el visitante viene a aprender algo. Sin embargo, ésa no es su primera preocupación, aunque lo siga diciendo en todas las encuestas. En efecto, varios estudios recientes sobre el público muestran que las personas no aprenden gran cosa.[6] Vienen a que las entretengan, aunque acepten además algún pequeño condimento educativo. Otro aspecto que se deja de lado es que una de las razones más importantes para visitar un museo es la oportunidad de interacción social. Según las investigaciones realizadas por Paulette MacManus en el Museo de Historia Natural y el Museo de Ciencias de Londres,[7] visitar una exposición constituye a todas luces una ocasión de contacto social. Es raro que el visitante esté solo. En efecto, la visita se realiza en pequeños grupos de familiares o amigos. Visitar una exposición es un modo de interacción con otras personas.



Foto: cortesía del autor

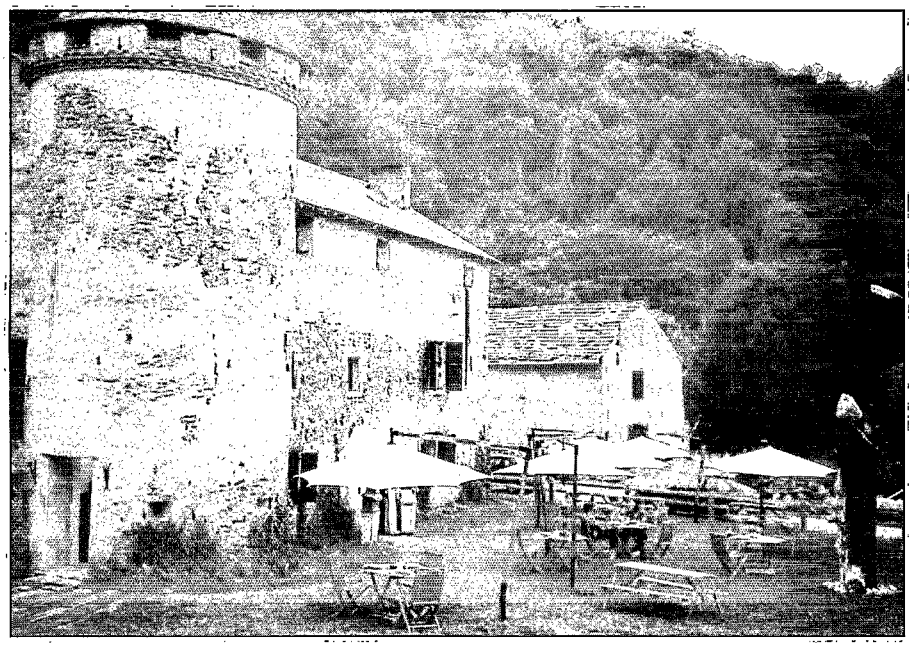
*El famoso templo budista de Borobudur, Indonesia* (s. XIX), *es una de las obras maestras del arte religioso y el monumento budista más grande del mundo. Fue restaurado con ayuda de la UNESCO y en la actualidad cuenta con un sinnúmero de visitantes.*

### La idea es la clave

Tenemos que darnos cuenta de que la historia no brota espontáneamente de los vestigios del pasado, sino que se debe recrear. La mayoría de los museos y sitios del patrimonio se caracterizan por un enfoque cognoscitivo, cerebral y cronológico, y no por uno narrativo, emotivo y temático, que tome en cuenta además el marco de referencia del visitante. Los obstáculos más importantes a la participación son la falta de sentido local y temporal, así como de una «historia» tras cada vestigio del pasado. Al acondicionar sitios para que atraigan visitantes, es de suma importancia una buena idea. Así, los encargados del Patrimonio del Canadá comienzan formulándose la pregunta: ¿cuál es el espíritu de este lugar? Y luego, ¿cómo podemos interesar al visitante? Parece un tanto vago; sin embargo, dar respuesta a estos interrogantes es la primera labor de una atracción.

En su artículo *Story technology*,[8] Bob Rogers señala que la experiencia de una

Foto: cortesía del autor



*Aprovechar los monumentos de modo que atiendan a las exigencias del turismo de masas puede contribuir a que no se deterioren ni degraden por negligencia. En la fotografía, un castillo del suroeste de Francia cobra nueva vida como restaurante.*

«historia» es el elemento central para la explotación de las atracciones y la directriz para elaborar las ideas. A su juicio, con demasiada frecuencia se pone el «mensaje» en primer plano. Aduce un conocido aforismo de los guionistas de películas: «Si desea enviar un mensaje, llame a la compañía de correos y telégrafos». Rogers señala que las atracciones se deben basar en el deseo de operar en el visitante un «cambio de corazón». La «historia» es más que transmitir información. Interpretar no es lo mismo que facilitar información, es permitir una revelación basada en la información. Los hechos son el medio para lograr un fin, pero no un fin en sí mismos.

La piedra angular de toda política sobre atención del visitante por parte de la administración de un museo o un sitio del patrimonio es ante todo el placer. Deberá constituir una experiencia que quisiera calificar de única; y, en inglés, UNIQUE es una sigla que corresponde a: «No común» – debería salir de lo ordinario; «novedosa» – debería ser una nueva experiencia; «inspiradora» – debería estimular y hacer reflexionar; «calidad» – debería estar orientada hacia el visitante; «comprensión» – debería llevar a un conocimiento más refinado; y «emoción» – debería inducir a una mayor participación.[9]

Se supone que el visitante se ve obligado a reflexionar con lo que se le comunica, que se activa su fantasía y que hay en el sitio un ambiente propicio al descubrimiento que fomenta su disposición a recibir nuevas experiencias e información. Los profesionales del patrimonio disponen hoy de innumerables medios y técnicas que permiten que un sitio salga de lo ordinario y atraiga la atención del visitante moderno que quiere aprovechar su tiempo libre. Sin embargo, aún más importante que la tecnología es el enfoque del tema y las piezas presentadas teniendo en cuenta el punto de vista del lego en la materia, y no el del profesional. Tal actitud podría contribuir a convertir los museos y sitios del patrimonio en lugares más acogedores y placenteros para el visitante y a poner los museos, con sus ricos recursos, en el puesto que les corresponde en la industria del ocio y el turismo. ■

## Notas


1. John Julius Norwich, «Tourist Pollution. The Future's Most Pervasive Problem». *Museum Management and Curatorship*, vol. 10, 1991, págs. 45-52.
2. John Glasson, «Oxford: A Heritage City under Pressure», *Tourism Management*, vol. 15, nº 2, 1994.
3. Jos De Haan. *Het gedeelde erfgoed.* Riisiik, SCP, 1996.
4. Frans Schouten, «The Future of Museums», *Museum Management and Curatorship*, vol. 12, 1993, págs. 381-386.
5. Michael Ames, «Desescolarizar el museo: una propuesta para ampliar el acceso a las colecciones», *Museum*, 145, 1985, págs. 25-31.
6. Roger Milles, «Museum Audiences». *Museum Management and Curatorship*, vol. 5, nº 1, 1986, págs. 73-80.
7. Paulette McManus, «Communication With and Between Visitors to a Science Museum», Universidad de Londres, 1987, (tesis de doctorado).
8. Bob Rogers, «Story Technology», Maastricht, *TILE'96 Conference Proceedings*, 1996.
9. Frans Schouten, «Improving Visitor Care in Heritage Attractions», *Tourism Management*, vol. 16, nº 4, 1995, págs. 259-261.

# Respuesta al turismo: la gestión de los sitios

*Zahi Hawass*

*Los sitios excepcionales que todo turista espera visitar algún día sólo podrán conservarse mediante una planificación esmerada y una puesta en práctica rigurosa. Entre dichos sitios destacan los monumentos del antiguo Egipto, que sin duda alguna se encuentran entre los más espectaculares del patrimonio de la humanidad. Zahi Hawass es director general de la meseta de Gizeh y de Saqqara, donde ha promovido el concepto de gestión de los sitios. Ha escrito numerosos libros y artículos dedicados a las pirámides, el Egipto faraónico y los problemas de los monumentos egipcios y ha pronunciado conferencias por todo el mundo. También imparte clases de arqueología en la UCLA (Los Ángeles), en la Universidad Americana de El Cairo y en la Universidad de El Cairo.*

Los arqueólogos que trabajan en Egipto no suelen ser conscientes de la apremiante necesidad de proteger del turismo los sitios arqueológicos. Sería provechoso dar a conocer el concepto de «gestión de los sitios» a quienes se ocupan de la administración de los mismos por todo el Oriente Medio, pues así podrían evitarse los peligros que entraña el turismo de masas. El concepto podría también servir para preparar las tareas de conservación o restauración de los sitios, para facilitar el registro de artefactos y para organizar programas de formación, aparte del valor que pudiera encerrar para los arqueólogos dedicados a su labor.

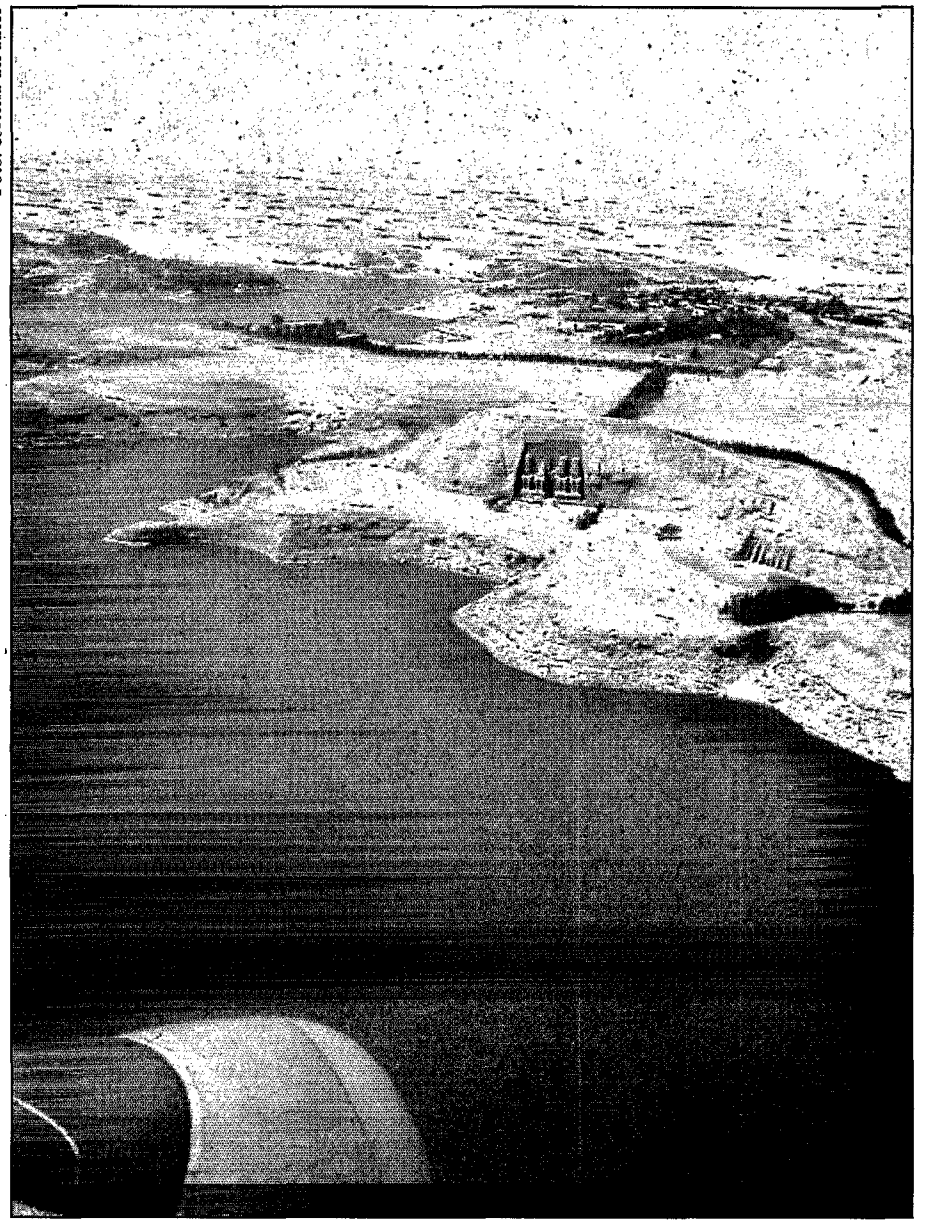
La meseta de Gizeh constituye un ejemplo de aplicación bien logrado. Las pirámides de Gizeh son la única de las siete maravillas del mundo antiguo que aún subsiste. Forman parte del sitio la Gran Pirámide de Keops, la pirámide de Kefren, la de Mikerino, ocho pirámides secundarias y miles de tumbas que datan del Imperio antiguo. La Gran Esfinge, situada en una cantera del Imperio antiguo que también forma parte del sitio, se esculpió en el mismo núcleo de roca que quedó tras haberse ido desgajando las capas exteriores a fin de reunir el material necesario para construir los templos y tumbas de los diversos conjuntos de pirámides.[1]

El sitio de las pirámides de Gizeh es también el único de Egipto en el que se llevó a la práctica un plan de gestión de sitios, iniciado en 1988. La ejecución del plan resultó difícil a causa de la expansión de las barriadas adyacentes, de la gran afluencia de turistas egipcios que abarrotan el sitio los días de fiesta nacional, de los camellos y caballos que actualmente vienen cargados de turistas y recorren el sitio a sus anchas y de otros problemas vinculados con el turismo y la conservación.[2]

Que yo sepa, antes de 1988 nunca se había aplicado en Egipto plan alguno de «gestión de los sitios». En el caso de Gizeh, el plan se dividió en cuatro fases. La fase 1, que duró un año, se ejecutó sin contratiempos pese a los obstáculos que hemos señalado. Contribuyó a su éxito el abundante respaldo político que obtuvo. Ilustra este éxito la cuestión del acceso al sitio, que antes estaba organizado de tal manera que los turistas que no habían comprado entradas se podían pasear por la meseta aunque no se les permitiera entrar en los monumentos; los organizadores de viajes turísticos solían llevar al sitio a turistas que lo recorrían sin pagar. En el plan de gestión del sitio quedaba prevista la presencia de una puerta principal que servía para controlar la entrada de autobuses y coches a fin de que pagaran todos los turistas que entraban en la meseta. La disminución del número de turistas que acudían a pie y el aumento de los ingresos compensaban con creces los gastos de instalación y manutención de la puerta.

La estrategia del programa de conservación prevé el cierre anual de una pirámide. Durante ese periodo se realizarían reparaciones y tareas de conservación y se instalarían dispositivos de seguridad sin interrupciones debidas al flujo de turistas. Se empezó por cerrar la pirámide de Kefren y se siguió con la de Keops. La noticia de que se había cerrado la Gran Pirámide por vez primera en la historia recorrió el mundo entero. El cierre por un periodo de unos nueve meses a partir del 1° de mayo de 1997 de la tercera pirámide, la de Mikerino, se anunció con antelación a las empresas turísticas y a las autoridades. También se aprovechó este periodo para restaurar las pirámides secundarias de Keops. (Yo sigo afirmando que, dado que las pirámides se concibieron como tumbas, los turistas no de-

Foto: cortesía del autor



*Sitio de Abú Simbel, con el gran templo de Ramsés y el templo de Nefertari.*

berían tener acceso a su interior.) Se prevé que en breve concluya el último tramo del programa de restauración de la Esfinge, pero es importante señalar que la conservación de la Esfinge representa un proceso continuo al que se han de dedicar considerables esfuerzos.

En la fase 2 se amplió el programa de conservación y restauración a otras partes de la meseta. Se estudiaron y restauraron 30 tumbas por año. Se aplicó también un plan encaminado a permitir el acceso de los turistas a la zona situada al Este de la Gran Pirámide, donde permanecen desatendidos más de ocho componentes arquitectónicos cuya restauración servirá para dar cabida a más turistas y para generar así más ingresos. Durante la segunda fase también se puso en marcha una importante labor arqueológica y de conservación en los aledaños de la tercera pirámide, la de Mikerino.

### Preparación de un plan general para Gizeh

La fase 3 estaba encaminada a la protección del sitio. Expertos egipcios y de la UNESCO prepararon un plan general al respecto que incluía los siguientes elementos: una carretera de circunvalación alrededor de la meseta para limitar la circulación de vehículos motorizados y sus efectos sobre los monumentos; dos centros culturales donde se presentarían programas didácticos para turistas, uno de ellos situado a la entrada de la meseta y el otro al Sur de la tercera pirámide; la construcción al Sur de la tercera pirámide de establos donde se alojarían los caballos y camellos, animales ruidosos, sucios y malolientes que actualmente se dejan frente a la meseta junto al Hotel Mena House, espectáculo que hiere la vista y contribuye a desvirtuar el ambiente sagrado de la meseta; una zona para comer al aire libre donde permanezcan a un lado los turistas que, al no estar interesados en la historia y la arqueología del lugar, sólo desean pasar el rato; un laboratorio de conservación dedicado a la preservación de artefactos, y, más tarde, oficinas de antigüedades concebidas en función de un plan general que actualmente prepara el Centro de Ingeniería Arqueológica de la Universidad de El Cairo.

Se adoptaron otras medidas importantes. Se inició un programa de formación dirigido a jóvenes arqueólogos, arquitectos, dibujantes y diseñadores, conservadores y otros estudiosos, con el objetivo de que estos neófitos participen

en el ambicioso programa de gestión del sitio al empezar su carrera profesional. El Gobierno también intervino con un decreto, preparado por Omar Abdul Akher, Gobernador de Gizeh por aquel entonces, en virtud del cual se detenía la expansión urbana, prohibiéndose que se construyeran viviendas a menos de cinco kilómetros de la meseta de Gizeh.

En el periodo (1996-1997) también se logró lo siguiente:

- Se trazó el plan general de la «Plaza de la Esfinge».
- Se levantó un muro que separa la Esfinge de las viviendas del barrio situado al Nordeste de la misma. A lo largo de este muro se han dispuesto numerosos servicios turísticos, como aseos, puestos de primeros auxilios, oficinas para los arqueólogos residentes y puestos de policía turística.
- Se construyó un aparcamiento fuera de la meseta de Gizeh para que los coches no aparquen en la «Plaza de la Esfinge».
- Se construyeron establos y zonas para comer al aire libre.

La ejecución de la tercera fase estaba prevista para 1998.

La fase 4 comprende la conservación y restauración del terreno occidental y oriental, donde están situadas las tumbas que rodean la pirámide de Keops. También está previsto volver a excavar el cementerio de Mikerino.

El plan general de Gizeh fue trazado por arqueólogos hace diez años. La experiencia acumulada al llevar a la práctica el programa de gestión del sitio ha revelado nuevos factores, desconocidos por aquel entonces, pero que ahora deben ser tomados en consideración.

En primer lugar, los numerosos especialistas que participan en todo programa de gestión de sitios han de trabajar en equipo. Así, por ejemplo, deben elaborarse planes generales en colaboración con las autoridades turísticas y, una vez hayan llegado todas las partes a un acuerdo, se ha de pedir a los medios de comunicación y a otras fuentes de información turística que den a conocer los programas de conservación y restauración, pues puede que a causa de los mismos no resulte posible a los turistas visitar algún monumento.

En segundo lugar, también se ha de tener presente que las ruinas arqueológicas deben seguir siendo ruinas. No deben emprenderse reconstrucciones a fondo de ningún componente arqueológico. Hay otras formas de reconstrucción posibles, como la animación, las ilustraciones y las películas proyectadas en pantallas gigantes Imax. En vez de intentar competir con las obras arquitectónicas antiguas, los arquitectos encargados de diseñar los nuevos edificios deberán levantar obras modestas que pasen desapercibidas en el conjunto. No tiene cabida en los sitios faraónicos una nueva arquitectura faraónica. Las reproducciones de estatuas, obeliscos y puertas con pilonos confunden a los turistas, que en su mayor parte no son capaces de distinguir entre la copia y el original y se sienten defraudados cuando se enteran que han sido inducidos al error.

En tercer lugar, también es fundamental que los arqueólogos se encarguen de la gestión de todos los sitios, pues son los únicos estudiosos capacitados para determinar los motivos correctos de los cambios. En cada sitio ha de crearse un comité general encargado de examinar todas las estrategias y la pertinencia de la financiación de todo tipo.

Por último, es fundamental contar con instalaciones turísticas limpias, modernas y bien mantenidas cuyo diseño, función y emplazamiento deberán concebirse, sin embargo, en función de la preservación del sitio; se han de construir dichas instalaciones fuera del recinto circunscrito por el muro o, de ser posible, bajo tierra. Por muy importante que sea el turismo, igual importancia encierra nuestro patrimonio, razón por la que hay que conceder se prioridad absoluta a su conservación. En la meseta de Gizeh se planearon numerosos servicios turísticos en el marco del programa de gestión del sitio; por ejemplo, facilitar el acceso al sitio, una vez cerradas las puertas, a los grupos interesados y dejar la Gran Pirámide abierta a grupos «New Age» dos horas

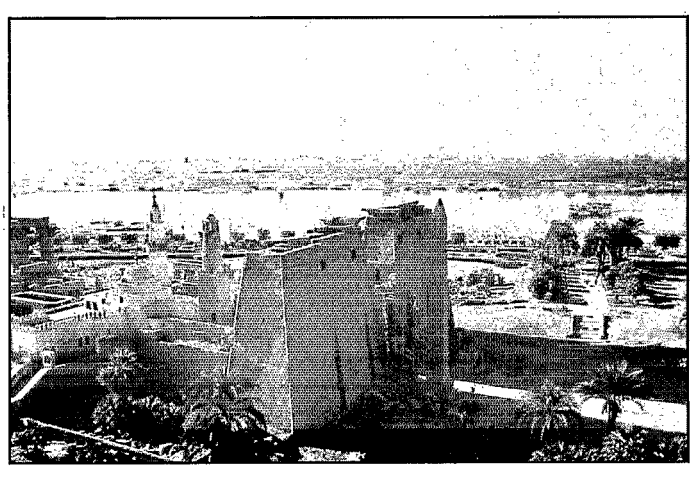
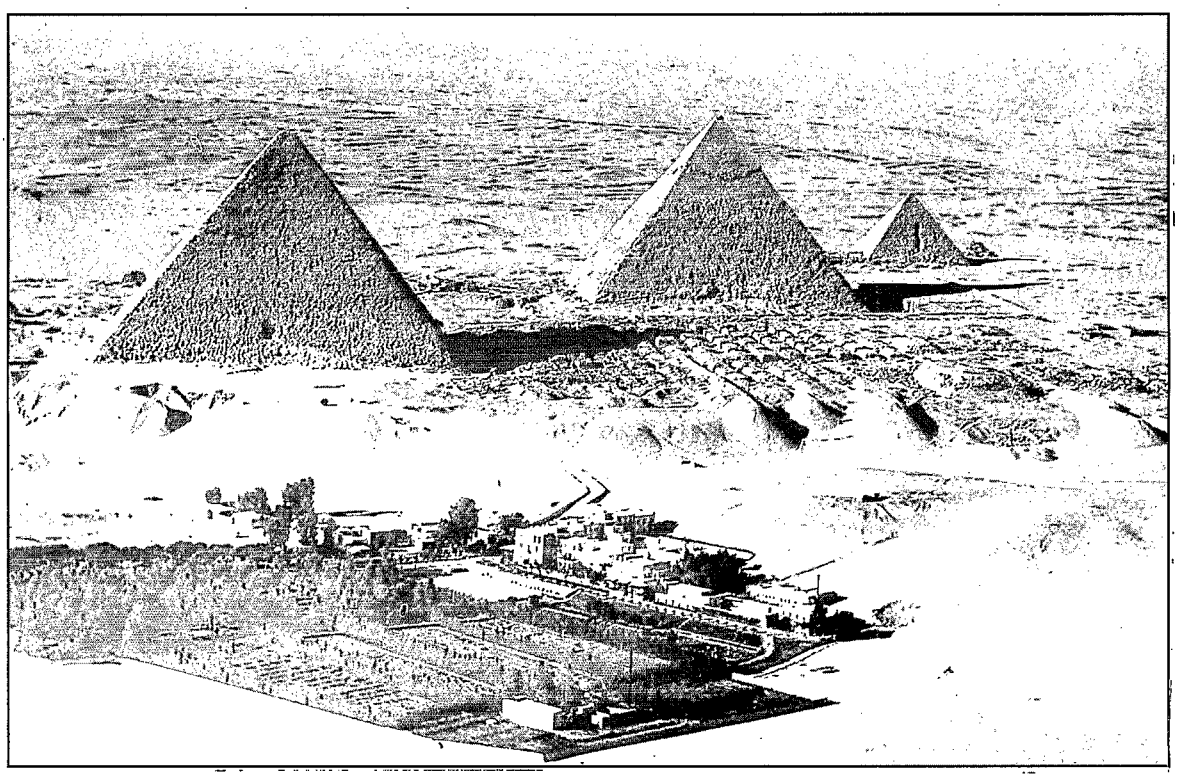


Foto: cortesía del autor

*El templo de Luxor, situado en la ribera oriental del Nilo.*

Foto: cortesía del autor



*Las pirámides de Gizeh en 1939.*

más del horario habitual; a cambio de una suma considerable, reservar una zona especial a actividades turísticas y manifestaciones culturales y acomodar un nuevo lugar situado en el desierto para uso de los turistas que deseen cenar con el paisaje de las pirámides al fondo.

Gizeh no es sino uno de los diversos sitios importantes de Egipto que indiscutiblemente necesitan protección. Entre los demás sitios de mayor importancia destacan Abú Simbel y Luxor.

## Abú Simbel: salvado por la UNESCO, amenazado por el turismo

El sitio de Abú Simbel, situado al Sur, consta de dos templos importantes: el de Ramsés II y el de su esposa Nefertari. La UNESCO patrocinó en 1972 una campaña de amplitud mundial encaminada a salvar estos monumentos, que corrían peligro con la construcción de la presa de Asuán. La campaña dejó claro que un elevado número de países estaban dispuestos a colaborar para preservar el patrimonio común de la humanidad. Corresponde a la UNESCO el mérito de haber salvado estos templos de la destrucción que con excesiva frecuencia deriva del desarrollo urbano.

Está bien documentada la historia del daño que ha causado el turismo a los templos de Abú Simbel. A menudo, son más de 2.000 los turistas que en el plazo de hora y media visitan los templos. Hace poco cayó del techo del templo de Ramsés una piedra grande que sin duda se había ido soltando con el elevado volumen de voz de los guías turísticos, con todos los turistas que tocan las paredes del templo, el flash de las cámaras, el calor y la humedad de todos esos cuerpos acumulados en un espacio reducido. El dióxido de carbono que exhalan afecta además a la durabilidad de la propia piedra.

El problema se complica con la falta de comunicación entre las autoridades turísticas y el personal encargado de las antigüedades. El sitio de Abú Simbel es fácil de administrar, por lo que puede aplicarse de inmediato un plan de gestión del sitio que redundaría en beneficio del turismo y de la conservación del templo.[3] Las autoridades del Gobierno de Asuán, los funcionarios encargados del turismo, la policía que se ocupa de las antigüedades, las autoridades encargadas

del desarrollo y las líneas aéreas han de reunirse para debatir sobre el plan preliminar de «gestión del sitio» y estudiar la relación que éste guarda con el turismo. Todo plan sensato concebido para Abú Simbel ha de comprender los siguientes elementos:

- Construir cerca del sitio un centro cultural donde se expliquen la historia y la arqueología de los templos y se cuente la historia de la aplicación de tecnologías modernas a la labor de traslado y salvaguardia realizada por la UNESCO. Esta historia se podría explicar mediante un documental o una película cortos, esta última proyectada en una pantalla gigante Imax. El centro deberá contar con guías impresas y venderá reproducciones de objetos relacionados con Ramsés II, gracias a lo cual se convertirá en una atracción turística a la vez que contribuirá a financiar las tareas de conservación.
- Creación en torno a los dos templos de una «zona de seguridad» donde esté prohibida la circulación de vehículos motorizados. Esta medida podría aplicarse a otros lugares como Edfú, Kawm Umbú e Isná, donde los templos, circundados por ciudades modernas, están expuestos a diversas consecuencias de la urbanización como la falta de tratamiento adecuado de las aguas residuales, los gases derivados de la preparación de la comida y el pan y los gases procedentes de los tubos de escape. El templo de Isná también se ve afectado por la humedad derivada de una capa freática elevada. Urge concebir planes de gestión para estos tres sitios.
- Promoción del pueblo de Abú Simbel, lugar encantador que merece algo más que las dos horas de visita que se le suele reservar. Es sumamente importante elaborar para este lugar un plan turístico que comprenda la construcción de nuevos moteles y la organización de espectáculos nocturnos, como, por ejemplo, bailes tradicionales nubios. Los turistas también podrían pescar en el lago Nasser.[4]
- Organización de espectáculos de luz y sonido, que se están preparando en distintos idiomas, supervisados por funcionarios encargados de la administración del sitio.
- Adopción, de inmediato, de medidas encaminadas a contener la afluencia de turistas confeccionando un horario de visitas que permita distribuirlas a lo largo del día. El Consejo Supremo de Antigüedades decidió en 1996 que los guías turísticos habrían de explicar los templos fuera antes de que entrara el grupo, a fin de evitar el ambiente de carnaval que suele crearse en el interior. Aunque resulten prácticas las medidas de este tipo, lo ideal sería que las examinaran juntos el sector turístico y las autoridades culturales en lugar de imponerlas de forma unilateral. Cuando esté lista la versión definitiva del programa de visitas, se solicitará la colaboración de las agencias de viaje.




*Las pirámides de Gizeh en 1997.*

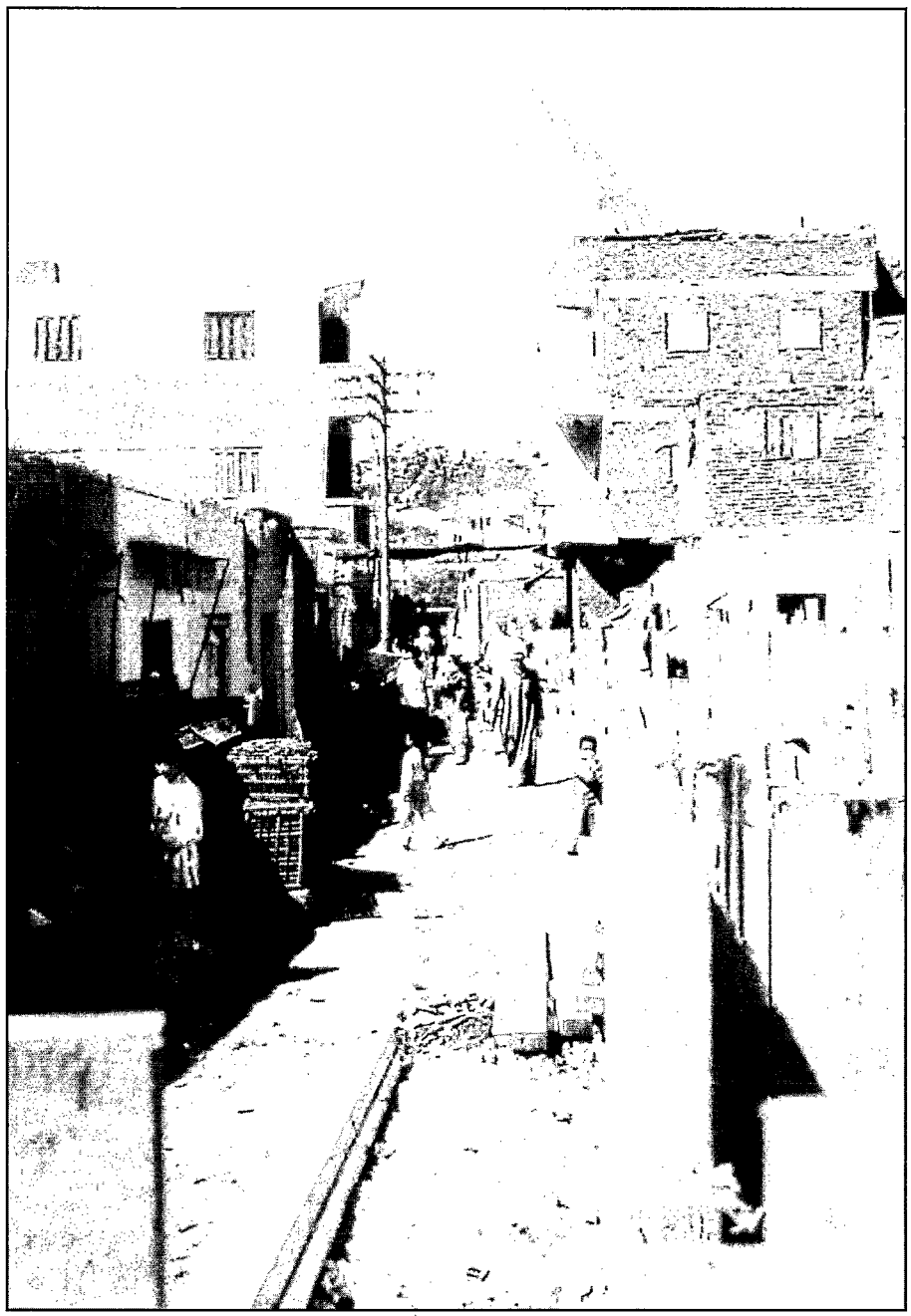
Foto: cortesía del autor

*Luxor y el Valle de los Reyes*

Desde un punto de vista tanto arqueológico como turístico, puede que el sitio de Luxor sea el más importante del mundo. La ciudad de Luxor, denominada Tebas por los griegos y Wasit por los antiguos egipcios, está situada en la orilla occidental del Nilo. El apogeo de Tebas se produjo durante el Imperio nuevo (de 1570 a 1085 a. de C.). En la orilla occidental también se encuentran templos mortuorios reales y cerca de 100 tumbas privadas que ocupan un territorio de unos 7,5 km$^2$. Las tumbas están situadas en Dra Abú el-Naga, Dayr al-Bahari, el-Khokha, Asasif, Sheikh Abdel Qurna, Deir el-Medina y Qurnet Murai. En la ribera oriental del Nilo se levantan los grandes templos de Karnak y Luxor, que era donde se adoraba a los dioses Amón, Mentu, Mut y Khonsu. En la ribera occidental se encuentran las tumbas reales del Valle de los Reyes, el-Tarif y Dra Abú el-Naga, y el Valle de las Reinas.[5]

Urge preparar un plan de gestión para tan importante lugar. Gracias a la financiación que aportó el Banco Mundial, muchos expertos estudiaron los problemas del sitio y comprobaron que necesi-

Foto: cortesía del autor



*Demolición de edificaciones nuevas en la meseta de Gizeh (1995).*

taban protección las tumbas de la ribera occidental. También abrieron un centro especial con objeto de regular el número de turistas que podía visitar las tumbas en cada pase. Por motivos que no se revelaron, se cerró el centro; el edificio alberga ahora un museo de momias.

Las tumbas que más han sufrido son también las más famosas: las de Tutankamón y Seti I en el Valle de los Reyes, la de Senndjem en Deir el-Medina y la de Nefertari en el Valle de las Reinas, seguidas por la tumba de Ramsés VI, que es objeto de numerosas visitas al estar situada a la entrada del Valle de los Reyes.

Aunque abundan las ideas relativas a la conservación de los diversos lugares y a su explotación en cuanto atracciones turísticas, no existe un plan único, bien pensado y de carácter global, para la gestión del sitio como conjunto. Los estudiosos y los funcionarios encargados de examinar y formular el plan deberán tener presente los siguientes puntos:

- Luxor es una ciudad única en su género. Debería conservarse el ambiente propio de sus antiguas calles silenciosas y los rasgos culturales que caracterizan a su población. Sería espantoso encontrarse con un campo de golf o con una torre de apartamentos a orillas del Nilo. Por otra parte, sería de gran valor estético prohibir a los coches y autobuses que circularan de noche bordeando el Nilo. Cabría entonces imaginar lo agradable que resultarían el aspecto y los sonidos de los carruajes al pasear por la Escarpa.
- Debería crearse una «zona de seguridad» en torno a los templos de Luxor y Karnak, y demolerse las viviendas levantadas en dicho territorio. Se ha de proceder de la misma manera en el Valle de los Reyes.
- Debería abrirse en la ribera occidental un centro de conservación donde los arqueólogos estudien y evalúen problemas y planifiquen soluciones a los mismos, donde supervisen las excavaciones de las tumbas y determinen el programa de cierre y apertura de éstas a los turistas. Este establecimiento serviría de central para la gestión arqueológica de la zona de Luxor.
- Debería establecerse un laboratorio de conservación dotado de especialistas en conservación y restauración. El laboratorio serviría de centro de coordinación del proceso de acopio e inven-

tario de datos relativos a las tumbas y templos del valle.

- También hace falta un centro turístico que atienda a las necesidades de los turistas y que facilite información de carácter educativo y cultural.
- Deberían construirse réplicas de ciertas tumbas en lugares situados fuera del Valle, como por ejemplo Malkata. Las reproducciones servirían para que los turistas contemplaran las tumbas por dentro sin dañarlas. Una vez construidas las réplicas, sería más fácil proteger las tumbas originales: la de Nefertari, situada en el Valle de las Reinas, las de Seti I y Tutankamón, situadas en el Valle de los Reyes, y la de Senndjem, en Deir el-Medina.
- Las autoridades turísticas también han de confeccionar un plan de gestión del sitio. Si, por ejemplo, los innumerables botes de pasaje atracaran al Sur del puente nuevo, se conservaría mejor el ambiente original del pueblo antiguo. Si se exigiera guardar silencio en el interior de las tumbas y museos, éstas infundirían más respeto. Si los guías se sirvieran de radios dotadas de sistemas de circuito cerrado o si dieran las explicaciones fuera de los templos y museos antes de que el grupo iniciara la visita, sería más fácil inculcar el sentimiento de veneración apropiado.

Conviene saber que los estudiosos y expertos cifran en 200 años como mucho la esperanza de vida de los monumentos arqueológicos del mundo. Como director general de la meseta de Gizeh y de Saqqara y como arqueólogo encargado de tareas de conservación, yo apenas doy a los monumentos de Egipto un siglo más de vida, sobre todo en el caso del Valle de los Reyes.

En 1995 visitaron sitios arqueológicos de todo el mundo unos 534 millones de turistas. Se calcula que para el año 2000 la cifra habrá ascendido a más de 661 millones. La mayor parte desea ver sitios de interés cultural antiguos, sobre todo los que existen en Egipto. Como se afirmó en la conferencia de la UNESCO de 1996, «el turismo puede ser una suerte y una maldición». A mi juicio, el hecho de que exista una pronunciada tendencia a la colaboración entre el personal encargado de los sitios arqueológicos y las autoridades turísticas hace posible que se llegue a una solución. Una vez implantada, la gestión de sitios contribuirá enormemente a la tarea de resolver los problemas que entrañan el turismo, la conservación y la restauración de los monumentos arqueológicos de Egipto. ■

## Notas

1. La bibliografía sobre Gizeh comprende Z. Hawass, *The Pyramids of Ancient Egypt*, Carnegie Institute, 1990; Z. Hawass. *Pyramids in Ancient Egypt* (editado por D. Silverman), Duncan & Baird, 1997; Z. Hawass y M. Lehner, «The Sphinx: Who Built it and Why?», *Archaeology Magazine*, septiembre/octubre de 1994.
2. Z. Hawass, «Touristic Management of the Giza Plateau,» en las actas de una mesa redonda internacional, organizada por la UNESCO, sobre «Cultura, turismo y desarrollo: los retos del siglo XXI,» celebrada en la UNESCO (París) el 26 y el 27 de junio de 1996; consúltese también Z. Hawass, *Master Plan for the Conservation of the Giza Plateau*, Getty Conservation Institute, 1997.
3. Consúltese Z. Hawass, «The Egyptian Monuments: Problems and Solutions», *Journal of Law* (Londres), nº 3, 1995.
4. Figura una descripción más pormenorizada en J. Baines y J. Malek, *Atlas of Ancient Egypt*, págs. 84-107, Oxford, 1980.
5. *Ibíd.*

# Declaración de Tshwane: establecimiento de normas para el turismo cultural en Sudáfrica

*Amareswar Galla*

*Habida cuenta de la creciente cantidad de turistas ansiosos de visitar la nueva Sudáfrica, se ha considerado que la elaboración de una política del patrimonio cultural responsable y alerta constituye una prioridad nacional urgente.*
*Amareswar Galla, director del Centro Australiano para la Investigación y Desarrollo de la Diversidad Cultural de la Universidad de Camberra, fue invitado en 1997 a impartir cursos en la Universidad de Sudáfrica en calidad de profesor visitante, y a participar en el proyecto de la Declaración de Tshwane en su condición de asesor, investigador y especialista en servicios. Su labor le valió ser galardonado con el primer premio de la Asociación de Museos de Sudáfrica, en recompensa a sus señalados servicios en los campos de la planificación de las transformaciones y la formación. Es autor de un programa nacional de estudios interdisciplinarios y holísticos sobre la gestión del patrimonio en Australia, dirige el Consejo del Servicio Especial de Difusión por Radiotelevisión, desempeña las funciones de Secretario General del ICOM para Asia y el Pacífico, y preside el Grupo de Trabajo Intercultural del ICOM.*

Nelson Mandela, Presidente de la República de Sudáfrica, ha dicho que «la cultura ha de ser el lenguaje que cicatrice las heridas del pasado y transforme a la nación». Por su parte, Mahatma Ghandi decía que «la cultura es la auténtica sabiduría de los fines y medios de los seres humanos». En consonancia con este profundo concepto de la cultura, el Gobierno sudafricano ha elaborado una Estrategia Macroeconómica para el Desarrollo, el Empleo y la Redistribución, que se centra en la reconstrucción y reestructuración del país con el decidido concurso de las fuerzas sociales que cooperan en el desarrollo.[1] Los principios clave de esa estrategia son la equidad, la participación, la adquisición de autonomía y la productividad.[2]

El desarrollo de los valores y tradiciones culturales existentes ofrece mayores posibilidades a las comunidades. La definición de objetivos comunes conduce a la coordinación, la cooperación y la eficacia. Los proyectos de desarrollo pueden mitigar las tensiones existentes y suscitar una dinámica de grupo positiva, estimulando la productividad y fomentando la tolerancia de las diferencias y la promoción de la paz en una Sudáfrica libre y democrática.[3]

Dentro de este contexto, el Gobierno sudafricano y la Asociación de Museos de Sudáfrica, SAMA (South African Museums Association), han establecido que el aprovechamiento del potencial turístico cultural de Sudáfrica constituye un elemento prioritario de la reconstrucción y desarrollo del país.[4] En todos los documentos oficiales sobre artes, cultura, patrimonio artístico, medio ambiente y turismo, se establece que una de las cuestiones esenciales que se ha de tratar es la gestión del turismo y de los recursos y el patrimonio culturales.[5]

Para crear un marco nacional de coordinación del turismo cultural, el Departamento de Gauteng Septentrional de la SAMA convocó la reunión de una Conferencia Nacional sobre el tema «El camino adelante: explotación del turismo cultural en Sudáfrica», que se celebró en el Museum Park de Pretoria. Se trataba de una iniciativa nacional que formaba parte del programa trienal (1997-1999) para el desarrollo del turismo denominado «Cultura: descubrir Sudáfrica». Fue organizado en colaboración con distintas empresas turísticas y entidades oficiales del patrimonio nacional interesadas por esta cuestión. Entre ellas figuraban: el Consejo del Turismo Sudafricano, la Universidad de Sudáfrica, algunas instituciones públicas culturales de la nación como el Museo Nacional de Historia Cultural, y el Ayuntamiento de Pretoria. El Ministerio de Artes, Cultura, Ciencia y Tecnología fue el principal patrocinador de la conferencia, que fue inaugurada por su Viceministro, la Sra. B. Mabandla. La reunión fue presidida por el Sr. Andries Oliphant, Presidente del Grupo de Trabajo sobre Artes y Cultura, que había coordinado las consultas efectuadas a escala nacional para la redacción del Libro Blanco sobre Artes, Cultura y Patrimonio en una Sudáfrica libre y democrática.

La Conferencia giró en torno a tres temas: «Copartícipes para un turismo responsable», «Cuestiones esenciales del turismo cultural» y «Oportunidades y desarrollo creativo». Las sesiones fueron intercaladas con seminarios para el estudio de casos relacionados con el turismo, las empresas y el desarrollo culturales. En un simposio anterior a la conferencia, se organizó un seminario sobre normas y deontología en colaboración con la Delegación Sudafricana del Consejo Internacional para Monumentos y Sitios (ICOMOS) y el Consejo Nacional de Monumentos de Sudáfrica. Otro seminario celebrado después de la Conferencia se centró en la crea-

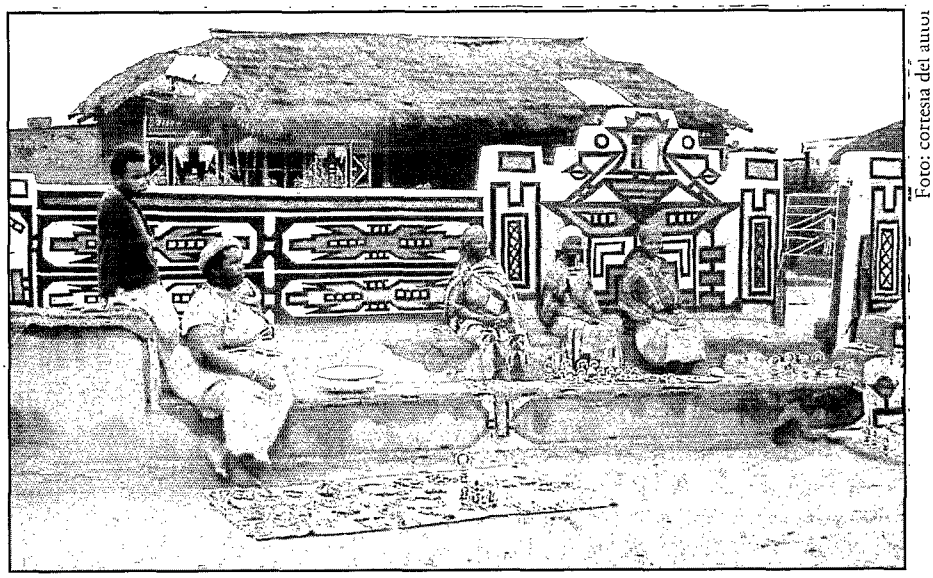


Foto: cortesía del autor

*El turismo cultural trae consigo una demanda de arte y artesanía indígena, que se está fomentando como parte de una política creadora de una infraestructura sostenible para el desarrollo comunitario.*

ción de capacidades en las comunidades anteriormente desfavorecidas, a fin de planear y establecer centros culturales comunitarios que sirvan de focos para el turismo cultural, cuyo fomento está previsto en el Programa de Reconstrucción y Desarrollo de la sociedad sudafricana en la era posterior al *apartheid.*

El principal resultado de esa conferencia y de los seminarios mencionados fue la adopción de la Declaración de Tshwane para el Desarrollo Turístico de los Recursos Importantes del Patrimonio. Se invita a los lectores a que difundan o reproduzcan íntegramente en sus boletines y publicaciones esta Declaración, así como su preámbulo declarativo. En la actualidad, se está preparando la publicación de las actas de la Conferencia y de los seminarios.[6]

## DECLARACIÓN DE TSHWANE
### PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LOS RECURSOS IMPORTANTES DEL PATRIMONIO

### Preámbulo

Los recursos del patrimonio se utilizan cada vez más para el desarrollo del turismo. Esto ha suscitado serias preocupaciones por lo que respecta a la protección del medio ambiente y de los valores culturales. Mientras que los recursos del patrimonio constituyen el material para la creación de productos, el turismo facilita la promoción y comercialización de esos mismos productos. Al ser la actividad económica de mayor crecimiento en el mundo entero, el turismo tiene la responsabilidad, la posibilidad y la finalidad de garantizar la conservación de los recursos importantes del patrimonio, incrementar su valor y contribuir al desarrollo comunitario.

Ante las generaciones presentes y venideras, las empresas turísticas y culturales son responsables de la protección, mantenimiento, interpretación y administración de los recursos importantes del patrimonio. En la creación de productos turísticos de carácter cultural y en la presentación de los recursos importantes del patrimonio mediante la interpretación, los organismos responsables y los turistas deben respetar los valores comunitarios arraigados en los recursos utilizados del patrimonio.

En el seminario previo a la Conferencia celebrada en febrero de 1997 sobre el tema «El camino adelante: explotación del turismo cultural en Sudáfrica», los participantes de diversos grupos interesados por el patrimonio y el turismo cultural en Sudáfrica elaboraron las recomendaciones que se presentan a continuación. En este seminario participó una parte considerable de las personas que tomaron parte en la Conferencia. La presente Declaración fue modificada y adoptada en la sesión plenaria final de la Conferencia.

*Reconociendo que el turismo cultural:*

- representa una posibilidad excepcional para aliar el patrimonio cultural sudafricano con la actividad turística comercial a fin de obtener beneficios para la sociedad, la economía y el medio ambiente;
- ofrece tanto a los sudafricanos como a sus huéspedes experiencias educativas sobre la identidad de Sudáfrica;
- es fuente de experiencias que emanan del patrimonio cultural, artístico y natural sudafricano;
- puede contribuir al logro de un acceso equitativo al patrimonio cultural y a la obtención de recursos financieros;
- se puede aprovechar para conseguir en Sudáfrica una distribución más equitativa de la capacidad de participar en el sistema económico y en el cultural;

*Reconociendo que la cooperación entre el sector del patrimonio cultural y el sector turístico puede dar como resultado:*

- la producción de artículos, información y servicios de calidad para los visitantes;
- la diversificación de los productos turísticos que permitan a los visitantes conocer la diversidad de la cultura y del patrimonio cultural de Sudáfrica;
- la promoción de una comercialización cooperativa que permita una utilización eficaz de las instalaciones y los recursos;
- la responsabilización de las empresas turísticas en la tarea de contribuir a la conservación del patrimonio;
- el incremento de los beneficios sociales y económicos que contribuyan a



Foto: cortesía del autor

*Al pueblo Ndebele de la aldea de Klipgat, situada en la Provincia del Noroeste, le interesa saber en qué medida mejorará el turismo cultural el bienestar de sus mujeres.*

la reconstrucción y desarrollo de Sudáfrica.

**Principios para el turismo cultural**

Nosotros, los participantes en la Conferencia sobre el tema «El camino adelante: explotación del turismo cultural en Sudáfrica», que se ha celebrado del 5 al 7 de febrero con la asistencia de muchos miembros de los distintos sectores de Sudáfrica dedicados al patrimonio cultural y a la actividad turística comercial, a fin de promover una alianza constructiva cuyo objetivo es proporcionar una excelente experiencia a los que visitan nuestro país, sin poner en peligro la conservación ni la trascendencia de los recursos del patrimonio cultural relacionados con el turismo, adoptamos y recomendamos los siguientes principios:

*Identidad, imagen y perfil*

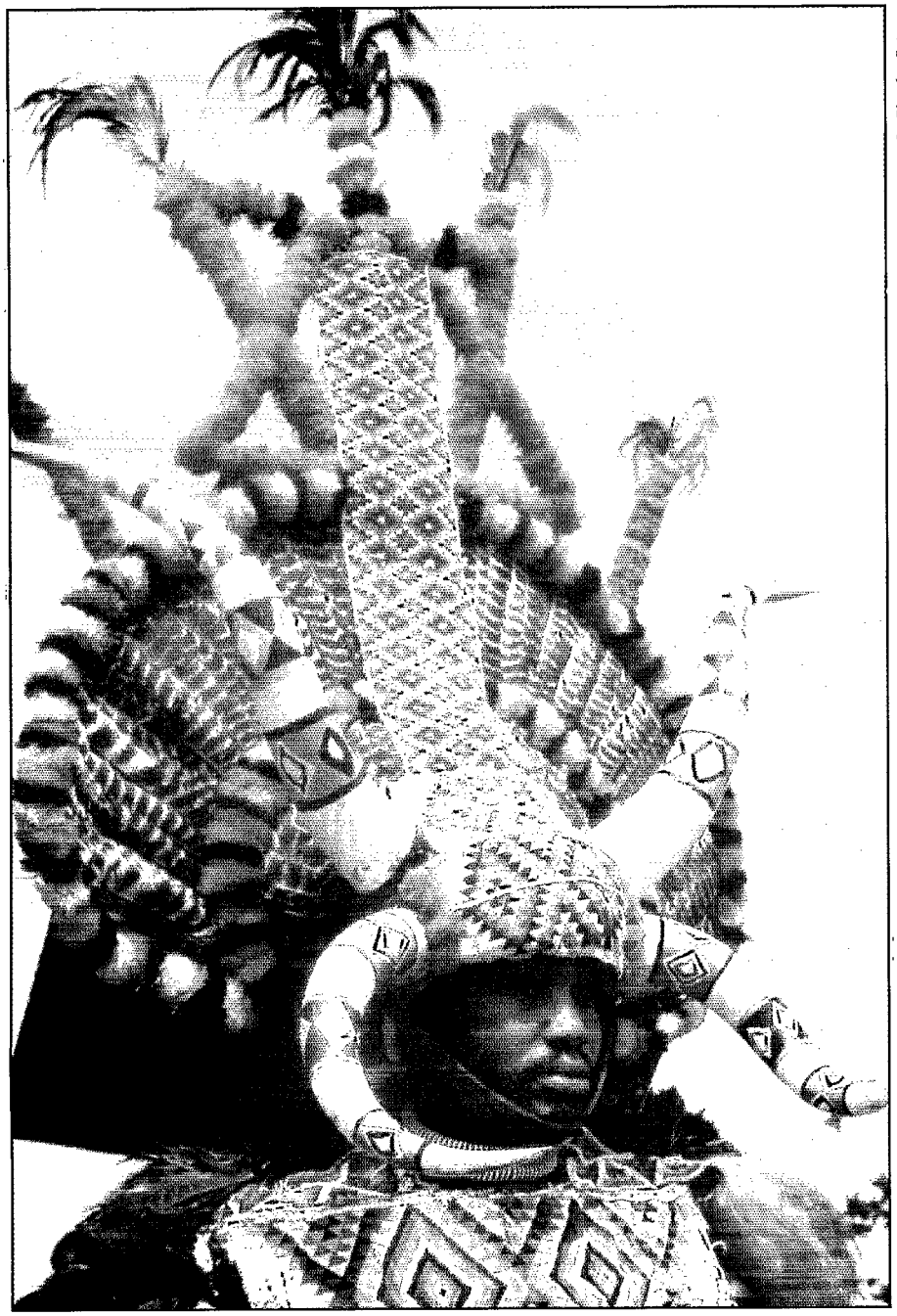
- Sudáfrica es un país de múltiples culturas, y todas las actividades turísticas culturales deben basarse en el pleno reconocimiento de esta diversidad;
- en todo el futuro material informativo turístico impreso, audiovisual, cinematográfico, o efectuado en vídeo y en nuevos formatos multimedia, se deben mencionar las artes, la cultura y el patrimonio;
- en todas los sectores de la industria turística, la imagen de Sudáfrica se debe basar en símbolos indígenas y en formas de comunicación que utilicen materiales locales;
- se debe recurrir a profesionales sudafricanos del sector artístico y cultural para la presentación de las riquezas naturales y del patrimonio cultural;
- se debe fomentar la comunicación intercultural y los intercambios válidos entre las distintas culturas;
- se debe fomentar el uso de imágenes que reflejen las prioridades nacionales, regionales y locales.

*Conservación*

- Se debe reconocer que el turismo representa un esfuerzo dirigido a conservar y mejorar de forma responsable la presentación de los recursos importantes del patrimonio material – lugares, colecciones y obras de arte – e inmaterial – voces, valores y tradiciones populares;
- el desarrollo del turismo debe servir para asegurar la conservación y presentación de los recursos, interpretándolos con una autenticidad que sea compatible con la idiosincrasia local y la promoción del desarrollo comunitario; la conservación de los recursos del patrimonio no debe impedir que se estimule el desarrollo económico mediante su utilización para el turismo con el debido cuidado y consideración, a fin de preservarlos para las generaciones venideras;
- se deben desarrollar estrategias de gestión del turismo que sean conformes a las convenciones, leyes y reglamentos relativos a la conservación de los recursos significativos del patrimonio, y que respeten las normas y protocolos de la comunidad que mantienen, custodian y aseguran el cuidado de los sitios importantes;
- se debe reafirmar toda legislación relativa a la conservación de los bienes naturales y culturales;
- el desarrollo del turismo debe reconocer los derechos culturales y económicos de la comunidad.

*Participación de la comunidad*

- Se debe asegurar la adhesión a una norma de desarrollo comunitario basada en los principios del programa de Construcción y Desarrollo, que comprenden la búsqueda de benefactores y



© Charles Lénars

*Sudáfrica es un país de múltiples culturas, y todas las actividades turísticas culturales deben basarse en el pleno reconocimiento de esta diversidad. Un zulú con atuendo ceremonial.*

el carácter prioritario del empleo de personal local mediante la creación de posibilidades de formación apropiada;
- se debe fomentar el respeto y consideración de las normas, costumbres, creencias religiosas y espirituales, en la elaboración de los productos y programas turísticos;
- se debe asegurar la creación de capacidades entre los artistas y artesanos locales, así como entre los encargados de la gestión del turismo local, a fin de permitirles que participen en las actividades económicas sin que sean explotados por intermediarios y sin que sean víctimas de infracciones al derecho de autor;
- se debe establecer un contexto de políticas que garanticen a las comunidades el aprovechamiento compartido de los beneficios generados por el turismo cultural.

*Presentación e interpretación*

- Una interpretación eficaz en la presentación de un recurso del patrimonio es importante para hacer que el mensaje sea atractivo, elocuente y auténtico; los visitantes desean conocer los elementos históricos y culturales vinculados a un recurso del patrimonio y a su entorno; el objetivo debe ser enseñarles a respetar y apreciar la importancia de los recursos del patrimonio;
- para que la interpretación sea de calidad y sea posible proporcionar diversas perspectivas y transmitir valores culturales a los visitantes, es importante formar guías e intérpretes, personal de educación y voluntarios mediante programas homologados;
- para el desarrollo de un turismo cultural duradero, resultan esenciales tanto el acceso a la interpretación por medios diversos y lenguajes apropiados como el empleo de los miembros de las comunidades locales;
- se deben reconocer los conocimientos ya existentes en la comunidad y fomentar la participación de las personas en la representación de las identidades culturales.

*Cooperación entre el sector del patrimonio y el sector turístico*

- Es necesario promover la participación activa del sector privado y del sec-

tor público para potenciar al máximo la utilización de las capacidades, recursos y posibilidades locales;

- en la determinación de procedimientos de planificación para los sitios del patrimonio, es importante establecer criterios de calidad y gestión que tomen en consideración tanto los elementos del entorno físico como los valores y aspiraciones comunes;
- se debe asegurar mediante el establecimiento de fondos procedentes de los ingresos del turismo que los beneficios económicos producidos por esta actividad se utilizan también para la conservación, desarrollo, mantenimiento y presentación del patrimonio, así como para la creación de capacidades en las comunidades;
- el potencial turístico de una zona ha de comprender la localización geográfica de los recursos del patrimonio regional, la determinación de su mercado potencial, la cooperación con los servicios regionales, la preparación de la comunidad y la creación de una capacidad de organización;
- la promoción de políticas, planes y programas conjuntos de las distintas administraciones nacionales, provinciales y locales de los Ministerios de Artes, Cultura Ciencia y Tecnología, de Medio Ambiente y Turismo, de Comercio e Industria, de Deportes y Tiempo Libre, de Educación, de Vivienda y Planificación Urbana, de Prevención y Seguridad, y de Asuntos Exteriores.

*Aplicación*

- El conjunto de los participantes ha acordado crear un Foro sobre Patrimonio y Turismo para promover y aplicar estos principios;
- se invita a las entidades, organizaciones, instituciones y personas implicadas en actividades relacionadas con el patrimonio y el turismo a que adopten esta Declaración. ■

## Notas

1. Namane Magau, «Redoble de tambor: cultura y desarrollo en Sudáfrica», Discurso de sobremesa pronunciado el 27 de julio de 1996 en la gran sala del Parlamento Nacional de Australia.
2. Véase también: *Principles for Reconstruction and Development in Programme* [Principios para el programa de reconstrucción y desarrollo], Johannesburgo, Congreso Nacional Africano, 1994.
3. La Declaración de Tshwane se ha inspirado en el Informe de la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo que lleva por título *Nuestra diversidad creativa*, París, UNESCO, 1995. Esta Comisión presidida por Javier Pérez de Cuéllar llevó a cabo una serie de consultas regionales en África y celebró una reunión en Johannesburgo.
4. *Shifting the Paradigm* [Cambiar el modelo], Plan Colectivo de la Asociación de Museos de Sudáfrica aprobado en su Asamblea General anual celebrada en abril de 1997 en Pietermaritzburgo (preparado con el asesoramiento del profesor Amareswar Galla).
5. *Development and Promotion of Tourism in South Africa* [Desarrollo y promoción del turismo en Sudáfrica], Ministerio de Medio Ambiente y Turismo, junio de 1996; *All Our Legacies, All Our Futures* [Todo nuestro legado y todo nuestro futuro], Libro Blanco sobre Artes, Cultura y Patrimonio, Ministerio de Artes, Cultura, Ciencia y Tecnología, junio de 1996; *Towards a New Environment Policy for South Africa* [Hacia una nueva política del medio ambiente para Sudáfrica], Ministerio de Medio Ambiente y Turismo, junio de 1996.
6. A. Galla y K. A. Denison (editores), *The Way forward: Harnessing Cultural and Heritage Tourism in South Africa* [El camino adelante: explotación del turismo cultural en Sudáfrica], Pretoria, Asociación de Museos Africanos, 1997 (se pueden encargar ejemplares a los editores por fax (61 6 201 5999) o correo electrónico: galla@science.canberra.edu.au).

# El Museo de Córcega: simbólico y funcional

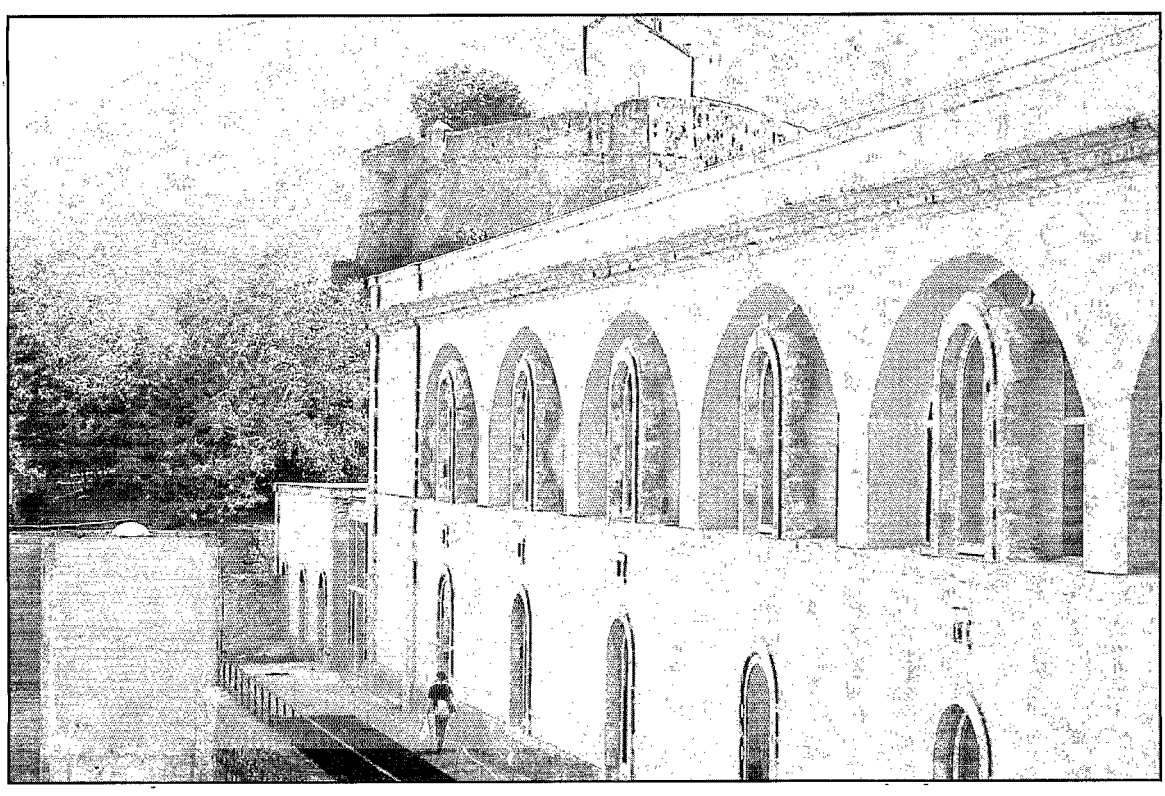
*Jacqueline H. Poirier*

*Un pueblo íntimamente ligado a su antiguo patrimonio cultural, un sitio de belleza y fuerza excepcionales, un enfoque de la etnología que esclarece tanto el pasado como el presente – el nuevo Museo de Córcega desempeña desde ahora un importante papel en la vida de la isla. Jacqueline H. Poirier, una periodista independiente que reside en París, nos relata su historia.*

El Museo de Córcega, el primer y único museo regional de Francia, fue abierto al público el 21 de junio de 1997. Está ubicado en el centro de Córcega, rodeado por un paisaje idílico, en plena ciudadela de Corte, ciudad cargada de historia que acoge igualmente una prestigiosa universidad.

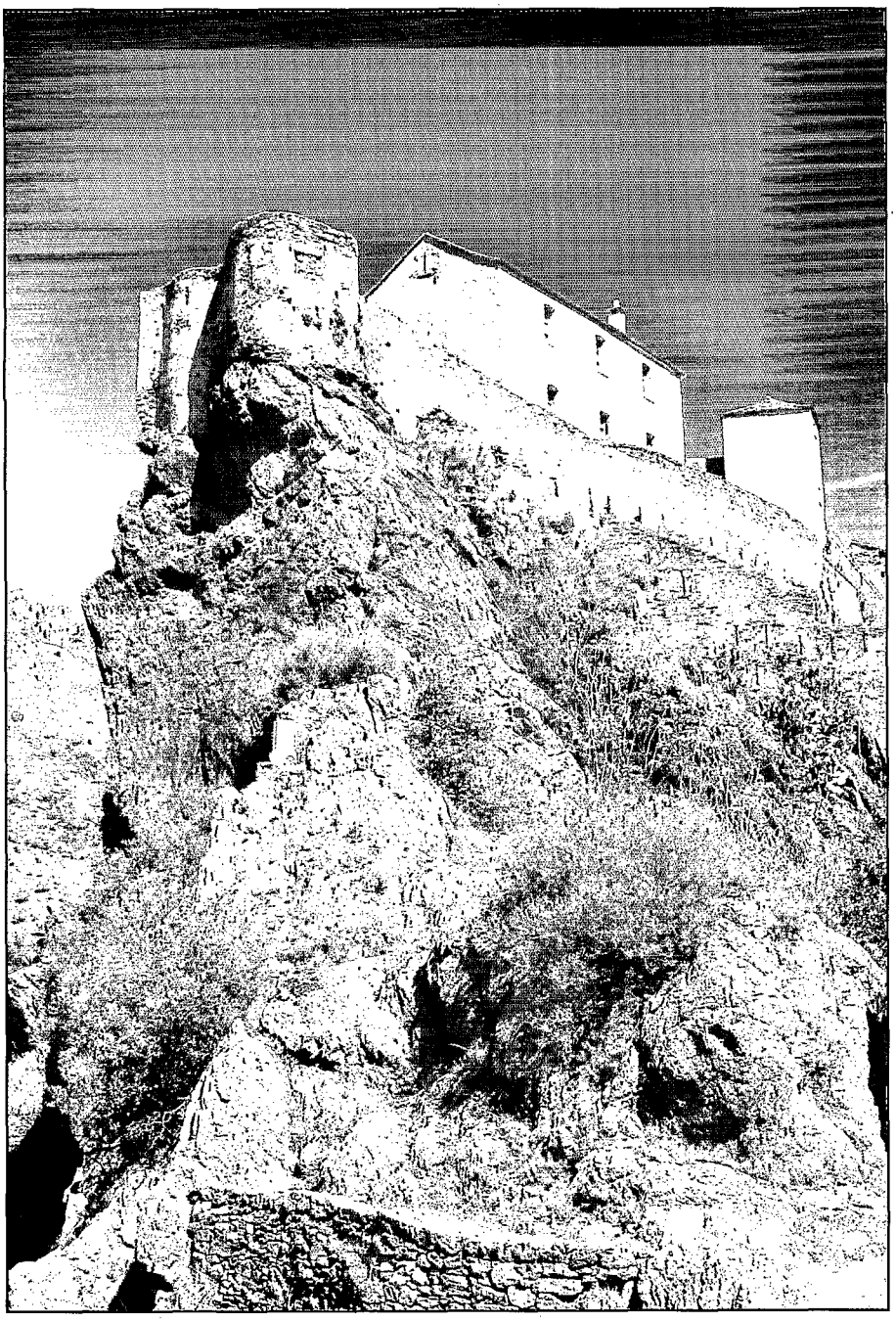
Andrea Bruno, arquitecto de Turín, experto de la UNESCO y especialista en rehabilitación de edificios antiguos, fue la persona designada para la difícil misión de concebir un programa de acondicionamiento para renovar esta memorable edificación del siglo XI que se halla encaramada en lo alto del casco antiguo y protegido naturalmente por unos acantilados escarpados. Esta plaza fuerte, erigida de acuerdo con los principios de Vauban (ingeniero militar que fortificó numerosos poblados franceses durante el reinado de Luis XIV – Ed.), es uno de los monumentos más visitados de Córcega, y su transformación ha requerido una labor de resultado tan sorprendente como la consistente en transformar la estación de ferrocarril de Orsay, en París, en museo del siglo XIX. De esta forma, A. Bruno ha convertido el antiguo cuartel Serrurier en un espacio estético y funcional en el que se ha dispuesto la parte principal del conjunto museográfico. Por medio de grandes ventanales, pero sin desnaturalizar el sitio, A. Bruno ha sabido adaptar los lugares en función de las luces y suavizar así la austeridad inicial gracias a la destreza y el acierto que lo caracterizan, además de responder a las exigencias más estrictas que se deben respetar en materia de colecciones públicas. Para los próximos años se ha programado una renovación total de los edificios militares y las murallas.

© Musée de la Corse/C. Andreani



*Vista del Museo con la ciudadela al fondo*

© Musée de la Corse/C. Andreani



*Los archivos de imágenes y sonidos del museo están localizados en el promontorio conocido como el «Nido del águila»*

Este museo, que constituye un edificio cultural de alto nivel, no sólo describe los modos de vida de una sociedad mediante objetos, sino que aporta los fundamentos históricos a partir de los cuales el visitante ha de poder aprehender el presente: «La visita al museo debe sorprender a los visitantes, provocar en ellos una interrogación crítica, permitir que se sitúen en una época histórica, ayudarles a construir una imagen de sí mismos, a estructurar su visión de Córcega», declaraba, en resumen, el conservador del museo, Jean-Marc Olivesi, el 21 de junio de 1997.

El museo que alberga las colecciones permanentes consta de dos partes: la galería «Louis Doazan» y la galería «Museo en formación». La primera está compuesta por cinco salas en las que se exponen los 3.500 objetos relacionados con la vida tradicional de Córcega, vida campestre y agrícola entre los siglos XVIII y XX, reunidos durante treinta años por el padre Doazan, etnólogo y profesor de ciencias naturales en Ajaccio, quien, a semejanza del entomólogo Jean-Henri Fabre, recogía objetos que evocaban la flora y la fauna de la isla para ilustrar sus clases. Estos objetos relacionados con la agricultura, la ganadería, la caza, el pastoreo, la artesanía y oficios diversos (como la fabricación de tejidos) constituyen la memoria de los corsos, narran la vida de los pastores y de los campesinos, sus costumbres y creencias.

La segunda galería está dedicada a la Córcega actual, a sus aspectos sociales, económicos y culturales. Los intentos de industrialización, las empresas, el desarrollo del turismo y la búsqueda de identidad de los corsos son sus temas fundamentales; además, comprende otras cinco salas consagradas a los distintos aspectos de la Córcega contemporánea, desde las arcaicas prensas de torsión hasta las últimas innovaciones, pasando por el turismo y el renacimiento de las cofradías, testimonio de una adhesión que antaño fue espiritual y que actualmente responde principalmente a una búsqueda de identidad. La exposición «Images et mémoires du Maure» (Imágenes y memorias del Moro) programada para el verano de 1998, analiza la figura del Moro que adorna el escudo de Córcega y asedia la imaginación de los isleños.

## «Encrucijada de descubrimientos»

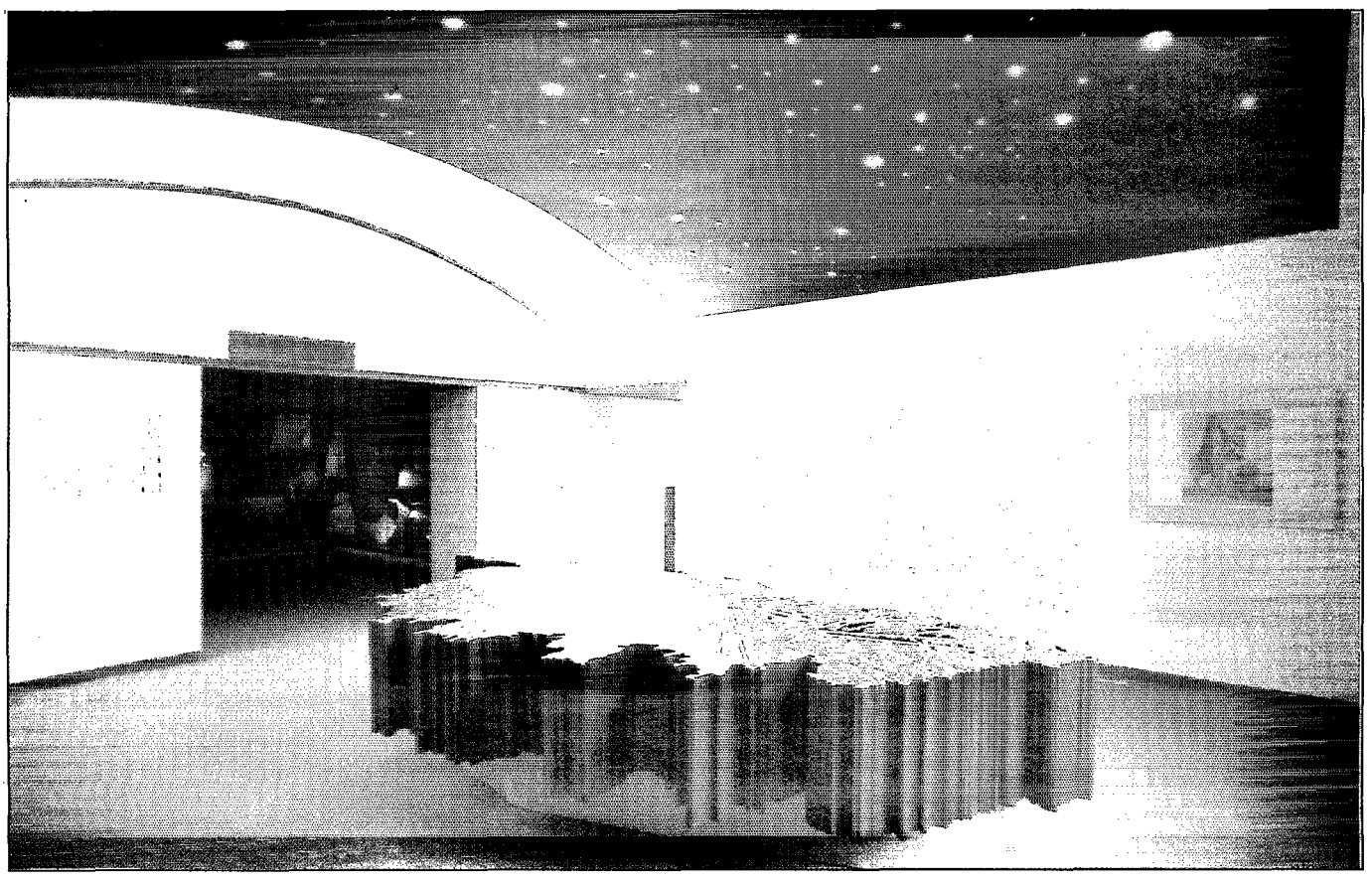
En esta isla, cuya fuerte identidad cultural y cuya riqueza patrimonial se reivindican obstinadamente, la creación del Museo de Córcega atestigua el apego de la comunidad isleña a su patrimonio y su

profunda determinación de fomentar toda su riqueza. En el núcleo de su memoria, chispa de energía al mismo tiempo que excepcional lugar de encuentro con la cultura de la isla, el Museo se convierte en una encrucijada de descubrimientos, de investigaciones y de intercambios que favorecen una mayor conciencia de la realidad de su identidad mediterránea abierta a lo universal.

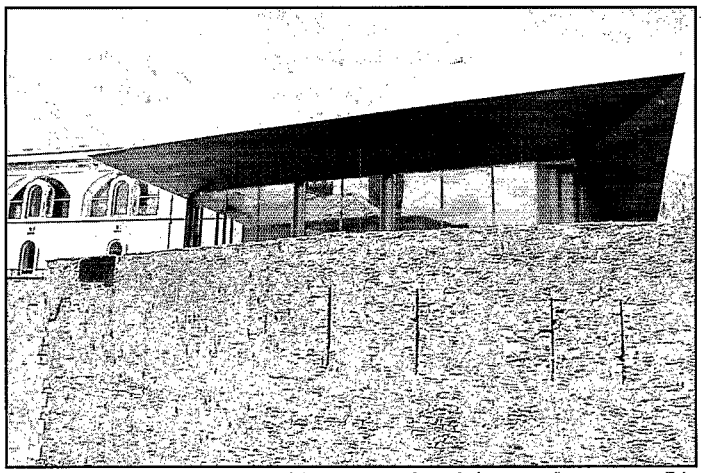
Paralelamente a la apertura del museo, la exposición temporal «Mesure de l'île» (Medición de la isla) pretende que el público valore el preciado Plan Catastral de Córcega, el primer gran plan de «regeneración», formidable inventario geográfico, demográfico y económico de la historia y de la cultura corsas del siglo XVIII. El proyecto, que se inició en pleno Siglo de las Luces, requirió 25 años de estudios (1770-1795) de eminentes científicos que inventariaron los recursos del territorio a fin de planificar su desarrollo.

El Plan dio lugar a la publicación de 39 rollos de mapas muy precisos en pergamino y de 17 volúmenes de textos. Cuando se unieron los rollos, el tamaño enorme del mapa (17 × 8,5 metros) exigió un enfoque totalmente diferente. Se colocó bajo un suelo de cristal por el que camina el visitante, quien puede así buscar el territorio que desea y recorrerlo como hacían los antiguos topógrafos. En las paredes se encuentran textos y dibujos

*La sala de las confraternidades en la galería «El Museo en evolución»*



© Musée de la Corse/C. Andreani



© Musée de la Corse/C. Andreani

*La ampliación reciente del museo forma un conjunto estético y funcional.*

que completan el recorrido, y en las vitrinas se exponen los volúmenes que acompañan al Plan Catrastral.

Por último, en la extremidad de la roca, se erige un vasto promontorio, conocido como «Nido del águila», fortificado en 1419 por un señor feudal corso, Vincentello d'Istria. Es el punto culminante de la ciudadela, y desde él se puede disfrutar de una vista panorámica excepcional de la ciudad y los valles de la Restonica y del Tavignanu. En ese magnífico, por no decir «mágico» lugar, se encuentran la iconoteca y la fonoteca, departamentos que se dedican a recopilar, conservar y difundir:

- Mediante imágenes, ilustraciones, grabados, planos, fotografías, carteles, etc., la geografía mítica del paisaje, una amalgama de tradición y leyenda, pues la tierra está trabajada por la huella de seres míticos cuyo universo simbólico ha dado forma a este mundo. De ahí que el pastor corso mantenga una relación especial con la montaña, en la que deja sus quesos en gestación y las cavernas, las cascadas o las piedras establecen una enigmática comunicación con él.
- El patrimonio musical de la isla, cuyo precioso fondo de archivos (nada menos que 8.000 documentos sonoros) constituye la expresión tradicional primordial de la región. Algunos dirán que esos cantos, que se remontan a la noche de los tiempos, son excesivos, como a veces pueden serlo los propios corsos: Armonías austeras pero acrobáticas, extrañas aunque familiares, los juegos ornamentales de la polifonía representan otros tantos desafíos a las equilibradas cadencias escolásticas que se enseñan hasta hoy día. Más allá de las palabras que irisa, la polifonía corsa constituye una continuación de la vida comunitaria y de la memoria del pueblo del cual proviene; no es del dominio de los conceptos, sino de las vivencias. No consiste sólo en cantar a tres o cuatro voces, sino en identificarse con las raíces comunes, con los caminos comunes, de la casa a la iglesia, del café a la feria, del trabajo al ocio, sin alterar el vínculo profundo con la tierra y el goce inmenso de abrir puertas y ventanas para compartir el pan de castañas con los demás. Esta conmovedora polifonía corsa es, por tanto, un testimonio de la presencia inmemorial del canto y de una voluntad: la de poder encaramarse sobre los hombros del pasado para observar mejor el futuro.

«La decisión de crear este museo provino del afán y la necesidad de estudiar, conservar y valorizar los signos tangibles de nuestra memoria», escribió Jean Baggioni, presidente del Consejo Ejecutivo de Córcega, con ocasión de su apertura al público. Al analizar el pasado, el museo se abre a los problemas de la Córcega contemporánea, y se convierte en un lugar de reflexión, de experimentación, de formulación de propuestas dirigidas tanto a los corsos de hoy como a los visitantes de mañana. ■

# Una empresa arriesgada: arqueología e interpretación del paisaje en Escocia

*Chris Hudson*

*En el valle de Kilmartin, que está situado al Oeste de Escocia, se pueden seguir las huellas de más de 5.000 años de historia humana. En las 6 millas de territorio del apacible pueblo del mismo nombre, hay por lo menos 150 monumentos prehistóricos. Hallamos peñascos con grabados enigmáticos, misteriosos menhires, túmulos funerarios* (cairns) *y fortalezas de tiempos de los primeros reyes escoceses. ¿Quiénes fueron los primeros cazadores, agricultores y guerreros de estas tierras? ¿Por qué dejaron tras de sí vestigios tan preciosos? El Museo de Kilmartin House, inaugurado en mayo de 1997, puede contribuir a responder a estas preguntas. Chris Hudson, que diseñó este museo, nos cuenta a continuación la historia de su gestación.*

En 1993, Rachel y David Clough regresaron del Perú, donde habían trabajado en un proyecto arqueológico, y compraron una casa en Kilmartin con la intención de convertirla en un centro para efectuar estudios sobre el paisaje local y difundirlos. Ambos conocían bien esta comarca sobre la que los turistas disponían de muy escasa información, a pesar de que cuenta posiblemente con la mayor acumulación de monumentos prehistóricos de toda Escocia. En un principio obtuvieron ayuda gracias a un plan de fomento de las empresas locales, y con el ánimo de poner sus ideas en práctica elaboraron un plan para crear una entidad que agrupara a un equipo de profesionales. Una vez que prepararon un anteproyecto y un presupuesto inicial, se pusieron en contacto con distintos organismos locales y nacionales para obtener financiación. La construcción de un museo y de servicios básicos para sus futuros visitantes fueron la primera etapa de su proyecto, que también tenía como objetivo crear instalaciones para la investigación y el estudio con miras a conocer mejor el paisaje, el medio ambiente y los monumentos de Kilmartin.

El valle de Kilmartin está situado al norte de Lochgilphead, en la dirección de Oban y en mitad del condado de Argyll, en la costa occidental de Escocia. En otros tiempos el valle fue un brazo de mar, pero después de la última glaciación (hace unos 10.000 años) los hombres pudieron habitarlo y es posible que sus primeros ocupantes fueran oriundos de Irlanda. Tras el desarrollo de una cultura de cazadores y recolectores que vivían de los recursos ofrecidos por playas y bosques, y después de los primeros agricultores, Kilmartin fue ocupado en la Era Neolítica por los representantes de una cultura sumamente refinada y pujante. El arte rupestre (huellas en forma de cuencos y anillos), los menhires, las taulas, los túmulos funerarios y los círculos de piedras son un testimonio de la habilidad y organización social de la población de este periodo. Miles de años después de su creación, algunos de estos monumentos se volvieron a utilizar y se integraron en el Cementerio Lineal formado por una fila de cinco túmulos que se estiran a lo largo del valle. El trabajo de la piedra, la arcilla, el bronce y el azabache demuestra la destreza de los posteriores moradores del valle en las Edades de Bronce y de Hierro. Seiscientos años antes de la Era Cristiana, el empeoramiento del clima y el probable incre-



© Chris Hudson

*Iniciación precoz: los niños aprenden más sobre la arqueología en un simulacro de excavación durante un día de acceso libre al museo, antes de su inauguración.*

© David Lyons/Kilmartin House Trust




*Réplica y original: el túmulo de la maqueta expuesta se puede contemplar al natural desde la ventana.*

mento de la densidad de población condujeron a la realización de construcciones de carácter más bien defensivo – fortalezas en promontorios de peñas *(duns)* e islas artificiales *(crannogs)* – que contrastaban con las edificaciones de índole predominantemente religiosa de la Era Neolítica y la Edad de Bronce situadas en el fondo del valle. Durante los siglos VI y VII de la Era Cristiana, la fortaleza más vasta, Dunadd, se convirtió en un centro político destacado cuya importancia se vio reforzada con la llegada de monjes procedentes de Irlanda en el siglo VI. El monasterio de San Colombano, situado en la isla de Iona al noroeste de Kilmartin, sigue siendo hoy todavía un lugar de culto y peregrinación.

Kilmartin House, que en sus orígenes fue la casa del párroco del pueblo, es una edificación del siglo XVIII situada en la parte oriental del valle, desde la cual se domina el más septentrional de los túmulos que forman el Cementerio Lineal. Tiene tres plantas, edificios adyacentes y un terreno circundante suficiente para el estacionamiento de vehículos y las áreas de acceso. El equipo formado para crear el Centro de Kilmartin House agrupó a profesionales con una serie de competencias muy variadas. Rachel Clough, que es arqueóloga, y David Clough, que es biólogo marino, asumieron conjuntamente la labor de conservación y la gestión del proyecto, mientras que Paul Clough, el hermano de David, se ha encargó del asesoramiento para la instalación de las aplicaciones informáticas y la página Internet. Yo tuve la ocasión de conocer a los Clough cuando trabajaba en el diseño de un museo en el Perú y me vi implicado en su proyecto desde los comienzos; luego supervisé con el arquitecto Jeremy Walker las obras efectuadas en el edificio principal, las construcciones adyacentes y el terreno circundante. Ambos pertenecemos a la Asociación de Creadores Ecológicos. Chris Maddox, que había trabajado anteriormente para la Fundación Wordsworth en la región de los lagos ingleses, se encargó de la recaudación de fondos y de la publicidad para el desarrollo del proyecto, y Damion Wilcock aportó su experiencia y conocimientos de profesor de historia natural en el desempeño de su cargo de responsable de las actividades

educativas. La temprana designación de Damion – un par de años antes de la inauguración del museo – constituye una prueba de la importancia concedida por los Clough a las actividades relacionadas con la educación y la divulgación cultural.

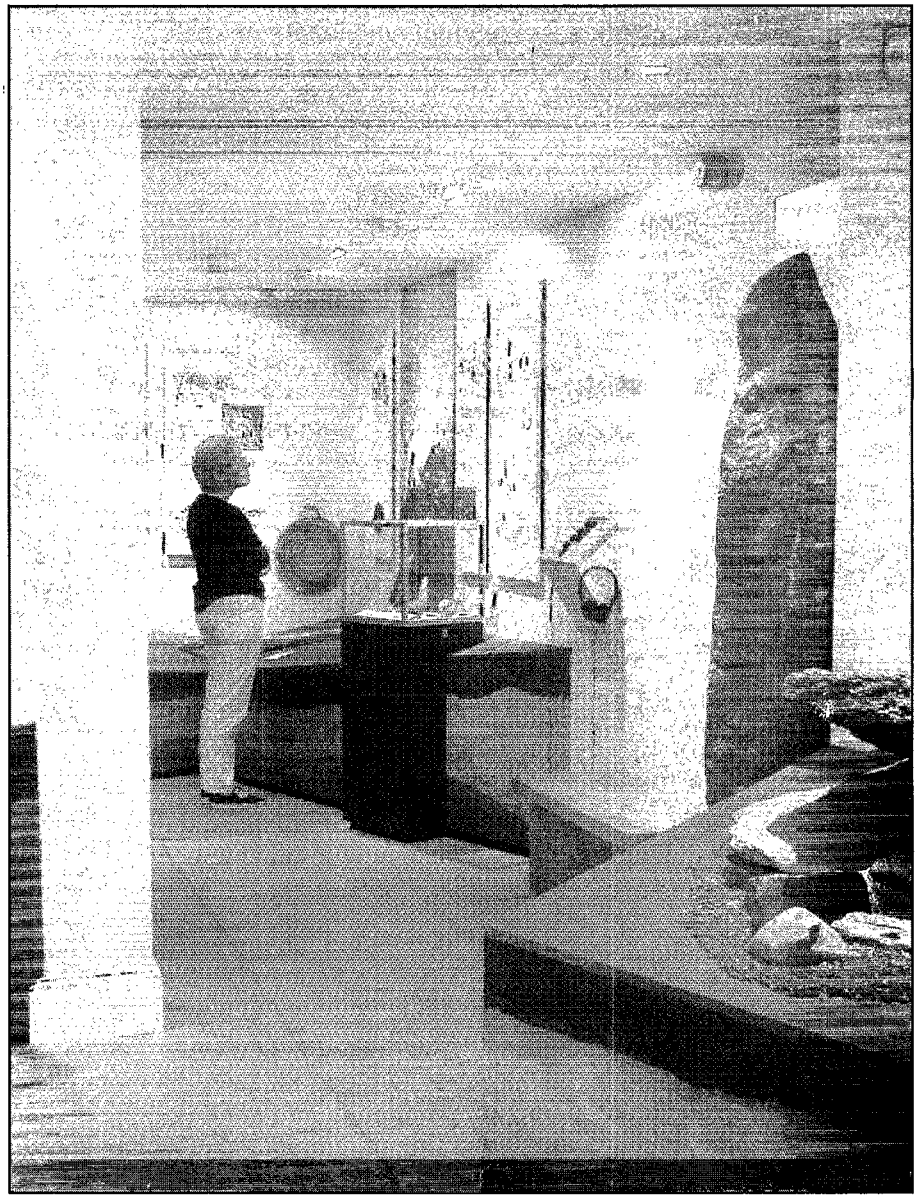
La presidencia de la Fundación Kilmartin House fue asumida por el profesor Peter Butter, destacado universitario escocés y padre de Rachel, y varios arqueólogos y personalidades del mundo empresarial y financiero pasaron a formar parte de su consejo de administración. Sir Ilay Campbell, ex presidente de la firma Christies en Escocia, se convirtió en el mecenas de la fundación, mientras que los padres de David, Ralph y Lucy Clough, aportaron un apoyo material y moral constante. También se implicaron en el proyecto desde sus comienzos el fotógrafo David Lyons – que se encargó de la producción del material audiovisual de presentación del museo y de la realización de un hermoso inventario fotográfico de los monumentos de la comarca – y Harry Morrison, un artista local que ideó y realizó con esmero las ilustraciones para el material gráfico y publicitario del museo. También se recurrió al talento de Harry para pintar dioramas, colorear un mapa en relieve de la región, realizar las superficies «geológicas» de los filetes de los plintos..., e incluso para decorar las cisternas de los servicios higiénicos. Se pidió el asesoramiento de John Purser, escritor y especialista de la difusión de música escocesa por radio y televisión, para las instalaciones sonoras del museo y la realización de un CD en el que se reprodujo la primitiva música de Escocia. Por último, se contó con el asesoramiento de Peter Faulkener para la construcción de barcos, y John Lord ejecutó copias de cuchillos de sílex y otros objetos, asumiendo también la dirección de un taller de talla de sílex que ha cosechado un gran éxito.

### Empezar desde cero

Casi todas las obras de arte encontradas en las excavaciones efectuadas en el valle de Kilmartin se hallaban depositadas en los museos de Glasgow, Edimburgo y Londres. Tras la creación de la fundación no lucrativa de Kilmartin House y su inscripción en el registro de la Comisión de Museos y Galerías, se dieron las condiciones para poder pedir prestadas obras de arte a esos museos. Se consiguió el préstamo de obras importantes por parte de los Museos Nacionales Escoceses de Edimburgo, el Museo de la Caza y el Museo y Galería de Bellas Artes de Glasgow, el Museo Británico de Londres, así como del Servicio de Museos de Argyll y Bute y del Servicio de Museos de Fife Occidental. Para obtener las obras en préstamo, hubo que satisfacer exigencias muy estrictas e instalar vitrinas con sistemas de alta seguridad y control del medio ambiente. Se encargaron copias de gran calidad para suplir las piezas originales que no se pudieron obtener prestadas por ser demasiado famosas o muy frágiles. En los talleres de talla de sílex, construcción de barcos y cestería, se produjo material para completar los objetos prestados y copiados.

Al principio las demandas de financiación no obtuvieron una respuesta rápida, pero las reacciones favorables fueron cobrando impulso a medida que el proyecto se iba desarrollando y se tomaba en serio en el plano local y nacional. Entre los proveedores de fondos figuraban las siguientes entidades: Fondo de Desarrollo Regional Europeo (por conducto del Organismo de Cooperación de los Highlands y las Islas de Escocia), Patrimonio Natural Escocés, Conse-

© Chris Hudson



*Roturar la tierra. La sala 3, que en otros tiempos fue una bodega y hoy en día nos muestra los comienzos de la agricultura, cuenta con material sonoro instalado al lado de donde el público toma asiento.*

jo de Argyll y Bute, Fomento de Empresas para Argyll y las Islas, Escocia Histórica, Consejo de Museos Escoceses, Consejo del Turismo Escocés, Consejo Regional de Strathclyde, así como 35 fundaciones no lucrativas y 80 particulares. El proyecto «El Mesolítico en la práctica» recibió el Premio a la Iniciativa en pro del Medio Ambiente del Consejo de Museos Escoceses, y un proyecto de excavación virtual fue galardonado con el Premio Escocia Viva, patrocinado por la firma Glenfiddich. También se le otorgó a la Fundación Kilmartin House el Premio Naturaleza de la empresa Shell para recompensar la compenetración con el medio ambiente, y otro premio más atribuido por el canal de televisión Grampian. Por su parte, la Fundación organizó diversos actos para recaudar fondos, así como una venta de camisetas y de una serie limitada de obras de arte creadas especialmente.

Poco después de que se iniciase la ejecución del proyecto, se dió comienzo a diversas actividades de educación y promoción encaminadas a realzar la imagen de Kilmartin House. La primera de todas fue la creación de un club ecológico infantil denominado Great Auks, que está afiliado a las redes nacionales de Clubes Juveniles de Ornitología y Arqueología. La estrategia de promoción tuvo como objetivo dar a conocer la comarca de Kil-

martin y no exclusivamente la labor desarrollada por la Fundación. Una parte importante de la actividad publicitaria consistió en la creación de una página Internet (http://www.kht.org.uk) para que el público pudiese obtener información sobre el valle de Kilmartin y las actividades de la Fundación, así como efectuar compras y donativos. Antes de que el museo existiera efectivamente, el público pudo ya realizar una visita virtual de éste y de los monumentos de Kilmartin.

La visita tradicional a Kilmartin House empieza en la entrada principal situada en el silo, donde los visitantes compran las entradas y son encaminados por unas escaleras hacia un escenario audiovisual instalado en la techumbre. Aquí ven durante 16 minutos un montaje de diapositivas y sonido que les presenta la región, su prehistoria y su medio ambiente. Este espectáculo se titula «El Valle de los Espíritus», y evita los comentarios directos y la información detallada a fin de crear ante todo una atmósfera especial mediante una sugestiva banda sonora e imágenes llamativas. Tras dejar el teatro por una puerta de salida y hasta llegar al museo instalado en la parte baja del edificio, los visitantes descienden por una escalera exterior y recorren unos senderos que dominan el valle. El vestíbulo de entrada al museo cuenta con ordenadores interactivos y aparatos con pantalla manipulables. Después de ver el museo los visitantes vuelven al silo, y allí pueden ir a la tienda, al área de información, o al bar en el que se sirven refrigerios con «sabor prehistórico» y especialidades culinarias locales. En el área de información hay un aparato provisto de pantalla táctil que proporciona datos sobre los lugares y servicios de interés de la comarca; también se venden libros, mapas, guías y folletos. Se ha intentado evitar la venta de objetos que puedan encontrarse por todas partes y ofrecer sobre todo objetos de carácter local – por ejemplo, copias de broches hechas con moldes encontrados en Dunadd – u otros productos fabricados por gente de la comarca.

El museo de la parte baja ocupa el espacio donde estaban la cocina, los fregaderos, la lavandería y las bodegas del antiguo edificio principal. Para racionalizar el itinerario de los visitantes y la disposición de los objetos, se suprimieron tabiques y una escalera de piedra y se realizó una apertura en la pared de 80 cm de ancho. También se reconstruyó una pared central y se instalaron las vigas y los soportes imprescindibles. En la medida de lo posible, se conservaron los detalles originales (ventanas con postigos, maderamen apropiado, objetos de cobre de la lavandería y hueco para el depósito de agua caliente) para que recordaran el pasado del edificio y contrastaran con el carácter más abstracto de los objetos expuestos. La necesidad de suprimir el primitivo pavimento y reemplazarlo por un suelo a prueba de humedad brindó la ocasión para instalar y disimular debajo los sistemas de calefacción y control del medio ambiente, así como los conductos del sistema de seguridad. Se pavimentó el piso con losas de piedra de Caithness recicladas, colocándolas en un plano más bajo que el antiguo suelo para evitar un desnivel a la entrada. De esta manera, fue posible hacer un cielo raso más bajo para disimular las vigas del techo e instalar un sistema de iluminación empotrado y no suspendido.

La visita se efectúa en el sentido de las agujas del reloj, y la parte más destacada de la exposición – que está dedicada a la Era Neolítica, la Edad de Bronce y la protohistoria – se encuentra en salas luminosas con vistas al valle y a los túmulos del Cementerio Lineal. La exposición se ha proyectado de tal modo que se pueda dis-

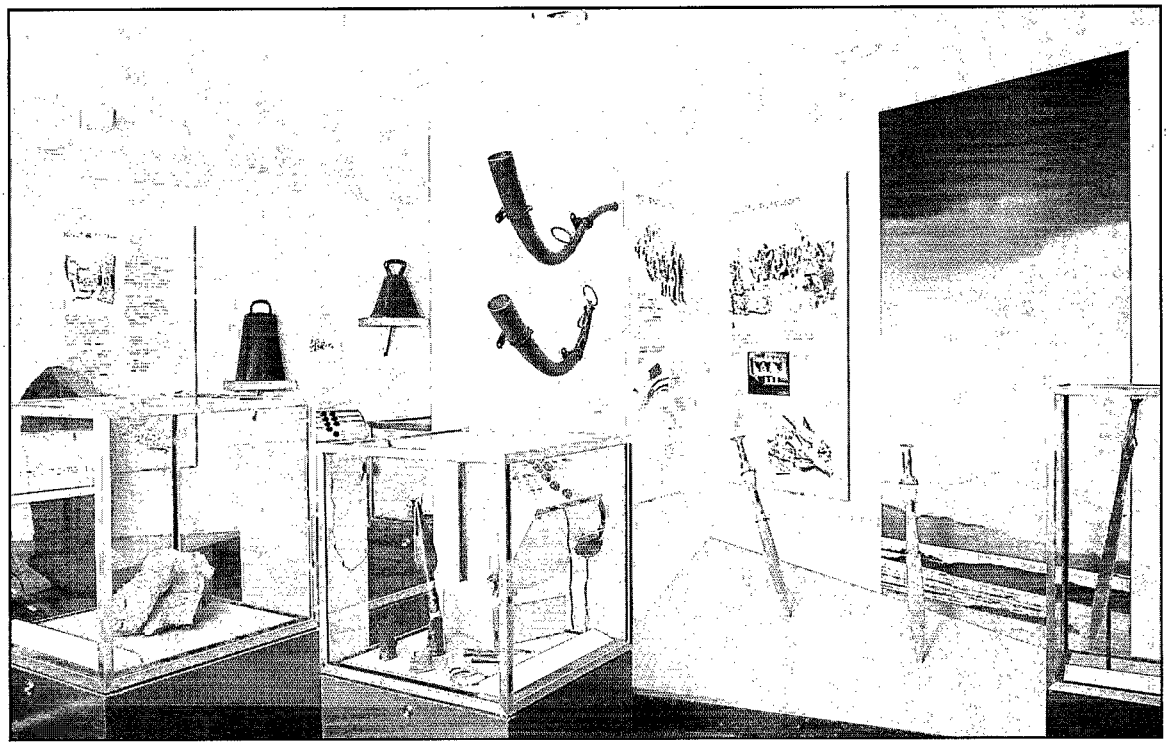
poner de un máximo de espacio y crear un itinerario que suscite la curiosidad. En un punto de ese itinerario se han dispuesto aparatos de vídeo en una chimenea en desuso; y en una pared divisoria se han practicado unos vanos en forma de rendija para reforzar el efecto producido por un diorama sobre el bosque y poder contemplar vistas muy atractivas de los lugares que quedan por visitar.

### Una relación dinámica entre el exterior y el interior del museo

Desde el principio se convino que el museo debía ser atractivo, sugestivo, estimulante, sencillo, luminoso, accesible y exento de dogmatismo. También se acordó que la exposición sería cronológica y que, para hacer entretenida la visita, se instalarían en la medida de lo posible piezas que el público podría tocar; asimismo se decidió instalar copias o reproducciones de obras para reemplazar los originales imposibles de obtener y mostrar qué aspecto podían ofrecer los objetos recién fabricados. Se puso mucho esmero para elaborar la secuencia temática del museo y encontrar las denominaciones adecuadas para cada sección. Los cinco espacios conexos creados se utilizaron para instalar las siguientes salas:

- Sala 1 – *Población y paisaje.* Aquí se presenta la geografía física y cultural del valle de Kilmartin con su formación geológica, las variaciones climáticas, los diversos modos de percibir el paisaje, las mutaciones de éste, y la influencia de la actividad humana en esas mutaciones.
- Sala 2 – *Una empresa arriesgada.* En esta sala se muestra la población de cazadores y recolectores de la comarca, así como su lucha por la supervivencia en el Periodo Mesolítico mediante la utilización de los recursos del mar y del bosque.
- Sala 3 – *Roturar la tierra.* Bajo este epígrafe se presentan los comienzos de la agricultura: el arado de la tierra, el uso de yuntas de bueyes.
- Sala 4 – *Cielo y Tierra.* La organización social y la visión del mundo en el Periodo Neolítico y la Edad de Bronce se presentan con el Cementerio Lineal, los cuencos y anillos grabados en la roca, las menhires y los círculos de piedras.
- Sala 5 – *Amigos y enemigos.* Aquí se ilustran las prácticas defensivas de la Edad de Bronce con los *duns* y *crannogs*, así como la llegada del cristianismo y las actividades comerciales, políticas y religiosas en Dunadd.

A fin de establecer un nexo entre todos esos espacios un tanto dispares, obtener superficies para la presentación de los dioramas y canalizar pasivamente la circulación de los visitantes, se construyeron plintos inclinados con un punto de conexión angular con las paredes. La geometría discordante que resultó de este procedimiento se mantuvo por todo el museo. Todas las inclinaciones son rectilíneas, pero varían de un plinto a otro para producir un efecto orgánico que está acentuado por dos texturas: una de vinilo verde que cubre la parte superior de los plintos inclinados, y otra que da a los filetes verticales un aspecto «geológico». El efecto global buscado era transportar al espectador más allá de las paredes del museo, hacia el paisaje que se ve a lo lejos; esa impresión es suficientemente abstracta y no desconcentra al visitante. Los plintos también sirven para vincular las vitrinas a las otras partes de la exposición con las que están relacionadas. Para producir un efecto teatral y un cambio de escala, los letreros de las distintas secciones se grabaron en «megalitos» de hasta dos metros



© David Lyons/Kilmartin House Trust

*Sonidos del pasado: junto a copias de instrumentos de la Edad de Bronce, se puede escuchar, mediante los auriculares, cortos extractos musicales.*

de altura que fueron extraídos de canteras locales. La iluminación se efectúa con lámparas de tungsteno halógenas de escaso voltaje que están empotradas. Esta iluminación va acompañada de accesorios de proyección especiales: en la Sala 1 iluminan un mapa circular en relieve, y en la Sala 2 producen efectos de movimiento en los dos dioramas presentados. La potencia de la iluminación de cada una de estas salas se efectúa por separado, a fin de lograr niveles de luz apropiados en cada parte de la exposición.

Se diseñó y construyó a la medida un sistema modular de vitrinas acristaladas con altura y tamaño variables para adaptarse a los objetos contenidos y evitar una impresión de uniformidad rígida. Sus estructuras son de acero inoxidable, y un cristal resistente de seis milímetros de grosor permite un máximo de seguridad. Además, las vitrinas están sólidamente sujetadas a los plintos, o a las losas del suelo cuando no están empotradas. Cada una de ellas posee: un sensor disimulado y conectado a un terminal informático situado en otro lugar del edificio, que permite controlar la temperatura y la humedad relativa del aire; una recámara para guardar el material de conservación; y una alarma. Están tapizadas con tela lisa de colores o con piel de ciervo. Cuando los visitantes circulan por el museo, pueden escuchar reconstituciones de los sonidos de la Escocia prehistórica – flautas de hueso, reclamos para la caza del ciervo, trompas de bronce – y de los cantos cristianos primitivos. Como se pensó que en un espacio tan limitado una ambientación sonora general desconcentraría a los visitantes, se colocaron auriculares solamente en cuatro sitios, donde una o dos personas pueden seleccionar los sonidos o cantos deseados y escucharlos. Se espera que más tarde cada banda sonora pueda ir acompañada de las correspondientes imágenes, que se visualizarán en minúsculas pantallas de cristales líquidos instaladas en los tableros de control de los auriculares.

Para acompañar las imágenes en tres dimensiones se han colocado setenta y cuatro letreros informativos. Nueve de ellos son grandes ampliaciones de fotos en color, y los demás se componen de textos e imágenes (fotografías e ilustraciones) con títulos bien destacados. De la misma manera que los rótulos de la distintas secciones grabados en «megalitos», los encabezamientos de los letreros han sido redactados de forma más críptica y sugestiva que descriptiva, a fin de suscitar la

curiosidad del visitante e incitarle a que lea la totalidad de los letreros. La elaboración de éstos no resultó fácil, pero mediante sucesivas redacciones y correcciones se logró una información clara, concisa y atractiva, que trasmite la idea general inspiradora de la creación de Kilmartin House, a saber: la recíproca influencia de los habitantes y el paisaje. Cada fotografía e ilustración van acompañadas de una leyenda, que puede ser la primera o la única parte del texto que se ha de leer. Además de la información visual estrictamente técnica con fotos, planos e ilustraciones, en muchos letreros se muestran imágenes artísticas de Harry Morrison con sugestivas y muy bien documentadas escenas del pasado de Kilmartin. David Lyons se encargó de la realización de casi todas las nuevas fotografías, entre las cuales hay excelentes instantáneas aéreas efectuadas gracias a un vuelo en helicóptero financiado por un empresario local.

Desde el principio del proyecto, se encargó a la Fundación ADAPT que efectuara una inspección del conjunto del edificio y formulara recomendaciones para que los discapacitados pudiesen visitarlo. Una vez que se ultimaron las obras de reforma del edificio, el Centro Sanitario de Lochgilphead prestó una silla de ruedas para probar *in situ* las distintas partes de Kilmartin House. Este tipo de prueba es muy recomendable para toda creación de instalaciones destinadas al público, porque no sólo permite controlar elementos como los escalones o las anchuras de paso, sino también la altura de vitrinas y plintos, o la iluminación y el tamaño de los caracteres de los letreros. El escenario audiovisual situado en la techumbre es la única parte de Kilmartin House a la que no pueden tener acceso los visitantes en silla de ruedas, pero en la planta baja se puede ver una versión en vídeo del espectáculo presentado.

En el proyecto de Kilmartin House se siguió la política de recurrir en la medida de lo posible a especialistas y proveedores locales. En la comarca se pudieron encontrar especialistas de gran calidad en construcción, metalistería, ilustraciones, maquetas, grabado en madera y piedra, curtidos, electrónica, grabación de sonido, etc., con la ventaja suplementaria de que todos ellos pusieron un gran entusiasmo personal en su trabajo. Las piedras para los «megalitos» se extrajeron de una cantera local abandonada, con el permiso de su propietario. Tan sólo fue menester recurrir a los servicios de especialistas foráneos para la fabricación de las vitrinas, la producción gráfica y la realización de copias de obras de arte.

Para que un proyecto tenga éxito, la interacción de sus diseñadores y usuarios es esencial. Unos y otros tienen que ser capaces de escuchar y tomar en consideración los recíprocos puntos de vista y reaccionar ante ellos con creatividad. David y Rachel Clough fueron capaces de transmitir con gran eficacia las ideas y el entusiasmo que hicieron realidad el proyecto, y al mismo tiempo supieron sacar un buen partido de las competencias del conjunto del equipo. En muchos aspectos, la realización del proyecto fue una nueva experiencia para los que participamos en él, y todos aprendimos mucho; también generó una colaboración muy fecunda. El gran apego de los Clough al trabajo realizado con suma meticulosidad y calidad hizo que la empresa fuese muy arriesgada en el plano económico. Sin embargo, la reacción favorable – aunque nunca exenta de sentido crítico – con la que acogieron nuestras propuestas, y nosotros la suyas, dio como fruto una realización museística de gran calidad y originalidad. ■

# Un puesto avanzado del arte en la Patagonia

*Lucía Torres*

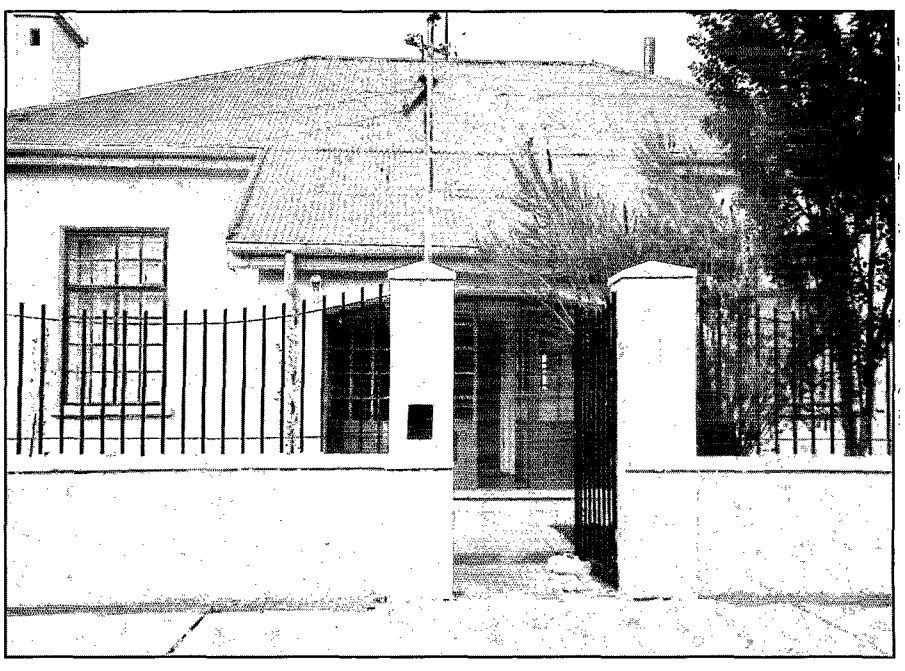
*En un lugar remoto de la fabulosa Patagonia argentina, barrido por el viento y a escasa distancia de Tierra del Fuego, un nuevo museo está formando una generación de amantes del arte entre la dispersa población rural. Lucía Torres, cofundadora y actual coordinadora del Museo de Arte Eduardo Minnicelli, nos narra los orígenes de este proceso.*

El 1° de noviembre de 1996, se creó en la ciudad de Río Gallegos (Patagonia, Argentina) el Museo de Arte Eduardo Minnicelli, de orientación educativa, que es el primero de la provincia y el más austral del continente americano en su especialidad. El museo está vinculado a la más antigua escuela del territorio, clasificada hoy día como monumento histórico, y se ubica dentro del predio escolar, aunque en un edificio aparte. Éste fue utilizado originalmente, a partir de 1930, como vivienda de los directores y, posteriormente, albergó algunas dependencias administrativas del Ministerio de Educación. Actualmente, la Asociación Cooperativa de la escuela brinda ayuda financiera al museo, ya que éste no cuenta con un presupuesto específico.

Desde su creación, se ha desarrollado una intensa labor de carácter formativo primordialmente. El objetivo fundamental es que el museo se transforme en un factor de desarrollo social y que estimule a los niños, adolescentes y otras personas para que lo visiten con la misma familiaridad con que realizan otros actos de la vida cotidiana. Para lograrlo, iniciamos desde el primer día un plan intenso y sistemático que involucra a escuelas de todos los tipos y niveles, mediante visitas guiadas y propuestas pedagógicas, que nos permitan formar desde la más tierna infancia al público de mañana, mediante un contacto más significativo con la obra de arte, enseñándole a observar, analizar, degustar y criticar dicha obra. Se intenta movilizar gradualmente la sensibilidad, ayudando a la persona a descubrir y desarrollar sus posibles talentos aún embrionarios o, simplemente, revelar personas más sensibles al arte, la belleza y la contemplación.

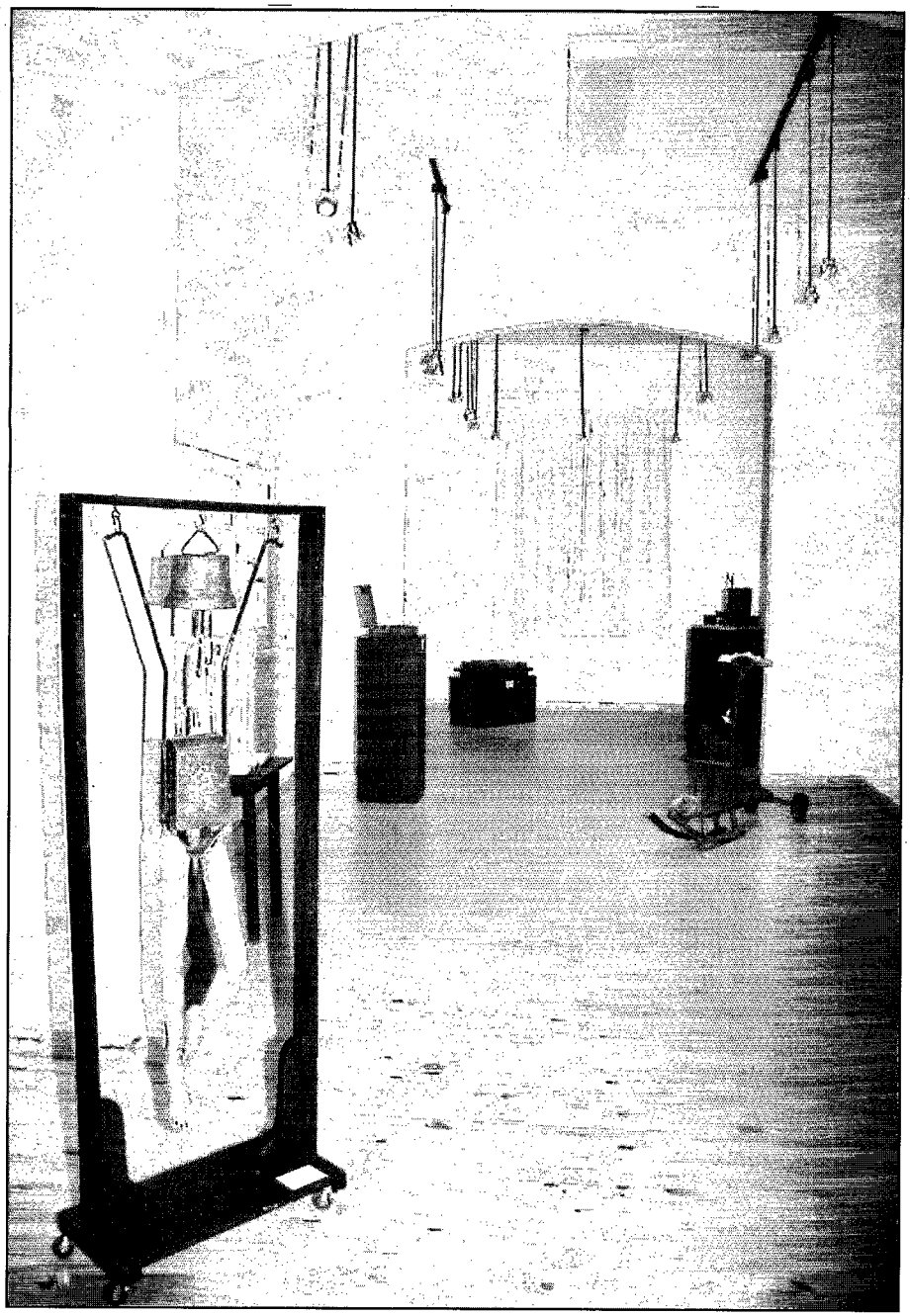
Ahora bien, para alcanzar este objetivo es necesario que la comunidad visite el museo. Sin embargo, durante los primeros meses advertimos que, a pesar de estar ubicados frente a la plaza central de la

Foto: cortesía de la autora



*Fachada del Museo de Arte Eduardo Minnicelli frente a la plaza central de la ciudad.*

Foto: cortesía de la autora



*El museo expone, principalmente, obras de artistas locales y nacionales.*

ciudad y encontrarnos en la estación más favorable, el verano, sólo las escuelas más cercanas acudían al museo y, aún más, en los días de viento o lluvia las salas permanecían desiertas. Esta situación se mantuvo durante casi todo el año.

A comienzos de 1997, nuestro primer objetivo fue obtener un ómnibus propio, establecer un cronograma mensual de visitas y llegar a todos los sectores de la sociedad, haciendo así realidad la tan mentada igualdad de oportunidades que proclama nuestra Ley Federal de Educación. A finales de abril, firmamos un convenio con la Administración Vial de la provincia, por el cual se nos facilitó, en calidad de préstamo, un pequeño ómnibus con capacidad para 25 personas que nos permite realizar diariamente seis visitas guiadas escolares, aparte de las dos o tres escuelas que asisten espontáneamente. Los establecimientos educativos pueden así incluir al museo en sus programas como elemento formativo importante, ya que se le puede abordar desde diversos aspectos del currículo. Gracias a este proyecto llamado, «El museo busca escuelas», el museo queda al alcance y es visitado por niños y jóvenes de las zonas periféricas que hasta ahora no habían tenido la oportunidad de participar en excursiones ni visitar un museo o un exposición de arte. En junio de 1997 participamos en un concurso de subsidios para innovaciones en museos, organizado por la fundación de una empresa petrolera. Como premio, solicitamos un ómnibus, que nos permitiría garantizar la continuidad de este importante proyecto.

Durante esta primera y corta etapa de la vida del museo nos concentramos fundamentalmente en favorecer el acercamiento al arte, en erradicar la preconcepción del museo como un lugar frío donde se almacenan cosas viejas y en buscar los medios para compensar las diferencias

de origen reflejadas en las diversas actitudes y reacciones frente a las expresiones artísticas. En el museo, cómodamente sentados en el piso, intentamos dialogar con la obra, aprehenderla a través de sus elementos plásticos y su tema, lo que nos permite introducir algunos conceptos que nos ayudan a relacionarnos emocionalmente con la obra. En cada visita, que por el momento se limita a media hora, se accede sólo a una parte de la muestra, ya que nuestros objetivos no se cumplirían si la visita se limitase a un simple paseo frente a las obras.

Hemos notado con gran satisfacción que los fines de semana y días feriados, los niños vuelven fascinados, trayendo algún familiar o un amigo, pues desean tener un contacto más personal e íntimo con el museo, dejar en el libro un mensaje para el artista o volver a ver el vídeo que acompañó la visita. Algunos incluso llegan con trabajos propios, realizados con las técnicas o materiales del artista expuesto o siguiendo su temática.

Inicialmente, nos hemos dedicado a la población escolar, pero iremos incorporando gradualmente otros sectores de la sociedad. El próximo paso consiste en llegar a grupos de la tercera edad, en los centros de jubilados u hogares de ancianos, para llevarlos periódicamente al museo y, más adelante, organizar talleres especialmente dedicados a ellos. El ómnibus también nos permitirá alcanzar las escuelas rurales, bien sea trasladando allí las obras o transportando los niños al museo.

### Crear un patrimonio artístico

Nuestra ciudad tiene sólo 112 años de existencia y desde su fundación se caracterizó por una población migratoria, lo que ha provocado que su patrimonio artístico sea muy reducido y esté disperso. Por ello, el museo pretende reunir las obras de artistas que hayan vivido en algún momento en la provincia – desde su proclamación como territorio en 1884 – o que, habiendo nacido aquí, viven y ejercen su vocación artística en otro lugar. En el momento de su creación, el museo no contaba con un patrimonio artístico propio. Sin embargo, esto no fue un impedimento, ya que su objetivo fundamental, habiendo nacido desde una escuela y como respuesta a necesidades de la comunidad, no era conservar obras antiguas, sino educar y desarrollar la sensibilidad de la gente a través de la contemplación y el contacto íntimo con la obra de arte. Desde la inauguración, realizamos exposiciones temporales, que se renuevan mensualmente, con obras de artistas de la provincia, la Patagonia y del resto del país. Esto estimula a los artistas locales, al brindarles un ámbito en el cual pueden acercarse a la comunidad e iniciar un diálogo con ella.

En el campo de la educación, nuestro proyecto «Perfeccionamiento desde el museo», tiene como objetivo principal convertir al museo en un polo de desarrollo artístico. Para ello se preparó un plan, para el período 1997-1998, orientado al grabado y a la *educación por el arte*. Al grabado, por ser una disciplina poco conocida en la región y porque está incluida en los contenidos básicos comunes de la Ley Federal de Educación; y a la *educación por el arte*, porque ésta provee el marco filosófico para el área artística en los diferentes niveles educativos.

Hasta ahora, se han realizado un curso básico y las «Primeras jornadas patagónicas de grabado» con la participación de prestigiosos profesores y grabadores de Buenos Aires en calidad de disertantes y maestros de taller. Para complementar estas jornadas, se organizaron en los centros culturales de la ciudad actividades relacionadas con el gra-

*Un grupo de colegiales experimenta con dibujos, después de una visita guiada por el museo.*



Foto: cortesía de la autora

bado: «Primer salón de grabado de pequeño formato», de amplitud nacional y organizado por el municipio; «Muestra de grabadores patagónicos», organizada por la galería de arte El Rincón del Arte; «Muestra de grabados infanto-juveniles», organizada por el Museo de Arte y una exposición de obras de los grabadores disertantes durante las jornadas del museo. Estas jornadas, al igual que los cursos que se dictarían posteriormente (El Arte en la educación rural, Grabado en la escuela II, Técnicas de impresión en el nivel inicial, Primeras jornadas de educación por el arte), estuvieron destinadas a docentes, artistas, estudiantes de arte y público en general.

La respuesta de la comunidad ha sido excelente y la concurrencia a los eventos y exposiciones se incrementa de día en día. Entre febrero y junio de 1997, 5.500 escolares visitaron el museo además de los visitantes adultos; una cantidad muy considerable, tratándose de una pobla-

ción tan pequeña como la nuestra. El tipo de visitantes es heterogéneo y no se limita al ambiente artístico, con lo cual se cumple uno de nuestros objetivos: orientar el museo hacia el ciudadano común y corriente. Este proyecto integra igualmente la idea de promover y difundir cursos, jornadas, y seminarios sobre arte y *educación por el arte.* Para ello, se envía constantemente información relativa a todos los eventos que se realizan en el país y en el extranjero a los medios de comunicación, a los artistas y a los docentes en este campo.

La dirección del museo pretende que éste crezca y trascienda, y aplica, para lograrlo, un plan de capacitación y perfeccionamiento del personal en servicio. Este plan incluye cursillos y seminarios, y un curso a tiempo parcial con diploma de museología, que se inició con dos personas e irá incrementándose de año en año. Cada participante se irá especializando en un área determinada, a fin de lograr el funcionamiento eficaz de todos los servicios.

Otro de los proyectos que desarrolla el museo prevé el establecimiento de la Biblioteca de Arte a la cual el público pueda asistir con el propósito de realizar consultas o admirar, simplemente, reproducciones de obras de arte; la formación de una videoteca, cuyo material sirva de complemento a las exposiciones y estimule o brinde soporte teórico a los cursos escolares; y la formación de un archivo fotográfico que permita registrar las obras de los artistas de la región y sirva, además, para sentar las bases de la historia artística de Santa Cruz.

La inspiración que me condujo a concebir este proyecto de museo nació del deseo de contribuir, desde mi puesto de docente de arte, a la formación de seres humanos dignos, sensibles y buenos, y de fomentar una sociedad en la cual nuestros hijos y sus descendientes puedan vivir en paz y desarrollarse espiritualmente en un entorno culto. ■

# Foro

*El foro de* Museum Internacional, *que trata de las ideas actuales acerca de cuestiones museísticas importantes, se presenta en un formato ligeramente modificado. Invitamos a responder a las preguntas planteadas al final del artículo con el fin de poder publicar sus puntos de vista acerca de las cuestiones actuales más significativas – y quizá también más controvertidas – de la actualidad. Keneth Hudson, que es director del Foro Museístico Europeo (European Museum Forum), que incluye el Premio Museo Europeo del Año (European Museum of the Year Award) y es autor de 53 libros sobre museos, historia social e industrial y sociolingüística, incluyendo el bien conocido* Museos de Influencia, *continuará actuando como nuestro* agent provocateur. *Planteará cuestiones importantes tal como las percibe, provocando así discusiones y comentarios que, esperamos, constituirán una copiosa fuente de ideas nuevas para la comunidad internacional de museos. ¡Participe en el debate!*

## ¿Constituyen muchos edificios actuales de museos una barrera al progreso?

La calidad de un edificio depende de dos factores. El primero es si su aspecto externo es considerado agradable por la mayoría de las personas que deben observarlo día a día, y el segundo es el grado en que satisface las necesidades de quienes tienen que usarlo. Pocos edificios satisfacen ambos criterios igual de bien, y la mayoría ninguno. Puede ser infernal trabajar en un edificio considerado generalmente bello; y otro, al que todo el mundo alaba por su funcionalidad, tiene demasiado frecuentemente un aspecto horrible.

Ahora bien, el problema es aún más complicado, porque un edificio que satisfaga todas las necesidades de una época puede estar, y sucede con frecuencia, fuera de lugar en otra. Las necesidades y los gustos han cambiado y algo que satisfacía las necesidades de los años 1800 ó 1900 frecuentemente es un verdadero estorbo y una irritación en el 2000. Desde este punto de vista, los edificios de los museos no son ni mejores ni peores que los de cualquier otra clase. Hay que juzgarlos en función de si permiten o no satisfacer las condiciones y las exigencias actuales, y en mi opinión la mayoría de ellos no lo hacen, y por lo tanto representan una barrera al progreso, suponiendo que no se puedan modificar o transformar para adecuarlos a circunstancias que pueden ser completamente diferentes de las que prevalecían cuando se dieron instrucciones al arquitecto y éste empezó las obras.

Hay algunas consideraciones que dificultan los cambios que se imponen. Una es el hecho de que muchos edificios de museos, como el Museo de Historia Natural y el Victoria y Albert Museum de Londres, están clasificados y protegidos como monumentos históricos, lo que hace que, por muy ineficientes y poco prácticos que puedan ser, sus disposiciones interiores sólo se pueden cambiar dentro de determinados límites estrictos. Se podría decir que esos edificios están legalmente condenados a una vida de inadecuación. Y un edificio que no concuerda con su propósito es automáticamente caro de administrar y no puede producir los dividendos culturales y financieros teóricamente posibles. Basta con hablar con las personas empleadas de los antiguos museos – lo mismo grandes que pequeños – para darse cuenta de las frustraciones que tienen que padecer en sus esfuerzos por realizar las tareas de hoy en edificios de ayer.

Otro problema importante es el de la ubicación de esos edificios antiguos, casi todos los cuales están en el centro o cerca del centro de una ciudad. Fueron construidos en la época en que los visitantes de los museos eran relativamente pocos y quienes les daban vida acudían a ellos a pie o en alguna clase de transporte público. Son totalmente inadecuados en la era del automóvil y constituyen islas inaccesibles dentro de una civilización en que esa característica significa una muerte lenta. Las visitas de las familias se hallan especialmente en peligro.

Un tercer defecto que salta a la vista en estos museos sólidos y añejos es que fueron concebidos para recorrerlos a pie y

verlos pasivamente, para visitantes que pasaban a un ritmo continuo ante los objetos exhibidos en vitrinas, observándolos y sin participar. Se basaban en los dos conceptos fundamentales de las exposiciones permanentes e inalterables y del aprendizaje mediante la contemplación. La orientación de los museos modernos es muy diferente. Constantemente se selecciona y presenta de distintas maneras el material de los fondos y la consigna actual es la participación activa. El viejo método de ir caminando y admirando galería por galería se va quedando más trasnochado cada año que pasa. Los visitantes de los museos de hoy reclaman el derecho a hacer preguntas y a discutir, incentivados por lo que se les presenta a la vista, y esto exige una nueva forma de disposición material dentro del museo, con un diseño mucho más flexible, sin paredes divisorias y abundantes sillas o taburetes que se pueden disponer y reagrupar de distintas formas continuamente.

Para satisfacer este nuevo modo de pensar, está cambiando continuamente la naturaleza de la gente que trabaja en los museos. Personas distantes, enclaustradas en las oficinas, están siendo reemplazadas cada vez más por una nueva generación de empleados más a la vista y más disponibles y que pasan gran parte del tiempo en los espacios públicos, mezclándose con los visitantes y prestando atención a lo que necesitan y desean. Esto requiere, a su vez, una ordenación de las exposiciones conforme a planos más abiertos, en que se combinen fácilmente lo expuesto y las preguntas sobre ello. Como los museos van adoptando cada vez más características de centros de debates, los edificios que los acogen tienen que cambiar radicalmente. Es imposible prever el futuro con alguna certeza, pero sí podemos estar seguros de algo: los edificios de los museos del mañana tendrán que ser muy flexibles para ajustarse con facilidad a los nuevos tipos de demandas sociales y educativas. Pocos de los viejos edificios se prestan a esto.

Ninguna persona responsable desearía destruir deliberadamente un bello edificio (son muy escasos), pero se podría sostener que muchos de los museos del pasado ya no sirven para las necesidades del mañana y que su destino futuro es pasar a ser centros administrativos y almacenes, dejando su función más creativa para otros lugares.

*Kenneth Hudson*

**Preguntas a los lectores**

Por favor, dirija sus respuestas al

Jefe de redacción de *Museum Internacional,*
UNESCO,
7 place de Fontenoy, 75352 París 07 SP (Francia).

e incluya la referencia «Forum-Museum buildings»

1. ¿Cuáles son, a su juicio, las ventajas y los inconvenientes de su edificio actual?
2. ¿Se siente usted decepcionado por las condiciones de trabajo que impone su edificio?
3. ¿Qué soluciones, si las hay, ve usted a los problemas que presenta su edificio?
4. ¿Considera usted que la mejor y probablemente única solución consistiría en abandonar el edificio que ha heredado y comenzar nuevamente en otra ubicación?
5. ¿Desea hacer usted algún comentario adicional sobre este tema?

# Noticias profesionales

### Una exposición internacional fomenta las tecnologías museológicas

La quinta Exposición Internacional de Tecnologías Museológicas (SITEM) se celebró en París del 10 al 12 de febrero de 1999. En primer lugar y ante todo la SITEM es una ocasión para que las pequeñas empresas muestren sus nuevos productos y servicios y compitan por el codiciado «certificado de innovación museográfica». Para los productores y proveedores de gran envergadura es el momento más propicio para tomar contacto con las personalidades de mayor importancia que dirigen los museos y centros culturales y participar en diversos seminarios profesionales. Como ha sido ampliada para que comprenda también las artes escénicas, la SITEM presentará asimismo exposiciones de luz, sonido, decorados y sistemas de taquilla. Con un promedio de más de 3.000 visitantes, la SITEM atrae a un público internacional procedente de países tan lejanos como México, Israel y Ghana. Para fomentar la participación de artesanos y pequeñas empresas, el Ministerio de Educación de Francia ofreció una ayuda financiera de 350 francos franceses por metro cuadrado para los profesionales autorizados que se especializan en museos científicos, técnicos y de historia natural. Los subsidios se distribuyeron «por orden de llegada», teniendo en cuenta la fecha de recepción de las candidaturas.

Para mayor información, pueden dirigirse a:
SITEM, Provinciales
18, rue de la Michodière
75002 París (Francia)
Tel.: (33) 01.42.68.15.68
Fax: (33) 01.43.12.91.63

### Nuevas publicaciones

*The Textile Conservator's Manual* (segunda edición), de Sheila Landi. Publicado por Butterworth/Heinemann, Linacre House, Jordan Hill, Oxford OX2 8DP (Reino Unido), 1997, 360 págs. (ISBN 0-7506-3897-4).

Esta segunda edición, revisada y en rústica, examina de manera exhaustiva las prácticas y los materiales que se usan corrientemente en la conservación de textiles y la ética profesional de esta especialidad. El libro se centra en los objetos de arte decorativo procedentes de las principales culturas, ofrece instrucciones prácticas y expone una gran variedad de casos. Aunque el formato se ha simplificado, el texto se ha ampliado y actualizado para incorporar los cambios provocados por los recientes descubrimientos en la conservación de tejidos. Esta nueva información aumentará la capacidad del lector para interpretar los signos de envejecimiento y las manipulaciones que ha sufrido el objeto. Los nuevos casos representan importantes investigaciones sobre la historia de las técnicas. El libro tiene como finalidad desarrollar capacidades prácticas y abarca una amplia gama de objetos decorativos, desde un fragmento de tela de lino que tiene 4.000 años de antigüedad hasta un telón de fondo del siglo XX.

Se pueden hacer pedidos a:
Customer Services Department
Heinemann Publishers Oxford
PO Box 382
Halley Court, Jordan Hill
Oxford OX2 8RU (Reino Unido)
Tel.: (44) 0 1865 314301
Fax: (44) 0 1865 314029

*Laser Cleaning in Conservation: An Introduction*, de Martin Cooper. Publicado por Butterworth/Heinemann, Linacre House, Jordan Hill, Oxford 0X2 8DP (Reino Unido), 1998, 112 págs. (ISBN 0-7506-3117-1).

El desarrollo del láser como instrumento práctico significó un progreso importante en el perfeccionamiento de las técnicas de conservación. Hace sólo cinco años que los conservadores han comenzado a darse cuenta de todo el potencial de la tecnología láser, que permite realizar una limpieza extremadamente selectiva y cuyo resultado es un trabajo de alta calidad con un mínimo de deterioro. Este libro, que abre nuevos horizontes, presenta un panorama básico de las téc-

nicas de limpieza con láser, sus ventajas y limitaciones, y es de gran interés para los profesionales de los museos y del patrimonio del mundo entero.

Se pueden hacer pedidos a:
Customer Services Department
Heinemann Publishers Oxford
PO Box 382
Halley Court, Jordan Hill
Oxford 0X2 8RU (Reino Unido)
Tel.: (44) 0 1865 314301
Fax: (44) 0 1865 314029

*Conservación y restauración: Materiales, técnicas y procedimientos de la A a la Z*, de Ana Calvo. Publicado por Ediciones del Serbal, Francesc Tàrrega, 32-34, 08027 Barcelona (España), 1997, 256 págs. (ISBN 84-7628-194-3).

Este compendio de los conocimientos en el campo de la conservación de los bienes culturales, presentado en forma de diccionario alfabético de términos y conceptos, es el primer trabajo de este tipo en español. Figuran en él tanto las tecnologías de vanguardia de conservación preventiva como la restauración y es ante todo una referencia y un manual de bienes culturales muebles. Incluye una amplia bibliografía de publicaciones y revistas especializadas.

**Solicitud de colaboraciones**

*Museum Internacional* agradecerá todos los artículos y sugerencias sobre temas de interés para la comunidad museística mundial. Si desea enviar colaboraciones o proponer temas para números especiales, diríjase al director de la publicación a la siguiente dirección:
*Museum Internacional,* UNESCO,
1, rue Miollis, 75352 París Cedex 15 (Francia),
Fax (+33 1) 45 68 55 91.
Prometemos una respuesta rápida.

**museum** *internacional*

*Museum Internacional* es una revista publicada por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. Esta publicación trimestral constituye una tribuna internacional de información y opinión sobre todo tipo de museos, destinada a impulsar los museos en todas partes. Las ediciones en español y francés se publican en París, la edición en inglés se publica en Oxford, la edición en árabe se publica en El Cairo y la edición en ruso en Moscú.

N° 200 (vol. 50, n° 4, 1998)

*Portada:*
Un ejemplo de cómo convertir un monumento en una instalación turística: una antigua madraza (escuela para estudiantes del Corán) en Khiva, Uzbekistán, es remodelada para convertirla en un hotel de turistas.
© Frans Schouten

Directora de la publicación:
Milagros Del Corral Beltrán
Jefe de redacción: Marcia Lord
Asistente de redacción: Christine Wilkinson
Iconografía: Carole Pajot-Font
Redactor de la edición árabe:
Fawzy Abd El-Zaher
Redactora de la edición rusa:
Tatiana Telegina

COMITÉ CONSULTATIVO
DE REDACCIÓN

Amareswar Galla, Australia
Gaël de Guichen, ICCROM
Yani Herreman, México
Nancy Hushion, Canadá
Jean-Pierre Mohen, Francia
Stelios Papadopoulos, Grecia
Manus Brinkman, secretario general del ICOM, *ex officio*
Roland de Silva, presidente del ICOMOS, *ex officio*
Tomislav Šola, República de Croacia
Shaje Tshiluila, República Democrática del Congo

Composición: Éditions du Mouflon,
Le Kremlin-Bicêtre (Francia)
Impresión: Jouve, Mayenne, Francia

© UNESCO 1998

CPPAP n.° 74565

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

CORRESPONDENCIA

*Sobre cuestiones relativas a los artículos:*
Jefe de redacción, *Museum Internacional,*
UNESCO, 7, place de Fontenoy
75700 París, Francia
Tel: [33] [1] 45-68-43-39
Fax: [33] [1] 45-68-55-91

SUSCRIPCIONES

JEAN DE LANNOY
Servicio de suscripciones
202, avenue du Roi
B-1060 Bruxelles, Bélgica

*Tarifas de suscripción para 1998*
Instituciones: 436 francos franceses
Individuos: 216 francos franceses

*Números sueltos*
Instituciones: 130 francos franceses
Individuos: 64 francos franceses

**Países en desarrollo**

*Tarifas de suscripción para 1998*
Instituciones: 198 FF
Individuos: 126 FF

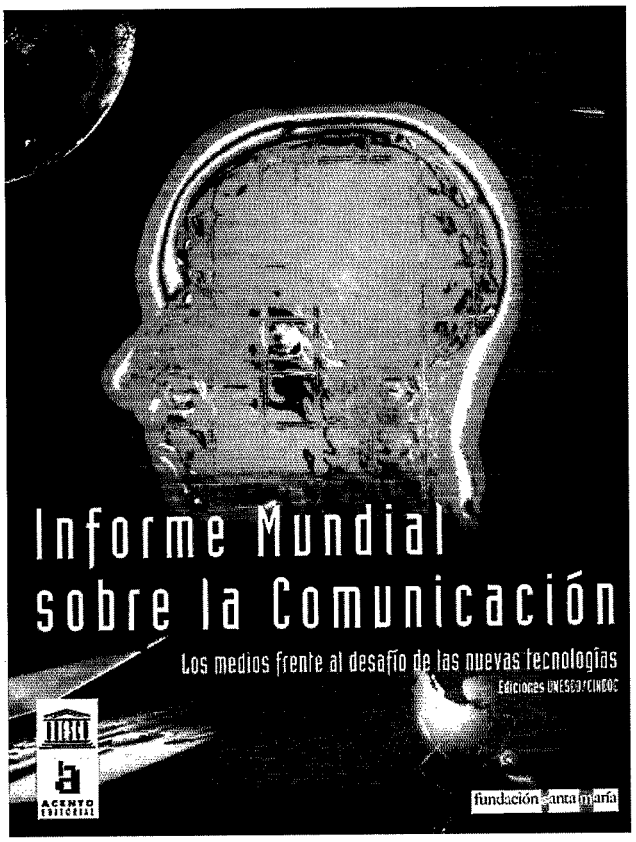
*Números sueltos*
Instituciones: 55 FF
Individuos: 39 FF

Para adquirir separatas de los artículos, los interesados pueden dirigirse a:
Institute for Scientific Information
Att. Publication Processing
3501 Market Street
Philadelphia, PA 19104
Estados Unidos de América

Ediciones UNESCO

# Informe mundial sobre la comunicación

Una visión global y mundial sobre las nuevas tecnologías de la información, la revolución numérica, la globalización: cambios que afectan el paisaje cultural, económico y mediático, y sobre todo la democracia misma.




*Otros informes mundiales de la UNESCO disponibles:*

**Informe mundial sobre la ciencia 1998**
195 FF

**Informe mundial sobre la educación 1998**
150 FF

**Informe mundial sobre la información 1997/98**
260 FF

**Informe mundial sobre la comunicación**
1999, 304 p
Ediciones UNESCO/Editorial Acento
175 FF

**EDICIONES UNESCO**
7, place de Fontenoy
75352 Paris 07 SP
Francia
Fax: +33 1 45 68 57 37
**Internet: www.unesco.org/publications**
**E-mail: publishing.promotion@unesco.org**