

## TURISMO CULTURAL Y MUSEOS: LAS AMISTADES PELIGROSAS

Luis Alberto Grau \*

---

De tanto ser la solución, el turismo está empezando a ser el problema. Durante décadas, España ha cifrado en la industria turística uno de sus activos económicos más relevantes, hasta el punto de convertirnos en un país que recibe más visitantes al año que pobladores alberga. Desde su mutación en destino exótico y atractivo para europeos hastiados del *Grand Tour*, durante la segunda mitad del XIX, hasta el *Spain is different* del ministerio *landista* de Fraga Iribarne, la recepción de visitantes foráneos ha devenido en un maná que, como un Mister Marshall estacional, venía a remediar la ausencia o decrepitud de tejidos económicos alternativos. Y el tópico (los tópicos son testarudos) persiste por doquier, alterando cualquier iniciativa turística o cultural. Por ese motivo, cuando el llamado *turismo cultural* se implantó como nueva fórmula junto al denominado de sol y playa, se le aplicaron similares parámetros, equivalentes mecánicas, y acabaron por proliferar las mismas dolencias y defectos. El turismo (y la cultura) eran la solución, la panacea, el santo Grial. Pero el Grial no existe, claro, y de ahí decepciones y anomalías. Y de ahí también ha resultado que el turismo (cultural) haya

deparado variados y preocupantes problemas relacionados con el engranaje de ambas categorías -el turismo y la cultura- y sus respectivas especificidades y requerimientos.

El primero de estos problemas, claro está, consiste en el delicado estado de conservación de muchos lugares patrimoniales (museos incluidos), cuyo equilibrio ecológico, cuyo ecosistema diríamos, ha sido alterado grave o paulatinamente por muchos de los usos (y abusos) de los requisitos y las pretensiones turísticas. Muchos usos masificados y desmedidos han provocado y provocan frecuentes situaciones de riesgo en determinados lugares de gran valor cultural que, o no están adaptados al nivel de usanza que se les solicita o, si lo están, y se adoptan medidas correctoras, provocan polémicas y decepciones de distinto grado y repercusión, a menudo contraproducentes. El caso de lugares como Altamira o el *Cenacolo vinciano* en Milán son, por citar un par, bien ilustrativos de la radicalidad de estas imprescindibles actuaciones, a menudo emanadas del concepto *musealización*, entendido aquí como una fórmula reguladora del aprovechamiento social que salvaguarda

---

\* Presidente de Comité español del Consejo Internacional de los Museos (ICOM-España).

su preservación. He aquí uno de los terrenos de máxima utilidad del museo en el marco de esas *liaisons dangereuses* entre turismo y cultura.

Pero el museo no es (toda) la solución, pues con ser este un asunto mayor, no deja de ser menos preocupante que otro problema de raíz más profunda y más ardua solución en este tipo de prácticas masivas e indiscriminadas que los propios museos distan de haber resuelto en su escala: el deterioro de las experiencias culturales. Por causa de tales masificaciones se instala en la percepción del turista la idea de que ciertos lugares solo podrán ser disfrutados con unas altas dosis de agobio multitudinario, incomodidad y desagrado. Exactamente lo contrario que deseamos cuando nos desplazamos a ellos. De Venecia, la capilla Sixtina o el Museo del Prado en ciertas fechas (las que la mayoría utilizamos para visitarlos), se sale con sensación de alivio, no de complacencia. Si nuestro empleo de tales maravillas logra degradar su percepción es que nos estamos equivocando.

Bien es cierto que la mayoría de los visitantes no desiste (aún) por ello de acudir a estos lugares, pero no lo es menos que, en buena medida, lo hacen por una voluntad entre esperanzada de que aquel embrujo persista y mediatizada por el hecho rotundo de que no se admita socialmente evitar ciertas visitas en determinados circuitos, que no se pueda haber estado en Roma y no haber visitado la Sixtina, o en París y entrado al Louvre, etc.

En ese mismo etcétera encontramos lugares tan saturados que empiezan a plan-

tearse la regulación de limitaciones de acceso a poblaciones enteras (Cinque Terre en la costa ligure), o a penalizar el desembarco de cruceristas a unas Ramblas y edificios gaudinianos barceloneses, a un casco viejo de Palma o a una Venecia que ya no soportan tamañas razias. Suele acudir al ejemplo veneciano como especialmente profético y revelador: la ciudad convertida en remedo teatral de sí misma, en su máscara, un lugar que nadie habita pero donde cada día se representa una dramatización para cientos de miles de ciudadanos venidos de todas las esquinas del planeta para pasmarse en las mismas calles y tomar idénticos millones de fotografías. El turismo globalizado tiene allí su escenario más acrisolado y, a pesar del estruendo de las alarmas y el crujido de los pilotes, el show debe continuar. Y continúa. Sin embargo, y esta es otra característica típica del turismo global, Venecia no está ni mucho menos agotada, y es muy posible caminar solitario por muchos de sus lugares de interés, justo aquellos que no se hallan en el punto de mira de unas visitas cada vez más estandarizadas y focalizadas. He ahí otro aprieto: la concentración puntual y programática de los itinerarios y las visitas provoca por lo común una focalización de medios y audiencias, en un círculo vicioso que, de no romperse, no sólo pone en peligro los recursos más manidos y sobreexplotados, sino que margina y acabará por relegar o abolir a los abandonados. La simplificación, simplifica.

En este sentido, el terreno de los museos conforma un microcosmos muy útil para la disección de este tipo de cuestiones, pues en él se registran análogos dilemas. En el Louvre, el museo por excelencia, mientras

resulta imposible visualizar la Gioconda entre cabezas poco contemplativas y teléfonos móviles izados como ídolos de nuevas ceremonias, la mayoría de las restantes salas provistas de obras maestras están desiertas. Es un paradigma, una constante a todas las escalas que se quieran. Llegados a este punto, podemos preguntarnos por qué, en el terreno del turismo cultural y museístico, conviven una demanda creciente y una oferta no menos elevada pero ambas no llegan a satisfacerse mutuamente, de forma que la primera se concentra donde solía, a menudo al borde de la saturación, y la segunda se recluye en una infrautilización endémica.

Durante el último medio siglo se han fundado más museos que jamás en la historia de este fenómeno institucional y cultural tan globalizado hoy día. Pero el final de esa “burbuja museística” no ha coincidido (como sucede con tantos otros finales) con el replanteamiento de sus papeles en función de objetivos nuevos o renovados. Muchos museos se fundaron bajo la desatinada premisa de su atractivo turístico: iban a sacar a una aldea, a una comarca o a una región entera, del ostracismo y la estrechez, y a atraer grupos forasteros que dinamizarían su economía y acabarían con tal postergación. Muchos otros se creyeron capaces de una sostenibilidad económica medida en términos empresariales, soportada casi siempre por discursos tan ajenos a la cultura como a una auténtica comprensión de las finanzas y del papel de los poderes públicos en ambos casos. Ambas falacias, negadas por los profesionales pero alentadas por cierta política y ciertos políticos, casi producto genuino de una época que se antoja vetusta pero está ahí al lado, terminaron por

dilapidar ilusiones colectivas y recursos en pos de apuestas (así las llamaban y llaman aún) que acabó por ganar, como siempre, la banca. Ahora, clausurado el tiempo de las perpetuas novedades que, durante una década y media, abarrotaron el panorama cultural con una manera de hacer política cultural y turística a base de cortar cintas o prometer la Luna, se impone una meditación sobre el sentido de tanta apuesta y sobre cuántas y cuáles medidas correctoras requerirá conducir a buen término tanta discordancia entre lo que visitamos y lo que tenemos. La diversificación de los destinos, la difusión de alternativas, el redimensionamiento de circuitos y prioridades, la colaboración sincera entre agentes de ambos departamentos del binomio... Son retos pendientes que se escuchan por doquier pero que no acaban de obtener las atenciones que precisan, muchas de ellas presupuestarias, sí, pero muchas otras reflexivas, analíticas, conceptuales.

Mientras que la pregunta en ciertos lugares ya no es cómo atraer al turismo, sino cómo gestionar su *invasión*, en otros la duda reside en cómo dar sentido a las cosas sin el turismo. Incluso podríamos preguntarnos si atraer turismo es *precisamente* el error, pues son precisamente aquellos lugares y museos que nunca tuvieron como objetivo inicial convocar al turismo los que concitan los mayores atractivos. Y a menudo los pierden en la medida en que se pliegan progresivamente a sus exigencias. El turista consume platos precocinados y fast food, pero eso no quiere decir que le gusten. Nos encontramos, por tanto, con una doble cuestión a resolver: no matar la gallina de los huevos de oro y dar de comer al resto del averío. Y ello, por lógica y de la misma manera que el

problema de otras “burbujas”, pasa por un cambio de “modelo productivo”.

Como las instituciones culturales exigidas que son (quizás no las haya más exigidas), los museos llevan tiempo esforzándose por administrar ese turismo, esas que podríamos definir como *visitas* en el sentido más literal. Gabinetes de comunicación, desarrollo de estrategias de difusión, procedimientos adaptados de visitas y programas de accesibilidad entre un largo etcétera que tendrán cumplida referencia en estas páginas se ponen en ellos al servicio de este fenómeno ineludible y a menudo codiciado. Existen museos para los de fuera y otros para los de casa, pero todos ellos intentan precisamente no ser solo eso, sino ampliar sus miras y sus acogidas hacia aquellos colectivos a los que no atienden de forma preferencial, como parte de su búsqueda permanente de universalidad y accesibilidad.

En otro orden de cosas, hay que comentar también una cierta contradicción de base en el terreno de las relaciones entre cultura y turismo, tan frecuentemente hermanados en denominaciones administrativas y foros y tan proclives a darse la espalda como las caras de una moneda que nunca se miran. Los lugares patrimoniales en general y los museos en particular no juegan al negocio del ocio: quienes usan de sus recursos para resaltar tal o cual destino, sí lo hacen. Ello provoca un recelo nunca bien resuelto, nunca bien entendido, más cuanto que se pide a esas infraestructuras un funcionamiento ajustado y puntual, mientras casi nadie reclama una contrapartida por ello o, al menos, una similar diligencia en el trato. Como si fuera obligatorio para museos y lugares

patrimoniales exponerse a una explotación sin ambages ni resarcimientos. Un matrimonio de conveniencia perfectamente desequilibrado: una amistad peligrosa.

Demasiadas veces, muchos museos han sido interpretados en buena medida como agentes destinados a atraer turistas, importando poco cómo lo hacían. Descuidando algunas de las funciones clásicas que les identifican y sin las cuales no tienen más sentido que una atracción de feria. La añeja y denostada definición de museo que el ICOM presta a todas las normativas y tratados insiste en el estudio, la educación y el recreo como parte esencial de la visita a un museo, pero mal podremos aspirar a una modesta ración alícuota de síndrome de Stendhal si no somos capaces de preservar tales vocaciones.

Como el viajero del *Grand Tour*, como el diletante romántico, como el turista moderno, el visitante de museos suele reclamar de estos una perspectiva única y distintiva, una experiencia de los otros (o de sí mismo) que no halle en otro lugar: una singularidad. Si la encuentra rodeada de obstáculos y molestias, de multitudes afanosas únicamente por documentar su paso, de una pretensión superficial, de propuestas ramplonas o de fatuidades patrimoniales, simplemente se hartará o saldrá decepcionado.

La historia de los museos puede leerse como la crónica de una serie de conquistas. Los primeros de ellos pretendieron básicamente lograr el pasmo de sus visitantes, la admiración debida a los formidables despojos del pasado. También se empeñaron primigeniamente en transmitir una forma-

ción instructiva que moldeara ciudadanos a imagen y semejanza de los relatos que en el museo se sancionaban: no eran tanto conocimientos como creencias, pero eran creencias nuevas y llamadas a construir algo mejor. Con el tiempo, los museos se cuestionan a sí mismos una y otra vez y sus pretensiones crecieron, incorporando nuevas ambiciones, sin renunciar a las previas, que se estratificaron bajo ellas. En décadas pasadas, pretendieron alcanzar cada vez más público, cada vez más eco entre grupos e individuos que habían sido sordos a sus cantos de sirena. Intentaron universalizarse, se democratizaron, se popularizaron, se abrieron de par en par. Una batalla crucial se libra aún en los museos para que estos sean de todos y para todos. Finalmente (en uno más de tantos finales), la accesibilidad ha devenido su asignatura en curso, y se empeñan en ella con todas sus fuerzas, bien que menguadas en estos tiempos tan grises. Sin embargo, pese a que la corrección de las deformidades perspectivas y culturales de sus discursos y formatos, la apertura de

sus múltiples barreras y las convocatorias a la participación conformen el leitmotiv de un museo dinámico y moderno, persiste un problema fundamental en el territorio siempre conflictivo y apasionante de la plena accesibilidad y de la cultura. Y ese problema afecta, también, al turismo entendido como fenómeno social y cultural. El último bastión por conquistar en este proyecto de futuro se alza en lograr una plena accesibilidad salvaguardando y enriqueciendo al tiempo las experiencias, ya estéticas, ya intelectuales, de los usuarios. Como en el turismo cultural, los museos tienen como ideal una suerte de síndrome de Stendhal que, como la perfección, no existe, pero ha de ser buscado. Una emoción que refrende el trabajo del museo, que engrandezca el predicamento de la obra o del lugar, que satisfaga al ciudadano que emplea su tiempo máspreciado en acudir a buscarla. Una emoción que neutralice el “peligro” de esas amistades y las predisponga al disfrute: una emoción que haga que las ítacas merezcan la pena.

