



Patrimonio histórico. Aspectos intangibles y valores turísticos

Rafael López Guzmán (Coord.)

un
i Universidad
Internacional
de Andalucía

A *Seminario Permanente
de Patrimonio
Histórico*



www.unia.es



Patrimonio histórico. Aspectos intangibles y valores turísticos

EDITAN:

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE ANDALUCÍA

Monasterio de Santa María de las Cuevas.

Calle Américo Vespucio, 2.

Isla de la Cartuja. 41092 Sevilla

www.unia.es

COORDINACIÓN DE LA EDICIÓN:

Rafael López Guzmán

COPYRIGHT DE LA PRESENTE EDICIÓN:

Universidad Internacional de Andalucía

COPYRIGHT:

Los autores

FECHA: 2011

EDICIÓN: 500 ejemplares

ISBN:

978-84-7993-218-3

DEPÓSITO LEGAL:

MAQUETACIÓN Y DISEÑO: Olga Serrano García

IMPRESIÓN:

Índice

CAPÍTULO I. Seminario Permanente de Patrimonio Histórico. Balance 2010. Rafael López Guzmán.	9
CAPÍTULO II. Patrimonio inmaterial. Definición, clasificación y criterios. Aniceto Delgado Méndez.	15
CAPÍTULO III. El jardín de los sentidos de la Universidad Jaime I. Estética y diseño urbano. Víctor Manuel Mínguez Cornelles.	45
CAPÍTULO IV. La mesa del virrey. Instrucciones sobre el viaje y recibimiento en el Perú. Alfredo J. Morales.	73
CAPÍTULO V. Las ciudades del gourmand. Miguel Ángel Castillo Oreja.	93
CAPÍTULO VI. Sabor a Andalucía. Laura Esquivel.	131
CAPÍTULO VII. El patrimonio de los paisajes de Mágina. José García Vico y Manuel Jesús Sutil García.	139

CAPÍTULO VIII.	169
Los dulces fogones de los ángeles: Monasterio de San Antonio de Baeza. Un ejemplo de patrimonio intangible o inmaterial.	
María F. Moral Jimeno.	
CAPÍTULO IX.	181
El inventario del vino en Málaga.	
José Manuel Moreno Ferreiro.	
CAPÍTULO X.	199
Jornadas “Patrimonio-Turismo: antítesis y complementariedad”.	
Rafael Burgos Lucena.	
CAPÍTULO XI.	211
Sobre los modos de consumo turístico del patrimonio cultural: mitos y realidades.	
Manuel de la Calle Vaquero.	
CAPÍTULO XII.	231
Conservación, turismo cultural y desarrollo sostenible en la Alhambra. El beneficio socioeconómico para la comunidad local: nuevas dimensiones para la reflexión y el análisis.	
María Victoria Chamorro Martínez.	



CAPÍTULO I
Seminario
Permanente de
Patrimonio Histórico.
Balance 2010.

Rafael López Guzmán.

Durante el año 2010, el Seminario Permanente de Patrimonio Histórico ha continuado su andadura con la organización de una serie de jornadas, de cualidad diversa, en un intento de valoración cultural no excluyente y capaz de ir comprendiendo nuestro patrimonio como una realidad poliédrica, con puntos de vista diferentes, pero siempre constructivos.

En el mes de mayo tuvieron lugar unas jornadas centradas en la realidad universitaria de Baeza, atendiendo a su desarrollo histórico y la concreción actual, tanto a nivel académico como de edificios con valor patrimonial integrados en la actual Universidad Internacional de Andalucía. Las conferencias dictadas en esta ocasión se han publicado en un volumen específico.

El curso de verano se impartió entre los días 23 y 27 de agosto bajo el sugerente título de “Patrimonio Intangible: aromas, olores y sabores”. Partíamos de la idea de que el patrimonio histórico no debe limitarse a sus realidades tangibles, como los monumentos y los objetos que se han preservado a través del tiempo. También es necesario abarcar aquellas otras manifestaciones que cada grupo humano ha recibido de sus antepasados y transmite a sus descendientes, a menudo de manera oral. El patrimonio Inmaterial o Intangible constituye, hoy día, una de las parcelas de debate dentro de la clasificación del patrimonio histórico. Su propia conceptualización hace difícil crear un marco específico y su imbricación y confusión con el patrimonio etnológico conlleva, a veces, definiciones confusas. No obstante, es cierto que la valoración del patrimonio material es incompleta sin elementos anexos que configuran la verdadera apreciación estética. Los olores, sabores y aromas relacionados con la gastronomía y sus ingredientes, así como la percepción de los paisajes antropizados, con los jardines o con la naturaleza en su conjunto forman parte del entorno perceptivo y, por tanto, necesario de valorar en el concepto genérico del patrimonio histórico.

Este planteamiento nos llevó a proponer en este curso el encuentro de profesionales que nos mostraron la necesidad de apreciación del patrimonio inmaterial a través de la literatura, los jardines, la historia de nuestros ingredientes gastronómicos o la realidad actual a través de intervenciones teóricas que concluyeron, en varias ocasiones,

con degustaciones de productos enmarcados en su origen, desarrollo y imbricación con la identidad cultural de la sociedad¹. Participaron en el mismo personas de distinta cualidad científica, desde escritores, como Laura Esquivel, a profesores universitarios, sin olvidar las actividades de degustación que tuvieron lugar en la sede del Consejo Regulador de la Denominación de Origen Sierra Mágina en la localidad de Bedmar, en el monasterio de San Antonio de Baeza o las ofrecidas por el Consejo Regulador de las Denominaciones de Origen “Málaga”, “Sierras de Málaga” y “Pasas de Málaga, y la sugerente del conocido Restaurante Juanito de Baeza poniendo de manifiesto la importancia del aceite de oliva en nuestra cocina.

El tercer evento organizado por el Seminario Permanente de Patrimonio Histórico tuvo lugar entre los días 19 y 20 de noviembre donde reunimos bajo el formato de “Diálogos” a un grupo de profesionales que reflexionaron sobre las relaciones entre turismo y patrimonio. El título de las mismas “Patrimonio-Turismo: antítesis y complementariedad” incitaba al debate y a la puesta en común, lo cual se hizo de forma satisfactoria y constructiva en la última sesión.

¹ El programa incluía las siguientes conferencias y actividades:

- Sabor a Andalucía. Laura Esquivel. Escritora.
- Patrimonio inmaterial. Definición, clasificación y criterios. Aniceto Delgado Méndez. Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico.
- Mixtura de sabores: entre Al-Andalus y América. Rafael López Guzmán. Universidad de Granada.
- El jardín de los sentidos de la Universidad Jaime I. Estética y diseño urbano. Víctor Manuel Mínguez Cornelles. Universidad Jaime I.
- La mesa del virrey: instrucciones para el viaje al Perú. Alfredo Morales Martínez. Universidad de Sevilla.
- Visita por el patrimonio oleícola del Guadalquivir (Denominación de Origen Sierra Mágina). Manuel Jesús Sutil García. Asociación de Desarrollo Rural de Sierra Mágina.
- El aceite de oliva en la cocina baezana. Degustación. Juan Luis y Pedro Salcedo Martínez. Restaurante Juanito. Baeza.
- Las ciudades del gourmand. Miguel Ángel Castillo Oreja. Universidad Complutense de Madrid.
- Los dulces fogones de los ángeles. Degustación. Comunidad clarisa del monasterio de San Antonio de Baeza.
- El disfrute de dos sentidos: la vista y el olfato (los vergeles). José Tito Rojo. Universidad de Granada.
- Inventarios del vino en Málaga. José Manuel Moreno Ferreiro. Consejo Regulador de las denominaciones de Origen “Málaga”, “Sierras de Málaga” y “Pasas de Málaga”.

El objetivo de este curso era crear un foro de reflexión y debate en torno a la problemática, siempre candente, de la conservación del patrimonio y la necesidad de interactuar con el turismo.

Las posturas que mantienen los distintos sectores económicos, culturales y la investigación y reflexión teórica no suelen coincidir de forma total, aunque sí en algunos planteamientos genéricos y experiencias particulares. La incidencia del turismo sobre el patrimonio es una constante con valores diversos según puntos de vista, los cuales tienen que obedecer a criterios donde convivan teoría y práctica en un entente de respeto a la conservación y, en paralelo, la puesta en valor atendiendo a parámetros económicos y sociales. El desarrollo de prácticas de convivencia con el patrimonio en todos sus aspectos posibilita un debate abierto y creativo, en evolución y con hitos que signifiquen nuevas reflexiones, sin agotar el debate y evaluando la situación cambiante en beneficio de los ciudadanos.

Para ello contamos con tres especialistas en la materia que nos acercaron al binomio “Patrimonio-Turismo” desde puntos de vista genéricos, sería el caso de Manuel de la Calle Vaquero; atendiendo a la particularidad andaluza, presentación a cargo de Alfonso Fernández Tabales; y, por último, el estudio de un caso más que representativo como sería el conjunto monumental Alhambra y Generalife de Granada, realizado por María Victoria Chamorro². Se cerró este seminario con una mesa redonda donde se debatieron los temas aportados por los conferenciantes con intensa participación del público como queda vigente en uno de los textos incluidos en este libro redactado por Rafael Burgos Lucena. Fue un tiempo marcado por la reflexión, el análisis y la definición de posibilidades de convivencia, sin acuerdos pero con voluntad de entendimiento.

² El programa de conferencias fue el siguiente:

-“Sobre los modos de consumo turístico de patrimonio cultural: mitos y realidades” (Manuel de la Calle Vaquero. Universidad Complutense de Madrid).

-“Turismo y Cultura: Propuestas desde Andalucía” (Alfonso Fernández Tabales. Universidad de Sevilla).

-“Una aproximación al consumo ético del Patrimonio: el equilibrio entre la conservación y el crecimiento turístico en la Alhambra” (María Victoria Chamorro. Patronato de la Alhambra y el Generalife).

Aparte de los cursos reseñados, el Seminario Permanente de Patrimonio ha colaborado con otras iniciativas, bien propuestas propias de la UNIA, o actividades paralelas como el encuentro cultural de Sierra Mágina que tuvo lugar en Pegalajar los días 26 y 27 de noviembre bajo el título “Paisajes de Mágina: entre la tradición y la modernidad” y que supusieron una iniciativa interesante para dar a conocer el patrimonio cultural de esta comarca entre los asistentes.

Colaboración y diseño de actividades como objetivos del Seminario Permanente de Patrimonio Histórico que intenta seguir cimentándose como referente en temas patrimoniales dentro de los ámbitos no solo universitarios sino de la sociedad que vive, degusta, construye y, sobre todo, preserva nuestro legado cultural. En esta línea se edita el presente libro que transfiere a la comunidad parte de los debates, reflexiones y conclusiones llevadas a cabo en las distintas actividades desarrolladas durante el año 2010³.

³ Para completar información sobre el Seminario Permanente de Patrimonio Histórico de la UNIA y estar al día sobre lo realizado y las nuevas propuestas consúltese nuestra página Web: <http://www.unia.es/content/view/1766/780/>



CAPÍTULO II

Patrimonio Inmaterial: definición, clasificación y criterios

Aniceto Delgado Méndez

1. Introducción

La propia evolución del concepto de patrimonio ha ido determinando modelos y criterios metodológicos encaminados a su estudio y análisis. En este proceso las diferentes disciplinas también han desarrollado diversas formas de entender y comprender lo que hoy denominamos “bienes patrimoniales”.

Este irregular camino, ha permitido el desarrollo de diferentes herramientas dirigidas al conocimiento, la protección, la gestión y la difusión del patrimonio cultural, a la vez que nos encontramos con otras miradas que centran su atención en lugares y espacios tradicionalmente ausentes. Estos cambios evidencian en última instancia procesos inacabados en torno al desarrollo y evolución de un concepto de patrimonio que se caracteriza por su dinamismo.

Las miradas dirigidas al mismo, han ido determinando formas de entender la relación entre unos bienes colectivos que pasan a ser representativos no solo de momentos o estilos históricos determinados, sino de colectivos y formas de vida. En este complejo proceso será donde adquiere relevancia la aparición de lo que hoy conocemos como patrimonio inmaterial, entendido el mismo no solo como una herencia del pasado sino como un presente de realidades donde se señalan aspectos tan relevantes como procesos, conocimientos, saberes y prácticas de grupos que nos hablan de procesos históricos, modelos de adaptación y formas de vida.

En la actualidad, el desarrollo del concepto de patrimonio inmaterial y su cada vez mayor aparición en medios de comunicación y otros canales de información, no desvelan la relevancia que este pudiera tener, sino que mas bien reflejan la apropiación y uso que desde determinadas instituciones se hace de algunos de estos bienes.

Asistimos a un nuevo marco en el que el patrimonio inmaterial, lejos de ser reconocido o comprendido como un bien patrimonial, pasa a ser un adjetivo de realidades patrimoniales que no se ajustan a los modelos de análisis tradicionalmente presentes en materia de patrimonio.

Teniendo en cuenta la situación de olvido en la que se encuentran

aquellos referentes del patrimonio inmaterial, llama poderosamente la atención la existencia en los últimos años de un gran número de noticias que inciden en algunos aspectos relativos al mismo. En las páginas que siguen, intentaremos analizar el porqué de estas y otras situaciones, a la vez que trataremos de definir algunos aspectos básicos sobre el significado y la evolución de un patrimonio vivido que define y representa colectivos sociales y formas de vida.

2. El concepto de Patrimonio Inmaterial

Paralelamente a los cambios experimentados en nuestra sociedad, ha ido apareciendo un marco legislativo cuyo eje principal de su discurso es el patrimonio histórico, entendido este, como un legado que supera a la propiedad privada y que enlaza con bienes culturales que valoramos como colectivos y ejemplos de la diversidad cultural.

Esto que pueda parecer un proceso culminado en un corto periodo de tiempo es resultado de más de dos siglos en los que el concepto de patrimonio ha experimentado cambios sustanciales en cuanto a su percepción, su identificación, y el desarrollo de mecanismos encaminados a su protección, conservación y difusión.

En este proceso, junto a la labor de los estados nacionales que pretendían conocer y proteger el patrimonio histórico existente dentro de sus fronteras, aparecen organismos internacionales cuyo objetivo principal será el de velar y promover un articulado en forma de leyes, cartas o recomendaciones que indaguen en la necesaria valorización del mismo. En este marco adquiere especial relevancia la creación de la Unesco y aquellos textos que este organismo ha ido generando en favor del patrimonio histórico, sobre todo a partir de la irreparable pérdida y destrucción de gran parte del patrimonio producido por conflictos bélicos tales como la primera y segunda guerra mundial.

Ante estas situaciones, esta organización, planteó a través de la Convención de La Haya, una serie de medidas para la protección de los Bienes Culturales en caso de conflicto armado. Esta Carta firmada en mil novecientos cincuenta y cuatro extendía las

fronteras del patrimonio del ámbito estatal al mundial, aportando nuevos valores a la necesaria defensa del patrimonio como un bien colectivo.



1. Romería de Cuatrovitas en Bollullos de la Mitación, Sevilla.

En este proceso de cooperación a nivel normativo sobre el patrimonio merece especial atención en relación al desarrollo del propio concepto de patrimonio inmaterial, la Recomendación sobre la Salvaguarda de la Cultura Tradicional y Popular de mil novecientos ochenta y nueve, un valioso intento por parte de la Unesco para crear un instrumento jurídico capaz de proteger todos aquellos elementos que forman parte del patrimonio mundial, incidiendo en la necesidad de defender la cultura “tradicional y popular” definida en este caso como:

“...el conjunto de creaciones que emanan de una comunidad cultural fundada en la tradición, expresadas por un grupo o por individuos y que reconocidamente responden a las expectativas de la comunidad en cuanto expresión de su identidad cultural y social; las normas y los valores se transmiten oralmente, por imitación o de otras maneras. Sus formas comprenden, entre otras, la lengua, la literatura, la música, la danza, los juegos, la mitología, los ritos, las costumbres, la artesanía, la arquitectura y otras artes”.

Esta Recomendación, manifiesta la necesidad -tal y como recoge años atrás la Comisión Franceschinni- de defender el patrimonio intangible, añadiendo que este forma parte de una colectividad determinada y que por tanto es un referente identitario a valorar y proteger, más allá de los valores otorgados como ejemplo de un patrimonio material de mayor o menor antigüedad.



2. Mercado en la romería del Cristo del Paño de Moclin, Granada

Más cercano en el tiempo, bienes patrimoniales tales como los rituales, la tradición oral, las artesanías, y otros elementos del patrimonio inmaterial o intangible, aparecen específicamente definidos por la Unesco (2001) en un texto que dice así:

“Podría definirse el patrimonio intangible como el conjunto de formas de cultura tradicional y popular o folclórica, es decir, las obras colectivas que emanan de una cultura y se basan en la tradición. Estas tradiciones se transmiten oralmente o mediante gestos y se modifican con el transcurso del tiempo a través de un proceso de recreación colectiva. Se incluyen en ellas las tradiciones orales, las costumbres, las lenguas, la música, los bailes, los rituales, las fiestas, la medicina tradicional y la farmacopea, las artes

culinarias y todas las habilidades especiales relacionadas con los aspectos materiales de la cultura, tales como las herramientas y el hábitat”.

En el estado español, y como resultado de las transformaciones socioeconómicas también encontramos una legislación en materia patrimonial que refleja los intereses y la percepción que se iba teniendo sobre el concepto de patrimonio y su vinculación con la sociedad. Será en el mes de junio de mil novecientos ochenta y cinco cuando tenga lugar la aprobación definitiva de la Ley del Patrimonio Histórico Español, aparato legislativo que sigue vigente.

Sin dejar atrás el buen hacer de la Ley 16/ 1985 sobre el Patrimonio Histórico Español, sería necesaria su adaptación a los nuevos contextos y a los nuevos criterios generados en torno al propio concepto de patrimonio cultural. La revisión por tanto de este documento legislativo se plantea como un objetivo primordial a la hora de establecer criterios que afecten de una u otra forma a los bienes patrimoniales del estado español. Asimismo sería necesario el desarrollo de planes interadministrativos y sectoriales sobre el patrimonio cultural, de forma que tanto el estado como las comunidades autónomas tuvieran objetivos, criterios y metodologías similares a la hora de proceder a intervenir en unos u otros bienes.

La descoordinación entre administraciones estatales, autonómicas o locales sobre el patrimonio cultural y su gestión, no es único ni exclusivo del patrimonio inmaterial, y en cierta manera genera controversias y dificulta el acercamiento entre la sociedad civil y su patrimonio.

Junto a este hecho, encontramos otro problema y es la continua división existente en los documentos legislativos a la hora de definir el patrimonio cultural como bienes muebles o inmuebles. Afortunadamente la Ley del Patrimonio Histórico Español de 1985, será el primer instrumento legislativo que intenta romper con esa división, a la vez que define por vez primera el patrimonio etnológico, hecho este que supone un primer acercamiento al patrimonio inmaterial.

Con relación a todo este proceso aparece también desarrollado el concepto de “cultura tradicional”, entendida como aquello que inconscientemente es transmitido como una seña de identidad de una determinada colectividad y que le da sentido a la sociedad en un momento dado, abandonando así la idea de “tradicional” como sinónimo de arcaico, atraso y otros.

En el articulado por tanto de la ley 16/ 1985, el elemento más significativo de esta norma con relación al patrimonio inmaterial, será la aparición junto a los bienes muebles e inmuebles de “*los conocimientos y actividades que son o han sido expresión relevante de la cultura tradicional del pueblo español...*”.



3. *Elaboración tradicional de ladrillo en Écija, Sevilla*

Estrechamente relacionado con este nuevo marco, debemos señalar la importancia que para el patrimonio inmaterial ha tenido la descentralización del estado español y la nueva distribución territorial mediante comunidades autónomas. Esta nueva realidad,

afectará al patrimonio en la medida que las comunidades autónomas, comenzarán a tener competencias en esta materia.

Además del reconocimiento de autonomía política, en este proceso adquiere relevancia la defensa por parte de las nuevas administraciones de sus características culturales y por tanto de su identidad, tal y como aparece recogido en los diferentes estatutos autonómicos.

Para el caso de Andalucía, podemos destacar por ejemplo, el artículo número diez del estatuto de autonomía, donde se desarrollan los objetivos básicos de la comunidad autónoma y dentro del cual se define *“El afianzamiento de la conciencia de identidad y de la cultura andaluza a través del conocimiento, investigación y difusión del patrimonio histórico, antropológico y lingüístico”*.

En este sentido, debemos mencionar también el artículo número sesenta y ocho del estatuto, dedicado a Cultura y Patrimonio y donde se determina que *“Corresponde asimismo a la Comunidad Autónoma la competencia exclusiva en materia de conocimiento, conservación, investigación, formación, promoción y difusión del flamenco como elemento singular del patrimonio cultural andaluz”*.

El interés por parte de las comunidades autónomas, plantea por tanto un nuevo marco respecto al interés por los bienes patrimoniales y la necesidad de redactar documentos legislativos que se acerquen a su protección y gestión. En Andalucía, este interés ha sido plasmado en la Ley 1/1991 y posteriormente en la Ley 14/2007 del 26 de noviembre. El desarrollo de estos documentos pone de manifiesto la importancia de un patrimonio que según la legislación actualmente vigente, *“constituye la expresión más relevante de la identidad del pueblo andaluz, testimonio de la trayectoria histórica de Andalucía y manifestación de la riqueza y diversidad cultural que nos caracteriza en el presente”*.



4. *Fiesta de la Virgen de los Rondeles en Casarabonela, Málaga*

Al hilo de estas y otras motivaciones, han ido surgiendo diferentes legislaciones en materia de patrimonio cultural y entre los principales aportes de estas legislaciones se encuentra la consideración relevante que se da al patrimonio etnológico o etnográfico, y dentro de esta consideración a los bienes intangibles; es decir a los conocimientos, rituales, tradiciones orales, etc, no siempre fáciles de documentar y proteger pero que son tomados en muchos casos como manifestaciones preferentes de estas mismas identidades.

Entre los documentos existentes de mayor interés sobre el concepto de patrimonio inmaterial, debemos destacar la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial (2003), texto redactado por la Unesco y donde define el patrimonio inmaterial como el conjunto de *“Usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas -junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes- que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural”*.

En este mismo documento la Unesco realiza una clasificación del patrimonio inmaterial y define cinco categorías: tradiciones

y expresiones orales, artes del espectáculo, prácticas sociales, rituales y festividades, conocimientos y prácticas relacionados con la naturaleza y el universo, y técnicas propias de la artesanía tradicional.



5. Alfarería en Lucena, Córdoba

Desde otros ámbitos, también se han realizado importantes aportaciones no solamente desde el punto de vista teórico sino también desde el desarrollo práctico de actuaciones dirigidas al patrimonio inmaterial. Dentro de estas últimas destacamos las propuestas realizadas por el Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional de Brasil (IPHAN), organización con una trayectoria consolidada respecto de la investigación en materia patrimonial y sobre manifestaciones y expresiones de carácter inmaterial. Prueba de esto último es el desarrollo herramientas tales como el registro de bienes culturales de naturaleza inmaterial donde encontramos una importante documentación sobre determinados bienes patrimoniales.

Junto a la descripción de los bienes registrados, resulta de enorme interés el desarrollo de herramientas encaminadas a la salvaguarda del patrimonio inmaterial brasileño, y la puesta en marcha por tanto de acciones destinadas al apoyo y fomento de las actividades inventariadas. La metodología empleada a la hora de documentar estos bienes, pone de manifiesto la necesidad de establecer criterios acerca de nuevos contextos y realidades hasta

ahora escasamente valorados desde las disciplinas que se acercan al patrimonio cultural.

Desde el IPHAN y con relación al patrimonio inmaterial, se establecen cuatro categorías de registro, dentro de las cuales se encuentran las Celebraciones, los Saberes, las Formas de Expresión y otra categoría denominada Lugares y que resulta interesante pues permite vincular espacios con el desarrollo de manifestaciones, procesos y actividades.



6. Detalle de pajar y era en Arroyomolinos de León, Huelva

Estas y otras iniciativas encaminadas a la puesta en marcha de proyectos sobre el patrimonio inmaterial, vienen a llamar la atención sobre determinados valores hasta ahora no identificados, poniendo de manifiesto a su vez que el patrimonio más allá de su dimensión material, contiene un amplio abanico de valores que nos hablan de colectivos sociales, de formas de vida, de procesos, de conocimientos y saberes y otros elementos que se consideran indispensables a la hora de comprender los bienes en su totalidad y complejidad.

El carácter inmaterial asociado al patrimonio cultural señala la necesaria puesta en marcha de mecanismos que garanticen el conocimiento y análisis de unos bienes que se caracterizan por su dinamismo, su diversidad y complejidad. La puesta en marcha de una metodología específica que incida en los valores de carácter

inmaterial del patrimonio, se convierte por tanto en un objetivo prioritario si queremos abordar el mismo.

Los enfoques dirigidos al patrimonio cultural han sido dirigidos en la mayoría de las ocasiones a los aspectos materiales y los valores artísticos y han obviado tradicionalmente los significados de que esos bienes tienen o han tenido para los colectivos que les han dado o dan vida.

Asistimos por tanto a un contexto en el que se procede desde diferentes ámbitos (académicos, administrativos, etc...) al debate sobre el significado del patrimonio inmaterial o mejor dicho a la necesidad de tener en cuenta valores que amplíen la mirada sobre el patrimonio. Construir en definitiva un discurso que permita el análisis de las realidades, los procesos y contextos generados en torno a los bienes culturales.

Lejos de acercarnos a un “nuevo patrimonio”, cuando nos referimos al patrimonio inmaterial, valoramos aspectos anteriormente olvidados y refrescamos la manera en como abordamos el conocimiento y análisis de los bienes patrimoniales.

3. El Patrimonio inmaterial en el Estado Español.

La ratificación por parte del estado español de la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial (2003) en el dos mil seis, supone un importante avance respecto de la necesidad de emprender mecanismos encaminados al conocimiento y salvaguarda del patrimonio inmaterial, sin embargo a día de hoy, salvo las Jornadas desarrolladas en Teruel en el 2009 sobre la importancia de este patrimonio, pocos han sido los resultados y los proyectos dirigidos a la consolidación no solamente del concepto de patrimonio inmaterial sino a su desarrollo como herramienta de documentación y gestión.

En este sentido solamente podemos destacar algunos proyectos aislados llevados a cabo por algunas comunidades autónomas, y otras instituciones, dentro de las cuales debemos destacar a diferentes grupos de desarrollo local que desempeñan una importante labor en la salvaguarda del patrimonio inmaterial.

La falta de políticas comunes, pone de manifiesto la escasa atención prestada al patrimonio inmaterial a nivel de planes nacionales, e inciden en la nula preocupación por los elementos que lo conforman.

Esta situación sin embargo es diferente si analizamos las líneas de actuación de otras administraciones. En este sentido debemos destacar la realización por parte de la comunidad autónoma de Andalucía del Atlas del Patrimonio Inmaterial, un proyecto que veremos más adelante y que supone un importante avance en materia de patrimonio inmaterial, tanto desde el punto de vista teórico como metodológico.

La puesta en marcha de proyectos de este tipo y la suma de otras investigaciones realizadas por otras entidades, deberían servir para la programación de planes que incidieran en todo aquello que rodea al patrimonio inmaterial, incidiendo tanto en las propuestas de salvaguarda, como en el análisis de los problemas que rodean a un patrimonio que esta vivo y es vivido, y por lo tanto construido y transformado continuamente.

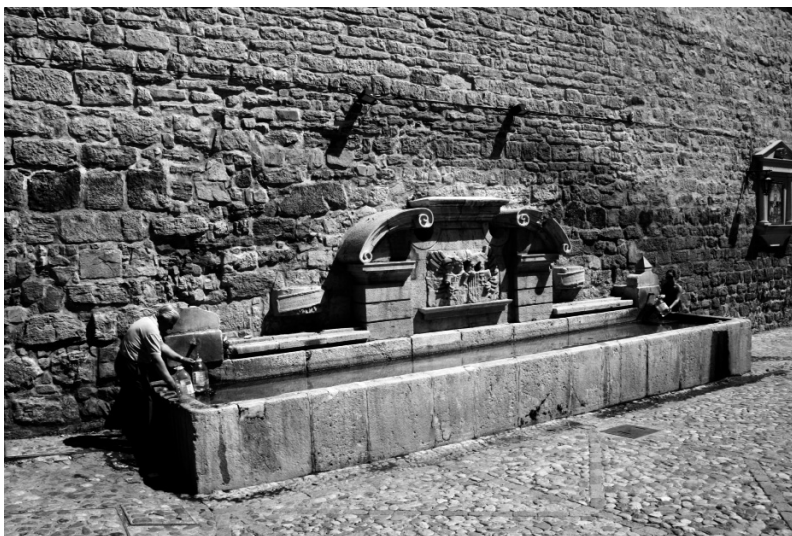
Sería necesario además que las aportaciones sobre el patrimonio inmaterial, no se centren única ni exclusivamente en ámbitos como los rituales festivos o los oficios por poner algunos ejemplos sino que también prestarán atención a los valores inmateriales presentes en los bienes muebles e inmuebles.

En la mayoría de las ocasiones, al plantear modelos en torno al conocimiento y gestión del patrimonio inmaterial, obviamos que este también cuenta con un soporte material. La desvinculación de uno y otro constituye un error demasiado repetido que nos lleva a establecer divisiones que nos pueden ayudar desde el punto de vista analítico pero que se aleja de su práctica y sus modelos de transmisión.

Los criterios desarrollados en torno al patrimonio inmaterial muestran en un gran número de ocasiones la complejidad de este patrimonio pero además indican el desconocimiento existente sobre prácticas, saberes y expresiones, sentimiento y modelos que nos hablan de permanencias y transformaciones, de tradición

y cambio, de pasado y presente, en definitiva de colectivos cuyo principal eje vertebrador es la diversidad cultural.

La división entre bienes muebles e inmuebles, actividades de interés etnológico, patrimonio documental y bibliográfico y otros términos derivados de la legislación existente en materia de patrimonio cultural incide directamente en el establecimiento de campos de estudio cerrados donde la interdisciplinariedad es un objetivo prácticamente inalcanzable. En este marco, la aparición de “nuevos” patrimonios, también conocidos en determinados ámbitos como “patrimonios emergentes”, definen la necesidad de modelos de análisis diferenciados de los tradicionalmente presentes y formulan un elevado número de interrogantes acerca de los documentos legislativos existentes en materia patrimonial.



7. Fuente de la Alameda, Jaén.

La materialidad o inmaterialidad del patrimonio, deberá ser entendida no como aspectos diferenciados sino como partes de un todo que nos permite entender el bien en su conjunto. La suma de valores no debe dificultar la lectura de los bienes patrimoniales sino que más bien nos debe permitir descifrar desde diferentes perspectivas la riqueza de elementos que lo componen.

4. El atlas del Patrimonio inmaterial de Andalucía

Como indicábamos en páginas anteriores, la escasez de proyectos dirigidos al registro o el análisis de los bienes de carácter inmaterial no responde a la difusión que se realiza de algunos de estos en los medios de comunicación. La apuesta incluso de algunos territorios por el patrimonio y el turismo cultural, ha traído como consecuencia propuestas desde el punto de vista turístico y como no, económico, de los rituales, las artesanías y otros bienes de carácter material que representan una “tradición ancestral” que se aleja del “mundo urbano” y que por tanto se encuentra en su estado “original”.

Un claro ejemplo de esto lo constituye la creación en los últimos años, de un gran número de museos etnográficos que anclados en la melancolía, recrean escenas y acumulan objetos de tiempos pasados. En las últimas décadas la creación de museos de esta tipología en todas las comunidades autónomas ha puesto de manifiesto la necesidad de vehicular estrategias que permitan un acercamiento a un patrimonio que normalmente solo ha sido tenido en cuenta como un recurso económico.

La realidad por tanto de proyectos dirigidos al patrimonio inmaterial con unos objetivos claramente definidos, y con una metodología específica de aplicación pasa por ser más una utopía que una realidad, si analizamos en conjunto las estrategias de las diferentes comunidades autónomas o las perseguidas por el estado central.

Dentro de este panorama sin embargo, debemos de destacar un proyecto desarrollado conjuntamente entre el Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico y el Centro de Estudios Andaluces y que recibe el nombre de Atlas del Patrimonio Inmaterial de Andalucía.

Modelado desde hace varios años, este proyecto cuenta ya con dos de las tres fases de trabajo de campo realizadas y debe ser destacado entre otros motivos por tratarse de un magnífico intento por registrar la riqueza de expresiones de carácter inmaterial existentes en Andalucía.



8. *Procesión marinera de la Virgen del Carmen en Barbate, Cádiz*

El desconocimiento de este tipo de bienes y la necesidad de conocer aspectos relevantes de una cultura que se transforma a un ritmo acelerado, motivan la puesta en marcha de un trabajo de investigación no realizado hasta el momento a la vez que manifiesta la necesidad de emprender acciones desde el punto de vista metodológico sobre unos bienes escasamente valorados.

Sin duda uno de los valores principales de este proyecto, ha sido no solamente el registro de bienes de carácter inmaterial sino el desarrollo de una metodología que permite no solamente inventariar estos bienes sino que además se puedan realizar planes de salvaguarda, análisis territoriales de los elementos registrados, y otras propuestas que van más allá de la descripción de un patrimonio diverso y complejo.

Como resume Carrera, G¹ el Atlas del Patrimonio Inmaterial de Andalucía, *“tiene como finalidad registrar, documentar y difundir el patrimonio cultural andaluz como medio eficaz para valorizar sus elementos más vivos y dinámicos, y sensibilizar así a la sociedad en general y a los colectivos implicados. Un patrimonio inmaterial constituido por procesos, saberes y técnicas, rituales*

¹ CARRERA DÍAZ, Gema. “Atlas del Patrimonio Inmaterial de Andalucía. Puntos de partida, objetivos y criterios técnicos y metodológicos”. En Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico, número 71, 2009.

festivos, tradición oral, modos de expresión... entendiendo que la documentación y la difusión de sus valores pueden ser las formas más apropiadas de salvaguardarlo sin alterar la dinámica cultural que lo produce”.

Estos objetivos por tanto inciden en el análisis de unos bienes cuyas características principales son el ser referentes culturales, en continua transformación y reflejo de procesos que afectan a los diferentes colectivos andaluces.

Según se desprende del análisis de este proyecto, uno de los aspectos más interesantes, ha sido el diseño de fichas que ayuden al registro y categorización de los diferentes ejemplos de patrimonio inmaterial existentes en Andalucía. Teniendo como base la tipología realizada por la Unesco en la Convención de 2003, el Atlas establece cuatro ámbitos de trabajo: los rituales festivos, los oficios, los modos de expresión significativos y la alimentación.



9. Elaboración “comida de pobres” en romería de la Virgen de la Peña en Puebla de Guzmán, Huelva

Estos ámbitos de trabajo tienen modelos diferentes de registro aunque en ningún momento aparecen como compartimentos aislados, sino más bien todo lo contrario. La imbricación de unos y otros, permiten interrelacionar la información a la vez que

establecer conexiones entre los diferentes ámbitos. El análisis por ejemplo de rituales tan significativos como la Semana Santa, define la necesidad de conocer aquellos oficios relacionados con esta actividad. Orfebres, bordadores, carpinteros, y otros, manifiestan la importancia de un momento festivo a la vez que llama la atención sobre procesos, técnicas y saberes que intervienen directamente en el desarrollo del mismo.

El conocimiento de los ciclos festivos, el análisis de los procesos de adaptación y las técnicas y conocimientos empleados en los mismos, la necesidad de prestar atención a determinados ejemplos de tradición oral ausentes de las dinámicas actuales de transmisión, el registro de sistemas culinarios basados en los aprovechamientos del entorno, y otros aspectos, revelan la necesidad de llevar a cabo un proyecto de esta envergadura, a la vez que sirve de ejemplo para otros proyectos en otros territorios.

El Atlas del Patrimonio Inmaterial de Andalucía, permitirá por tanto junto al conocimiento, registro y difusión, la posibilidad de generar propuestas de salvaguarda de unos bienes patrimoniales que en la actualidad y desde el punto de vista de la protección, son casi inexistentes.

Al igual que sucede con los bienes inmuebles y muebles de interés etnológico, donde en Andalucía representan desde el punto de vista de su protección un porcentaje mínimo, las expresiones más significativas del patrimonio inmaterial, continúan siendo desconocidas y obviadas desde la administración cultural.



10. *Detalle Cruz en Dalías, Almería*

Como prueba de ello, y para un mejor análisis de los bienes patrimoniales de carácter etnológico incoados o inscritos en Andalucía, presentamos dos tablas con algunos datos referentes a la denominación del bien, las fechas de incoación o inscripción, o el lugar donde se localizan.

Dentro de la legislación autonómica andaluza en materia de patrimonio, existe una figura de protección que recibe el nombre de Lugares de Interés Etnológico. Según la definición que encontramos en la ley 14/2007 de 26 de noviembre del Patrimonio Histórico Andaluz, estos serían *“aquellos parajes, espacios, construcciones o instalaciones vinculados a formas de vida, cultura, actividades, y modos de producción propios del pueblo andaluz, que merezcan ser preservados por su relevante valor etnológico”*.



11. *Azucarera Nuestra Señora del Rosario en Salobreña, Granada*

Sin duda alguna, esta figura de protección incide claramente en la importancia de bienes inmuebles pero a su vez llama la atención sobre la necesidad de tener en cuenta los valores inmateriales, valores que son en última instancia los que determinan la importancia de un espacio u otro.

En la actualidad el número de Lugares de Interés Etnológico que aparecen incoados o inscritos en el Catálogo General del Patrimonio Histórico Andaluz son trece y como observamos en la tabla siguiente, hay espacios vinculados al uso habitacional, otros que hacen referencia a oficios y también lugares estrechamente relacionados con los aprovechamientos del medio a través de técnicas tradicionales.

Lugares de Interés Etnológico de Andalucía.²

Denominación del bien	Provincia	Municipio	Fecha
Corral de la Encarnación	Sevilla	Sevilla	14/03/1995
Fábrica de vidrio La Trinidad	Sevilla	Sevilla	04/09/2001
Dique de Matagorda	Cádiz	Puerto Real	19/12/2001
Huerta de Pegalajar	Jaén	Pegalajar	04/09/2001
La Chanca	Cádiz	Conil de la Fra.	07/06/2002
Corral de San José	Sevilla	Sevilla	02/07/2003
Huerta Noble	Huelva	Isla Cristina	18/12/2003
Fábrica de Harinas Nuestra Señora del Rosario	Jaén	Fuerte del Rey	26/02/2004
Azucarera Nuestra Señora del Rosario	Granada	Salobreña	28/10/2008
Caleras	Sevilla	Morón de la Fra.	14/07/2009
El Ruedo y Conjunto hidráulico de La Laguna	Huelva	Cañaveral de León	14/04/2009
Antigua Posada	Córdoba	Hornachuelos	13/10/2009
Molinos mareales	Huelva	Varios	11/06/2010

² La información aquí mostrada esta actualizada hasta el mes de diciembre de 2010.

Junto a los Lugares de Interés Etnológico, debemos destacar la existencia de otras figuras de protección en la Ley 14/2007 cuya base de aplicación guardan relación con la definición y significados del patrimonio inmaterial.

En el Título sexto de la citada ley, dedicado al patrimonio etnológico, se define que este se encuentra formado por *“los parajes, construcciones, espacios, construcciones o instalaciones vinculadas a formas de vida, cultura, actividades, y modos de producción propios del pueblo andaluz”*. Asimismo, se establece en el mismo título que *“la inscripción de una actividad de interés etnológico en el Catálogo General del Patrimonio Histórico Andaluz podrá incluir la protección de un ámbito territorial vinculado a su desarrollo, y de los bienes muebles que se le asocien”*.

Si analizamos el articulado de este documento legislativo, observaremos como en el mismo se establece la importancia de los espacios vinculados a las actividades de interés etnológico pero sin embargo en ningún momento aparecen estas definidas. Resulta significativo el desarrollo de un documento que presta atención a lo material y lo inmaterial pero que no define en ningún momento al segundo.

Desde el punto de vista de lo que entendemos como patrimonio inmaterial, aparecen dentro de la Ley 16/ 2007 las actividades de interés etnológico como uno de los pocos referentes a los valores de carácter inmaterial de un patrimonio que continua dirigiendo la atención a los bienes muebles e inmuebles.

En la siguiente tabla observamos las actividades de interés etnológico incoadas o inscritas en el Catálogo General del Patrimonio Histórico Andaluz. En esta tabla encontramos tanto rituales festivos como la Cabalgata de Reyes Magos de Higuera de la Sierra (Huelva), como ejemplos de oficios como la Carpintería de Ribera (Coria del Río y Málaga).



12. Danza de espadas en romería de San Benito en el Cerro de Andévalo, Huelva

Actividades de interés etnológico protegidas en Andalucía.

Denominación del bien	Provincia	Municipio	Fecha
Carpintería de Ribera	Sevilla	Coria del Río	12/09/2003
Carpintería de Ribera	Málaga	Málaga	19/02/2008
Fiesta de Verdiales	Málaga	Varios	28/12/2009
Danzas rituales	Huelva	Varios	12/04/2010
Cabalgata de Reyes Magos	Huelva	Higuera de la Sierra	10/06/2010

El escaso número de actividades de interés etnológico protegidas en la actualidad vuelve a poner de manifiesto la necesaria puesta en marcha de estrategias que definan un nuevo panorama respecto de unos bienes escasamente valorados. La peculiar situación de desigualdad de estos bienes, deberían motivar sin duda alguna un debate que reflexionara sobre la inexistencia de unos valores, los inmateriales, dentro del conjunto de elementos que conforman el patrimonio cultural andaluz.

Ante esta realidad, el Atlas del Patrimonio Inmaterial de Andalucía, se convierte en una importante herramienta para el conocimiento del patrimonio cultural de Andalucía y la elaboración de propuestas de salvaguarda de unos bienes con una realidad claramente diferenciada de los modelos y criterios establecidos hasta el momento.

Aún sabiendo de la complejidad y diversidad de expresiones de carácter inmaterial encontradas en Andalucía, creemos que la riqueza de las mismas y su conocimiento, deben formar parte de las estrategias encaminadas al análisis de un territorio donde el patrimonio no debe ser entendido únicamente en claves de mercado y bajo el paraguas del denominado “turismo cultural” sino como un texto que nos habla de procesos, colectivos, experiencias compartidas y formas de vida.



13. Encuentro de Cuadrillas de ánimas en Vélez-Rubio, Almería

Los resultados del Atlas del Patrimonio Inmaterial de Andalucía, serán claves a la hora de comprender las realidades de nuestra comunidad, a la vez que nos permitirá establecer áreas culturales y tener una visión de conjunto de las expresiones culturales y los valores inmateriales inherentes a las mismas.

5. Reflexiones finales

La diversidad de bienes patrimoniales existentes, y la necesidad de actualizar todos los aspectos que rodean a su conocimiento, protección, gestión y difusión, continúan planteando interrogantes sobre los modelos utilizados hasta el momento.

Las realidades que rodean al patrimonio y las miradas dirigidas sobre el mismo, deben construir estrategias donde el valor inmaterial no sea un mero adjetivo de uso sino más bien un modelo de análisis e interpretación de unos bienes que simbolizan y definen a colectivos que usan y modifican a la vez que construyen realidades compartidas.

El patrimonio inmaterial por tanto no debe ser comprendido de manera aislada sino como resultado de un conjunto de valores donde aparecen entrelazados tanto los bienes de naturaleza mueble como los de inmueble.

La división entre material e inmaterial, continua siendo una ecuación que plantea un gran número de interrogantes, a la vez que incide en la necesidad de cambiar los modelos desarrollados por las disciplinas que se acercan a la investigación del patrimonio cultural.

Nos encontramos ante circunstancias y realidades que inciden en la necesidad de proceder al desarrollo de otras miradas sobre un patrimonio que además de estar vivo, se convierte en un referente identitario que define a colectivos donde la tradición se muestra en clave de presente más que en un reducto del pasado.

En este sentido, debemos destacar la existencia cada vez mayor de asociaciones, grupos y colectivos de diferente índole que actúan

en defensa de un patrimonio que es colectivo y que representa de una u otra manera experiencias vividas y por lo tanto compartidas.

El patrimonio cultural por tanto, debe ser analizado teniendo en cuenta no solo los valores materiales sino también los inmateriales. Este proceso, sin duda alguna complejo, nos permitirá una mejor comprensión de los bienes culturales, entendidos como resultado de realidades que integran conocimientos, procesos y saberes interpretados y valorados colectivamente.

La importancia de lo inmaterial no radica únicamente en la posibilidad de descifrar el sentido y significado de un bien patrimonial, sino en definir los modelos que permiten su transmisión y continuidad.

La inmaterialidad o intangibilidad del patrimonio no responde a definiciones de un patrimonio invisible e inabarcable sino todo lo contrario. Cuando hablamos de lo inmaterial, hacemos referencia a procesos que constituyen y revelan valores que van más allá de la naturaleza material de un bien determinado.

Construir un concepto de patrimonio donde aparezcan entremezclados los valores materiales e inmateriales, se convierte en un objetivo prioritario a la hora de comprender la importancia de los bienes culturales y los procesos de construcción de los mismos.

El patrimonio cultural, se convierte en un bien colectivo donde se reflejan directa o indirectamente valores que, en su análisis, nos ayudan a comprender la relevancia de inmuebles, muebles y actividades que comparten un pasado y que sin duda alguna formulan textos sobre una realidad compleja.

Definir los bienes que conforman el patrimonio inmaterial e indicar la importancia que tienen las expresiones, las actividades, los procesos, los conocimientos y saberes, presentes en manifestaciones tales como los rituales festivos, los oficios artesanos, la tradición oral o la alimentación, se convierten en un objetivo fundamental a la hora de comprender los colectivos que las reproducen y la importancia de unos valores que definen experiencias y formas de vida.

La aparición del concepto de patrimonio inmaterial en las diferentes ventanas de información, lejos de quedarse en la presentación folclorista de diferentes bienes patrimoniales, debería incidir en la necesidad de conocer un patrimonio cercano pero que a la misma vez es continuamente obviado.

Tradicición, continuidad, transmisión, colectivos, oralidad, y otros aspectos, definen un patrimonio, el inmaterial, que debería ser entendido no como un reflejo del pasado, sino como una reflexión del presente más cercano.

6. Bibliografía

AGUDO TORRICO, Juan. "Cultura, patrimonio etnológico e identidad". En *Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico*. Granada: Editorial Comares, 1998.

AGUDO TORRICO, Juan. Romerías, ferias y fiestas. Significados y funciones de las fiestas andaluzas. En CANO GARCÍA, Gabriel (dir.) *Conocer Andalucía: gran enciclopedia andaluza del siglo XXI*. Sevilla: Tartessos, 2000-2002, v. VI, pp. 256-303.

AGUILAR CRIADO, Encarnación. *Cultura popular y folklore en Andalucía (Los orígenes de la Antropología)*. Sevilla: Diputación Provincial, 1990.

ALONSO FERNÁNDEZ, Alberto; CRUZ CASADO, Antonio y MORENO MORENO, Luis. *El romancero cordobés de tradición oral*. Córdoba: Ediciones Séneca, 2003.

BRISSET, Demetrio. *Fiestas de moros y cristianos en Granada*. Granada: Diputación Provincial, 1988.

CARO BAROJA, Julio. *El carnaval. Análisis histórico-cultural*. Madrid: Editorial Taurus, 1985 (Primera edición, 1965).

CARRERA DÍAZ, Gema. "Atlas del Patrimonio Inmaterial de Andalucía. Puntos de partida, objetivos y criterios técnicos y metodológicos". En *Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico*, número 71, 2009.

CRESPIAL. Estado del Arte del Patrimonio Cultural Inmaterial. Cusco, 2008.

DELGADO MÉNDEZ, Aniceto. "Patrimonio intangible e inventarios: el inventario de rituales de Extremadura". En Cuaderno Técnico *Antropología y patrimonio: investigación, documentación e intervención*. Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico, 2003.

DELGADO MÉNDEZ, Aniceto. "Las fiestas de Cruces de Mayo: entre el pasado y el presente". En DELGADO MÉNDEZ, Aniceto. *Actas I Jornadas de Cruces de Mayo de la provincia de Huelva*. Huelva: Excmo. Ayuntamiento de la Palma del Condado, 2007.

DELGADO MÉNDEZ, Aniceto. "La patrimonialización de un territorio a través de los museos etnográficos: el caso de Extremadura". En *Patrimonios Culturales y museos: más allá de la Historia y el Arte*. País Vasco: Universidad del País Vasco, 2007.

FERNÁNDEZ DE PAZ, Esther; FERNÁNDEZ ROMERO, María Isabel; ISLA PALMA, Cristina y FELIZÓN ROBLES, Paula. *Fondo Andaluz de Recuperación del Conocimiento Artesano*. Sevilla: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, 2005.

FERNÁNDEZ DE PAZ, Esther. "La documentación y protección de las artesanías como actuaciones sobre el patrimonio etnográfico". En AGUILAR CRIADO, Encarnación (Coord.). *Patrimonio Etnológico. Nuevas Perspectivas en el Estudio*. Sevilla: Consejería de Cultura, Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico, 1999, pp. 170-191.

GONZÁLEZ TURMO, Isabel. *Comida de rico, comida de pobre. Evolución de los hábitos alimenticios en el Occidente andaluz*. Sevilla: Universidad de Sevilla. Secretariado de publicaciones, 1995.

JIMÉNEZ DE MADARIAGA, Celeste. *Más allá de Andalucía. Reproducción de devociones andaluzas en Madrid*. Sevilla: Fundación Blas Infante, 1997.

JIMÉNEZ DE MADARIAGA, Celeste. Danzantes y Afines. La Danza de los Cascabeleros de Alosno. *Revista de Dialectología y Tradiciones Populares*. Vol. 61. Núm. 1, 2006, pp. 157-178.

LIMÓN DELGADO, Antonio. Las danzas religiosas masculinas en el Andévalo (Huelva). En *Narría: Estudios de artes y costumbres populares*, nº 81-84, 1998, pp. 90-106.

MARCOS ARÉVALO, Javier. "La tradición, el patrimonio y la identidad". *Revista de Estudios Extremeños*, Nº 3. Badajoz: Diputación Provincial de Badajoz, 2004.

MORENO NAVARRO, Isidoro. *Las hermandades andaluzas. Una aproximación desde la Antropología*. Sevilla: Universidad de Sevilla, 1974.

MORENO NAVARRO, Isidoro. La Identidad Andaluza. En CANO GARCÍA, G. (dir.) *Conocer Andalucía: Gran enciclopedia andaluza del siglo XXI*. Sevilla: Tartessos, 2000-2002, v. VI.

MORENO NAVARRO, Isidoro. “Fiestas Andaluzas en la Globalización”. En AA.VV. *Enciclopedia General de Andalucía* (15 Volúmenes). Málaga: C&T Editores, 2004-07, v. 15, pp. 3356-3357.

QUINTERO MORÓN, Victoria. El patrimonio inmaterial: ¿intangible? Reflexiones en torno a la documentación del patrimonio oral e inmaterial. En HERNÁNDEZ LEÓN, Elodia y QUINTERO MORÓN, Victoria (Coords.). *Antropología y Patrimonio: investigación, documentación y difusión*. Sevilla: Consejería de Cultura, Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico, 2003.

RODRÍGUEZ BECERRA, Salavador. (dir.). *Guía de fiestas populares de Andalucía*. Sevilla: Consejería de Cultura, Junta de Andalucía, 1982.

UNESCO. *Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial*. París, Octubre, 2003.

VV.AA. *Guía para la puesta en valor del patrimonio rural*. Sevilla: Consejería de Agricultura y Pesca/Junta de Andalucía, 2000.

VV.AA. *La salvaguarda del Patrimonio Inmaterial. Conclusiones de las Jornadas sobre protección del Patrimonio Inmaterial*. Teruel: Ministerio de Cultura, 2009.

VV.AA. “El patrimonio inmaterial a debate”. En: VV. AA. *Patrimonio Cultural de España*, nº 0. Madrid: Ministerio de Cultura, 2009, pp. 42-195.



CAPÍTULO III
El Jardín de los
Sentidos de la
Universidad Jaume I.
Estética y diseño
urbano

Víctor Mínguez

A mi jardinera.

Nadie duda de que los jardines formen parte del patrimonio de la humanidad, pero resulta más difícil clasificarlos en alguno de sus distintos ámbitos. Son patrimonio histórico, artístico, urbanístico y natural a la vez. Son también las creaciones humanas más vinculadas al disfrute de los cinco sentidos corporales: la vista, el olfato, el gusto, el tacto y el oído. Atendiendo a su relación con los cinco sentidos, podemos considerarlos igualmente patrimonio tangible –podemos verlos, pasearlos, tocarlos e incluso saborearlos- y patrimonio intangible –los olemos y oímos aunque estas cualidades no las percibamos táctil o visualmente. Pero además son también patrimonio mutable, pues evolucionan y cambian continuamente, por el paso de las estaciones y de los años y por el crecimiento vegetativo, modificando paulatinamente nuestra percepción sobre ellos y dificultando su análisis e interpretación.

En un curso centrado en el patrimonio intangible, y subtítulo “aromas, olores y sabores”, parece oportuno ofrecer una conferencia centrada en el ámbito del jardín, universo sensitivo perfectamente adecuado a este perfil. Precisamente, en la Universitat Jaume I de Castellón se creó hace algunos años un jardín central, eje axial del trazado urbanístico del campus, diseñado y conocido como el “Jardín de los Sentidos”. Su análisis me permitirá plantear algunas reflexiones sobre distintos aspectos relacionados que me parecen sumamente interesantes: el jardín como ejemplo de patrimonio tangible e intangible a la vez; el jardín como espacio especialmente indicado para el disfrute de los sentidos; el jardín universitario como tipología con una tradición artística y naturalística propia; y el jardín como escenario estético contemporáneo. Reflexionar sobre estas cuestiones y otras, aunque sea brevemente en esta ocasión, permitirá poner en evidencia que los jardines constituyen uno de los conjuntos patrimoniales más interesantes, hedonistas y sensitivos de nuestra riqueza cultural.

1. El origen de un jardín sensitivo

La Universidad Jaume I es creada por la Generalitat Valenciana en el año 1991. Diez años después, y con el campus de Riu Sec ya construido en gran parte, se convoca un concurso para llevar a cabo el jardín central, un boulevard de una superficie

total de 13.141,61 m². El concurso se resuelve en el año 2002, y resulta ganador el proyecto presentado por el equipo liderado por los arquitectos Iñigo Magro de Orbe, Miguel del Rey Aynat y Antonio Gallud Martínez, y la ingeniera técnica agrícola M. Teresa Santamaría Villagrasa. Se articula a partir de una idea original, un jardín centrado en la recreación de los cinco sentidos corporales: a través de cinco zonas sucesivas se crean ámbitos específicos para la vista, el gusto, el olfato, el tacto y el oído.

Lo cierto es que al margen de la idea afortunada de organizar un jardín mediante un itinerario de espacios destinados a cada uno de los cinco sentidos, el arte del jardín, desde la Antigüedad hasta nuestros días, siempre ha configurado escenarios adecuados al disfrute de los sentidos del cuerpo humano. En un jardín cualquiera, la vista se recrea en la contemplación de las plantas, de los trazados o de los colores; el gusto, en saborear los frutos y hortalizas; el olfato, en percibir los aromas de las plantas y flores; el oído, en escuchar el trino de los pájaros, el murmullo de las fuentes o el soplo de la brisa; y el tacto, en el placer de tocar directamente los frutos, las plantas, el agua o los animales. Y no voy a entrar en otras consideraciones culturales igualmente sensitivas y hedonistas vinculadas al jardín, como valorar éste como el escenario adecuado para el amor, tal como sucede en la pintura europea desde el Renacimiento hasta el siglo XIX, y por lo tanto el lugar más oportuno para el disfrute erótico de los sentidos. Recordemos por ejemplo pinturas como *La primavera* (o *El jardín de Venus*), de Botticelli (1476-77, Galería de los Uffizi), *Venus y Cupido con un organista*, de Tiziano (1548-49, Staatliche Museum de Schwerin), *El jardín del amor*, de Rubens (1630, Museo del Prado) o *Embarque para Citera*, de Watteau (1718, Palacio de Charlottenburg, Berlín), por citar algunas en las que la presencia del jardín resulta esencial para definir el juego del amor.

Mi breve aproximación al jardín sensitivo de la Universitat Jaume I se estructura en tres partes: una breve exposición sobre la historia del jardín en Occidente para introducirnos adecuadamente en el ejemplo castellonense, una pequeña aproximación a la historia urbanística de los campus universitarios y a la incorporación en estos de los jardines como elemento aglutinador y articulador de los distintos edificios que lo componen, y un rápido paseo por el jardín de los sentidos de la UJI.

2. Del jardín clásico al jardín contemporáneo

Realicemos por lo tanto en primer lugar un ágil recorrido por los jardines más famosos de la historia, a través de las distintas épocas culturales, incidiendo en su funcionalidad en cada momento, y destacando en qué tiempos específicos el jardín se concibe como un espacio para el deleite de los sentidos.

Omito las referencias a los jardines míticos que, aunque fruto de la fantasía y de la leyenda, han sido objeto a lo largo de los siglos de numerosas recreaciones gráficas y de múltiples testimonios literarios, y por lo tanto forman parte también del imaginario occidental del jardín, como fue el caso del Edén, los Campos Eliseos y las Islas Afortunadas.¹

Los jardines más remotos conocidos históricamente son los de Nínive y Babilonia, descritos por Estrabón, Diodoro de Sicilia y Quinto Curcio Rufo. En Babilonia estaban ubicados en las orillas del Éufrates y databan del siglo VIII a.C. Fueron restaurados en época posterior a Nabucodonosor, y se conservaron durante varios siglos. Siglo los estudios al respecto de Francisco Fariello, quien afirma: “según Estrabón, formaban un gran cuadrado de 120 metros de lado y se componían de varias terrazas superpuestas, sostenidas por arcadas con bóvedas que se apoyaban en grandes pilares de sección cuadrada”.² No quedan testimonios visuales, solo reconstrucciones fantásticas posteriores.

Al respecto de Egipto y Grecia, Fariello nos explica lo siguiente: sobre el jardín egipcio, existen pocos datos, pero sabemos que alcanzaron un gran desarrollo gracias a los avances hidráulicos, y eran un lujo reservado a la clase dirigente, que los usaba como espacio exterior de la casa -nos han llegado algunas recreaciones de jardines egipcios en las pinturas de las tumbas de Tell-el-Amarna, h. 1355 a.C.; de Grecia apenas tenemos datos fragmentarios, probablemente debido a que el jardín no alcanzó un gran desarrollo, limitándose a arboledas y cultivo de flores.³

¹ Se ha referido a ellos SEGURA MUNGUÍA, S. *Los jardines en la Antigüedad*. Bilbao: Universidad de Deusto, 2005.

² FARIELLO, Francesco. *La arquitectura de los jardines. De la Antigüedad al siglo XX*. Barcelona: Editorial Reverté, 2004, p. 17.

³ *Ibidem*, pp. 18-20.

En Roma el jardín sí alcanzó en cambio un gran desarrollo y además tenemos mucha información al respecto. Según de nuevo Fariello, durante la República el jardín era simplemente un huerto utilitario, pero las victorias en Oriente transformaron el concepto. En Pompeya y Herculano, y en las pinturas conservadas en sus villas, podemos ver su tipología: rodeado de pórticos, se divide en figuras geométricas y simétricas; hay estanques y fuentes, estatuas y asientos; las plantas son ahora ornamentales.⁴ Posteriormente, las grandes villas, concebidas como pequeñas ciudades, incorporaron enormes jardines: los de Lúculo en el monte Pincio, los de Mecenas en el Esquilino, los de la Domus Áurea de Nerón, los de Adriano en Tívoli... Estos jardines patricios fueron concebidos para el disfrute sensitivo: colores, aromas, sabores, tactos y sonidos que creaban un ambiente placentero y acogedor.⁵

La caída del Imperio Romano implicó la desaparición de los métodos de jardinería. Las órdenes religiosas recogieron y preservaron en los monasterios los restos de la civilización antigua, y entre ellos, el jardín. Durante la Edad Media los monasterios son unidades autárquicas y cuentan con huertos cultivados: plantas alimenticias, medicinales y también flores; surgen así tres zonas, el vergel –árboles frutales-, el huerto –legumbres y plantas medicinales- y el jardín de flores -ornamental. Las Cruzadas trajeron nuevas plantas y flores.⁶ No se han conservado sin embargo jardines de la larga Edad Media cristiana. Sabemos cómo eran gracias a fuentes literarias y miniaturas, como el dibujo del jardín del monasterio de San Gall, hacia el año 820.

El jardín hispanoárabe arranca en el año 750 cuando los Omeya convierten a Córdoba en la capital del califato. Los árabes habían asimilado modelos de todos los pueblos sometidos: Persia, Egipto y Roma. El jardín árabe manifiesta el anhelo del paraíso mahometano, un lugar de delicias y placeres, un disfrute de los sentidos. Son jardines domésticos y privados, a escala humana, con una sucesión

⁴ *Ibíd*, pp. 20-38.

⁵ Sobre la villa clásica y el jardín en el mundo romano, y su posterior proyección en la cultura moderna véase ANÍBARRO, Miguel Angel. *La construcción del Jardín clásico. Teoría, composición y tipos*. Madrid: Akal, 2002.

⁶ FARIELLO, Francesco. *La arquitectura de los jardines...*, p. 43.

de espacios pequeños y cerrados. El elemento esencial es el agua, presente a través de fuentes, estanques y surtidores. Las esculturas desaparecen y son sustituidas por el empleo de azulejos. Destacan los árboles mediterráneos, como el ciprés, el magnolio, el naranjo, el limonero, el boj y el arrayán.⁷ Buenos ejemplos que podemos visitar actualmente son La Alhambra de Granada, el Generalife, y el Alcázar de Sevilla, los tres con gran riqueza hortofrutícola.

En el Renacimiento el jardín pierde su carácter rústico y utilitario y se transforma en un espacio ornamental, de poder y de prestigio.⁸ En las residencias de los príncipes y a la hora de reflejar la grandeza de su propietario tan importante o más que la edificación arquitectónica fueron los jardines que la completaban. Pequeños y ocultos al principio, inmensos y deslumbrantes después, los jardines reflejaron mejor que ningún otro elemento urbano la presencia simbólica del príncipe entre sus súbditos durante el siglo XVI. Pero además, los jardines permitieron explorar e investigar las posibilidades del urbanismo moderno de inspiración clásica, muy difícil de proyectar en las tramas urbanas medievales en las que transcurría la vida durante el Renacimiento.

Miguel Ángel Aníbarro establece dos características fundamentales del jardín renacentista: “la regularidad de la composición, fundamentada en la geometría euclídea, que nace de la implantación de dos direcciones perpendiculares sobre el plano horizontal, dentro de un contorno preferentemente rectangular” y “la axialidad del jardín, es decir, la referencia a una línea recta imaginaria que enlaza todas las partes; más aún en el caso habitual de la existencia de una casa o palacio, pues la relación compositiva entre ambos es interpretada, sobre todo, como correspondencia entre ejes”.⁹ Lo cierto es que la regularidad compositiva y la axialidad ya se manifiestan en mayor o menor medida en los jardines de la Antigüedad y la Edad Media, en Babilonia, en Granada o en Saint

⁷ *Ibidem*, pp. 47 y 48.

⁸ Las ideas expuestas a continuación sobre el jardín renacentista y barroco ya he tenido ocasión de publicarlas en el siguiente libro: MÍNGUEZ, Víctor y RODRÍGUEZ, Inmaculada. *Las ciudades del absolutismo. Arte, urbanismo y magnificencia en Europa y América durante los siglos XV-XVIII*. Castellón: Universitat Jaume I, 2006.

⁹ ANÍBARRO, Miguel Ángel. *La construcción...*, p. 65.

Gall. La novedad del jardín moderno estriba precisamente en la relación compositiva entre el edificio y el jardín a la que se refiere Aníbarro.

El inicio del jardín renacentista se halla trazado en la obra del arquitecto Leon Battista Alberti, *De Re Aedificatoria* (1452). A partir de los modelos de la Antigüedad, sobre todo de los jardines de Plinio el Joven, este autor establece en *De Re Aedificatoria* el punto de partida del jardín moderno, diseñado arquitectónicamente. Según Hansmann, “la novedad del jardín ideal de Alberti frente a sus modelos antiguos reside en su insistencia en que casa y jardín son formalmente una unidad y deberían desarrollarse a partir de las mismas formas geométricas”.¹⁰ Asimismo, a partir de las reflexiones de Alberti aumenta la importancia de la decoración escultórica y el recorte de setos. Otras dos fuentes sobre la definición del jardín renacentista las encontramos en las obras de Giorgio Martini y Francesco Colonna. Esta última, la *Hypnerotomachia Poliphili* (Venecia, 1499), aparece ilustrada con diversas xilografías que muestran diseños jardinísticos, presumiblemente clásicos, aunque en realidad delatan las ideas del Quattrocento italiano respecto a la naturaleza domesticada.

Sin embargo hay que esperar al Cinquecento para superar el marco teórico y encontrarnos verdaderos jardines modernos. Con muy escasas excepciones los palacios italianos del siglo XV son palacios urbanos, integrados en la trama de la ciudad: una maciza forma cuadrangular con un patio interior porticado ausente de ornamentaciones vegetales. Es el caso de los palacios florentinos Medici-Ricardi, Rucellai o Strozzi, Ducal en Urbino, Piccolomini en Pienza y de los palacios romanos de la Cancillería y Venecia. Es cierto que algunos de ellos, como el Médici-Ricardi, el Ducal, el Piccolomini y el Venecia tienen un patio posterior decorado con plantas, pero son organizaciones muy simples. El jardín del Bóboli, anexo al florentino palacio Pitti, es en cambio mucho más complejo, pero fue realizado ya en la segunda mitad del siguiente siglo.

El siglo XVI si verá en cambio la materialización física del jardín moderno. A partir de este momento el jardín es competencia

¹⁰ HANSMANN, Wilfried. *Jardines del Renacimiento y el Barroco*. Madrid: Nerea, 1989, p. 22.

indiscutible del arquitecto, como sucederá con Bramante en el Belvedere y Rafael en la Villa Madama. Dos hitos importantes son el patio del Palacio del Belvedere en el Vaticano y los jardines de la villa de Este en Tívoli. El primero, encargado por el papa Julio II, lo inicia Bramante y lo concluye Pirro Ligorio. La villa de Este es diseñada asimismo por Pirro Ligorio. La importancia del Belvedere se debe a varios factores. En primer lugar su monumentalidad: la gran escala empleada por Bramante para unir a lo largo de una pendiente la vieja villa Belvedere con el palacio del Papa exigió una gran escala en los trabajos que se convertiría en referencia para todos los jardines posteriores. En segundo lugar, el nuevo patio del Palacio Vaticano fue diseñado en varias terrazas siguiendo criterios de perspectiva, simetría y armonía. La problemática en la villa de Este era muy similar. También aquí el arquitecto responsable se encontró ante un amplísimo terreno en pendiente. Por ello y como el Belvedere, la villa de Este también fue diseñada para ser contemplada desde abajo, ofreciendo la perspectiva de sus terrazas colgantes una excepcional combinación de arquitectura y jardín. El elemento novedoso fueron en este caso los juegos hidráulicos: los grandes recursos acuáticos del contorno permitieron disponer numerosas fuentes y estanques que dotaron a la villa de singularidad.

Desde Italia el jardín renacentista se proyectará en Europa, fundamentalmente en Francia, adecuándose naturalmente a la nueva realidad medioambiental: menor variedad termométrica, mayores y más regulares precipitaciones pluviales y menor irregularidad morfológica.¹¹ El punto de partida del jardinismo francés es la campaña italiana que lleva a cabo Carlos VIII en 1494 con objeto de apropiarse de Nápoles. Como explica Hansmann, tanto esta campaña como las que emprenden los reyes sucesores de Carlos, Luis XII y Francisco I, familiarizan a los monarcas transalpinos con la cultura moderna que ha surgido en Italia durante el Quattrocento, y singularmente con el diseño de palacios, villas y jardines.¹² A los primeros jardines reales, como el del palacio de Amboise –corte de Carlos VIII- o el de Blois –corte de Luis XII-, pronto suceden las obras de plenitud, entre las que destacan el palacio de Fontaine-bel-eau (posteriormente Fontainebleau), iniciado bajo el reinado de

¹¹ PÁEZ DE LA CADENA, F. *Historia de los estilos en jardinería*. Madrid: Istmo, 1998, p. 195.

¹² HANSMANN, Wilfried. *Jardines...*, p. 47.

Francisco I, el de Saint-Germain-en-Laye, construido bajo Enrique IV, y el de Luxemburgo en París, empezado tras la muerte de este monarca por encargo de su esposa María de Medici. Fontainebleau aporta la incorporación del agua a gran escala, mediante canales y estanques. La idea es rápidamente imitada en otros palacios y pronto el agua se convierte en un elemento indispensable en la concepción del jardín moderno francés. Saint-Germain, dispuesto en terrazas escalonadas sobre el río Sena y decorado con grutas que cobijaban asombrosos ingenios hidráulicos, anticipa por su diseño unitario la planificación barroca.

Finalmente, al margen de Italia y Francia, el jardín renacentista se proyecta en varias ciudades imperiales y cortesanas de la Europa germana, y en la España de la segunda mitad del siglo XVI. En Centroeuropa podemos destacar el Residenzgarten de Stuttgart, del duque Christoph de Württemberg, el Neugebäude de Viena, para el emperador Maximiliano II y, sobre todo, el Hortus Palatinus, en el castillo de Heidelberg, construido por el arquitecto francés Salomon de Caus para el príncipe elector Federico V del Palatinado. En España destacan, durante el reinado de Felipe II, los jardines de algunos Reales Sitios, como la Casa de Campo, Aranjuez o San Lorenzo de El Escorial.

Durante la cultura del Barroco las ciudades capitales no satisfacen completamente las ansias absolutistas de los nuevos reyes de Europa. Las tramas urbanas medievales no facilitan la construcción de los gigantescos palacios soñados por los monarcas, y las intervenciones urbanísticas llevadas a cabo en las viejas ciudades no alteran en demasía los trazados urbanos. Los nuevos espacios de los príncipes alcanzan una escala tan desmesurada que es imposible ubicarlos en las ciudades, ya que muchas veces la suma del palacio y de sus jardines excede incluso el tamaño de la capital. Como consecuencia de esto es ahora cuando se construyen ciudades palatinas de nueva planta destinadas a acoger al monarca y su corte, ciudades pensadas para el ocio y la diversión, y alejadas de las levantiscas capitales, en las que su populosa población está siempre dispuesta a motines, conspiraciones y algaradas revolucionarias, y donde emergen nuevos poderes que compiten con la realeza. Estos nuevos escenarios del poder constan habitualmente de una grandiosa y elegante edificación

envuelta por un gigantesco parque. Y como en el siglo XVI, los jardines del siglo XVII son el elemento urbanístico más notable de las residencias principescas.

Ya he mencionado el espectacular desarrollo del jardín renacentista en Italia y su posterior proyección en Francia y también Alemania y España durante el siglo XVI. La planificación arquitectónica y geométrica de los jardines italianos y las gigantescas dimensiones que alcanzan permiten estudiarlos como ejemplos del urbanismo moderno. A partir del siglo XVII se impondrá en cambio el modelo barroco francés, que alcanza una grandiosidad que empequeñece los ejemplos italianos. Algunos conjuntos transalpinos ya citados, como los de Saint Germain-en-Laye o Luxemburgo, son un claro anuncio de los importantes cambios que se avecinan en el diseño de jardines bajo la cultura barroca. En ellos se advierten ya novedades significativas como es fundamentalmente la subordinación de todos los elementos a una planificación global. Pero el triunfo del jardín francés no es explicable sin la contribución de una figura clave, André Le Nôtre (1613-1700), nieto e hijo de prestigiosos jardineros y principal artífice de los jardines de Luis XIV. Sus diseños representan el punto cenital del jardín barroco, y establecen los modelos que serán imitados durante décadas en toda Europa. Como supervisor de los jardines reales fue responsable de los jardines de las Tullerías en París, y de los que fueron su obra maestra, el gran parque de Versalles. Previamente había diseñado los jardines de Vaux-le-Vicomte para el ministro de finanzas del Rey Sol Nicolás Fouquet. Allí trabajó con el arquitecto Louis Le Vau y el pintor y decorador Charles Le Brun desde 1656 hasta 1661. Tras la caída en desgracia de Fouquet, Luis XIV contrató a este mismo equipo para que plasmaran sus ideas en un proyecto aun más ambicioso que una vez construido se convertiría para todas las cortes europeas en el modelo definitivo de residencia de un monarca absoluto. Pero la organización fundamental del parque de Versalles ya está plasmada en gran medida en el diseño de Vaux-le-Vicomte.

Junto a la figura de André Le Nôtre hay que destacar también la contribución de otro francés, Antoine Joseph Dezallier d'Argenville, autor de *La theorie et la pratique du Jardinage* (París, 1709), principal tratado teórico europeo sobre el jardín urbanístico y el paisajismo.

Fue ilustrado con dibujos del arquitecto Jean-Baptiste Alexandre Le Blond y traducido a diversos idiomas.

En Versalles existía ya un pabellón de caza de la época de Luis XIII. Luis XIV ordena su ampliación en 1661. En los años siguientes el palacio y los jardines se ampliarán progresivamente hasta alcanzar unas proporciones desconocidas hasta el momento.¹³ Desde 1678 la construcción del palacio será responsabilidad del arquitecto Jules-Hardouin-Mansart, que trabajará estrechamente con Le Nôtre en la realización del gran parque. El palacio, de gran desarrollo horizontal, muestra su fachada más noble abierta al jardín. Este se organiza en torno a un eje principal. Los grandes parterres, las avenidas, las fuentes, los bosques, las glorietas, el despliegue de esculturas mitológicas y el gigantesco estanque central, representan en su conjunto una insuperable muestra de jardinería arquitectónica, basada en la racionalidad geométrica y la perspectiva. El punto focal del parque es el estanque del carro de Apolo, principal alusión iconográfica de entre las muchas que hubo en Versalles al rey solar constructor. En definitiva, el conjunto del palacio y los jardines representan el mejor escenario del absolutismo, así como su más espléndida materialización.¹⁴

El gusto de los monarcas franceses por los grandes palacios con sus parques se proyecta rápidamente al resto de las cortes europeas, alcanzando incluso la Rusia zarista con la creación de San Petersburgo. La Europa germánica, dividida en multitud de pequeños estados, será un espacio adecuado para el desarrollo del arte cortesano del Barroco. Viena será otra ciudad de palacios a partir del año 1683, año en que la amenaza turca es definitivamente conjurada. La zona extramuros, destruida por los turcos, rápidamente se poblará de palacios y villas de recreo, cuyos jardines reflejarán una síntesis de fórmulas francesas e italianas. El conjunto más interesante es el del palacio de Schönbrunn, residencia de

¹³ El análisis más completo realizado hasta el momento sobre Versalles es el estudio de THOMPSON, Ian. *Los jardines del Rey Sol. Luis XIV, André Le Nôtre y la creación de los jardines de Versalles*. España: Belacqva, 2006.

¹⁴ El propio monarca Luis XIV escribió en 1689 una guía sobre como mostrar al visitante los jardines de su Corte en Versalles. Véase al respecto *Manera de mostrar los jardines de Versalles. Luis XIV*. André Félibien. Madeleine de Scudéry. Charles Perrault. Madrid: Abada Editores, 2004.

verano de los Habsburgo, encargado por el emperador Leopoldo I al arquitecto Johann Bernhard Fischer von Erlach. Si bien el aspecto final no resultó tan ambicioso como era el proyecto que inicialmente diseñó Erlach, que de haberse llevado a cabo hubiera superado al mismísimo Versalles, el conjunto nos muestra un gran palacio de inspiración francesa insertado en un parque cuyos parterres se extienden ortogonalmente hasta una colina coronada por una gran logia neoclásica diseñada por Ferdinand von Hohenberg y construida en 1775, que delata el final del ciclo barroco.

Al margen de los conjuntos vieneses se construyeron otros muchos palacios con jardines por toda Alemania –en Baviera, Westfalia, Sajonia, Brandemburgo, Palatinado, etcétera-, la mayoría de enorme interés para analizar las planificaciones urbanísticas del barroco germánico. Destaco el palacio de Sanssouci en Potsdam. Creación personal del rey Federico el Grande de Prusia y realizado por Georg Wenzeslaus von Knobelsdorff a mediados del siglo XVIII, sorprende por la belleza de sus terrazas retranqueadas y decoradas con todo tipo de plantas y árboles frutales, sobre las que se levanta el edificio que el monarca mandó construir para su descanso más íntimo.

En España durante los siglos XVII y XVIII se construirán algunos conjuntos admirables, como el Real Sitio del Buen Retiro o el Real Sitio de San Ildefonso –La Granja- a la vez que seguirán desarrollándose algunos conjuntos ya iniciados en el Renacimiento, como el Real Sitio de Aranjuez. Evidentemente la llegada de los borbones al trono español en los inicios del siglo XVIII supondrá la asimilación decidida del modelo de jardín barroco francés, renovando los Reales Sitios. El Buen Retiro, La Granja y Aranjuez cuentan verdaderamente con los jardines españoles más interesantes del Antiguo Régimen: el Buen Retiro todavía es un modelo de parque de inspiración italiana; en cambio La Granja, construida por deseo del rey Felipe V, es el más claro ejemplo de la adopción en España del jardinismo francés importado por la nueva dinastía; en Aranjuez destacan el jardín austracista de la Isla, y el romántico y silvestre jardín del Príncipe, que ya anuncia el paisajismo bucólico de origen inglés propio del siglo XIX.

Ya en el siglo XVIII surge el jardín paisajista en Inglaterra buscando su inspiración en los trazados espontáneos del entorno silvestre, y como alternativa a los diseños arquitectónicos de los jardines clásicos franceses e italianos. Francesco Fariello expuso con claridad cuatro razones que explican la superación del jardín clásico: la propia evolución del jardín tradicional; la influencia del pensamiento ilustrado -el panteísmo conduce al modelo natural pues es reflejo de Dios (Rousseau promueve el retorno a la naturaleza); la influencia de los pintores paisajistas; y la influencia del jardín paisajista chino, conocido por las descripciones de los viajeros. Las características del jardín paisajístico son por lo tanto un terreno que combina elevaciones, hondonadas y planicies; el arbolado (hierbas, arbustos y árboles); el agua (ríos, arroyos, lagos y balsas); edificios pintorescos y ruinas; y el diseño de paseos y senderos.¹⁵ Sirvan como ejemplos los parques de Stowe (Charles Bridgeman y William Kent) y Blenheim (construido por Lancelot Brown). El modelo se extiende por Europa: Versalles (Petit Trianon), Roma (Parque Borghese), Caserta (jardín inglés), etcétera. En Inglaterra aparecen los primeros parques en las ciudades, como St. James's Park, Green Park, Hyde Park, Kensington Gardens o Regent's Park. En Francia aparecieron el Bois de Boulogne y el Bois de Vincennes (París), en Nueva York Central Park (realizado por Olmsted en 1858), y otros no tan grandes en otras ciudades europeas y americanas.

Finalmente, el jardín moderno aparece a finales del siglo XIX, cuando se inicia la crítica al jardín paisajista, los grandes jardines de las residencias rurales inglesas dieron paso a otros más pequeños y domésticos. Como explica Darío Álvarez, “el agotamiento del repertorio formal y la necesidad de un mayor aprovechamiento del espacio, entre otras razones, derivaron finalmente en la reutilización de la geometría como sistema de organización del jardín y en la recuperación de la arquitectura como modelo”.¹⁶ Se establece por ello un diálogo compositivo muy intenso entre la casa y el jardín. Esta tendencia se prolongará en toda Europa durante las primeras décadas del siglo XX. Posteriormente los arquitectos de jardines asumirán propuestas surgidas de la plástica de las vanguardias

¹⁵ FARIELLO, Francesco. *La arquitectura de los jardines...*, pp. 209-260.

¹⁶ ÁLVAREZ, Darío. *El jardín en la arquitectura del siglo XX*. Barcelona: Editorial Reverté, 2007, p. 35.

artísticas (jardines de hormigón, jardines cubistas, jardines abstractos, jardines racionales...). Jardines interesantes del siglo XX son por ejemplo el parque Güell en Barcelona (A. Gaudí) y La Vilette en París (Bernard Tschumi, parque de La Villette, París, 1982-1999). Durante la segunda mitad del siglo XX el diálogo permanente entre arquitectura y jardín llevará a propuestas muy diversas como el jardín dentro de casa, el jardín sobre la casa, la ciudad jardín, parques en las ciudades, ciudades en el parque, ciudades verdes, etcétera.¹⁷

Este repaso por la historia del jardín occidental nos permite determinar en qué momentos fue concebido como un lugar especialmente diseñado para el disfrute de los sentidos. Yo destacaría cinco periodos: el jardín romano imperial, prestigioso y privado; el jardín hispanoárabe, reservado y productivo; el jardín barroco, cortesano y racional; el jardín inglés, paisajístico y natural; y el jardín contemporáneo, lúdico y en constante renovación.

3. El urbanismo universitario

Todos los jardines desde el siglo XV mencionados hasta el momento están relacionados en su origen con el poder, ya sea éste la realeza, la aristocracia o la burguesía, y por ello se organizan en torno a residencias palaciegas o villas, y también como parques urbanos. ¿Qué sucede con las universidades? ¿Cuándo incorporan jardines en sus campus? ¿Se puede hablar de una tipología de jardín propia, vinculada al poder intelectual o científico? Para responder a estas preguntas, hemos de repasar someramente la historia arquitectónica y urbanística de las ciudades universitarias.

Las primeras universidades aparecen en Europa a partir del siglo XII, herederas de las facultades catedralicias que otorgaban a los maestros la capacidad de enseñar. Algunas de las más tempranas son las de las ciudades de Bolonia -1088-, Oxford -1167- y París -1170. En el siglo XIII los centros universitarios viven una

¹⁷ Todas estas tipologías han sido estudiadas por ÁLVAREZ, Darío. *El jardín en la arquitectura...* Sobre el jardín contemporáneo resulta también interesante el estudio de BROWN, Jane. *El jardín moderno*. Barcelona: Gustavo Gili, 2000.

época de expansión, abandonando definitivamente los claustros catedralicios y e integrándose en la sociedad. Es el momento en el que estas instituciones docentes arrancan con fuerza en los reinos peninsulares: Salamanca en 1215, Valladolid en 1260, Alcalá de Henares en 1293 y Lérida en 1297. Las instituciones universitarias exigirán para el buen desempeño de su labor edificios adecuados, que inicialmente toman como modelo tipológico los claustros catedralicios y monacales. En el código legislativo de *Las siete Partidas* de Alfonso X el Sabio (1256-1263) se establecen los criterios que deben regir las características del lugar donde ha de desempeñarse la actividad universitaria: edificios propios y funcionales alejados de la villa. Se anticipa aquí curiosamente y en cinco siglos el concepto de campus norteamericano.¹⁸ Durante los siglos XIV y XV se impone en Castilla el modelo arquitectónico de los colegios universitarios desarrollados en París, Bolonia, Oxford o Cambridge. Es el caso por ejemplo del Colegio de San Antonio Portaceli en Sigüenza, o el Colegio de San Ildefonso, fundado por el cardenal Cisneros en Alcalá de Henares. De España el sistema colegial pasará a América, articulando la enseñanza universitaria en las principales ciudades de los virreinos americanos, como México o Lima.

Pablo Campos Calvo-Sotelo, autor al que sigo en este capítulo, publicó en el año 2000 el único estudio integral que se ha realizado hasta el momento sobre los campus universitarios españoles, atendiendo tanto a su diseño urbanístico como al trazado de sus edificios. Antes de recorrer detalladamente el mapa de los campus peninsulares, este autor establece cuatro modelos de partida.¹⁹ El modelo británico, constituido a partir de colegios más autónomos que los continentales, con edificios de planta cuadrada o rectangular. Es el modelo que dio lugar a las ciudades universitarias de Oxford y Cambridge, y que en el siglo XVIII fue exportado a Estados Unidos. El modelo francés, surgido durante el imperio napoleónico: una universidad centralizada, burocratizada y dependiente del poder. Los pabellones se dividían en cátedras y departamentos, y podían estar integrados en el tejido urbano. Es

¹⁸ CAMPOS CALVO-SOTELO, Pablo. *La universidad en España: historia, urbanismo y arquitectura*. Madrid: Ministerio de Fomento, 2000, p. 24.

¹⁹ *Ibidem*, pp. 24-28.

el caso de La Sorbona, que tuvo una localización múltiple dispersa por el parisino barrio latino. El modelo alemán se establece a partir de la Universidad de Berlín, creada en 1810 siguiendo las directrices de Wilhelm von Humboldt. Inicialmente se apuesta por el concepto edificio-universidad, heredero de la tradición renacentista. El palacio del príncipe Heinrich, construido entre 1748-1753, ubicado en la avenida *Unter den Linden* (“Paseo bajo los tilos”) y de estética neorenacentista, se convierte en la sede. Es el modelo inicial de la Universidad Complutense o de la Universidad de Barcelona. Y finalmente, el modelo norteamericano, donde surge el moderno concepto de campus, aparecido por primera vez en Princeton en 1774, y entendido como una vasta extensión de suelo en torno a un edificio –la referencia clásica es el antiguo Campo de Marte en Roma. Se intenta mediante el campus crear una ciudad ideal, una amplia extensión en la que ubicar una pequeña ciudad idílica segregada. Frente al concepto europeo cerrado de herencia monacal, se apuesta por edificios separados y abiertos en un entorno verde. Siguiendo este planteamiento Thomas Jefferson, tercer presidente de EE.UU., trazará la Universidad de Virginia (1817-1819), de estética neoclásica y palladiana. Le seguirán los campus de las universidades de Berkeley, Harvard, Yale, Columbia, Chicago, Washington y Princeton.

En España, tras el esplendor medieval y renacentista las universidades caen en un período de decadencia durante los siglos XVII y XVIII. Ante la ausencia de una burguesía emprendedora y el perfil pobre e impotente de las universidades periféricas se impone el centralismo madrileño. La renovación vendrá de la Institución Libre de Enseñanza, promovida desde 1876 por Giner de los Ríos y del empuje de la generación del 98. Se crea la Residencia de Estudiantes en Madrid, que sirvió de ejemplo a otras universidades.²⁰ Inspirándose en los campus universitarios, se diseña la ciudad universitaria de Madrid (1927).²¹ La guerra civil paralizó los proyectos reformistas, y solo en los años sesenta empiezan los cambios. Surge la universidad de masas, con sus

²⁰ *Ibid*, p. 29.

²¹ Sobre el origen del diseño urbanístico de la Universidad Complutense, véase otra interesante publicación de CAMPOS CALVO-SOTELO, Pablo. *El viaje de la Utopía*. Madrid: Editorial Complutense, 2002.

inconvenientes y defectos. Mientras en Europa, y tras la segunda guerra mundial, habían surgido dos modelos: el británico (uso residencial) y el alemán (no uso residencial). En 1983 se aprueba en España la Ley de Reforma Universitaria, que garantiza el autogobierno de las universidades. Progresivamente la universidad se descentraliza a nivel autonómico, a la vez que su número se incrementa notablemente, tanto en el sector público como en el privado. A partir de la revolución de las telecomunicaciones se está implantando la universidad virtual, de la que es modelo la Universitat Oberta de Catalunya, que empezó su andadura en 1994. Lo cierto es que hoy en día prácticamente todas las universidades presenciales cuentan asimismo con grados y masters *on line*, además de otros muchos servicios ofrecidos en el ciberespacio –tareas administrativas, catálogos y consultas bibliográficas, tutorías...- avanzando imparablemente hacia el modelo de campus virtual.

4. El jardín en los campus universitarios

De todos los modelos posibles de organización espacial universitaria que plantea Pablo Campos Calvo-Sotelo en su estudio y que acabo de mencionar, el más adecuado obviamente para la incorporación de jardines es el modelo norteamericano de campus. Es decir, una ciudad universitaria amplia y verde, ubicada fuera de entramados urbanos históricos o modernos, integrada más o menos en la naturaleza, y capaz de crecer indefinidamente.

Como en los jardines del Renacimiento italiano mencionados anteriormente, en el diseño de los campus universitarios se buscará la integración entre naturaleza y arquitectura. Para ello se recurre la mayoría de las veces a jardines paisajísticos o ingleses, donde la pretendida espontaneidad es hija tanto del diseño como de la pereza, el caos o el azar. Buenos ejemplos de esta formulación son los campus de Harvard (Massachusetts), Yale (New Haven), la Universidad Nacional Autónoma de México (México D.F.) o el ya citado campus de la Universidad Complutense de Madrid.

Los actuales campus españoles son muy diversos en su configuración urbanística. En un extremo estarían la universidades más antiguas, insertas en el casco urbano de ciudades históricas,

como la Universidad de Alcalá de Henares, la Universidad de Salamanca o la Universidad de Santiago –si bien es cierto que algunas de estas universidades centenarias hoy en día cuentan con modernos campus en el extrarradio, además de los edificios históricos y urbanos conservados. En el otro extremo encontramos universidades ubicadas en el campo, cuyos recientes edificios se integran en un entorno natural –o artificialmente natural-, como es el caso de la Universidad de Navarra, la Universidad Autónoma de Barcelona, la Universidad de León, la Universidad Autónoma de Madrid, la Universidad de Alicante, la Universidad de Málaga y la propia Universidad Jaime I en Castellón. Precisamente, las universidades ubicadas en la periferia de las ciudades o incluso alejadas de ellas son, por la mayor disponibilidad de espacio y por constituir ciudades en sí mismas, las más adecuadas para incorporar jardines a su trazado. Sin embargo, aunque casi todas cuentan con setos, amplias zonas de césped e incluso arboledas, pocas cuentan con un jardín diseñado como tal.

Y pese a esta realidad, hay una razón histórica que explica la incorporación del jardín como elemento consustancial de un campus universitario, un jardín no exclusivamente ornamental, sino planificado por razones científicas y utilitarias. Me estoy refiriendo naturalmente al jardín botánico, espacio natural con el que contaron y cuentan algunas universidades españolas, como por ejemplo la de Granada, la de Valencia, o recientemente la de Málaga. Los jardines botánicos universitarios surgieron en el Renacimiento italiano, vinculados a las facultades de Medicina. El más antiguo fue el de Pisa (1543); le siguieron Padua y Florencia (1545), y Bolonia (1547). El de Valencia surge en el año 1567 cuando los magistrados de la ciudad encargan a Joan Plaça, catedrático de Hierbas, la formación de un huerto donde enseñar a los alumnos el cultivo de las plantas medicinales.²² Los jardines botánicos universitarios hispanos tuvieron un impulso decidido bajo la Ilustración dieciochesca, cuando incorporaron las plantas traídas de otros continentes por las expediciones científicas, aumentó el interés por los estudios agrícolas, y especialmente el rey Carlos III impulsó las ciencias naturales.²³

²² COSTA, Manuel y GÜEMES, Jaime. “Historia”. En: *El Jardín Botánico de la Universidad de Valencia*. Valencia: Universitat de València, 2001, p. 11.

²³ *Ibidem*, p. 14.

Al margen de los jardines botánicos, algunas universidades se han esforzado por dotar al jardín de sus campus de significado y de una moderna funcionalidad, como por ejemplo convirtiéndolo en espacio abierto para la exposición permanente de obras de arte. Esa fue la opción que hace años tomó la Universitat Politècnica de València, convertir su amplio jardín en un museo de escultura al aire libre.²⁴ El Campus del Camí de Vera, con el mecenazgo de Iberdrola y con el protagonismo de la Facultad de Bellas Artes, se transformó en los últimos años del siglo XX en un museo bajo el cielo gracias a la colaboración de numerosos artistas: Diesco, Esteve, Frechilla, Gabino, Macario, Marti, Mompo, Nassio, Negret, Oteiza, Sempere, Serrano, Villa... El modelo del “Campus en tercera dimensión” que adoptó la Universidad Politècnica de València, tenía no obstante precedentes importantes, como por ejemplo la Universidad de Chicago, en Illinois.

5. El “Jardín de los Sentidos” de la Universitat Jaume I

El campus de Riu Sec, en el que se integra el Jardín de los Sentidos que nos ocupa, y el adyacente barrio universitario, fueron diseñados por el prestigioso arquitecto salmantino Antonio Fernández Alba, en 1991. Fernández Alba, catedrático de la Escuela de Arquitectura de Madrid y miembro de las reales academias de Bellas Artes de San Fernando y Española de la Lengua, ya tenía experiencia entonces como arquitecto de edificios universitarios. Es el caso del Colegio Mayor Hernán Cortes (Salamanca, 1970) y la vallisoletana Escuela de Arquitectura (Valladolid, 1979).

La atractiva planificación del campus corresponde a un trazado barroco. Un moderno puente construido recientemente cruza el río Seco, y conecta a través de un amplio boulevard la ciudad de Castellón con la ciudad universitaria. Tres avenidas en forma de tridente –como en la Roma barroca o en el parque de Versalles– articulan el barrio de viviendas privadas y desembocan convergiendo en la gran rotonda situada junto al acceso principal del campus.

²⁴ *Campus en tercera dimensión*. Valencia: Universidad Politècnica de València, 1993; *Esculturas del campus de la Universidad Politècnica de València*, Valencia, 2001.

Desde aquí arranca el espacio reservado al jardín que, convertido en eje axial del conjunto, deja a sus lados las diversas facultades -la Escuela Superior de Tecnología y Ciencias Experimentales al lado izquierdo y la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales al lado derecho- y concluye en el ágora donde se ubica el Rectorado, la Biblioteca o Centro de Documentación, y la Facultad de Ciencias Humanas y Sociales. En segunda línea, y tras este gran núcleo central, se extienden los institutos de investigación, las zonas y edificios deportivos y otras instalaciones diversas como la residencia de estudiantes.



1.- Vista aérea del Jardín de los Sentidos. Propiedad: Universitat Jaume I.

Como ya he dicho antes, el proyecto del Jardín de los Sentidos, firmado en marzo de 2002 y presentado a escala 1/1000, fue obra de un amplio equipo formado por el arquitecto Iñigo Magro de Orbe, la ingeniera técnica agrícola M. Teresa Santamaría Villagrasa,

el arquitecto Miguel del Rey Aynat, el arquitecto Antonio Gallud Martínez, los arquitectos colaboradores J. Ignacio Fuster Marcos y Bernard Lentzen, el arquitecto técnico Rafael Pastor Ferrandis y el ingeniero industrial Vicente Perpiña Rovira. Concretamente, Iñigo Magro y Miguel del Rey son dos interesantes arquitectos de relevancia nacional. Están detrás de obras como el Museo de la Valltorta o el reciente Jardín de las Hespérides de Valencia. Siempre se caracterizan por una atención cuidadosísima al medio natural y unos proyectos muy perfeccionistas. Además, Miguel del Rey es, en la actualidad, el mayor experto en arquitectura tradicional de la Comunidad Valenciana. En la Universitat Jaume I Iñigo Magro es el arquitecto asimismo del edificio del Centro de Postgrado y Consejo Social, y Miguel del Rey, uno de los arquitectos restauradores de la Llotja del Cànem, sede de la UJI en la ciudad de Castellón.

La superficie total del jardín prevista en el proyecto es de 13.141,61 m², dividida en seis zonas: zona A (Acogida), 1.953,15 m²; zona B (El olfato), 1.796,41 m²; zona C (El gusto), 2.405,23 m²; zona D (El tacto), 2.437,33 m²; zona E (El oído), 1.717,90 m²; zona F (La vista), 2.584,48 m². Este plan inicial, que fue llevado a cabo durante los primeros años del nuevo siglo, ha sido modificado recientemente para incorporar el circuito de un tranvía o autobús ecológico (TRAM) que comunica el campus con el corazón de la ciudad. El Tram circunda la superficie ajardinada, que ha sido ampliada con dos colinas laterales.

Veamos brevemente las principales características de cada una de las seis zonas en que se divide el jardín. Como he dicho antes, desde la rotonda principal de acceso al campus se pasa a la Zona A o zona de acogida. En uno de sus lados un gran panel metálico muestra al visitante el plano general de la Universidad y un directorio de los diferentes edificios. Posteriormente, cada una de las zonas siguientes tendrá un pequeño panel específico, mostrando el plano de ese espacio concreto y permitiendo identificar y ubicar las distintas plantas que lo integran. Ya dentro del jardín lo primero que nos encontramos es un bosque de varillas metálicas, cada una rematada con el nombre de una de las licenciaturas que se imparten en la Jaume I –y que ahora deberán ser renovadas con los nombres de los nuevos grados creados con motivo de la reforma de planes de estudios que ha acometido la universidad española.

En esta zona el jardín combina plantas muy diversas que luego vamos a encontrarnos en los siguientes espacios, a manera de resumen de lo que nos espera. De esta manera se entremezclan diversas especies, como las tropicales aves del paraíso (*strelitzia reginae*), jacarandas, enredaderas de rosales (*rosa spp.*), setos variados, mirto (*myrtus communis*), ficus, plumero (*cortaderia selloana*), aligustre (*ligustrum japonica*) y numerosos cipreses comunes (*cupressus sempervirens*).



2- Jardín de los Sentidos: zona de acogida. Autor: V. Mínguez.

Pese a sus grandes dimensiones, el jardín está fragmentado en multitud de pequeños ambientes, recorridos por zigzagueantes senderos. Cada una de las seis zonas está dividida en diversos espacios intercomunicados, y de cuando en cuando, un escalón compensa el progresivo desnivel en altura que hay entre sus dos extremos –entre la puerta de acceso al campus y el ágora alcanza los 6 metros. Esta planificación intimista evoca un jardín hispanoárabe a la vez que se hace eco del diseño minimalista de los jardines de finales del siglo XX, influidos por fórmulas orientales.

La zona B, destinada al sentido del olfato, aparece presidida por un estanque de agua. Como es de esperar, abundan las plantas

aromáticas –espliego (*lavandula angustifolia*), tomillo (*thymus vulgaris*), romero (*rosmarianus officinalis*), etcétera- y también las flores e hibiscos de flor roja (*hibiscus rosa sinensis*).



3- Jardín de los Sentidos zona del olfato. Autor: V. Mínguez.

La zona C, dedicada al gusto, incluye la primera cafetería terraza de las dos con las que cuenta el jardín. Está rodeada de árboles frutales y plantas comestibles: naranjos (*citrus sinensis*), limones (*citrus x limón*), ciruelos (*prunus domestica*), caqui (*diospyros kaki*), granadas (*punica granatum*) y palmeras datileras (*phoenix datilifera*), entre otras. Un canal de agua recorre todo el espacio.



4- Jardín de los Sentidos zona del gusto. Autor: V. Mínguez.

La zona D, el tacto, está configurada entremezclando plantas rugosas con cactus y chumberas (*opuntia ficus-indica*). Además abundan olivos (*olea europaea*), algarrobos (*ceratonia siliqua*), madroños (*arbutus unedo*), acebo (*ilex aquifolium*) y palmitos (*chamaerops humilis*). El suelo es de corcho de pino piñonero (*pinus pinea*), y los bancos son rústicos y de madera. Varias esculturas contemporáneas de piedras ásperas decoran la zona.



5- Jardín de los Sentidos zona del tacto. Autor: V. Mínguez.

La zona E, el oído, cuenta con la segunda cafetería del jardín, cuya música suena ininterrumpidamente durante el día. Un estanque con una escultura acuática que gotea, y un canal que provoca un murmullo de agua permanente contribuyen a crear un espacio sonoro. Predominan las plantas acuáticas, como nenúfares (*nymphaea spp.*), papiro (*cyperus papyrus*), bambú (*bambusa spp.*) y juncos (*typha latifolia*). También hay árboles como el sauce llorón (*salix babylonica*) y el ciruelo rojo (*prunus cerasifera*). Peces de colores y alguna tortuga habitan en y entorno al estanque.



6- Jardín de los Sentidos zona del oído. Autor: V. Mínguez.

La zona F, destinada a la vista, incluye el mayor estanque del jardín, una gran piscina presidida por una espectacular fuente. Está rodeada de árboles y arbustos con hojas de variados colores como cipreses (*cupressus sempervirens*), sabinas (*juniperus*), mimosas (*acacia dealbata*), juncos (*typha latifolia*), pino canario (*pinus canariensis*), pino australiano (*casuarina equisetifolia*) y abetos (*abies*), así como también la flor ave del paraíso (*strelitzia reginae*) y el plumero (*cortaderia selloana*). En este espacio están ubicadas actualmente diversas esculturas colorísticas que no figuraban en el diseño inicial del jardín, pero que se han incorporado posteriormente.



7- Jardín de los Sentidos zona de la vista. Autor: V. Mínguez.

Nos encontramos en definitiva con un amplio jardín que actúa como eje axial del campus, integrando los distintos edificios que componen su núcleo central en una planificación geométrica y simétrica. El jardín ofrece un diseño compartimentado, que recoge tanto las propuestas más novedosas del siglo XX como asimismo elementos historicistas, romanos o hispanoárabes. Es asimismo fiel al entorno mediterráneo en el que surge, incorporando plantas propias de este clima y paisaje. Y con referencias locales precisas, como al vecino parque natural del Desierto de las Palmas (Benicàssim), cuya vegetación específica aparece representada.

El Jardín de los Sentidos carece de una perspectiva clara que permita visualizarlo a un golpe de vista en toda su complejidad, algo que solo es posible desde una vista aérea. Es además un jardín con significado propio, articulado en torno al discurso de los cinco sentidos corporales. A diferencia de lo que sucede en la mayoría de los campus universitarios, no dispone de una amplia zona de césped que permita reuniones colectivas o grandes espectáculos. Esta función en la Universitat Jaume I la cumple el ágora, que sí cuenta con terrenos de césped usados habitualmente por los estudiantes para concentrarse, acostarse en ellos, tomar

el sol o comer. El Jardín de los Sentidos es fundamentalmente un jardín ornamental, que invita al paseo individual, a la reflexión y a la lectura tranquila, y a la contemplación y disfrute de sus diversos elementos. El resultado final es una curiosa combinación por lo tanto de soluciones barrocas –el trazado urbanístico global en el que se inserta y la preponderancia de fórmulas inspiradas en la arquitectura-, evocaciones hispanoárabes –su fragmentación, su carácter intimista, la abundancia de agua y de árboles frutales-, referencias mediterráneas y tendencias contemporáneas.

El Jardín de los Sentidos es asimismo un organismo vivo y cambiante. Un espacio sensitivo que muta con las estaciones y con el paso de los años. Un excelente ejemplo por ello de ese patrimonio tangible e intangible a la vez que constituyen los parques y jardines, y que interesan por igual a historiadores, historiadores del arte, urbanistas y arquitectos. No obstante dejo constancia de que el estudio sobre los jardines y espacios verdes universitarios todavía está por escribir.



CAPÍTULO IV

La mesa del Virrey. Instrucciones sobre el viaje y recibimiento en el Perú *

Alfredo J. Morales

* El presente texto con algunas variantes en su redacción y acompañado de un apéndice documental, lo publiqué con un título similar en CANTÚ, Francesca (ed.). *Las cortes virreinales de la Monarquía española: América e Italia*. Roma: Viella, 2008, pp. 465-492.

La creación en 1542 por el emperador Carlos V de los virreinos de México y Perú supuso fijar la responsabilidad del gobierno de tan amplios territorios en la persona de unos virreyes que actuarían como “alter ego” del monarca. Si bien otros territorios de la monarquía hispana respondían a la misma figura administrativa, la enorme distancia que mediaba entre la metrópoli y las tierras americanas hizo que sus virreyes tuvieran una autonomía y un nivel de competencias excepcionales, del que nunca gozaron sus homólogos europeos. De hecho, la lejanía del soberano se compensó con unos virreyes que ejercieron en su nombre toda la autoridad y que acumularon todo tipo de cargos, llegando a gozar de un prestigio institucional y personal extraordinarios. Todo ello se hizo patente en los numerosos festejos de los que fueron protagonistas, utilizados como eficacísimos instrumentos de propaganda política e idóneos recursos de reforzamiento del papel de la monarquía. Entre todas las fiestas cortesanas que tuvieron por escenario las tierras americanas y como protagonistas a los virreyes sobresalen sus entradas públicas, caracterizadas por su brillantez, espectacularidad y boato. Los ingredientes de éstas fueron variados y en la mayoría de las ocasiones se resolvieron como verdaderas entradas triunfales, erigiéndose arcos y arquitecturas efímeras destinadas a transformar temporalmente el paisaje urbano y a ocultar mediante escenográficas composiciones y eruditos programas iconográficos la fisonomía cotidiana de las ciudades.

La riqueza conceptual y visual de estas decoraciones, su capacidad de sugestión y el hecho de que en ellas intervinieran los más cualificados artistas locales, explica la atención que desde hace algún tiempo le han prestado los investigadores, dando lugar a variados e importantes estudios. Al respecto deben citarse las aportaciones realizadas por de la Maza, Morales Folguera y Mínguez, sobre el virreinato de la Nueva España¹. En relación con el virreinato peruano cabe destacar las publicaciones de Ramos Sosa

¹ Se trata de las monografías de MAZA, Francisco de la. *Las piras funerarias en la historia y en el arte de México*. México: Anales del Instituto de Investigaciones Estéticas, 1946; MORALES FOLGUERA, José Miguel. *Cultura simbólica y arte efímero en Nueva España*. Sevilla: Consejería de Cultura, 1991; MÍNGUEZ CORNELLES, Víctor. *Los reyes distantes*. Castellón de la Plana: Servicio de Publicaciones, Diputación de Castellón, 1995.

y Durán Montero². En unos y otros estudios se ha señalado como estas fiestas fueron el principal espectáculo de las cortes virreinales y como en ellas se hizo uso de la mitología para proclamar las virtudes del gobernante a quien se recibía y las excelencias del monarca a quien representaba. Para lograr el éxito de estas entradas era necesario prepararlas con suficiente antelación, aunque lo verdaderamente importante era lograr los recursos económicos adecuados para hacer frente a los cuantiosos gastos generados tanto por el recibimiento, como por los restantes festejos con los que se agasajaba a los virreyes. También de ellos dependía el feliz resultado de las celebraciones y de igual manera que las ciudades y muy especialmente las capitales se preparaban para recibirlos, ellos debían estar prevenidos sobre el cometido que les esperaba, las peculiaridades del territorio sobre el que iban a gobernar, las circunstancias del largo y complicado viaje que debían realizar hasta alcanzar sus dominios y las prácticas protocolarias a seguir en razón de su cargo. Es precisamente al comentario de una serie de instrucciones y recomendaciones sobre estas cuestiones que precedieron a la celebración de las fiestas de recibimiento de los virreyes del Perú a las que están dedicadas las siguientes páginas.

La información procede de una serie de documentos sin fechar que fueron recopilados por el marqués del Risco y que se conservan en la Biblioteca Universitaria de Sevilla³. La mencionada colección documental ya ha sido manejada y consultada por diversos investigadores entre los que cabe mencionar a Muro Orejón en su estudio sobre el Marqués del Risco y a Lohman Villena en su trabajo sobre las minas de Huancavelica, apareciendo además citada en el apartado dedicada al virrey Duque de la Palata en la obra que editó Hanke sobre las personalidades que ocuparon dicho cargo en los territorios americanos durante los siglos XVI y XVII⁴. De ese

² Véase RAMOS SOSA, Rafael. *Arte festivo en Lima virreinal (siglos XVI-XVII)*. Sevilla: Consejería de Cultura y Medio Ambiente, Asesoría Quinto Centenario, 1992 y DURÁN MONTERO, María Antonia. “La entrada en Lima del virrey D. García Hurtado de Mendoza, Marqués de Cañete”, *Laboratorio de Arte*, 3, Sevilla, 1990, pp. 57-62.

³ Biblioteca Universitaria de Sevilla (B.U.S.) Manuscrito 330/122. *Documentos recogidos por el Marqués del Risco sobre asuntos de gobierno del Perú en los primeros años del siglo XVII*.

⁴ MURO OREJÓN, Antonio. “El Doctor Juan Luis López, Marqués del Risco, y sus comentarios a la Recopilación de Indias”, *Anuario de Historia del Derecho*

conjunto de documentos interesan en el momento presente los que se dedican a informar y dar instrucciones a los virreyes sobre las circunstancias de su viaje desde la metrópoli hasta su llegada a Lima, así como los que tratan sobre los preparativos y normas a seguir en el recibimiento tributado por la ciudad a quienes llegan a la capital del Perú para hacerse cargo del virreinato.

Ninguno de los aludidos documentos aparece firmado o fechado, ni se conoce a quien podían ir destinados, aunque Muro Orejón ya señaló la posibilidad de que estuvieran dirigidos a don Luis Jerónimo Fernández de Cabrera, conde de Chinchón, quien ocupó el Virreinato del Perú entre 1629 y 1639. Si bien ciertos datos pueden apoyar la hipótesis de que una parte de ellos lo tuvieron como destinatario, también es cierto que otros niegan tal posibilidad. En realidad en uno de los documentos se alude al virrey conde de Lemos, cuyos años de gobierno abarcan desde 1667 a 1672, por lo que debería situarse la redacción del mismo en el último cuarto del siglo XVII. Así pues, teniendo en cuenta estas circunstancias y considerando otros datos aportados en los diferentes escritos es evidente que se trata de un conjunto algo dispar fechable entre los años finales del siglo XVI y el último cuarto del XVII.

El hecho de que los documentos carezcan de autoría, de fecha de elaboración y de indicación alguna sobre su destinatario puede explicarse teniendo en cuenta que dicha colección documental corresponde a copias de otros que fueron reunidos por don Juan Luis López y Martínez, Marqués del Risco. Lo que no es fácil de deducir es la intención con la que emprendió tal tarea. Es posible que algunos de ellos pudieran serle de utilidad para el desempeño de sus funciones de Alcalde del Crimen de la Audiencia de Lima, pero no es factible establecer alguna relación entre los mismos y su otra tarea de gobernador de Huancavelica, que desarrolló entre los años de 1683 y 1687, durante el gobierno del virrey Duque de la Palata. Por eso pudiera considerarse que se trate del testimonio de la curiosidad y el interés de un cualificado y eficaz funcionario

Español, 1946, tomo XVII, pp. 784 y ss. Se trata del trabajo más completo que se ha realizado sobre este magistrado; LOHMAN VILLENA, Guillermo. *Las minas de Huancavelica en los siglos XVI y XVII*. Sevilla: Escuela de Estudios Hispanoamericanos, 1949; HANKE, Lewis (ed.) y RODRÍGUEZ, Celso (col.). *Los virreyes españoles en América durante el gobierno de la Casa de Austria. Perú II*. Biblioteca de Autores Españoles, tomo CCLXXXI, Madrid: Atlas, 1978.

de la administración española por conocer todos los asuntos relacionados con el gobierno y los gobernantes de aquellas tierras en las que vivió y en las que con tanta competencia ejerció variadas tareas para la corona española. No obstante, también puede plantearse la posibilidad de que alguno de dichos documentos estuviera redactado por propio el Marqués del Risco y que su destinatario fuera alguno de los virreyes sucesores del Conde de Lemos, es decir, el Conde de Castellar o muy especialmente el ya citado Duque de la Palata, con quien se trasladó al Perú en calidad de consejero. Si esto fuera cierto, es factible que las relaciones más antiguas fueran copiadas con la intención de servir de apoyo a los propios comentarios y a los consejos que después trasladaría a éste último personaje antes de que emprendiera su viaje al Perú. No obstante, también cabe la posibilidad de que se tratase de parte del material reunido para elaborar su *Historia jurídica de el derecho i gobierno de los reinos y provincias del Perú, Tierra Firme y Chile*⁵.

Algunos de los asuntos recogidos en los citados documentos son de carácter eminentemente práctico y tienen como misión poner al corriente al virrey de la realidad americana e ilustrarlo sobre los territorios que iba a gobernar, así como advertirle de las circunstancias y de los problemas e imprevistos que podían surgir en su largo viaje desde la metrópoli hasta la capital peruana. Tal información sería de gran ayuda a la hora de desempeñar el cargo, por lo que serían los propios virreyes quienes solicitarían relaciones y noticias sobre dichos temas. Al respecto se sabe que el conde de Monterrey recibió un informe de su criado y capellán Baltasar Ramírez, que había vivido muchos años en Perú antes de trasladarse a México, sobre la situación y características de las tierras peruanas⁶. Otros asuntos de los mencionados documentos corresponden a recomendaciones de carácter higiénico y de salud, a temas de alimentación con indicación de las vituallas necesarias y de la adecuada procedencia de las mismas, a la indumentaria y al ajuar necesario para la travesía y para cuando se llegue a Lima,

⁵ Sobre este manuscrito véase MURO OREJÓN, Antonio. *Op. cit.*

⁶ El informe constaba de 174 páginas y fue elaborado en 1597 con el título *Descripción del reino del Perú, del sitio, temple, provincias, obispado y ciudades de los naturales, de sus lenguas y traje*. Dicho texto se conserva en la Biblioteca Nacional de Madrid. Ms. 19668. La referencia está tomada de HANKE, Lewis (ed.) y RODRÍGUEZ, Celso (col.). *Op. cit.*, p. 81.

al número y variedad de los criados de los que debe acompañarse. Otros tratan de los diferentes oficios que habría de proveer en la administración del virreinato y de las características que debían reunir las personas a las que designase para ocuparlos. Los hay referidos a asuntos de gobierno, a la necesidad de estar prevenido de los ataques piratas, a la atención que debería prestar al despacho de la plata y al control de los gastos que se ocasionasen a la Real Hacienda. También se refieren varios de ellos a asuntos protocolarios, con recomendaciones sobre la indumentaria, las normas de comportamiento y el trato que debería otorgarse a los miembros de las distintas instituciones y a cualquier individuo. Otros textos están dedicados a hacerle saber las diferentes etapas del camino por tierras peruanas, de los agasajos que recibiría a lo largo del mismo y de los actos oficiales que debería presidir, así como sobre las previsiones que tendría que adoptar. Resultan interesantes los párrafos dedicados al ceremonial y los usos que se habían venido siguiendo en las entradas de los virreyes en la Ciudad de los Reyes, aportándose algunas detalles sobre el recorrido, sobre los diferentes actos que se distribuían a lo largo de tan señalada jornada y sobre cual debería ser su proceder en cada uno de ellos.

Las recomendaciones en torno al viaje son previas a su llegada a la ciudad de Sevilla, donde debía iniciar los trámites para embarcar en la flota. Se le recomienda que designe un alguacil, veedor o gentilhombre que anticipadamente solucione su alojamiento en posadas en cada una de las jornadas del viaje y que también se encargue, junto con un ayudante de cocina, de tener dispuestas las comidas. En la capital hispalense se le recomienda al virrey alojarse en el palacio del Duque de Medina Sidonia o en el Real Alcázar, del cual era alcaide el Conde de Olivares, y si no era posible en ninguno de ellos en alguna casa particular⁷. Desde la capital

⁷ La alcaidía del alcázar sevillano estaba en manos de los Guzmanes desde 1559, cuando don Pedro, el primer Conde de Olivares, sucedió en el cargo a don Luis Portocarrero. El 15 de septiembre de 1612 el rey Felipe III mediante una real cédula fechada en Aranjuez le concedió a don Gaspar de Guzmán, tercer Conde de Olivares, la merced de dejar la alcaidía a su hijo o hija mayor que le sucediese en su casa, estado y mayorazgo. Las importantes empresas artísticas desarrolladas en este palacio durante los años en que don Gaspar ocupó el cargo han sido estudiadas por MARÍN FIDALGO, Ana. *El Alcázar de Sevilla bajo los Austrias*. Sevilla: Guadalquivir S. L. Ediciones, 1990, tomo II, pp. 421 y ss.

hispalense se le recomienda dirigirse a Sanlúcar de Barrameda en la faluca con toldo que poseía la Casa de la Contratación, para lo cual tendría que avisar a dicha institución. Si esto no fuera posible podría recurrirse a tres grandes embarcaciones de remos, pues el viaje a través del río resultaba mejor y más barato que por tierra. En Sanlúcar podría encontrar acomodo en el palacio del citado Duque de Medina Sidonia o en el convento de Santo Domingo, mientras que su séquito podría alojarse en mesones o posadas, pues el tiempo de permanencia allí sería breve. En caso de producirse el embarque en Cádiz, se le recomienda llegar hasta El Puerto de Santa María y desde allí atravesar la bahía en un laul, o bien tomar un carruaje para cruzar el Puente Suazo y dirigirse a la capital gaditana en donde podría hospedarse en el Convento de San Francisco. También podría recurrir a algún convento si el alojamiento que se le proporcionase al arribar a las ciudades de Cartagena de Indias, Portobelo y Panamá no fuera de su agrado. Para los desplazamientos por el territorio americano se le recomienda llevar litera y coche, debiendo ser dos los coches si el virrey fuese acompañado de su mujer. Asimismo se le indica que para el día o en los momentos en que hiciera buen tiempo podría utilizar una mula. No obstante, en otro documento se indica que en sus traslados a El Callao vaya siempre en un buen caballo⁸. También usarían mulas los criados y pajes a su servicio y al servicio de los otros gentilhombres del séquito, sirviendo una mula para todos los lacayos.

A la hora de embarcar en los galeones de la flota tendría que hacerlo en la nao capitana y alojarse en la cámara de popa, ocupando la inferior si dicha embarcación tuviese dos corredores, pues además de ser mayor notaría menos el movimiento del buque. Dicho camarote tendría que adornarlo con algunas colgaduras y en el mismo debería haber una bacía grande de plata llena de juncia y un recipiente con agua de rosa y vinagre rosado para que se perfumara el ambiente y se disimulase el mal olor del barco, el cual podría llegar a provocarle mareo. Para su servicio deberían embarcar en la misma nave “el mayordomo y veedor, el camarero y un gentilonbre de cámara y un moço de cámara, quatro pajes,

⁸ Se indica en el documento que cuando el virrey tenga que abandonar tierras peruanas los coches podrán ser vendidos en Lima a muy buen precio. B.U.S. Manuscrito 330/122. *Op. cit.*, Fols. 417 y 246 vto. respectivamente.

mastresala y copero, cocinero y moço; repostero de plata y estrado; botiller y dos lacayos”. El resto de los criados irían en los galeones que estableciese el general de la flota⁹. Al respecto de ellos se especifica en otro documento que debe llevar dos esclavos para la cocina, uno para el repostero de plata, otra para el guardarropa y otro para la cámara, más dos o tres para la caballeriza de Lima. Todos ellos pueden ayudar en cuanta tarea fuese precisa durante el viaje e incluso lavando la ropa. Asimismo sería conveniente llevar una “negra de Lisboa que sea muy grande conservera y cocinera”, más algunas esclavas que la ayuden y que en Lima podrían trabajar como lavanderas.

Las indicaciones referentes a higiene y salud prosiguen señalando que sería preciso hacer don almohadas de tafetán rellenas de rosa y otros perfumes para el confort de la cabeza. Asimismo y para evitar las chinches se tendrían que encargar en Sevilla la manufactura de dos sábanas de badana, pegadas y sin costuras que se usarían en la cama. Debido al mucho calor que debería soportar tendría que mudarse de camisa a diario, con ello también evitaría los piojos, los cuales fácilmente le podrían contagiar si saliese de su camarote. El vestido que usase durante la travesía se recomienda que fuera fresco y de seda común o ligera y en caso de salir a la cubierta se insiste en que esté siempre resguardado bajo un toldo para evitar el sol. Al llegar a las islas de barlovento, es decir a las Antillas Menores, para repostar agua se le indica que no desembarque pues no es lugar seguro, ya que en aquellos lugares es habitual que haya indios emboscados que suelen atacar a las tripulaciones cuando llegan a tierra¹⁰. Respecto al agua se precisa que deben llenarse en Sanlúcar treinta botijas de barro sin vidriar de la fuente del Algarrobo o de la que bebe el Duque de Medina Sidonia. Con objeto de beberla fría, “aunque dizen no es muy sano”, se necesitarían dos quintales de salitre y garrafas de madera o una cantimplora de plata muy delgada para poder enfriarla. Dicha agua debería ser siempre hervida por ser más sana, debiendo beberse moderadamente y siempre tomando algún dulce, resultando mucho mejor si el agua estuviese “envinada”. Se le recomienda al virrey tomar algo al levantarse evitando estar en ayunas, señalándose en

⁹ *Idem.*, Fols. 243 vto. y 244.

¹⁰ *Idem.*, Fol. 417 vto.

otro punto que es bueno el “hinojo confitado para acabar de comer, beber entre día y desayunarse”¹¹. Por otra parte se le recomienda no cenar por la noche y en caso de hacerlo abstenerse de tomar carne, comiendo ensalada, huevos y pescado fresco, por ser lo más saludable en aquellas tierras calientes. En caso de marearse se le recomienda como la mejor receta la siguiente: “poner a cozer un ave con tocino, garbanços, ajos y mucha especia y yr tomando a menudo tragos del caldo. Echándole, buelva a tomar otros aunque sea por fuerça y no le pese a Vuestra Excelencia del bómrito que con ellos quedara sano”. Para garantizar el éxito de tan peculiar remedio se le indica que no debe hacer uso de cualquier otro remedio “aunque lo diga Galeno, porque no navegó y esto es esperiençia y así lo hize con el Conde de Lemos, mi Señor”¹². No deja de sorprender que una receta de tal contundencia sirviera para contrarrestar los efectos del mareo derivado del movimiento de la nave.

En los aspectos relativos a la alimentación los documentos son prolijos al enumerar los diferentes productos que debían embarcarse, su cantidad y la procedencia adecuada de los mismos. Asimismo se indican las condiciones de transporte y almacenamiento de algunos de ellos para garantizar su adecuada conservación. En la relación sorprende la ausencia de ciertos productos americanos, como la papa, el maíz o el chocolate que ya se habían empezado a popularizar en la metrópoli. Se dice que para el servicio del virrey deben llevarse trescientas gallinas, treinta pernils, una docena de carneros y un par de terneras, dos cebones “muy buenos, los cuales se an de aderezar todo lo magro de ellos en salchichas y

¹¹ En una anotación al margen se indica que “el hinojo es bueno en la mar y el anís para de noche y de día al beber”. *Idem.*, fol. 245.

¹² Se refiere a don Pedro Antonio Fernández de Castro, Conde de Lemos, quien ocupó el virreinato del Perú entre 1667 y 1672. El texto, como ya se indicó, debe estar pues dirigido a alguno de sus sucesores, bien a don Baltasar de la Cueva Henríquez, Conde de Castellar y que desempeñó el cargo entre 1674 y 1678, o a don Melchor de Navarra y Rocafull, Duque de la Palata, virrey del Perú entre 1681 y 1689. La relación que existió entre este virrey y el Marqués del Risco en los años que éste fue gobernador de Huancavelica plantea la posibilidad de que una parte de los documentos aquí comentados fueran redactados por dicho personaje y que su destinatario hubiera sido el mencionado Conde de la Palata. Continuando en el ámbito de las hipótesis, podría sospecharse que la útil y oportuna información recogida en dichos documentos fuera agradecida por el virrey con el nombramiento de Huancavelica al advertir la capacidad y eficacia de su informante.

longanizas muy bien aderezadas y echallas cada cosa de por si en orças de barro bidriado y derretir todo lo gordo en pellas de los cebones y hechar con ellas las orças y con esto yran conservadas todo el camino y es buen regalo en la mar. Dos tocinos enteros para adereçar de comer. Mechar aves. Cozer las ollas y lo demás que se adereçare”¹³. La relación continúa con cincuenta pares de perdices conservadas en manteca, dos docenas de lenguas de vaca asada y cincuenta de cerdo en adobo y ahumadas, más determinadas cantidades de atún, bacalao y pescada, destinándose ésta al consumo de los criados. De arroz, garbanzo, lenteja y fideos debe llevarse una fanega, dos docenas de calabazas grandes y curadas de las llamadas de “las Yndias que entretienen por verdura porque en la mar no se pueden conservar ajos y cebollas”, una arroba de miel blanca, pasas de Almuñecar, almendra morisca, azúcar, orejones de durazno, guindas en almíbar, cajas de membrillo, alcaparrones y alcaparras, así como tallos de alcaparras en vinagre que resultarían buenos para las ensaladas, “azeytunas gordales de Alcalá, verdes y moradas y otras de manzanilla”, cien arrobas de aceite, cincuenta botijas de vino de Monturque, Alanís o Guadalcanal para agasajar a los huéspedes, cuatro botijas de vino tinto de Jerez que serviría para aderezar sopas y guisos de aves, limones, naranjas, melones de invierno de Sevilla o de Coria, peros y camuesas, manteca de vaca, queso de Flandes, harina para hacer pan, jamones y tocino de Aracena, carne salada de Irlanda, además de canela, clavo, pimienta y nuez moscada. De algunos de estos productos se dice que no importa si sobrase, ya que podrían también servir cuando se surcase el Pacífico o incluso en Lima. Asimismo se indica que en el Perú no se puede encontrar azafrán por lo que es conveniente llevar dos o tres arrobas para todo el tiempo que se deba permanecer allí. Por otra parte, se especifican determinadas vituallas de menor calidad para alimentación de los criados¹⁴. Los productos tendrían que encargarse con dos meses de antelación, para lo que un criado del virrey, a ser posible indiano, tendría que trasladarse a Sevilla para ocuparse de los correspondientes trámites.

¹³ Se indica que las gallinas deben ir en tres gallineros, que para su alimentación se lleven ocho fanegas de trigo y que un lacayo se preocupe de cuidarlas y de recoger los huevos diariamente. Los pernils se tendrían que colocar de dos en dos y piel con piel, para evitar la aparición de gusanos y que se estropeasen. B.U.S. Manuscrito 330/122. *Op. cit.*, Fols. 244vto-245. En otro de los documentos de la colección se da la cifra de doscientas gallinas en cuatro gallineros. *Idem.*, Fol. 417.

¹⁴ *Idem.*, Fols. 245 vto.- 246.

En relación con la indumentaria, ya se ha señalado que se recomienda al virrey utilizar vestidos ligeros de seda o de sarga perpetuán para soportar mejor el fuerte calor que padecería durante la travesía y en su recorrido por las tierras americanas¹⁵. Para el momento de desembarcar en Cartagena de Indias, Portobelo y Panamá se le aconseja llevar vestidos de seda, de tafetán o de gorgorán¹⁶. En Lima se le indica que el vestido además de ligero debe ser grave, como sotanilla hasta la rodilla, pudiendo ser de algún color o bordado. También se le indica que debe llevar una docena de sombreros hechos en Sevilla, medias de seda de diversos colores y mucha ropa blanca para su uso personal y para el servicio de cama y mesa. Para el correcto control de todo ello y para evitar su deterioro es preciso que se busque un guardarropa. Tal información sobre su indumentaria se completa con la recomendación de que durante la travesía se vista completamente antes de salir de su camarote y que no se cambie de vestido en todo el día. Además se le dice que necesitaría un capote para protegerse de los aguaceros. Por otra parte se le indica que debería llevar “cosas de ambar, perlas y diamantes”, “arnés de a caballo y de infante bueno y luzido” y, por supuesto, espadas. Respecto al calzado se le dice que lleve botas y zapatos blancos, para evitar que se pudriesen, añadiéndose que los de color negro podría encontrarlos en Lima. Respecto al vestido del séquito que lo acompaña se añade que deben comprarse en Toledo sedas para la librea de los cincuenta alabarderos, para los pajes, lacayos y cocheros. Dichas sedas deberían ser de colores y no negras, porque además de deteriorarse en el mar eran fáciles de encontrar en Lima. Para transportar las sedas tendrían que hacerse baúles con un peso máximo de ocho arrobas, evitando comprarlos en Sevilla por ser más caros¹⁷. Por otra parte, se señala que los paños negros que fueran necesarios habría que adquirirlos en Segovia¹⁸.

¹⁵ La tela denominada sarga perpetuán o sempiterna es un tejido de lana gruesa y de gran resistencia. Agradezco a mi amiga Pilar Benito esta información.

¹⁶ El gorgorán es un tejido de seda con cordoncillo.

¹⁷ En una nota al margen se indica que dichas libreas pueden ir haciéndose durante la travesía y en los dos meses de permanencia en Panamá, por lo que sería necesario llevar un sastre. En caso de faltar algo para la entrada en Lima será posible adquirirlo en El Callao.

¹⁸ En otro de los documentos se indica que a los pajes debe darles tres libreas, una de paño para el camino, otra de sarga perpetuán para la estancia

Tan interesante como la información relativa a la indumentaria del virrey son las notas sobre su ajuar, que en todo momento debería estar en consonancia con su rango. Así, se le indica que su camarote tendría que adornarse con tafetanes o damasquillos de lana o alguna vieja colgadura; que el cocinero comprase en Sevilla todo el menaje de cobre que fuera necesario para su “grandiosa cocina” y que la bajilla fuera suficiente para ocho o diez comensales. La ropa de mesa debería ser mucha y rica, con manteles suficientes y de calidad para cuando tuviera que invitar a comer a los miembros de la Audiencia o del Tribunal de la Inquisición. Para iluminar las estancias necesitaría cien quintales de cera entre velas y hachones. Sobre su sitial en la catedral se le indica que podría ser negro o morado con adornos en oro. En otro de los documentos se señala que debería llevar colgaduras de tafetanes y damascos, camas y “de velos y otras cosas delicadas” por ser Lima un lugar templado. También se le recomienda llevar tapicerías, pues cuando las vendiese en Potosí antes de regresar a la península podría obtener buenos beneficios¹⁹.

Un equipaje tan voluminoso y variado era necesario que fuera perfectamente ordenado y embalado, debiendo tenerse en cuenta que ninguno de los baúles o cajones debería pesar más de cuatro arrobas, pues de lo contrario sería imposible su traslado desde Portobelo a Panamá habida cuenta las condiciones del río Chagres y las dificultades que ofrecía el posterior camino. Del conjunto de cajas necesarias se indica que la correspondiente a las espadas tendría que ser del largo de las mismas y que la destinada a la plata debería tener los necesarios compartimentos. Para el transporte de los diversos bultos se señalan las mulas que serían necesarias.

Un amplio conjunto de anotaciones se centran en cuestiones de gobierno y en las características que deberían reunir las personas que estuvieran a su servicio o en los puestos de la administración. Así, el agente que se encargase de sus negocios en Sevilla debía ser rico y previsor para tener dispuestos los víveres que se le

en Sevilla, Sanlúcar de Barrameda, Cartagena de Indias, Portobelo y Panamá y otra de seda negra para la entrada en Lima. De seda negra debía ser también la librea de la guardia, señalándose que tal circunstancia se debe a la condición de viudo del virrey. B.U.S. Manuscrito 330/122. Fol. 246 vto.

¹⁹ *Idem.*, Fol. 417.

solicitasen con tiempo y a los precios más convenientes. Su mayordomo debería ser persona capaz de satisfacer a todos, solícito con su señor y con un trato no discriminatorio para con los restantes servidores. Para secretario tendría que buscar “persona cuerda, callada, sufrida, trabajador.... buen cristiano (porque) a de ser el archivo de los pensamientos de Vuestra Excelencia y de quien a de salir los buenos ağıertos o malos”²⁰. Para desarrollar adecuadamente su trabajo el secretario debería tener un oficial o secretario de cartas y dos pajes, habida cuenta que toda la correspondencia debía ser duplicada, enviándose una a España y quedando otra en el archivo “para las ocasiones que se ofrecerán con el tiempo ser necesarias”. Se le recomienda ser prudente a la hora de proveer los oficios en sus criados y de ser generoso con los descendientes de los conquistadores, que en su mayoría habían perdido sus encomiendas, otorgándoles mercedes con preferencia a otros, por mucho que fueran servidores reales o que hubieran prestado servicios en Flandes. En un documento que se encabeza con la frase “Este papel es para solo Vuestra Excelencia que le lea y guarde” se dice que el “virrey a de ser un lince, una centinela de continuo, siempre previniéndolo todo anticipadamente”. Seguidamente se le indica que ha de escribir al gobernador de Chile para recordarle que debe avisarle de inmediato cuando cruce el estrecho de Magallanes algún pirata, con objeto de preparar la defensa y proteger la flota. Por la importancia del puerto de Arica “que es la llave del Pirú”, pues allí se reúne toda la plata antes de enviarla a Lima, se le dice que es necesario que designe como responsable del mismo a una persona honrada y capaz. En relación con el despacho de la plata se le indica que debe solicitar a los oficiales de Potosí que la envíen con tiempo suficiente a Arica y que la armada la traiga y lleve las mercaderías a Potosí y Arequipa en el momento adecuado, con objeto de que estuviera en El Callao a mediados de marzo y así poder partir con la plata camino de Panamá a comienzos de abril. Para los temas de gobierno debe atender a las decisiones del Acuerdo y no tomar decisión alguna en materia de gastos a la Real Hacienda o efectuar pago alguno que previamente no haya sido aprobado por el mismo, pues de esa manera nadie podrá exigirle responsabilidades²¹. En relación con

²⁰ *Idem.*, Fol. 417 vto.

²¹ Se le encarece que “Este es aviso en que no a de aver descuydo en él xamás, que la Real Hacienda tiene muchos achaques”. *Idem.*, Fol. 418.

los nombramientos y mercedes aconseja que se los comunique en persona a los beneficiados y que al hacerlo manifieste que actúa en nombre del rey y que espera un recto proceder y una mejora en el servicio. Señala seguidamente que también debe premiar a los criados, pero procurando que sus errores y faltas no repercutan en su contra²².

Varios de los puntos recogidos en los documentos vienen a resaltar la calidad de la persona del virrey y la necesidad de hacerlo perceptible mediante su comportamiento y actitud. Al respecto se le indican las normas que debería seguir, las costumbres a respetar y los principios que habría de mantener. Algunas de las recomendaciones podrían resultar desconocidas a los virreyes en razón del nuevo rango alcanzado, pero la mayor parte ellas tan solo serían recordatorio de unos usos habituales para cualquier noble. En realidad las normas protocolarias eran pilares fundamentales en el comportamiento de la sociedad de la época y su cumplimiento indispensable para que las ceremonias oficiales discurrieran con la debida representación y dignidad. En consonancia con ello, uno de estos documentos dice textualmente en su inicio: “Por la grandeza de Vuestra Excelencia, autoridad del cargo es fuerza, se haga la xornada de aquí a la embarcación con toda autoridad y, despues de embarcado, en la mar con la pusible. Y al desembarcar en Cartajena, Portovelo y Panamá toda la que se pudiere, y en la otra mar toda la que quisiere, pues va por su jurisdicción y en bajeles propios. Y ellos y el general y capitanes a su orden y disposición y provisión”²³. Si a lo largo de la travesía se produjese alguna refriega u “ocasión de arma” se le recomienda que sea el primero en salir a cubierta pues con ello ganará fama y renombre y la tripulación lo celebrará eternamente. Asimismo, en caso de aguacero debe ordenar se entregue a los marineros y soldados una botija de vino corriente y algún bizcocho blanco. Dicha orden debe ser directamente suya, para que todos le oigan en la primera ocasión en que ocurriera, si bien las restantes veces sería el mayordomo

²² En la última hoja del documento aparece escrito “Indias. Algunos puntos y advertencias tocantes al gobierno del Perú y prebenziones para su viaxe. Lo adbertido a la margen deste papel se a de saber encima y todo lo rayado se a de mirar algunas bezes por sy ay en ello cossas de importancia”. *Idem.* Fol. 418 vto.

²³ *Idem.*, Fol. 243.

quien se ocuparía de ello. Otras recomendaciones inciden en el boato que deben ofrecer determinados actos, como su embarque o desembarque, la llamada a diana y la orden de cabalgar, para las que se le dice que ha de llevar un trompetero. Se le indica que su porte ha de despertar en todo momento admiración y respeto, especialmente en sus apariciones públicas, caso del viaje a El Callao que deberá efectuar sobre un buen caballo y de forma majestuosa, aunque con la mayor afabilidad posible, pues de esa manera se ganará las voluntades. Al respecto se comenta que si se comporta con humanidad todos lo seguirían y que si actuase con rigor, le temerían y lo dejarían solo. Se insiste en que trate a todos con cortesía, pues en el Perú se llama de vos a los criados y que en las audiencias ordinarias aparezca junto a un bufete, para evitar tener que dar silla a los presentes, aunque haga cubrirse a las personas del gobierno y de la milicia. Como resumen de cual ha de ser su general proceder se le dice que a todos debe “honrarlos y agasaxarlos, quen aquel reyno estiman mas la honra que las mercedes. Y esto debe Vuestra Excelencia estar muy advertido porque importa esto mucho para el buen crédito de la persona”²⁴.

También se refieren a normas de cortesía y protocolo los documentos relativos a la entrada de los virreyes en la ciudad de Lima, si bien la información que aportan es más amplia²⁵. Así, se indica que la comitiva puede tardar unos veinte días en recorrer descansadamente el camino desde Paita hasta Lima, siendo recomendable enviar por mar hasta El Callao todo el equipaje que pudiera retrasar el paso de la comitiva. Para prevenir las necesidades del recorrido se debería nombrar a un aposentador encargado de la adquisición de los productos y comestibles, así como del agua y la hierba para los animales, pagando a los caciques en propia mano y debiendo entregar éstos la correspondiente carta de pago. Seguidamente se indica que cuando en Lima se ha conocido que

²⁴ *Idem.*, Fol. 418.

²⁵ Uno de ellos lleva en el reverso del último folio a manera de título “Razon del viaje que los señores Virreyes hazen de Payta aLima y de su Recibimiento enella”. Este documento aparece encabezado por la frase “Loque Refiere quien abisto entradas de virreyes de Payta aLima es esto”. B.U.S. Manuscrito 330/122. *Op. cit.*, Fols. 72-73vto.. El otro documento carece de indicación temática o título comenzando con la frase *El Conde mi señor eldia desu entrada saldra desta chacara alas tres de la tarde....* Corresponde a los folios 240-241 vto. del citado Manuscrito 330/122.

el virrey ha llegado a Paita, los oidores de la Audiencia de acuerdo con el propio virrey eligen un consejero cuya misión es garantizar el abastecimiento durante las diferentes etapas del camino, servirle de embajador y ocuparse de los memoriales y peticiones de gracia que le irán presentando durante el camino. Para el mismo se pueden utilizar mulas y literas, tal y como hizo el virrey Marqués de Guadalcázar, siendo estas muy ligeras y baratas y resultando muy convenientes pues los mismos indios arrieros conocen los lugares de parada y las posibilidades que ofrecen²⁶. Al llegar al pueblo de Carabayllo, que se dice es un lugar con abundantes frutales, debe decidirse en que chacara o hacienda se alojaría el virrey para desde ella iniciar su entrada en la ciudad de Lima, que debe desarrollarse “con muy grande ostentación”²⁷. Al respecto se indica que lo habitual es utilizar la chacara de Mancilla, que en aquel momento era propiedad de don Fernando de Castro, personaje que ocupó la Capitanía General. El día de la llegada del virrey a la chacara acudirá a cumplimentarlo en besamanos el cabildo de Lima, repitiéndose la ceremonia por la Audiencia, a quien acompañará el Tribunal de Cuentas, por el arzobispo y el cabildo eclesiástico, por el Tribunal de la Santa Inquisición y el de la Cruzada, por el Consulado y, transcurridos cuatro o cinco días, por muchos caballeros de la ciudad y el reino. Como norma protocolaria se le indica al virrey que en las audiencias solo debe dar asiento a los consejeros y contadores mayores. Se le dice que durante los días de permanencia en la chacara es habitual organizar para su entretenimiento juegos de toros y alcancías, durante las mañanas, danzas, comedias y fuegos de artificio, durante las noches. Se añade que a tales espectáculos el virrey deberá ir acompañado por su guardia de a pie.

El día del recibimiento en Lima el virrey tendría que abandonar la chacara en una carroza sobre las cuatro de la tarde, acompañándole las compañías de lanceros y arcabuceros²⁸. A estos seguirán los

²⁶ Se trata de don Diego Fernández de Córdoba, quien ocupó el Virreinato del Perú entre 1622 y 1629. La mención a este personaje hace pensar que el documento aquí comentado estaba destinado a su sucesor el Conde de Chinchón. Tal posibilidad se refuerza, pues el segundo de los documentos citados en la nota anterior se refiere a *El Conde mi Señor...Op. cit.*, Fol. 240.

²⁷ “Razón del viaje que los señores Virreyes hazen....*Op. cit.*”, Fol. 72.

²⁸ En segundo de los documentos dice que a la tres de la tarde. B.U.S.

criados en orden de antigüedad y por sus oficios. Si durante su recorrido hasta la ciudad se encontrase con la infantería y ésta dispara salvas en su honor, el virrey debe detener brevemente su carroza y descubrirse al capitán que acuda a saludarlo, ordenándole seguidamente que pase a ocupar su puesto en la comitiva. En otra carroza y acompañada por sus damas y los criados de la casa deberá ir la Condesa (¿de Chinchón?). Dicho carruaje, acompañado por ocho o diez alabarderos se dirigirá directamente al palacio al entrar en Lima, mientras el del virrey se encaminará hacia la calle Monserrate donde se erige un arco de triunfo con tres vanos²⁹. Antes de cruzarlo se bajará de la carroza y accederá a un estrado en donde se tendrán dispuestos un sillón bajo dosel y un bufete con un misal. Tras ocupar el asiento comienzan a pasar ante él los caballeros e instituciones de la ciudad en orden inverso a su importancia, siendo la última en desfilar la Audiencia. Estando sentado recibirá a la representación de la ciudad quitándose el sombrero e incorporándose un poco y seguidamente los miembros del cabildo se irán distribuyendo por el estrado a los que recibirá de pie y quitándose el sombrero ante cada uno de ellos. Posteriormente se arrodillará y sin sombrero efectuará ante el escribano del cabildo el juramento establecido. Una vez concluido el acto se levantará y con las mismas muestras de cortesía subirá al caballo que el cabildo le regalase³⁰. Al encontrarse con su antecesor, hará las oportunas cortesías, cediéndole la derecha el virrey entrante al saliente. A ambos precederán los consejeros y el resto del cortejo, y abriéndose sus puertas cruzan el arco, para después pasar por una serie de calles engalanadas y dirigirse a la plaza mayor y a la catedral, en donde entrarían a orar los dos virreyes. En la puerta del templo y tras ser recibido por el cabildo eclesiástico se arrodillará el nuevo virrey en un sitial allí dispuesto para adorar la cruz y esperará hasta ser incensado. Al entrar en la catedral podrá ir cubierto hasta encontrar al Santísimo Sacramento. Ante el altar mayor volverá a arrodillarse para orar y mientras cantan el “Te Deum”. Concluido el acto se dirigen los dos al palacio, pero solo accede al mismo el virrey entrante, quien ordena al capitán de la

Manuscrito 330/122. *Op. cit.*, Fol. 240.

²⁹ Parte de la información correspondiente al ingreso en la ciudad fue dada a conocer por RAMOS SOSA, Rafael. *Op. cit.*, p. 34.

³⁰ Al parecer el primer caballo regalado a un virrey fue a don Diego López de Zúñiga y Velasco, Conde de Nieva en 1561. Véase nota anterior p. 42.

guardia que acompañe al saliente a su chácara. Llegando el cortejo al palacio sus integrantes hacen filas a un lado y otro de los dos patios y el virrey pasa a caballo entre ellos con el sombrero en la mano y mirando a ambos lados hará “algún modo de agasajo con la cabeza”³¹. El acceso a las diferentes salas del palacio de dicha comitiva se tiene que ajustar como es costumbre al rango de las personas y de las instituciones, impidiendo la guardia el paso a quienes no corresponda. Al respecto de esta norma protocolaria se le indica al virrey que si surgiese alguna protesta o incidente “Seguarde la costumbre ateniéndose siempre al acto mas proximo que apecedido, dexando a las partes su derecho a salvo”³².

Esa recomendación y todas las indicaciones que se ofrecen al virrey en asuntos de protocolo ponen de relieve no solo un preciso conocimiento de los usos y ceremonias por parte del informante, sino también su interés por aportar las pautas por las que debía regirse su comportamiento a fin de que su llegada y recibimiento en Lima se ajustara a lo acostumbrado. Era precisamente la repetición de las ceremonias lo que contribuía a resaltar la importancia de los solemnes actos y a destacar el papel y la calidad personal del propio virrey y de aquel a quien representaba. Lógicamente también servían para señalar el lugar que ocupaba en la sociedad cada una de las personas e instituciones que participaban en las ceremonias. El éxito de las mismas radicaba en que cada uno cumpliera el papel que le correspondía. De ahí el interés por hacer conocer a los virreyes del Perú, protagonistas de las celebraciones, cual debía ser su modo de obrar. Estas noticias sobre protocolo, al igual que la anteriormente comentada información sobre el viaje desde la metrópoli estaban encaminadas a facilitar al virrey tanto la comodidad y buen desarrollo de la larga travesía, como su adecuado comportamiento en público. Se entendía que el adecuado conocimiento de las cosas haría posible el éxito de su gobierno.

³¹ B.U.S. Manuscrito 330/122. *Op. cit.*, Fol. 241.

³² *Idem.*, Fol. 241 vto.



CAPÍTULO V

Las ciudades del

gourmand

Miguel A. Castillo Oreja

En la cocina tradicional de raíces populares, como en la alta cocina, compleja y sofisticada, a la que se refiere el gran Carême en su clásica obra *La cuisine française au XIXe siècle*, el papel del *gourmand*, tal como lo define el gastrónomo Harry Schraemli¹, resulta de estimable interés. Su misión y su campo de actuación más frecuente, al explicar el delicado engarce entre la tradición y los nuevos conocimientos gastronómicos, la aplicación de la investigación y de las más modernas técnicas culinarias y los resortes más delicados de la cultura, están estrechamente relacionados con el papel que en su más amplio desarrollo asumen las grandes ciudades: así se refleja tanto en la Literatura como en un conjunto cada vez mayor de obras especializadas. París fue el gran centro de operaciones de la alta cocina, desde las elaboradas recetas recogidas por François de la Varenne (*Pâtissier François*, 1656) o las saludables opiniones de Anthelme Brillat-Savarin (*Fisiología del gusto*, 1825), hasta las clásicas creaciones Auguste Scofier, gran maestro de la cocina internacional. Desde una perspectiva diferente, Madrid y, sobre todo Barcelona, son los escenarios más favorables para atender las debilidades gastronómicas del detective Carvalho, personaje creado por Manuel Vázquez Montalbán o Venecia se convierte, con independencia de su singular orografía y al margen de su ingente patrimonio artístico, en el marco de la cocina popular del Véneto en los *Paseos por Venecia con Guido Brunetti*, comisario de policía creado por Dona León. Pero otras ciudades, no sólo nos remiten a una forma específica de entender la cultura gastronómica, con mayor o menor incidencia en las modas internacionales como París, New York, Madrid o Buenos Aires, sino que por su carácter multicultural se presentan como el lugar de afirmación gastronómica de las diversas identidades culturales que conviven en ella. Tal es el caso de Los Ángeles en Estados Unidos, tan bien reflejada por el gastrónomo Jonathan Gold, en su columna del semanal *La Weekly* de la ciudad californiana.

¹ SCHRAEMLI, Harry, *Historia de la gastronomía*, Barcelona: Ediciones Destino, 1982.



1. Abrahan Brosse. *Banquete presidido por Luis XIII.* 1633.

1. Concepto y valores del gourmand

1.1. La gourmandise y el gourmand

Pero procedamos con método. Es necesario, primeramente, definir lo que entendemos por *gourmand* y desligar el término, aceptado en Francia desde finales del siglo XVIII, de otros que se relacionan con él, como los de sibarita y gastrónomo, ciertamente próximos, o el de glotón, el más opuesto de todos, sin duda. Para lograr este objetivo, la ayuda de Anthelme Brillat- Savarin puede ser concluyente: en el undécimo estudio de su *Fisiología del gusto*², obra continuamente editada desde su aparición, escribe

² BRILLAT- SAVARIN, Anthelme, *Fisiología del gusto o meditaciones de*

acertadamente sobre la *gourmandise*, aquella disposición que consiste en tener un “paladar fino”, en la que radica la cualidad principal del *gourmand*:

“He estudiado los vocabularios buscando la palabra gourmandise y no he quedado nada satisfecho de lo que he hallado. Continuamente el concepto gourmandise aparece confundido con voracidad, por lo cual he llegado a la conclusión de que los lexicógrafos son sin duda unos señores muy dignos de toda nuestra consideración, pero no son los sabios amables que nos imaginamos, capaces de llevarse a la boca el alón de una perdiz bien preparada, con toda la delicadeza que el bocado requiere y disfrutar después bebiendo una copa de Lafite o de Clos Vaugeot... Más, ante todo, pasemos a la definición y pongámonos de acuerdo:

La gourmandise es una predilección apasionante, razonada y habitual por todo cuanto halaga al paladar. La gourmandise es enemiga de cualquier exceso: toda persona que coma o beba demasiado, corre el peligro de...ser borrado de la lista de la cofradía.

Por todo ello aconsejamos a cuantos se sientan tentados a traducir este libro instructivo, que conserven el vocablo francés, ya que la palabra francesa gourmandise no puede ser traducida ni por la palabra latina gula, glotonería, ni por la inglesa gluttony, ni por la palabra alemana lüsternheit”

La confusión de *gourmandise* con glotonería o la utilización del adjetivo glotón como sinónimo de *Gourmand*, constituye, por tanto, un lamentable error, que han cometido expertos tan autorizados como José Favre, autor del monumental *Dictionnaire universel de cuisine*, editado en 1893, y que todavía se mantiene en obras relativamente recientes como la edición alemana del *Larousse gastronomique*. Por ello es necesario insistir: la cualidad de un buen *gourmand* es principalmente una especial predisposición a todo cuanto halaga al paladar, siempre que sea “apasionante, razonada y habitual” y, por tanto, diametralmente opuesta a la gula, la glotonería o a cualquier tipo de exceso, puntual o acostumbrado.

gastronomía trascendente..., Madrid: Librería de Alfonso Durán, 1869 (ed. moderna: Madrid, Aguilar, 1987).

La sola reiteración de las actividades culinarias, con la descripción pormenorizada de su trajín, ruidos y olores y la relación superlativa de los más variados productos culinarios, se nos presentan como un verdadero despropósito pantagruélico, si no como uno de los ambientes más sofocantes del infierno. La literatura universal nos proporciona variadísimos ejemplos de este recurso, que en el *Adán Buenosaires* de Leopoldo Marechal, obra revalorizada por Julio Cortázar, tiene en sus páginas su más acertada utilización. El Helicoide infernal del astrólogo Schultze, nuevo Virgilio, anfitrión en el submundo del joven Adán Buenosaires, reclamaba su lugar para “esos abominables chupasalsas, esos omnívoros de lujo, esos pringosos héroes de cocina”, que jamás podríamos denominar *gourmands* o “paladares finos”:

“Por entre mugrientas cortinas de sarga me llevé a una plataforma desde la cual el Tercer Infierno, en toda su anchura, se reveló súbitamente a mis ojos, a mis oídos y a mi olfato. En realidad, acabo de invertir el orden en que se dieron mis sensaciones, porque las primeras en ofenderse fueron mis narices al recibir una tufarada nauseabunda que me hizo pensar si Schultze no hubiera reunido en aquel antro todos los bodegones de la cortada Carabelas, todas las cantinas de la Boca, todas las churrasquerías de Mataderos, todas las lecherías de la Paternal y todas las pizzerías del Paseo de Julio. Casi al mismo tiempo se aturdían mis oídos con algo que no era una música ni dejaba de serlo, y cuya naturaleza real se me aclaró más tarde. Y solo instantes después, ya hechos a la oscuridad del antro mis ojos entrevieron algo así como un banquete monstruoso. La mesa, en forma de una espiral gigante, ocupaba la zona central del infierno; y sentados a su alrededor millares de al parecer comensales, vestidos al parecer de rigurosa etiqueta, recibían las al parecer atenciones de muchos activos y desmesurados al parecer camareros.

Las cocinas están a la derecha -me sopló Schultze- los vomitorios a la izquierda”

Después de acceder a la cocina y descubrir a los cocineros, verdaderos cíclopes, el narrador procede a hacer una pormenorizada relación de actividades culinarias superlativas con el exceso como carácter común:

“Unos hacían girar monstruosos asadores, ensartados en los cuales se doraban enteros los gordos novillos de la invernada, las grasientas vaquillonas con cuero, y las potrancas de jugoso matambre caras a los ranqueles devoradores de yeguarizos; otros hacían llover un diluvio de salmuera sobre lechones y corderos asados verticalmente, o bien sobre parrillas inmensas en las que se tostaban a millares los chinchulines, las tripas gordas, los riñones, las ubres, los testículos y otros órganos internos y externos de bestias mamíferas, junto a sus hermanos de fuego, los chorizos criollos, las cantábricas morcillas, los codeguines itálicos, las longanizas béticas y los salchichones tudescos; aquí, removiéndolos y adobándolos en cuentones de latón, pinches activos horneaban un universo de pollos, martinetas, pavos, gansos, faisanes, patos, codornices y lechuzas; mas allá, otros revolvían en calderas enormes todas las formas lacustres, marítimas y fluviales, desde el gigantesco pejerrey del Paraná, orgullo de su especie, hasta la aristocrática langosta de Chile, pasando por la centolla fueguina, el salmón del piscífero Nahuel, los peces y moluscos de Mar del Plata, los pacúes y surubíes del argentino Delta y los escamosos frutos de Chascomús, sin olvidar los pulpos de la brumosa Galicia, los bacalaos de la resfriada Noruega, los atunes que surcan el Pacífico y los cangrejos del industrializado Japón; en ollas inconmensurables hervían las pastas hechas al itálico modo, los tallarines enmarañados, los capeletis de sabrosa entraña, los preñados ravioles, los espaguetis sutiles y los democráticos macarrones; y luego una difícil alquimia de salsas obtenidas a fuego lento en cazuelas de cobre o de barro, mediante la cocción de liebres maceradas en vino, de perdices hervidas en leche o tratadas al coñac, de berberechos y ostras con whisky, y a todo lo cual se juntaba el tomate obscuro, la llantífera cebolla, el orégano proverbial, la fragante albahaca y el glorioso laurel, con el ajo delator y el nunca olvidado perejil, arcades ambo”³

Descripciones similares en el cine, como *La grande bouffe* (1973) de Marco Ferreri, o en las artes plásticas, como ciertas obras de Banksy, interpretaciones pop de algunos iconos de la cultura

³ MARECHAL, Leopoldo, *Adán Buenosaires*, (3ª ed.). Buenos Aires: Seix Barral, 2008, pp. 435-437.

universal en relación con la comida, producen inevitablemente sensaciones de hastío, empalago, repugnancia, fastidio o apatía, o todas a la vez, opuestas a las que producen los fragantes aromas, los sabores naturales y las diferentes texturas con que se complace habitual y apasionadamente el *gourmand*, pero siempre de forma intelectualmente razonada. Es más, “la mayor virtud del verdadero “paladar fino” o *gourmand* consiste en no comer nunca más de lo que pueda digerir con cordura y no beber más de lo que pueda soportar con plena conciencia”, según nos aconsejaba incluso el excéntrico Grimod de la Reynière en su *Almanach des Gourmands*⁴.

1.2. Gourmand, gastrónomo, gourmet y gastrósofo.

Si no se debe confundir un “paladar fino” con un glotón, ni a la *gourmandise* con la glotonería, y menos con la gula, tampoco podemos comparar sin mayor explicación ambos términos respectivamente con *gastrónomo / ma* y *gastronomía*. El diccionario de la Real Academia Española, define gastronomía, del griego γαστρονομία, en sus dos acepciones como “arte de preparar una buena comida” o “afición a comer regaladamente” y gastrónomo como “persona entendida en gastronomía” o “aficionada a las comidas exquisitas”. Los dos términos aluden al trabajo de elaboración de la buena comida o a quien entiende de ello y a la afición a comer regaladamente o degustar comidas exquisitas. El campo de actuación de un verdadero *gourmand* no queda reducido a su conocimiento de la preparación de una buena comida o a su afición a comer exquisiteces y, por tanto, aunque generalmente el *gastrónomo* suele ser un “paladar fino”, no siempre esto ocurre.

Otra discusión se suele plantear al establecer la posible correspondencia entre *gourmand* y *gourmet*. Según Harry Schraemli, *gourmet*, que en nuestros días se aplica erróneamente en el sentido de “paladar fino”, viene del inglés *groomet* (servidor, criado) y se corresponde en Francia a lo que en España denominamos

⁴ SCHRAEMLI, Harry. Op. cit., pp. 47-48. Esta obra, publicada entre 1803 y 1812 en ocho tomos, fue continuada con el mismo título de 1869 a 1871 por Charles Monselet, con la colaboración de Alejandro Dumas, padre, quien contribuyó con unas recetas muy graciosas y unos ensayos bastante divertidos. Del mismo Grimod de la Reuniere es la editada, también en ocho tomos, con el título de *Journal des gourmands et des belles*, subtitulada *L'épicurien français*.

catadores. El *gourmet* es, por tanto, una persona entendida en vinos. Para resumir: “*Gourmand* es aquel que se deleita con las comidas o bebidas buenas; *gourmet* el que conoce y prefiere los vinos más selectos. Pero aquel que es prudente e inteligente como un filósofo, discreto, entendido y refinado en ambas cosas, debe llamarse *gastrósofo*”, un verdadero “sabio de los placeres de la mesa”⁵.

1.3. ¿Todos sibaritas?

En no pocas ocasiones se ha asociado al *gourmand* con el adjetivo sibarita. El término, usado en la mayoría de las ocasiones con un carácter un tanto despectivo, procede latino *Sybarīta*, y este del griego *συβαρίτης*, de *Σύβαρις*, *Síbaris*, ciudad del golfo de Tarento, en Italia, célebre por la riqueza y el refinamiento de sus habitantes, y suele aplicarse a la persona que se trata con mucho regalo y refinamiento. Pero consideramos que el *gourmand* posee, además, otras muchas cualidades. Por sus aptitudes naturales, cultura, formación, experiencia y refinamiento, suele estar dotado de ciertas facultades:

a) Además de tener bien desarrollados todos los sentidos, en especial el gusto y el olfato, desde siempre posee una tendencia volitiva que le faculta para apreciar y definir la calidad: no solo lo bueno, sino lo mejor en cada ocasión y en el momento más oportuno...

*“...saborea la carne más delicada del cuello del cerdo, un cangrejo [en otoño] justo antes de que hiele, cerezas bañadas en miel...cordero guisado con leche de almendras. Las almejas remojadas en vino casi crudas, los cangrejos no del todo cocidos en vino...”*⁶

b) Capacidad para apreciar la combinación acertada de sabores, texturas, aromas y colores, a su debida temperatura, así

⁵ SCHRAEMLI, Harry. *Op. cit.*, p. 49.

⁶ Del poema “El viejo *gourmet*” del poeta y gastrónomo chino de la dinastía Song, Su Dongpo, cit. por: WALEY-COHEN, Joanna. “La búsqueda del perfecto equilibrio. El gusto y la gastronomía en la China imperial”. En FREEDMAN, Paul (ed.). *Gastronomía. Historia del paladar*. Valencia: Publicacions de la Universitat de València, 2007, p. 116.

como ensayar fórmulas novedosas y sintonizar recetas creativas en divertidos menús. Siguiendo con otro ejemplo de la China imperial apreciamos, en este sentido, la descripción de un menú, compartido con sus amigos, del sibarita y ensayista chino Zhang Dai, activo a finales de la dinastía Ming. Después de asegurar que en los cangrejos, como en las almejas rojas, se combinan naturalmente los cinco sabores sin necesidad de aderezo, Zhang nos los describe:

“Sus caparazones, grandes como un plato, son cóncavos, y sus pinzas de color violeta, tienen el tamaño de un puño... Su caparazón está lleno de una carne untuosa, que se diría bocados de ámbar engarzados por dedos de jade. Es un plato dulce y delicadísimo incomparable incluso con los “ocho manjares más deliciosos”

Él y sus amigos acompañan la comida del cangrejo con otros manjares, algunos de ellos, no por extraños para nuestra sensibilidad, menos atractivos y sofisticados...

“...ciruelas saladas, cuajada de leche, almejas rojas bañadas en vino cual perlas de ámbar y col guisada con jugo de pato como láminas de jade. Como fruta tomaremos mandarinas, castañas secas y abrojos; para beber, vino de Yuhubing; como verduras, brotes de bambú de Bingkang y arroz blanco de la última cosecha de Yuhang. Por último, para limpiar la boca, te de nieve y orquídeas: cuando hoy lo recuerdo, es realmente como si hubiésemos saboreado las ofrendas de los inmortales traídas de las cocinas del cielo, y alcanzado el punto de total satisfacción y embriaguez”⁷

c) Facultad para investigar nuevas técnicas y procedimientos gastronómicos y de teorizar las experiencias propias entendiendo la gourmandise y la gastronomía en general como manifestaciones culturales de primer orden. En este sentido, las novedosas aportaciones a la cocina internacional de Pierre Troisgros o Ferrán Adriá aun siendo contribuciones de muy diferente carácter, se insertan en una línea de investigación creativa, que dotando de

⁷ *Idem.*, p.120

historicidad al fenómeno, parte de los grandes maestros de los siglos XIX (Antonin Carême) llega hasta la actualidad. Muchas de las recetas, como el Pato a la prensa creado por Frédéric Delair para la Tour d'Argent, restaurante que fundó en 1890, las realizadas por Auguste Escoffier o, en nuestros días, por Michel Guérard, el mayor difusor de la *Nouvelle cuisine*, todavía se sirven en muchos restaurantes con casi el mismo éxito que cuando se presentaron por primera vez.

1.4. Gastronomía y cultura

La asociación de gastronomía y cultura presenta múltiples y variados aspectos, entre los que sólo señalaremos, a modo de ejemplo, sólo algunos de ellos en relación con la historicidad de este binomio:

a) Los placeres de la mesa se pueden analizar, desde una perspectiva histórica, como reflejo de la vida de distintas clases sociales, en muy diferentes ocasiones: desde las más primarias, como el propio acto de la alimentación -todos recordamos las grandes fuentes de polenta y los manojos de apio que constituían la comida principal de la numerosa familia de braceros de la película *Novecento*, de Bernardo Bertolucci- hasta los ágapes más señalados, con mayor carga representativa y simbólica. Muchos son los textos que la novela nos ofrece para reconstruir algunos de estos acontecimientos gastronómicos. Baste con dos de ellos para afianzar esta idea. El primero nos lo ofrece Carlos Fuentes y se refiere a una comida popular en México, Distrito Federal, la “región más transparente”, el día de las fiestas patrias:

“Por ser la fiesta de la patria, y en honor de la clientela, hoy hay comilona para el que quiera. Ahí se las preparó la señora, para que estén más contentos...-gritó el patrón gordo, en cuyas manos se podían contar los poros, por encima de los chiflidos y aullidos. Pasaron humeando las cazuelas de mole y totopos con frijoles y tamales costeños de piel dorada y chipocles y las jarritas de atole rosa y las tortillas grises; y los dulces (jamoncillos, ates, macarrones, biznagas) bullendo de moscas y los vasos de pulque amarillo rociado de canela comenzaron a correr por encima de las cabezas. Las unas

*ávidas, las bocas infladas, embarradas de salsa oscura y los hilos espesos rodando por las barbillas y las salsas desperdiciadas en las camisas...”*⁸

En el polo opuesto, la aristocrática cena de la familia del príncipe Salina en su villa siciliana, descrita magistralmente por G. Tomasi de Lampedusa con ecos de pasados esplendores:

*“La cena, en Villa Salina, se servía con el malparado esplendor que constituía entonces el estilo del reino de las Dos Sicilias. El número de comensales -eran catorce, entre los dueños de la casa, institutrices y preceptores- bastaba por sí solo para dar un carácter imponente a la mesa. Cubierta con un finísimo mantel remendado, resplandecía bajo la luz de una potente carsella precariamente colgada bajo la ninfa, bajo la lámpara de Murano. Por las ventanas entraba todavía mucha luz, pero las figuras blancas sobre el fondo oscuro de los cornisamentos, que figuraban bajorrelieves, se perdían ya en la sombra. Maciza la vajilla de plata y espléndida la cristalería, destacándose en un medallón liso entre los grabados de Bohemia las letras F. D (Ferdinandus Dedit) como recuerdo de una munificencia real; pero los platos, cada uno con un monograma ilustre, eran tan solo supervivientes de los estragos llevados a cabo por las fregatrices y procedían de juegos descabalados. Los de mayor tamaño, bellísimos Capodimonte con una ancha orla verde, almendra decorada con pequeñas anclas doradas, estaban reservados al príncipe a quien le gustaba tener en torno suyo las cosas a escala, excepto su mujer. Cuando entró en el comedor, todos estaban ya reunidos, pero solo se había sentado la princesa, pues los demás estaban de pié tras sus sillas. Y ante su sitio, flanqueado por una columna de platos, extendíanse los costados de plata de la enorme sopera con una tapa coronada por un Gatopardo rampante. El príncipe servía en persona la sopa, grato trabajo, símbolo de los deberes nutricios del pater familias”*⁹

⁸ FUENTES, Carlos. *La región más transparente*. Barcelona: Ed. de la Real Academia Española, 2008, p. 460.

⁹ LAMPEDUSA, G. Tomasi de. *El Gatopardo*. Noguer, 1977, pp. 28-29.

b) Por la escasa frecuencia con que se ha tratado, otro tema digno de señalarse es el carácter simbólico de algunos alimentos, de ciertas comidas, con independencia de sus propiedades gastronómicas, y de la forma de presentar los platos y la mesa. Este último aspecto, relativamente reciente en el occidente europeo, tuvo su inicial y más brillante representación en los banquetes y mesas servidos a Luis XIV por François Vatel, cocinero al servicio de Nicolás Fouquet en Vaux-le-Vicomte y del Grand Condé en Chantilly, representado por Gérard Depardieu en el film *Vatel* (2000) de Roland Joffé, que logra reconstruir, basándose en dirección artística bien documentada, alguna de sus más significativas creaciones. Sin embargo, el carácter simbólico de algunos platos tiene en Oriente mayor implantación y desarrollo en el tiempo: tal es el caso de la comida tradicional china. “En la cultura china - según nos informa la historiadora Joanna Waley-Cohen - la comida puede sugerir muchas mas cosas que las derivadas de sus propiedades gastronómicas. En el periodo Quianlong, un plato de porcelana con exquisiteces podía insinuar, mediante un ingenioso juego de palabras, el deseo de una descendencia próspera y de una importante ascensión en la escala social. El ideograma chino de *semilla* es el mismo que para *hijos*, por eso la granada es un símbolo de fertilidad; el ideograma del caparazón duro del *cangrejo* también representa los puestos más altos a los que puede optarse dentro de la administración pública...”¹⁰

c) A lo largo de la historia, el carácter cultural de la gastronomía y de los placeres de la mesa se presenta en el mundo de las Bellas Artes de manera continuada y fructífera, en diversos géneros y con múltiples y variadas manifestaciones. No cumple ahora desarrollar por extenso este aspecto tan importante de la cultura artística e insistir en la presencia del tema desde la Antigüedad hasta el presente. Baste recordar con algunos ejemplos la relación continuada de ambos: la representación de la preparación de la comida en una crátera corintia de Cerveteri del siglo V a. d. C., coincidente con la comida ofrecida por Aquiles a sus compañeros de armas, descritas por Homero¹¹; la escena similar entre

¹⁰ WALEY-COHEN, Joanna. *Op. cit.*, p. 117.

¹¹ “Mezcla el vino del más añejo. Una copa por las manos de cada invitado; pues bajo mi techo se hayan los hombres que me son mas caros... Patroclo obedeció a su gran amigo, a la lumbre acercó un tajón y en él dispuso los

caballeros normandos representada, quince siglos más tarde, en el delicado *Tapiz de Balleux* (1090), antecedentes ambos de las “parrilladas” que compartían los amigos de Adán Buenosaires en los asadores de la capital argentina; los suntuosos banquetes cortesanos representados por los Limbourg en las *Muy ricas horas del duque de Berry* y en otros bellos ejemplos de la miniatura europea del siglo XV, hasta llegar a la edad Moderna, donde esta relación queda perfectamente establecida en las alegorías de los sentidos (Jan Bruegel, *Alegoría de los sentidos* y *El sentido del gusto*, ambos de 1618) y en los nuevos géneros en el bodegón y la naturaleza muerta con ejemplos tan significativos como los de Georg Flegel (*Copa de vino con dulces* o *Armario con vinos y frutas*) y el español Sánchez Cotán. Bien es verdad que en nuestros días estos géneros tradicionales se han visto sobrepasados su propio carácter suntuoso y decorativo por unos planteamientos de muy diverso carácter, que van desde la reflexión artística y consideración eminentemente plástica de los productos de la tierra y del mar en buena parte de la obra de Miquel Barceló, de forma extensiva en la capilla sacramental de la Seu de Palma de Mallorca, hasta formulaciones coincidentes con una estética derivada del pop como los diseños publicitarios de afamadas bebidas de David La Chapelle, o los graffiti de Banksy, donde se reelaboran obras clásicas del arte occidental, como la beata Albertoni de Bernini, junto a iconos reconocibles de la fast-food, como los envases de Burger King o Mac'Donalds.

lomos de una oveja y de una cabra hermosa y el largo espaldar de un jabalí adulto, veteado de grasa. Automedonte sujetó la carne mientras el señorial Aquiles la cuarteó, troceó y después la espetó en asadores; y Patroclo rastrilló el hogar, hombre igual que un dios que hacía arder el fuego. Una vez agotada la leña y extinguida la llama, esparció las brasas, extendió los asadores sobre los rescoldos, los elevó en soportes y sazonó con pura y limpia sal. Cuando el asado estuvo hecho y presentado en fuentes, Patroclo repartió el pan y lo llevó a la mesa en cestos de mimbre. Aquiles sirvió la carne” (Homero, *Iliada*, 9).



2. *Sirvientes preparando la comida. Crátera corintia. Siglo VI a C. Cerveteri*



3. *Hermanos Limbourg. Tres riches heures*

2. La fortuna del gourmand: la ciudad y sus posibilidades

2.1. Los placeres del campo y de la ciudad en la experiencia del Gourmand

La predisposición apasionante, razonada y habitual del “paladar fino” o *gourmand* por los placeres de la mesa y por todo lo que se asocia a las facultades que le son propias puede desarrollarse en cualquier lugar donde se puedan encontrar buenos productos naturales. En el campo o en la orilla del mar, emplazamientos con otras delicias añadidas, pueden ser lugares donde atender sus necesidades gastronómicas sin mayores dificultades, donde se pueden encontrar gran variedad de productos naturales y de exquisitos manjares. Un buen ejemplo de ello es el que nos describe Muriel Barbery en su novela *Rapsodia gourmet*, cuando refiere una comida campestre en el norte de Francia, recordada antes de morir por Pierre Arthens, crítico gastronómico más célebre del mundo, personaje principal de su libro:

*“Cuatro ostras claras, frías, saladas, sin limón ni más condimentos. Las saboreé despacio, bendiciéndolas por el frío altivo con el que revestían mi paladar... Cuatro ostras sin florituras. Preludio total sin concesiones, majestuoso en su tosca modestia: Un vaso de vino blanco seco, helado, afrutado con refinamiento... Dos finas lonchas de jamón ahumado, suaves y ondulantes en sus lánguidos repliegues, mantequilla con sal y un pedazo de pan de hogaza. Una sobredosis de blandura vigorosa: incongruente pero exquisita. Otro vaso del mismo vino del que ya nunca me separaré. Prólogo excitante, cautivador, que promete placer... Unos cuantos espárragos verdes, gordos, irresistiblemente tiernos... “Restos” (hay como para un regimiento) de pularda. Plétora de nata, de torreznos, un poquito de pimienta negra, patatas que, adivino, provienen de Noirmoutier - ni pizca de grasa... Una tarta de manzana, masa fina, quebrada, crujiente, fruta dorada insolente bajo el caramelo discreto de los cristales de azúcar... café con calvados”*¹²

¹² BARBERY, Muriel. *Rapsodia Gourmet*. Barcelona: Seix y Barral, 2010, p. 109 ss.

Excelsa conjunción de productos naturales, de mar y tierra, sinfonía de sabores, aromas y texturas, culminada con la fragancia del café y los suaves efluvios a manzana amarga del calvados.

No obstante, históricamente, en el medio rural los placeres de la mesa se complicaban, en señaladas ocasiones, con recetas “cultas” y maneras más propias de la nobleza y la alta burguesía instaladas en la vida cómoda de las grandes ciudades. Un esclarecedor ejemplo nos refiere Lampedusa en el *Gatopardo* con ocasión de la cena ofrecida por el príncipe Salina a las fuerzas vivas de Donnafugata, su feudo:

“El príncipe tenía demasiada experiencia para ofrecer a huéspedes sicilianos, en un pueblo del interior, una comida que se iniciase con un potage, e infringía tanto más fácilmente las reglas de la alta cocina cuando que estos se correspondía con sus propios gustos. Pero las informaciones sobre la bárbara costumbre forastera de servir un bodrio como primer plato habían llegado con demasiada insistencia a los personajes importantes de Donnafugata para que cierto temor no se ocultase en ellos al comenzar aquellas comidas solemnes. Por esto cuando tres criados vestidos de verde y oro y con los cabellos empolvados entraron llevando cada uno una desmesurada bandeja de plata que contenía un alto timbal de macarrones, sólo cuatro de los veinte invitados se abstuvieron de manifestar una alegre sorpresa: el príncipe y la princesa porque lo esperaban, Angélica por afectación y Concetta por falta de apetito. Todos los demás -hay que decir que Tancredi comprendido- manifestaron su alivio de diversos modos, que iban desde los aflautados gruñidos de éxtasis del notario hasta el estridor agudo de Francesco Paolo. La mirada circular del dueño de la casa truncó, repentinamente, aquellas manifestaciones indecorosas.

Pero dejando aparte la buena crianza, el aspecto de aquellos monumentales pasteles era bien digno de evocar estremecimientos de admiración. El oro bruñido de la costra tostada, la fragancia del azúcar y canela que trascendía, no eran más que el prelude de la sensación de deleite que se liberaba del interior cuando el cuchillo rompía la tostadita capa: surgía primero un vapor cargado de aromas y asomaban luego

los menudillos de pollo, los huevecillos duros, las hilachas de jamón, pollo y picadillo de trufa en la masa untuosa, muy caliente, de los macarrones cortados, cuyo extracto de carne daba un precioso color gamuza.

El comienzo de la cena fue, como sucede en provincias, de recogimiento. El arcipreste se santiguó y se precipitó de cabeza sin decir palabra. El organista absorbía la succulencia del alimento con los ojos entornados: estaba agradecido al Creador porque su habilidad en fulminar liebres y becadass le proporcionase de vez en cuando semejantes éxtasis, y pensaba que con el importe de solo uno de aquellos timbales él y “Teresina” habrían vivido un mes. Angélica, la bella Angélica, olvidó los remilgos toscanos y parte de sus buenas maneras, y devoró con el apetito de sus diecisiete años y con el vigor que le confería el tenedor, agarrado por el medio. Tancredi, intentando unir la galantería con la gula, procuraba imaginarse el sabor de los besos de Angélica, su vecina, en el de las descargas aromáticas del tenedor, pero se dio cuenta inmediatamente de que el experimento no era agradable y los suspendió, reservándose resucitar estas fantasías para el momento de los dulces. El príncipe, aunque abstraído en la contemplación de Angélica, que estaba sentada frente a él, tuvo la ocasión de advertir, el único en la mesa, que la demiglace estaba demasiado cargada y se propuso decírselo al cocinero al día siguiente. Los otros comían sin pensar en nada, y no sabían que la cena les parecía tan exquisita porque un aura sensual había penetrado en la casa”¹³

Sin embargo, son las ciudades, por múltiples razones, el lugar más idóneo para satisfacer más cumplidamente las necesidades de un gourmand, de un verdadero “paladar fino”, perteneciente generalmente, por razones obvias, a las clases más acomodadas, que en fiestas y acontecimientos puntuales ofrecían un marco inigualable para desarrollar sus facultades. El mismo Lampedusa nos refiere, con el detenimiento que requiere la ocasión, la cena ofrecida en el baile del palacio Ponteleone de Palermo:

“Esperó un momento a que los muchachos se alejaran y luego entró también él en la sala del buffet. Había al fondo una

¹³ LAMPEDUSA, G. Tomasi de. *Op. cit.*, pp. 88-90.

largísima y estrecha mesa, iluminada por los famosos doce candelabros de vermeil que el abuelo de Diego había recibido como regalo de la corte de España, cuando hubo finalizado su embajada en Madrid: erguidas sobre altos pedestales de metal reluciente, seis figuras de atletas y seis de mujer, alternadas, sostenían sobre sus cabezas la armazón de plata dorada, coronada en lo alto por las llamitas de doce velas. La habilidad del orífice había expresado maliciosamente La facilidad serena de los hombres, el cansancio lleno de gracia de las jovencitas de sostener aquel peso desproporcionado. Doce piezas de primer orden”.

... ..

“Por debajo de los candelabros, por debajo los fruteros de cinco pisos, que elevaban hacia el techo lejano las pirámides de los “dulces para adorno” nunca consumidos, extendíanse la monótona opulencia de las tables à thé de los grandes bailes: corralinas las langostas hervidas vivas, céreos y gomosos los chaud-froids de ternera, de tinte de acero las lubinas sumergidas en suaves salsas, los pavos que habían dorado el calor de los hornos, los pasteles de hígado rosado bajo las corazas de gelatina, las becasadas deshuesadas yacentes sobre túmulos de tostadas ambarinas, decoradas con sus propios menudillos triturados, las galantitas de color de aurora, y otras crueles y coloreadas delicias”.

... .. “Despreció la mesa de las bebidas que estaba a la derecha resplandeciente de cristales y plata y se dirigió a la izquierda, a la de los dulces. Había allí babà tostados como la piel de los alazanes. Monte Bianchi nevados de nata, beignets Dauphin que las almendras salpican de blanco y los pistachos de verde, pequeñas colinas de profiteroles al chocolate, pardas y grasas como el humus de la llanura de Catania de donde, de hecho, provenían después de un largo proceso, parfaits rosados, parfaits al campaña, parfaits dorados que se deshojaban crujiendo cuando el cuchillo los dividía, golosinas en tono mayor de guindas confitadas, tonos ácidos de las piñas amarillas, y “triumfos de la gula” con el verde opaco de sus alfóncigos picados, impúdicas “pastas de las vírgenes”. Don Fabricio se hizo servir de estas y, con ellas en el plato, parecía una profana caricatura de Santa Ágata exhibiendo sus senos cortados”¹⁴

¹⁴ *Idem.*, pp. 239-241.

2.2. La gran oferta de las ciudades

Muchas son las razones que convierten a las ciudades en los lugares más idóneos para satisfacer cumplidamente las necesidades de un buen gourmand. Desde la Antigüedad, uno de los fenómenos que ha caracterizado a los centros urbanos fue su capacidad para abastecerse de una amplia variedad de productos de la más diversa procedencia. Las grandes capitales como los centros de carácter administrativo se convirtieron, desde el origen de los tiempos, en abastecidas lonjas donde proveerse de surtidas mercaderías, alimentos y productos gastronómicos procedentes de tierras próximas como de alejados lugares. Con el progreso de la sociedad industrial, el desarrollo del sistema de transportes y comunicaciones y el gran escaparate en que se transformaron las exposiciones universales, los zocos, lonjas y mercados de las grandes ciudades se convirtieron en lugar de avituallamiento tanto de productos locales a los que estaba acostumbrado el consumidor, como de otros procedentes de ultramar y de exóticos lugares, acostumbrando a los “paladares finos” y a muchos ciudadanos a un nuevo mundo de aromas, texturas y sabores, desconocidos hasta entonces. En ellos encontrará el chef, el gastrónomo o el *gourmand* una amplia gama de alimentos frescos -delicados pescados y mariscos, tiernas y aromáticas frutas y verduras, variadas carnes de pelo y pluma y los más diversos productos de la tierra y el mar-, salazones y conservas, chacinas y embutidos y un sin fin de productos naturales y manufacturados como las especias, los vinos y espirituosos o las más refinadas variedades de aceites imprescindibles en la cocina y en la buena mesa.



4. A Brasileira en el Chiado. Lisboa.

Desde mediados del siglo XVIII las ciudades contaron, además, con otros lugares emblemáticos donde poder desarrollar sus facultades un buen *gourmand*: los cafés y restaurantes¹⁵, asociados a partir de entonces con la costumbre relativamente reciente de comer fuera de casa o de degustar en público, con el valor añadido de la conversación o la tertulia, determinados productos, que como el café y los licores se han convertido en habituales. Establecimientos como el Caffè Florian de la Plaza de San Marcos de Venecia, A Brasileira en el Chiado de Lisboa o el Café Majestic de Oporto cualifican los centros históricos de las ciudades donde

¹⁵ Sobre los cafés y restaurantes, vid.: BONET CORREA, Antonio. *Los cafés históricos*, Discurso leído ante la Real Academia de Bellas Artes de San Fernando en la recepción pública del Excmo. Sr..., Madrid: 1987; SHORE, Elliott. "Comer fuera de casa. Evolución de los restaurantes". En FREEDMAN, Paul (ed.), *Gastronomía. Historia del paladar*. Valencia: Publicacions de la Universitat de València, 2007, pp. 301 ss.

se fundaron y constituyen, en la actualidad, uno de sus atractivos de referencia. Pero fueron los restaurantes, frente a las fondas y posadas tradicionales, los establecimientos gastronómicos con mayor carácter urbano, a la vez que laboratorio de experimentación de los más afamados chefs de la *haute cuisine*. El modelo de este establecimiento lo estableció, por sus características, La Grand Taverne de Londres, inaugurado en París en 1782, que a criterio de Brillat-Savarin, fue el primero en conjugar cuatro aspectos fundamentales: “una sala elegante, camareros solícitos, bodega de calidad y cocina superior”. Junto con otros tres restaurantes parisinos, Les Trios Frères Provençaus, el Véry’s y el Grand Véfour - este último todavía existe - representan el estilo de restaurante francés, referente de la cultura francesa, que se impuso en todo el mundo. El Rules y el Café Royal, montados en Londres en 1798 y 1865 respectivamente - el primero aún sigue funcionando-, el Delmonico de Nueva York o Lhardy, funcionando en Madrid ininterrumpidamente desde 1839, responden a este modelo, complementado a fines del siglo XIX por el tipo de restaurante de hotel que tuvo en el Waldorf-Astoria (1893) de Nueva York, el Gran Hotel Excelsior de Nápoles (1895) y el Ritz (1896) de París, con Auguste Scoffier el más famoso de todos los chefs al frente, sus más importantes y cualificados referentes.



5. Restaurante Lhardy. Madrid.

En los momentos más señalados referidos a la cultura gastronómica, las grandes ciudades fueron el lugar donde se editaron, presentaron y difundieron los grandes logros de la gastronomía, desde el punto de vista teórico y práctico. Fue en Lyon, uno de los santuarios de la cocina francesa por virtud del magisterio de Paul Bocuse, donde se editó el primer incunable europeo correspondiente a esta materia: *Le liure de Tailleuent grant cuisinier du Roy de France*, conocido también como *Le viandier*, atribuido con cierta seguridad a Guillaume de Tirel. Barcelona, unas de las grandes capitales del Mediterráneo durante el Renacimiento, dio a la luz el primer recetario moderno de cocina el *Lybre de doctrina Pera ben Servir, de Tallar y del Art de Coch* (1520), de Robert de Nola, el que fuera maestro de cocina de Fernando I de Nápoles. Pero fue París la capital de la edición especializada en temas gastronómicos, desarrollada para atender la demanda de conocimientos de los profesionales, entendidos y más finos paladares. A orillas del Sena se dio a la prensa el clásico *Le cuisinier françois* (1651) de La Varenne, el *Almanach des Gourmands* (1808) y *Le gastronome françois...* de Alexandre Balthazar Laurent Grimod de la Reynière¹⁶ y las obras del genio de la cocina francesa, el gran Antoine Côté: *Le Pâtissier pittoresque* (1815), *Maitre d'Hotel* y *La cuisine française au XIXe siècle*. En esta ciudad, referente de primer orden de la cultura gastronómica occidental, Augusto Escoffier, famoso chef creador de la no menos famosa receta de los Melocotones Melba, fundó la revista profesional *L'art culinaire* y fue el autor de *La Guide Culinaire*, modelo en su género, y Jorge Vicaire, el que fuera director de la Biblioteca Nacional a finales del siglo XIX, realizó los trabajos que dieron lugar a la *Bibliographie gastronomique* (1890), obra de referencia desde entonces.

¹⁶ A este autor se debe este incuestionable aforismo: “Una persona estúpida jamás ni en ningún sitio se comporta más neciamente que en la mesa, mientras que una persona con agudeza de ingenio, tiene en la mesa la mejor ocasión para lucir sus facultades”.

Le liure de taillevent grant cuy finier du Roy de France,



On les vend a Lyon/en la maison
de feu Barnabe Chaulhard/pres
nostre dame de Confort.

6. Le libre de taillevent. Lyon. Siglo XV.

Pero es en la ciudad donde el crítico gastronómico, paradigma del más exigente *gourmand*, manifiesta sus más refinadas facultades, creando modas e imponiendo sus subjetivos criterios, a veces de forma dictatorial. Su privilegiada posición social, sobre todo dentro del mundo de la restauración y gastronomía, ha sido reflejada con el humor desenfadado de Muriel Barbery, cuando hace reflexionar, al borde de la muerte, al personaje principal de una de sus novelas, el crítico gastronómico Pierre Arthens, sobre el poder que ejerció durante toda su vida:

“Cuando tomaba posesión de la mesa, lo hacía cual monarca. Éramos los reyes, los soles de esas horas de festín que decidirían su porvenir, que dibujarían el horizonte, trágicamente cercano o deliciosamente lejano y radiante, de sus esperanzas como chefs. Penetraba en la sala como entra el cónsul en la arena para ser aclamado, y ordenaba que diera

inicio la fiesta. Quien no ha sentido nunca el embriagador perfume del poder no puede imaginar la repentina oleada de adrenalina que irradia todo el cuerpo, desencadena la armonía de los gestos y borra todo cansancio, toda realidad que no se someta a los designios del placer, ese éxtasis del poderío sin freno, cuando ya no hay que combatir sino sólo gozar lo que se ha conquistado, saboreando hasta el infinito la ebriedad de suscitar temor.

Así éramos y así reinábamos como amos y señores de las más grandes mesas de Francia, ahítos de la excelencia de los manjares, de nuestra propia gloria y del deseo nunca aplacado -siempre tan excitante como la primera pista de un perro de caza- de tener la última palabra sobre dicha excelencia.

*Soy el crítico más importante del mundo. Conmigo este arte menor se ha izado al rango de los más prestigiosos. En todos los rincones del mundo se conoce mi nombre, de París a Río de Janeiro, de Moscú a Brazaville, de Raigón a Melbourne y Acapulco. He hecho y desecho reputaciones, he sido en todos estos ágapes suntuosos, amo consciente e implacable, dispersando la sal o la miel de mi pluma a los cuatro vientos, en diarios, programas y todas las tribunas donde se me invitaba a discurrir sobre aquello que, hasta entonces, quedaba reservado a la intimidad de las revistas especializadas o a la intermitencia de crónicas semanales. ...
...A mí, y sólo a mí, se debe la gloria, seguida del declive, de la casa Partaits, el derrumbe de la casa Sangerre y el fulgor más incandescente de la casa Marquet. Para la eternidad, si, para la eternidad, he hecho de ellas lo que son”¹⁷*

3. Los espacios del gourmand

3.1. Las ciudades, la gastronomía y las artes

Con independencia de que en el medio rural puedan atenderse adecuadamente los requerimientos necesarios para el desarrollo de las facultadas y apetencias del buen *gourmand*, es en la ciudad, como se ya ha señalado, donde estas pueden alcanzar su más alto nivel de creación y máximo desarrollo. Las ciudades, de manera

¹⁷ BARBERY, Muriel. *Op. cit.*, pp. 9-10.

especial las grandes capitales como París, Berlín, Barcelona, Nueva York o Madrid se convierten, desde el nacimiento de la gastronomía moderna, en el taller de experimentación de la alta cocina y de los placeres gastronómicos asociados a ella. Desde 1800, con el inicio de la era del consumidor y la aparición del fenómeno de la innovación en la alimentación, que tantos avances produjo en el campo de la gastronomía¹⁸, las ciudades se transformaron en el lugar más idóneo para establecer el debate entre los grandes chefs, profesionales de la alta cocina, críticos gastronómicos, *gourmands* y *gastrósofos* en general, donde participaron activamente afamados artistas, prestigiosos literatos como Honoré de Balzac, Gustave Flaubert o Émile Zola y músicos de éxito como Giuseppe Verdi, Charles Gounod o Giachino Rossini¹⁹, cuyas facultades y aficiones gastronómicas les hicieron merecedores de dar su nombre a recetas de éxito, algunas de las cuales aún se siguen realizando con aceptación, aunque adaptadas al gusto actual. La sola relación y descripción de los numerosos platos que llevan el nombre del autor de *Rigoletto* y *La Traviata*, desde la más sofisticada hasta la más sencilla, la salsa Verdi, ocuparían muchas más páginas de las que disponemos, pero no nos resistimos a la tentación de recoger dos recetas, que con el nombre de otros músicos contemporáneos, son un buen reflejo de la alta cocina decimonónica, tan alejada de nuestros gustos actuales, pero que tanta influencia ejerció durante más de un siglo en la cocina internacional²⁰. Nos referimos al Lenguado a la Gounod y al Filet de Boeuf a la Rossini.

Aquí la primera:

“Se pasan por la sartén unos filetes de lenguado bien cortados que se han enrollado con relleno de mariscos y pescados y se colocan en una fuente. Se vierte sobre ellos una salsa de langosta bastante espesa y se decora el conjunto abundantemente con ostras frescas u carne de langosta”.

¹⁸ TEUTEBERG, Hans J. “El Nacimiento de la era del Consumidor. Innovaciones en la alimentación desde 1800”. En FREEDMAN, Paul (ed.). *Op. cit.*, pp. 233 ss.

¹⁹ FALASSI, A. *En la mesa con Rossini*. Barcelona: Círculo de Lectores, 1993.

²⁰ DROUARD, Alain. “Chefs, gourmets y gourmands. La cocina francesa de los siglos XIX y XX”. En FREEDMAN, Paul (ed.). *Op. cit.*, pp. 263 ss.

Más contundente aún es la que lleva el nombre del autor del *Barbero de Sevilla*, a quien le gustaba más cocinar que componer música, que adaptada al gusto actual todavía se ofrece en la carta de muchos restaurantes:

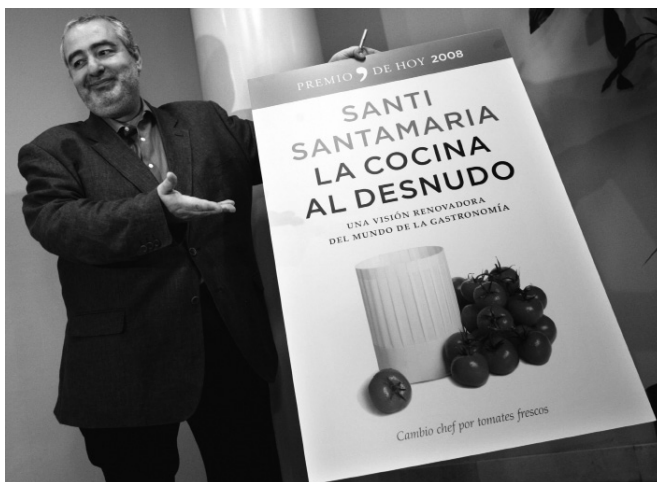
*“Se asa un buen filete de ternera con todo su jugo (asarlo rápidamente), y luego se le coloca sobre un zócalo de pan adecuado. Encima se ponen unas rajadas de hígado de ganso salteadas y alrededor unos pastelillos de hojaldre rellenos de mousse de hígado de ganso. Se sirve con patatas soufflées. Cada pastelillo se corona con un champiñón fresco rehogado en mantequilla. Una salsa de frutas acompañará a este plato delicioso”*²¹

En relación con hábitos gastronómicos saludables, la contundencia y el excesivo valor energético de ambas recetas, sobre todo esta última, desaconsejan su consumo frecuente en las cantidades establecidas, como era costumbre de ambos músicos, pero nos sirven de referencia de los éxitos de la cocina francesa del siglo XIX, a veces redundante y siempre con un predominio de las mas diversas salsas, uno de los aspectos más negativos de la cocina francesa. Con irreverente humor y desenfado la protagonista adolescente de *La elegancia del erizo* somete a dura crítica algunos de los valores consolidados de la cuisine française, hoy en la lista del patrimonio inmaterial de la Humanidad:

“Si queréis que os diga mi opinión, la cocina francesa da pena. Tanto genio, tantos medios, tantos recursos para un resultado tan pesado... ¡Todas esas salsas, esos rellenos, esos pasteles que te llenan hasta reventar! Es de un mal gusto... Y cuando no es pesada es cursi a más no poder: te matan de hambre con tres rábanos estilizados y dos vieras sobre gelatina de algas, servido todo ello en platos en plan zen de pacotilla con camareros con cara de enterradores. El sábado pasado fuimos a un restaurante muy fino de este estilo, el Napoleon’s Bar. Era una cena familiar, para celebrar el cumpleaños de Colombe, que eligió los platos con su gracia habitual: un no se qué de lo mas pretencioso con castañas, cordero con

²¹ Ambas recetas son recogidas por el “gastrósofo” SCHRAEMLI. *Op. cit.*, pp. 156-157.

hierbas de nombre impronunciable y un sambayón con Grand Marnier (el colmo del horror). El sambayón es el emblema de la cocina francesa: una cosa que se las da de ligera y que ahoga a cualquiera. Yo no me tomé nada de primero (os ahorro los comentarios de Colombe sobre la anorexia...) y luego me tomé, por sesenta y tres euros, unos filetes de salmonete al curry (con dados crujientes de calabacín y zanahoria debajo del pescado) y para terminar, por treinta y cuatro euros, lo que encontré en la carta que me parecía menos malo: un fondant de chocolate amargo. Desde luego por ese precio hubiera preferido un abono de un año en McDonald's: Ellos al menos tienen un mal gusto sin pretensiones. Y os ahorro también todo comentario sobre la decoración de la sala y de la mesa. Cuando los franceses quieren desmarcarse de la tradición "Imperio" con sus tapices burdeos y sus dorados a mansalva, optan por el estilo hospital. Uno se sienta en sillas Le Corbusier ("de Corbu", como dice mamá) como en vajillas blancas de formas geométricas con un aire a burocracia soviética y, en el cuarto de baño, se seca las manos con unas toallas tan finas que no absorben nada"²².



7. Santi Santamaria

²² BARBERY, Muriel. *La elegancia del erizo*. Barcelona: Seix y Barral, 2008, p. 100.

Aún admitiendo lo exagerado de la opinión de esta burguesita del distrito parisino de Palais-Bourbon, los excesos y reiteraciones de la cocina francesa han justificado, que desde la década de los setenta del pasado siglo, la hegemonía gastronómica de París haya sido desplazada por las más sugerentes creaciones de algunos profesionales que hacían su trabajo en otras ciudades como Asnières (Michel Guerard) o Lyon (Paul Bocuse y los hermanos Jean y Pierre Troisgros), actividad que dio origen a la denominada *nouvelle cuisine*. La expresión *nouvelle cuisine* apareció por primera vez en un artículo de Henri Gault titulado “Vive la Nouvelle Cuisine française”, publicado en 1973 en la revista mensual *Gault et Millau*. Sus promotores la presentaron como “reacción contra el terrible dogmatismo que era frecuente” en la cocina francesa. La inspiración de ambos periodistas llegó después de una comida en casa de Paul Bocuse antes de que recibiese su tercera estrella Michelin, degustando un sencillo plato consistente en una ensalada de judías con tomates y salmonetes ligeramente cocidos al vapor. Un tipo de cocina que en honor a la sencillez de la fórmula necesariamente tenía que basarse en la calidad y frescura de los productos utilizados y su escasa manipulación para conservar casi intactos los sabores y texturas primigenios, objetivo predominante en la cocina actual, afortunadamente. Estos nuevos valores, adoptados por los profesionales más creativos de la cocina europea e internacional, pronto tuvieron su correlato teórico en apoyo a las virtudes y valores más destacados de la nueva cocina. A él corresponde *La nueva cocina de la esbeltez* (1976) de Michel Guerard y *La vraie cuisine légère* (1981) de André Guillot. A pesar del carácter renovador y el éxito de las nuevas propuestas de la cocina francesa del último cuarto del siglo XX, ello no impidió que otros centros y profesionales emergieran con fuerza logrando desplazar el foco de la novedad e interés de Francia²³. El caso de la cocina española es tan significativo, que podemos afirmar, sin temor a equivocarnos, que en los últimos treinta años ha logrado situarse, entre las creaciones y novedades técnicas de los maestros Juan Mari Arzak y Ferrán Adriá y con las aportaciones de excelentes cocineros como Martín Berasategui, Santi Santamaría, Carme Ruscalleda, Joan Roca o Andoni Luis Aduriz, entre otros

²³ NIERINCK, Edmond. y POULAIN, Jean Pierre. *Historia de la cocina y los cocineros*, Prólogo de Ferrán Adriá. Barcelona: Editorial Zendera Zariquiey, 2004.

muchos, en un referente de la cocina internacional. El número de distinciones de la Michelin que acumula nuestra cocina y el número de cocineros españoles distinguidos con tres estrellas de tan exclusiva guía, corroboran el aserto, sin necesidad de detenernos en sus indudables aportaciones al recetario internacional y a sus ensayos sobre nuevas técnicas de cocina e, incluso, su contribución a la moderna tecnología de la alimentación. Bien es verdad que el trabajo de estos grandes cocineros de la que se denominó *nueva cocina española* se ha realizado en pequeñas ciudades como San Sebastián y Gerona, o en pequeñas localidades como Roses, Lasarte, San Celoni, San Pol de Mar y Mugaritz. Localización fuera de grandes centros urbanos, que por otra parte parecen aceptar muchos de los cada vez más frecuentes restaurantes especializados en las denominadas *cocina del mercado* y *cocina de la proximidad*, así como algunos de los más destacados restaurantes internacionales galardonados con las tres estrellas de la Michelin.



8. Juanmari Arzak.



9. Ferran Adrià.

No obstante, las grandes ciudades siguen siendo el lugar más idóneo para ensayar con éxito el apasionante mundo de la *cocina fusión*, fruto del mestizaje de las más variadas tradiciones gastronómicas y culturales. La cocina de ciudad de Los Ángeles en EE. UU, que tan bien refleja el gastrónomo Jonathan Gold en su columna del semanal *La Weekly*²⁴, o la carta del restaurante *Zuni* de San Francisco de Judy Rodgers²⁵, son dos buenos ejemplos la importancia de las grandes ciudades para el ensayo y adelanto de nuevas y atractivas propuestas gastronómicas, que hacen las delicias de aficionados y gourmets.

3.2. Las ciudades del gourmand en la literatura

Lo que no ofrece duda es que la ciudad, las grandes ciudades, las ciudades singulares, son el marco más adecuado para situar a un personaje literario con facultades de *gourmand* y costumbres y aficiones de *gastrónomo*. Muchos son los ejemplos que nos ofrece la literatura, pero sólo hemos de detenernos brevemente en dos ejemplos del género policíaco, aunque en atención a sus protagonistas mejor sería denominarlo “detectivesco”.

²⁴ <http://www.laweekly.com>

²⁵ <http://www.zunicafe.com>

El primero de ellos nos lo ofrece la escritora norteamericana Donna Leon. Venecia, “la ciudad de los ángeles caídos”²⁶, con su compleja trama de puentes y canales y uno de los conjuntos monumentales más importantes de Europa, se convierte en el marco de actuación del protagonista principal de sus novelas, el comisario Brunetti²⁷. Los recorridos que realiza por la ciudad, de camino a hacer las pesquisas propias de su oficio o reflexionando sobre el trabajo del día desde la prefectura a su casa, se convierten en verdaderos itinerarios gastronómicos donde Brunetti -sin especial interés por el carácter histórico-artístico de su ciudad, que no sea las incomodidades propias de vivir en una ciudad de estas características- puede satisfacer sus aficiones culinarias en los locales más interesantes de la ciudad, emplazados la mayoría fuera de los circuitos más frecuentados por los turistas²⁸. En su paseo desde San Fantin al Ponte Rialto, para cruzar a *campo* San Polo, caminando por los *campi* de Sant’Angelo, Manin, San Luca y San Bartoleo, tiene la oportunidad de pararse ante la terraza el *Antico Martini*, lujoso restaurante especializado en mariscos y pescados junto al teatro de La Fenice, y apreciar la elegante concurrencia de la ópera y a sus clientes que bebían *prosecco* antes de la cena, como de ponderar la comida de la *tattoria Rosa Rossa*, recomendada a una pareja de médicos norteamericanos que habían presenciado el asesinato a tiros de un joven vendedor callejero africano²⁹. En otra ocasión en el itinerario de Rialto a San Polo por la *riva* del Gran Canal, le da la oportunidad de comprar deliciosos quesos en *La Baita*, de resistir las continuas tentaciones de los puestos de pescados, frutas y verduras de la *pescheria*, de citarse con el juez en un *bacari* cercano, la *Hostería Sora al Ponte*, entrar en *Do Mori*, su bar favorito, para tomar un cabernet acompañado de gambas fritas y un tramezzino con una buena loncha de jamón y una rodaja de alcachofa³⁰. El diario deambular de Brunetti por la ciudad en

²⁶ BERENDT, John. *La ciudad de los ángeles caídos*. Barcelona: Debolsillo, 2007.

²⁷ SEPEDA, Toni. *Paseos por Venecia con Guido Brunetti*, Prólogo de Donna Leon. Barcelona: Seix y Barral, 2008.

²⁸ *Ibidem*

²⁹ LEON, Donna. *Piedras ensangrentadas*. Barcelona: Seix Barral, 2007, cap. 3.

³⁰ LEON, Donna. *Muerte en un país extraño*. Barcelona: Seix Barral, 1993, cap. 9.

busca del restaurante adecuado refleja la preocupación del italiano, y en concreto del veneciano, por la buena cocina de cada estación, y de forma especial, por el restaurante idóneo, como el *Antiche Carampane*, rigurosamente fiel a la tradicional cocina veneciana, donde el comisario, en compañía del periodista Padovani, después de detenerse en un *antipasto di mare*, pasaron a degustar un succulento arroz con gambas y un fresquísimo *branzino* a la parrilla³¹.



10. Obras de Dona Leon

Las andanzas por Barcelona y Madrid del detective Pepe Carvalho, personaje creado por Manuel Vázquez Montalbán, nos resultan más próximas a nuestra forma de entender la vida urbana y al deseo, casi neurótico, de fijar en el discurso de la ciudad un itinerario con los locales de mayor interés para satisfacer nuestras inclinaciones gastronómicas. Como apunta Enric Fuster, “la cocina es también una de las manifestaciones neuróticas de Carvalho, una manera de ver y acercarse al mundo, una característica fundamental de su personalidad... La cocina, la manera de comer o no comer, en definitiva, dice mucho de Carvalho, dice mucho a Carvalho

³¹ LEON, Donna. *Muerte en la Fenice*. Barcelona: Seix Barral, 1992, cap. 19 y 20.

sobre los personajes que le rodean, sobre los que le frecuentan, a los que se enfrenta. Cocina como forma de conocimiento³². Es más, el mismo Vázquez Montalbán, en una entrevista para una revista, define su método personal para establecer el juego de romper el relato, de interrumpir la intriga de una novela negra: el protagonista ofrece al lector las bondades de un buen restaurante o la excelencia de una receta, o de ambos a la vez. Las peripecias de Carvalho por las Ramblas, la Boquería, la Plaça Reial y el Raval en Barcelona, o por el Madrid de la Transición, ofrecen multitud de ejemplos³³. Reproducimos aquí dos muy conocidos: Casa Leopoldo en Barcelona y Jockey (Madrid). En *Historia de padres e hijos* se refiere a la primera:

“Instinto y memoria. Instinto de paladar realizado y memoria del paladar imaginario, cuando Casa Leopoldo era La Meca gastronómica de un barrio sin otros puntos cardinales gastronómicos que las aventuras de hambres y saciedades de los personajes de las publicaciones infantiles de posguerra. Era uno de los territorios escogidos para citas con personajes sensibles al placer de comer y beber, predispuestos a sorprenderse ante la opulencia de las bandejas de pescados y mariscos que ofrecía Germán a una clientela tan adicta como entregada a su inspiración de maitre, heredero de una tradición restauradora y uno de los catalanes más expertos en cante jondo y tauromaquia. Germán sabía que Carvalho le dejaría hacer, y daba en la cocina órdenes a la medida del comensal: angulas con jamón de pato, sepias salteadas, cigalas, pescadito frito, toda la marisquería a su alcance, y por si el apetito no se saciaba, Germán ya le tenía echado el ojo a un pescado fresco para cuatro que a buen seguro iría a parar a los estómagos de Carvalho y su único invitado”.

En *El premio Carvalho* ofrece al lector un succulento menú al que acompaña con una acertada selección de vinos, característico del clásico y afamado restaurante madrileño:

³² Vid.: ARANDA, Quim. “Carvalho y la cocina”, Epílogo conmemorativo del 25º aniversario de Carvalho, *El Balneario* (enero 1997), Planeta.

³³ Vid.: ARANDA, Quim. “Los restaurantes de Pepe Carvalho”, Epílogo conmemorativo del 25º aniversario de Carvalho. *El Balneario* (enero 1997), Planeta.

“Finalmente he conseguido un pacto con Jockey. He hablado personalmente con Alfonso y he conseguido un menú que se acerca a sus cánones: extracto de pescados ahumados con ostras a la hierbabuena, pichones de Talavera rellenos al estilo Jockey y milhojas de mango con helado de jengibre. El postre es algo más enérgico, pero me ha desaconsejado los frutos silvestres en esta época. Como vinos nos aconseja un Sancerre blanco para el primer plato, Viña Real Oro del 85 para el segundo y un Pedro Ximénez Viña 25 para el postre. Se relamió Carvalho el cerebro y devolvía sus ojos al juego cuando comprobó que el rostro de Álvaro se alteraba ante un recién llegado, un hombre alto, el rostro tenso y diríase que plastificado”.



11.Ostras

Muchas son las referencias gastronómicas que nos ofrece el género de la novela, pero no siempre los textos literarios que nos aporta referidos a cuestiones gastronómicas o a hechos con ellas relacionados, pueden considerarse próximos a los intereses de un iniciado en los placeres de la mesa a las afinidades de un buen *gourmand*. En muchas ocasiones los excesos relatados, lo grueso de la exposición o la ferocidad con que se presenta al lector la descripción de un menú se alejan de aquella predilección apasionante, razonada y habitual por todo cuanto halaga al paladar, siempre minoritaria, que caracteriza a la *gourmandise*, por muy común y ampliamente aceptado que sea el plato descrito. El *Adán Buenosaires* de Leopoldo Marechal ofrece algunos párrafos representativos, al respecto:

“La elección de los manjares a engullirse no presentó dificultad ninguna, pues la mayoría de los convidados optó, no sin cierta ferocidad, por una gigantesca parrillada mixta en la que debían intervenir los trenzados chinchulines, la tripa gorda, la ubre materna, las genitales criadillas, los chorizos criollos y el asado de costillar, todo eso regado con un vinito abundante de la costa...Pero el astrólogo Schultze, en nombre de la minoría, rechazó desdeñosamente aquel manjar de cafres, asegurando que se contentaría con examinar las entrañas de las víctimas, a fin de ver si los dioses eran o no propicios al banquete”³⁴

4. Conclusiones

Una reflexión última, a modo de coda y homenaje a aquellos que han aportado con sus creaciones y sus escritos una nueva mirada sobre los valores de la buena mesa y las facultades del *gourmand* o, para ser más justos, del buen aficionado. En una época³⁵ donde afortunadamente se comienza a valorar con mayor frecuencia los sabores naturales, las texturas originarias y los aromas primigenios de los alimentos- consideremos la textura aterciopelada, embriagadora y casi erótica, de la ostra o el sabor sutil y expansivo, salvaje, de un pescado a la brasa - los gozos de la cocina y los consiguientes placeres de la mesa, incluido los deleites armoniosos del vino, necesariamente tendría que hacernos considerar de nuevo este apasionante aspecto de la cultura y volver la vista a los orígenes, cuando en un acto volitivo más propio de dioses que de hombres, la Humanidad logró convertir la vulgar función fisiológica, necesaria para la subsistencia, en un verdadero y apasionado acto amoroso. Laura Esquivel, que hoy nos acompaña y honra con su presencia, ha logrado, *ad libitum*, con sabiduría antigua, situarnos en esta nueva, placentera y apasionante perspectiva:

³⁴ MARECHAL, Leopoldo. *Op cit.*, p.239.

³⁵ Cuando se escriben estas líneas nos llega la noticia de que la UNESCO ha incluido la dieta mediterránea, la cocina mexicana y la cocina *gourmet* de Francia en el listado del Patrimonio Intangible de la Humanidad, decisión que evidencia la importancia cultural de estas tres opciones culinarias dentro del complejo panorama gastronómico actual.

“...Rescatar el poder creativo del fuego y llevarlo al hogar. Recuperar la cocina como un espacio de conocimiento donde se hace arte y vida. En donde se unen los productos de la tierra con los del aire, el presente con el pasado. En donde el principio activo y el pasivo mezclados forman otra realidad artística y espiritual a través de un acto amoroso. Sólo el amor concilia opuestos y hace de dos seres uno. En la cocina se concilian los cuatro elementos en un platillo, más un quinto que yo añadiría que es la carga afectiva, sensual -tal vez lo que el oriente ha llamado “vacío”-, que cada persona transmite a la comida en el momento de prepararla. Esta energía es la que convierte el acto de comer en un acto de amor”³⁶



12. Dulces de Fauchon. París

Suceso amoroso que produce gozo, que conecta con lo más íntimo y afectivo de la persona, que transforma el acto de comer en un acto de amor, no exento de carga sexual. Si no, cómo explicar los efectos de algunas recetas de Tita, realizadas para mantener viva la pasión amorosa de su amado Pedro, en *Como agua para el chocolate*. El platillo de “Codornices en pétalos de rosa” además de factible, es paradigmático a todos los efectos: no sólo logra afectar de diferente manera la naturaleza íntima de los comensales -Pedro, Mamá Elena y la gestante y melindrosa Rosaura- y producir un apasionado efecto afrodisíaco en su hermana Gertrudis, a la que “un intenso calor le invadía las piernas” y “un cosquilleo en el

³⁶ ESQUIVEL, Laura. *Íntimas suculencias. Tratado filosófico de cocina*. Barcelona: De Bolsillo, 2007, p. 63.

centro de su cuerpo no la dejaba estar correctamente sentada en su silla”³⁷, sino que con efectos dispares afectará siempre, según el caso, al ánimo de los lectores de tan amoroso relato.

³⁷ ESQUIVEL, Laura. *Como agua para el chocolate*. Barcelona: Mondadori, p. 40.



CAPÍTULO VI

Sabor a Andalucía¹

Laura Esquivel

¹ Este texto fue leído en la Feria de Guadalajara (México) con motivo del evento organizado por la Junta de Andalucía titulado “Literatura con sabor a Andalucía”, noviembre–diciembre, 2006 y publicado en ESQUIVEL, Laura. *Íntimas suculencias. Tratado filosófico de cocina*. Barcelona: Debolsillo, 2007. Posteriormente fue presentado en el curso “Patrimonio intangible: aromas, olores y sabores” celebrado en la Universidad Internacional de Andalucía, sede Baeza, entre los días 23 y 27 de agosto de 2010, el cual fue cedido por la autora para su publicación en este libro.

Buenas tardes. Antes que nada quiero dar mi más sincero agradecimiento a la Universidad Internacional de Andalucía por haberme invitado a presentar este seductor evento pues provocó que saliera la andaluza que llevo dentro. El haber tenido que adentrarme en los alimentos que forman parte de la Cocina Mexicana pero que vinieron de la Región de Andalucía en España, me hizo tomar conciencia de que Andalucía es una forma de vida que está presente en mi mundo afectivo, en mis recuerdos más preciados, en mi risa, en mi olfato, en mi forma de vestir, de gozar y de bailar. Descubrí que soy heredera de una tradición culinaria universal. Que lo mío, lo mío, es de todos. Que mis sabores, los más personales, perfumaron otras bocas antes que la mía y despertaron en ellas memorias, deseos, nostalgias. La Cocina Mexicana es producto del mestizaje que resultó de la Conquista Española. La Cocina Española, a su vez, es producto de otras conquistas, y, al igual que la Cocina Mexicana, es una cocina de sobrevivientes. En cada uno de sus platillos habitan miles de presencias, miles de sueños, mil y una noches de añoranzas. Toda cocina sazónada por la nostalgia une fuera del tiempo y del espacio lo que el hombre separa.

Alguna vez escuché decir que “todo verdadero viaje lo era al Paraíso”. De niña yo pensaba, ¿y en el paraíso también habrá mole o lo tendré que llevar conmigo? Ahora supongo que no tiene la menor importancia, que ahí habrá todo y en abundancia, pero en los tiempos de la conquista, con un mar de por medio, me imagino que la decisión de qué se iba a llevar en las naves para sobrevivir un viaje trasatlántico era muy relevante. Ahora que ya no dejan subir ni agua a los aviones, no se diga la bolsa de cosméticos, siempre tengo la impresión de que dejo tras de mí algo importante, pues al viajar uno siempre lleva consigo lo que le es indispensable, lo que va a necesitar, lo que no quiere extrañar. Todo viaje es también una forma de extrañamiento y de nostalgia. En un viaje se extraña y lo extraño del viaje es que muy pronto, casi de inmediato, lo extraño deja de serlo, se convierte en algo familiar y a partir de ese momento, lo extraño se extraña también. Porque se extraña lo que se deja, lo que se cree que se deja, lo que se sueña que se deja; se observa extrañamente lo nuevo que se mira, lo que se soñaba que se miraría y nunca se llegó a encontrar, lo que se supone que se mira, lo que, precisamente por extraño, somos incapaces de percibir; el asunto es que, de un modo o de

otro, se extraña, se extraña en todos los sentidos de la palabra. Por eso, porque se extraña, porque es extraño, el viaje remueve la nostalgia, esa porción de nuestra intimidad que siempre acecha los resquicios de la memoria, dispuesta siempre a regalarnos una vez más el recuerdo de olores, de sabores, de sensaciones y palabras perdidas: bien sea el aroma de una rosa, un intenso regusto a cilantro o a albahaca; la textura de una flor, la aromática dulzura de una tarta de almendras con miel o bien lo agridulce de unos labios que nos besaron con pasión alguna tarde, alguna noche ya ida. Y por eso también -porque el viaje además de ser extraño y nostálgico es asimismo un fluir- por eso precisamente se convierte en un solo ser con el mar, con las olas, con el fluir de las corrientes.

Por cierto que los andaluces saben mucho, entienden muy bien todo acerca de las corrientes de las aguas; al parecer han vivido entre ellas, con ellas, de ellas. Porque pareciera que las corrientes del mar y las de sus ríos les han traído su peculiar manera de usar el lenguaje: ese chisporrotear de susurros; le han dado también sus sentires hondos, su música que en forma de oleadas altas o bajas, en ritmos que apresan la violencia de la pasión erótica o el penetrante aroma de algunas especias o la suavidad y la dulzura de la miel sumergida en succulentos ríos de avellanas, nos remueven el vientre, el corazón, la memoria. Al ser Andalucía una puerta de entrada y de salida, es heredera de una parte fundamental del corazón de España.

Andalucía -lo sabemos todo- ya era de por sí una tierra con sabor a nostalgias, una región llena de olores venidos de lejos. Como todo sitio donde ha habido a lo largo del tiempo muchas presencias, esa tierra tenía cosas que contar, huellas que ventilar, ausencias que no cesaban de doler, que no dejaban de extrañarse, de mezclarse con la comida. Y si Andalucía tenía nostalgia de Roma y de los visigodos, cuánta nostalgia no tendría de Arabia y de Palestina. Esa nostálgica presencia, esa remembranza, siempre encontró sentido en su platillos: desde su afán por mezclar las especias, con azafrán, con jengibre, con tantos y tantos olores venidos de Marruecos o de alguna otra región árabe, o con esencias y sabores del más lejano Oriente, como el arroz por ejemplo, indispensable para su comida. Andalucía tenía costumbre de integrar lo nuevo con lo anterior, costumbre aprendida del hecho de recibir las mareas -las altas y las

bajas- y contentarse con ello hasta convertirlo en entrañablemente propio, legítimamente suyo.

De los romanos, heredaron el ajo -descubirto en Egipto por los romanos- y el aceite. De la larga dominación árabiga adquirieron el gusto por le agridulce limón y la naranja agria traídas de Persia por los árabes. De los árabes aprendieron también a cultivar la caña de azúcar y a apreciar el azafrán, la pimienta negra, el anís, la nuez moscada, el ajonjolí. Todos estos productos fueron traídos a estas tierras por los Conquistadores. Del impacto original del encuentro que tuvieron con los antiguos mexicanos, vino la violencia de la lucha, el dolor del absurdo que implica siempre derramar la sangre y, finalmente, la vida en común: el mestizaje. Allí fue en verdad donde hubo que ponerse en orden la nostalgia, el recuento de pérdidas y ganancias. En el ámbito estrictamente culinario los sabores de la tierra se fueron mezclando, muy pronto, con los traídos de ultramar, dando por resultado nuestra Cocina Mexicana en la que se integraron perfectamente el trigo, el arroz, las reses, las ovejas, los cerdos, la leche, los quesos, el aceite, el vino, el vinagre, los ajos, el café, el limón, la naranja agria.

De este maridaje surgieron infinidad de platillos. La masa de maíz, al freírse se transformó en garnachas, chalupas, sopes, tostadas, tacos, enchiladas, infladas, molotes y pellizcadas. Los tamales se hicieron esponjosos con la manteca batida. El chocolate se mezcló con la leche y más tarde se acompañó con churros. El pulque -bebida del maguey- se benefició con los nuevos sabores de frutas y junto al curado de tuna convivieron el de fresa o piña. Los atoles se endulzaron con azúcar. En las cocinas de los conventos y de los palacios surgieron platillos que adquirieron un alto grado de sofisticación, como muestra ahí están nuestros chiles en nogada, rellenos con un picadillo con pasas, almendras y acitrones, cubiertos por una salsa de nuez de castilla.

En el campo, por su parte, las mujeres indígenas contribuyeron grandemente en la creación de nuevos guisos a los que les imprimían una preparación apegada a su tradición, un ejemplo importante es el de la barbacoa. Primero desollaban a la oveja, luego, la envolvían en pencas jugosas del maguey y la enterraban en un horno de piedras calientes bajo tierra. La suave carne de

la barbacoa se acompaña con una salsa molida en molcajete en la que se mezclan los chiles tatemados con pulque para crear la “salsa borracha”, acompañamiento ideal para este platillo.

Para refrescar la boca antes de un nuevo platillo se contaban con las aguas de rosas de limón, de horchata, de naranja -perdón pero no puedo evitar recordar que mi madre, cuando salía de la regadera, se perfumaba con agua de azahar-, regresando al tema, les diré que no me fue difícil encontrar las huellas de la cocina andaluza en estas tierras, lo difícil más bien es encontrar un platillo donde no esté presente. Desde las albóndigas en chipotle, las tostadas de pata, la sopa de lima, la birria, los hojaldres, los pucheros, el queso relleno, los moles, los pipianes, la ensalada de granada con nopal, las tan populares Margaritas con limón y sal. La lista es interminable y diferenciar un ingrediente propio con uno ajeno, inútil. ¿Cómo puede uno concebir el mole poblano, el mexicanísimo mole poblano sin las almendras o sin el ajojolí? ¿Cómo se podría acompañar sin el arroz? ¿Cómo podríamos comer una cochinita pibil sin cerdo y sin naranjas agrias? ¿Y las tortas ahogadas, cómo podrían prepararse sin birote, sin el trigo traído de Europa?

Es evidente que la nostalgia se convirtió en el mejor caldo de cultivo del que surgieron nuevas y maravillosas creaciones en todas las latitudes. Y así como el zapateado flamenco andaluz se incrustó en los sones jarochos, en el zapateo de los jaraneros y en el ritmo de las guitarras y las arpas, de la misma manera los sabores de Andalucía se instalaron en nuestra memoria colectiva, se convirtieron en nuestra nueva nostalgia, en lo que a partir de entonces, de llegar a no tenerlo, extrañaríamos. Así pues, a fuerza de extrañar y de extrañarse, a fuerza de repetir viajes y traer vajillas, especias, animales, plantas, frutos, flores, memorias y acentos en la lengua, Andalucía y los andaluces se quedaron entre nosotros, nos hicieron suyos, los hicimos nuestros y con ello se creó una tercer nostalgia: ¿Cómo concebir ahora un gazpacho andaluz sin jitomate? ¿Cómo saborear un rabo de toro junto a la Mezquita de Córdoba sin una pizca de piche habanero?

Andalucía vive en cada rincón de México; en las sillas pintadas a mano de Michoacán, en las jícaras de Oaxaca, en los bordados de sus trajes típicos, en los olanes con encaje de bolillo de las faldas de

sus mujeres, en el arte mudéjar que adorna conventos y palacios, en cada uno de los patios coloniales con su fuente al centro, con sus columnas romanas, con sus mosaicos árabes, en las vajillas de talavera de Puebla, en los callejones de Guanajuato que tanto nos recuerdan las medinas árabes, en los abanicos con los que se refrescan al bailar danzón en la plaza de Veracruz y... en cada poro de mi piel, por lo que agradezco enormemente la oportunidad de estar frente a ustedes haciendo público mi amor por Andalucía. Por la tradición culinaria de todos los pueblos. Por la madre tierra que nunca ha distinguido entre una semilla y otra y que las acoge en su seno con la misma generosidad, sin discriminar, sin levantar muros, sin catalogar como inmigrante, como extranjera, como enemiga. Quiero también agradecer al mar, que trajo y que llevó sueños, que transportó a hombres y mujeres que fueron capaces de desatar amarras, todas las amarras, para dejar la casa familiar en aras de lo desconocido, que, cual abejas transportadoras de polen, guardaron en sus bolsillos semillas de su tierra para plantarlas en otro sitio lejano, para compartir la nostálgica dulzura de su hogar con todo el mundo. Viajeros que estañarían las paredes de la Alhambra, el Alcázar de Sevilla o algún hermoso patio de Córdoba, de Cádiz o de Málaga. Que añorarían el olor de las plantas de su patio, el sonido de su fuente y se antoja preguntarse ¿cómo se escucharían en aquellos barcos, en aquellos galeones, los acentos de los marineros o de los monjes: cómo los cantos, los refranes, el zapateo de su bailes, el son de sus guitarras y sus castañuelas? ¿A qué sonaría, a qué sabría toda esa esperanza puesta en el viaje, toda esa nostalgia acumulada?

Efectivamente todo verdadero viaje lo es al Paraíso, y ahora sé que si acaso puedo paladear un buen mole ahí, necesariamente tendrá sabor a Andalucía.



*1. Presentación de Laura Esquivel en el curso de verano
"Patrimonio Intangible: Aromas, olores y sabores"*



2. Laura Esquivel en su intervención.



CAPÍTULO VII

El patrimonio de los paisajes de Mágina

José García Vico y Manuel Jesús Sutil García

En la Unión Europea las regiones rurales representan el 92 por cien de su territorio. El 19 por cien de la población europea vive en regiones predominantemente rurales, y un 37 por cien en regiones significativamente rurales. Estas regiones generan el 45 por cien del valor añadido y el 53 por cien de los puestos de trabajo de la Unión Europea. Pese a la gran diversidad de situaciones, tales regiones presentan en general una renta per cápita inferior en aproximadamente un tercio a la media europea, una baja tasa de actividad de las mujeres y un sector de servicios menos desarrollado¹.

En España la reciente Ley 45/2007, para el Desarrollo Sostenible del Medio Rural² en su exposición de motivos resalta la importancia del medio rural en nuestro país, que afecta al 90 por cien del territorio, aglutina el 20 por cien de la población y concentra la totalidad de los recursos naturales y una parte significativa del patrimonio cultural nacional. Por otro lado, pone de manifiesto que el medio rural español comienza a tener una relevancia creciente en virtud de las nuevas tendencias de localización de la actividad económica y residencial, a pesar de que el intenso desarrollo económico de las últimas décadas se ha concentrado en mayor medida en el medio urbano, generando desequilibrios territoriales dentro de cada uno de los países de la Unión Europea.

El Programa de Desarrollo Rural para Andalucía 2007-2013 recoge que Andalucía es la segunda Comunidad Autónoma española y la cuarta región europea en extensión. Desde un punto de vista demográfico es el territorio más poblado de España, representando el 18 por cien de la población española y el 1,7 por cien de la comunitaria (UE-25). Utilizando la definición de áreas rurales de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE)³ de forma global Andalucía se clasifica como una región

¹ Decisión del Consejo, de 20 de febrero de 2006, sobre las directrices estratégicas comunitarias de desarrollo rural (período de programación 2007-2013).

² LEY 45/2007, de 13 de diciembre, para el Desarrollo Sostenible del Medio Rural.

³ La definición de áreas rurales de la OCDE establece tres tipologías: a) regiones predominantemente rurales (PR), siendo aquellas en las que más del 50 por cien de la población vive en áreas rurales; b) regiones intermedias (RI),

intermedia, residiendo un 33,2 por cien de sus habitantes en zonas rurales. Si descendemos a ámbitos provinciales, Jaén y Córdoba pueden catalogarse como zonas predominantemente rurales, es decir, que más del 50 por cien de su población reside en áreas rurales.

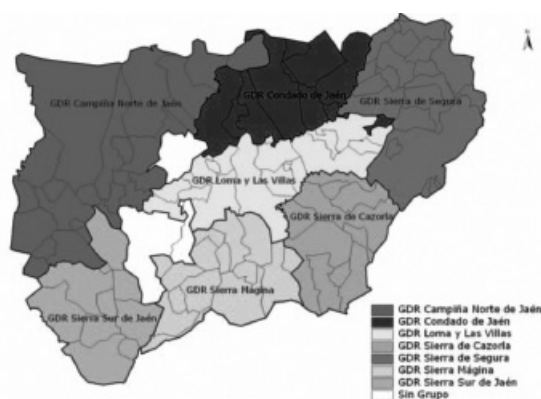
Ligados al territorio y desarrollando una intensa labor de promoción social y económica se encuentran los denominados Grupos de Acción Local (GAL), que en Andalucía son más conocidos como Grupos de Desarrollo Rural (GDRs). En la actualidad se encuentran extendidos por toda Andalucía, divididos en cincuenta y dos ámbitos de intervención o comarcas. En la provincia de Jaén desempeñan su trabajo siete Grupos de Desarrollo Rural con espacios de actuación claramente definidos por la Dirección General de Desarrollo Rural Sostenible de la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, ámbitos que se encuentran consolidados y aceptados, con carácter general, por la población y los agentes rurales. El ámbito de intervención los GDRs en la provincia de Jaén en el horizonte temporal 2007-2013 abarca casi el 95 por cien de su extensión superficial y engloba a más del 70 por cien de la población. En el mapa 1 se recoge gráficamente las zonas de intervención de los distintos grupos jiennenses.

El elemento diferencial y esencial de la metodología de trabajo de los GDRs es su vinculación e imbricación dentro del territorio y la aplicación de una metodología de trabajo basada en el denominado “enfoque leader” o “ascendente”, es decir de participación activa de la ciudadanía, lo que permite fórmulas innovadoras de gobernanza en la gestión de los fondos de desarrollo rural. En este sentido se encuentran formados por una masa social integrada por la población comarcal, además de las administraciones locales, organizaciones empresariales, agrarias y de otros sectores, sindicales, ecologistas, culturales, así como asociaciones de jóvenes, mujeres, amigos de la comarca, etc. Entre todos se conforma la voluntad del Grupo y, una vez garantizado su funcionamiento democrático, los órganos de decisión de los GDRs (Juntas Directivas y Consejos Territoriales

aquellas en las que entre el 15 y el 50 por cien de la población viven en áreas rurales y c) regiones predominantemente urbanas (PU), aquellas en las que menos del 15 por cien de la población vive en áreas rurales. La Comisión Europea utiliza esta clasificación con una finalidad estadística y descriptiva.

de Desarrollo Rural) acuerdan qué proyectos consideran más adecuados para atender las necesidades y el desarrollo socioeconómico general en las respectivas comarcas.

Para poder llevar a cabo esta labor con garantías es necesario que previamente los GDRs definan con precisión cuál es la política de desarrollo que debe realizarse en su territorio. Para ello deben conocer en profundidad las deficiencias y las potencialidades del mismo, sus ventajas, sus oportunidades, los mejores recursos de los que disponen para avanzar, y los principales obstáculos que pueden dificultar su desarrollo. Todo este proceso se realiza en un marco de diseño estratégico que realizan periódicamente.



1.- Mapa Grupos de Desarrollo Rural de la Provincia de Jaén

En este escenario es pertinente situar a Sierra Mágina como entorno Comarcal. Se localiza al Sur de la Provincia de Jaén, en la orla del Macizo de Mágina (que desde nuestro punto de vista la preside y evidentemente la caracteriza), constituyendo el extremo occidental del Sistema Penibético. La superficie de la comarca es de 1.543, 77 km², el 11,46 % del total provincial, afectando a 16 municipios y a una población cercana a los 55.000 habitantes, todos ellos rurales según la clasificación referenciada. Los municipios integrados dentro del ámbito territorial son: Albánchez de Mágina, Bélmez de la Moraleda, Bedmar-Garciez, Cabra del Santo Cristo, Cambil-Arbuniel, Campillo de Arenas, Cárcheles, Huelma-Solera, La Guardia de Jaén, Larva, Jimena, Jódar, Mancha Real, Noalejo-Hoya del Salobral, Pegalajar-La Cerradura y Torres. Desde un punto de vista acción local la comarca se encuentra dentro del

área de influencia de la Asociación para el Desarrollo Rural de la Comarca Sierra Mágina, quien también adopta la figura de Grupo de Desarrollo Rural o Grupo de Acción Local.

La comarca de Sierra Mágina posee una identidad propia que viene dada tanto por su situación geográfica, en torno al Parque Natural del mismo nombre, como por su rica historia, elementos que, por un lado, han propiciado el desarrollo de una población con unas características diferenciadas en el contexto de unas relaciones sociales eminentemente marcadas por los roles tradicionalmente imperantes en el mundo rural; y en otro orden de cosas, han propiciado la existencia de unos determinados valores y un patrimonio natural, artístico y etnológico muy diverso y de gran riqueza. Se trata de una comarca eminentemente agrícola, siendo el cultivo del olivar y la elaboración de aceites de oliva virgen extra con Denominación de Origen, el eje sobre el que se basa la actividad humana, existiendo además zonas de huerta con un importante valor etnológico.

El entorno maginense acoge elementos definitorios distintivos que constituyen ejes de desarrollo endógeno, recogidos en el emblema del Grupo de Acción Local que se muestra a continuación:



2.- Marca de la Asociación para el Desarrollo Rural de la Comarca de Sierra Mágina

El logotipo transfiere la existencia elementos naturales y paisajísticos que han coexistido a lo largo de la historia y que han cohabitado con las gentes de mágina, influyendo en sus rasgos etnográficos y sus posibilidades económicas. Sierra Mágina posee una combinación de paisajes agrícolas, forestales, urbanos, cultura y etnografía que la convierten en diferente y única. De hecho algunos de los trazados viarios que cruzan este territorio podrían

ser declarados como carreteras ambientales o paisajísticas por la belleza de los parajes que pueden observarse y por las propias características técnicas de la carretera, que invita a un paseo más que a un desplazamiento a velocidad alta. Su singularidad natural se encuentra amparada por la existencia de la figura de Parque Natural.

El Parque Natural de Sierra Mágina se sitúa en la zona central de la comarca, despunta como vergel natural. Con una superficie de 19.961 hectáreas, se extiende a nueve de los dieciséis municipios -en concreto: Albánchez de Mágina, Bélmez de la Moraleda, Bedmar-Garcíez, Cambil, Huelma, Jimena, Jódar, Pegalajar y Torres-. El Parque tiene cumbres que superan los 2.000 m. de altitud, siendo el pico Mágina, con 2.167 m., la cima más alta de la provincia de Jaén. Le siguen Almadén (2.032 m.), con sus características rastras, Sierra Mágina (2.014 m.) y el Cerro Cárcelos (2.010 m.). La naturaleza caliza de las rocas origina un paisaje abrupto donde es fácil encontrar torcales, dolinas, profundos barrancos y otras formas propias del llamado relieve kárstico sobre las que se asienta una vegetación mediterránea de encinas, quejidos, sabinas, enebros rastreros y pinos laricios en las cumbres más elevadas.



3.- Paraje del Parque Natural de Sierra Mágina.

De esta manera el Parque Natural, como núcleo y espacio privilegiado de la comarca de Sierra Mágina, resulta idóneo para el conocimiento del medio natural y para la práctica de deportes de bajo impacto en contacto con la naturaleza, como es el ejercicio del senderismo. La antigua directora-conservadora del Parque Natural, D^a Catalina Madueño, describe esta inmensidad visual de la siguiente forma: “Al mirar a cierta distancia la comarca de Sierra Mágina, desde cualquiera de las carreteras circundantes, hay algo que capta nuestra atención al instante: la presencia del macizo de Sierra Mágina, alto, tan elevado que destaca su inconfundible silueta contra el horizonte, y su situación en el centro de la misma, como si de su corazón se tratase”. La impresionante dominancia del macizo sobre la campiña nos lleva a intuir cómo la historia, las costumbres, las leyendas, y hasta el carácter de las gentes de los pueblos de la sierra han venido marcadas desde siempre por su presencia y cercanía.

Sierra Mágina es una comarca de contrastes. Desde el exterior el macizo parece desarbolado, aunque en su interior existen extensos, viejos y bellos encinares y quejigales, y un pinar de pino laricio a gran altitud. Es una característica de patrimonio vegetal la presencia de grandes extensiones de matorral y bosques de pino carrasco en la base sur y este del macizo montañoso.



4.- Paisaje Montañoso en Sierra Mágina.

El mayor atractivo de la comarca, posiblemente, sea la gran variedad paisajística que ofrece. El paisaje es una estampa típica de las Sierras Subbéticas andaluzas donde varían las formas y los volúmenes entre las rocas y la vegetación. No hay un paisaje dominante sino que están todos muy bien representados, no obstante dominan los matorrales, pero hay un factor a tener en cuenta en todas las sierras elevadas y es que la visión cambia con la altitud. En pocos kilómetros podemos descubrir diversidad de escenarios, desde la alta montaña a la simetría de la campiña, normalmente plagada por un mar de olivos, y en menor medida, por dehesas de encinas; desde las cascadas y los nacimientos de los ríos hasta el dorado arenoso de la zona oriental, considerada subdesértica.

Podemos identificar tres tipologías de paisaje. El de la alta montaña donde podemos encontrar rocas de tipo calcáreo erosionadas por la acción del agua lo cual ha dado lugar a un relieve kárstico con cuevas subterráneas y formaciones de estalactitas y estalagmitas; depresiones cerradas de contornos sinuosos en forma de embudos; acanaladuras en la superficie de la roca con unas dimensiones de centímetros y simas o pozos naturales que a veces pueden superar cientos de metros de profundidad. La ausencia de agua superficial, debido a que la caliza es una roca muy permeable y que hace que el agua circule por canales subterráneos, ha dado lugar a nacimientos de importancia en el contacto con materiales impermeables en la base de la sierra. Este paisaje se combina con zonas forestales de monte bajo, encontrando también alguna variedad de pinos, encinas, sabinas y arces. El paisaje de media montaña lo forman bastas extensiones de bosque de encinas y bosques de especies de hoja caduca de un alto valor medioambiental.



5.- Imagen del interior del Parque Natural de Sierra Mágina

La baja montaña coincide con las zonas próximas a los núcleos de población al ser más llanas, por esta razón suelen ser escenas agrarias las que nos encontramos en estas zonas. El paisaje vegetal natural está formado por pequeños bosquetes de encinas, enebros o cornicabra. En algunos lugares el paisaje de encinas es sustituido por bosque de pino carrasco acompañado por lentiscos y espinos. Con la degradación de los mismos obtenemos paisajes de romerales y espartales. El contraste paisajístico en Sierra Mágina es espectacular ya que al lado de estas zonas de bosque podemos encontrar un paisaje que podríamos denominar subdesértico que alberga grandes extensiones de alcaparras y de espartizales, siendo además un hábitat idóneo para algunas especies faunísticas.

En las vegas de riachuelos y arroyos nos encontramos con un paisaje de bosques de galería. Entre los términos de Bedmar y Jódar se encuentra el embalse de Pedro Marín que forma parte del Paraje Natural del Alto Guadalquivir, catalogado como Lugar de Interés Comunitario (LIC)⁴. Sus 260 hectáreas son consideradas de

⁴ Se refiere a ecosistemas protegidos en virtud de lo establecido en la directiva 92/43/CEE del Consejo de Europa -(DO L 203 de 2.7.1992)- relativa

importancia internacional por la Sociedad Española de Ornitología ya que sirve de hábitat a diversas aves acuáticas, como el calamón (*Porphyrio porphyrio*), un gallo escaso en la Península, el ánade real (*Anas platyrhynchos*), la polla de agua (*Gallinula chloropus*), garcillas bueyeras (*Bubulcus ibis*), garza real (*Ardea cinerea*), garza imperial (*Ardea purpurea*), garceta común (*Egretta garcetta*) y avetorillo (*Ixobrychus minutus*). Asimismo, hay presencia del aguilucho lagunero (*Circus aeruginosus*) y aguiluchos pálidos (*Circus cyaneus*) en invierno. La vegetación palustre existente sobre los sedimentos del río permite la nidificación de aves menores como carricero tordal (*Acrocephalus arundinaceus*) y común (*Acrocephalus scirpaceus*), y el pájaral moscón (*Remiz pendulinus*).



6.- Cascada de agua en el Parque Natural de Sierra Mágina

En la comarca también existen otros ejemplos concretos de las figuras de protección establecidas en la Ley 4/1989, de 27 de marzo, de Conservación de los Espacios Naturales y de la Flora y Fauna Silvestres que coexisten con la de Parque Natural. Nos referimos a la figura de Monumento Natural, a tenor de la definición que establece dicha regulación para la situación que abordamos, es decir: “espacios o elementos de la naturaleza constituidos

a la conservación de los hábitats naturales y de la fauna y flora silvestres de un territorio, con el objetivo de garantizar la biodiversidad en el contexto comunitario.

básicamente por formaciones de notoria singularidad, rareza o belleza, que merecen ser objeto de una protección especial". El Pinar de Cánava posee dicha catalogación desde el año 2001. Se trata de un bosque de pinos carrascos (*Pinus halepensis*) centenarios y de tamaño excepcional, situado en el municipio de Jimena; que sirve además de cobijo y zona de nidificación de diversas especies de aves y zona de caza del águila perdicera (*Hieraaetus fasciatus*).

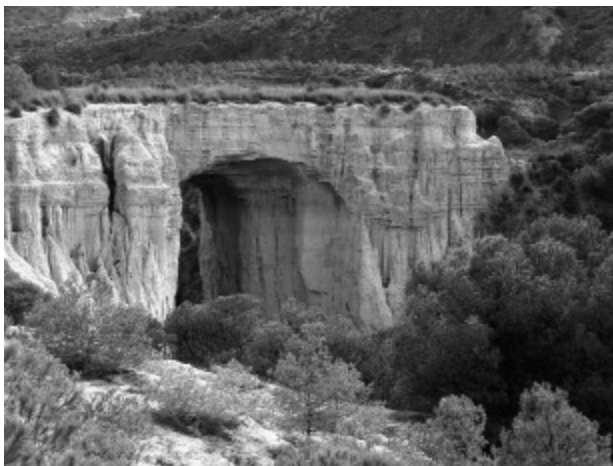


7.- Monumento Natural Pinar de Cánava

El *Lanchar* entre Torres y Jimena, *Mata-Begid* en Cambil, y *Bercho* en Pegalajar están propuestos también como lugares de interés comunitario (LICs). Por otra parte, han sido propuestas para la catalogación como Monumento Natural las siguientes zonas: el *Adelfal de Cuadros* en Bedmar por ser la población de adelfas más grande de Europa, los *Chopos de Mata-Begid*, el *Puente de Tierra* de Cabra del Santo Cristo y los *Espartizales* de Jódar.

La riqueza ambiental de la que dispone Sierra Mágina han motivado que el Parque Natural de Sierra Mágina se encuentre declarado en su conjunto como Lugar de Interés Comunitario (LIC) y como Zona de Especial Protección para las Aves (ZEPA), pasando directamente a formar parte a través de esta última figura de la Red

Natura 2000.⁵ Sus valores, junto al compromiso decidido de las instituciones y agentes económicos y sociales del territorio para la puesta en valor sostenible de sus recursos naturales y culturales ha supuesto la concesión del reconocimiento de la Carta Europea de Turismo Sostenible para el conjunto de la comarca maginense.



8.- *Puente de Tierra de Cabra del Santo Cristo*

La especial situación geográfica y la referida peculiar orografía ha generado como resultado una gran riqueza y diversidad paisajística unida a otros factores como la representatividad de sus ecosistemas o la singularidad de su flora y fauna. El Parque Natural contabiliza -atendiendo a su Plan de Ordenación de Recursos Naturales (PORN)- más de 1.123 taxones, entre especies, subespecies y variedades, agrupadas en 82 familias. Entre estas variedades vegetales catalogadas que se distribuyen en pisos en función de su altitud, se encuentran 49 endemismos con distintas áreas de distribución: iberonorteafricanos (*Berberis vulgaris*, subs. *Australis*, *Eryngium dilatium*), ibéricos (*Adryala ragusina*, *Echinospartum boissieri*), béticos, como los locales *Jurinea fontqueri* y *Vicia glauca* subsp. *giennensis*, exclusivos de Sierra Mágina. En relación con las especies florales amenazadas en el Parque Natural se encuentran

⁵ La Red Natura 2000 es una red ecológica europea de áreas de conservación de la biodiversidad. Su finalidad es asegurar la supervivencia a largo plazo de las especies y los hábitats más amenazados de Europa, contribuyendo a detener la pérdida de biodiversidad ocasionada por el impacto adverso de las actividades humanas. Es el principal instrumento para la conservación de la naturaleza en la Unión Europea.

ocho especies en peligro de extinción (*Delphinium fissum* subsp. *sordidum*, *Jurinea fontqueri*, *Lithodora nítida*, *Narcissus longispathus*, *Ophrys speculum* subsp. *lusitanica*, *Taxus baccata*, *Viola cazorlensis* y *Crepis granatensis*). Para la mayor parte de estas especies Mágina es uno de los pocos refugios naturales que quedan en todo el planeta, estando limitadas, en algún caso, a pequeñas superficies en lugares muy concretos. En resumen, el macizo de Mágina posee una importancia única desde un punto de vista de la flora por poseer especies mediterráneas de indudable valor como patrimonio florístico, ser rica en especies endémicas del sur peninsular, mantener especies botánicas con las poblaciones más grandes del mundo localizadas en sus cumbres y por garantizar especies que no existen en ningún lugar del planeta.

De importancia también lo es la riqueza faunística con la catalogación de 240 especies de vertebrados, 185 especies de aves, 27 mamíferos, 19 reptiles y 6 especies de anfibios. Entre los anfibios podemos destacar: el sapo común (*Bufo bufo*), la rana común (*Rana perezi*), el sapo corredor (*Bufo calamita*) y el sapo partero (*Alytes obstetricans*). Reptiles podemos encontrar: lagartos ocelados (*Lacerta lepida*), lagartijas ibéricas (*Podarcis hispanica*), lagartijas colilargas (*Psammotromus algirus*), culebras de escalera (*Elaphe scalaris*), culebrillas ciegas (*Blanus cinereus*) y la víbora hocicuda (*Vipera latasti*), este último reptil venenoso.



9.- Cierva en la Cuerda El Milagro

La riqueza ornitológica es otro de los recursos que podemos identificar en la comarca, especies como el pinzón (*Fringilla coelebs*), el herrerillo común (*Parus caeruleus*), el carbonero común (*Parus major*), el jilguero (*Carduelis carduelis*), el pardillo (*Carduelis cannabian*), el verderón (*Carduelis chloris*), el verdecillo (*Serinus serinus*), el abejarruco (*Merops apiaster*), el arrendajo (*Garrulus glandarius*), la paloma torcaz (*Columbus palombus*), el azor (*Accipiter gentilis*), el vencejo real (*Apus melva*), el cuervo (*Corvux corax*), la grajilla (*Corvux monedula*), el cernícalo (*Falco tinnunculus*), el halcón peregrino (*Falco peregrinus*), el águila real (*Aquila chrysaetos*), el águila perdicera (*Hieraaetus fasciatus*), el búho real (*Bubo bubo*), el mochuelo (*Athee noctua*) y la lechuza (*Tyto alba*), entre otros, surcan los cielos, diurna y nocturnamente.

Mamíferos podemos encontrar ejemplares de comadreja (*Mustela nivalis*), turones (*Mustela putorius*), tejones (*Melesmeles*), zorros (*Vulpes vulpes*), garduña (*Martes foina*), jabalí (*Sus scrofa*), ciervo (*Cervus elaphus*) o cabra montes (*Capra pyrenaica*).

En el río Guadalbullón se pueden localizar barbos (*Barbus sclateri*), bogas (*Chondrostoma polylepis*), truchas arcoíris (*Oncorhynchus mykiss*) y cachos (*Leuciscus pyrenaicus*).

El agua además de generar y acoger vida ha generado elementos propios de paisaje y ha engendrado una verdadera cultura del agua. La existencia de fuentes y manantiales ha sido la referencia para los asentamientos poblacionales a través de la historia y junto a ellas, las huertas con regadío han formado parte del paisaje y de las economías familiares desde época medieval.

El paisaje de huerta merece especial mención por su valor etnológico para la Comarca. La agricultura ha sido la principal fuente de riqueza de Sierra Mágina, las condiciones orográficas han limitado su desarrollo y la ha revestido con elementos peculiares. Históricamente, las principales zonas agrícolas por su producción y fertilidad han sido las vegas situadas a los pies de las poblaciones y regadas con las grandes fuentes próximas a éstas (López y González, 2008).



10.- *La Charca de Pegalajar*

La panorámica que nos ofrece el cultivo de la huerta es una de las huellas árabes en lo que a agricultura se refiere. La amplia red de bancales a lo largo de la ladera de la vega de la Fuente de la Reja en el municipio de Pegalajar está incluida en el Plan Especial del Medio Físico de la provincia de Jaén como Paisaje Agrario Singular y desde el año 2001 se encuentra incluida en el Catálogo General del Patrimonio Histórico Andaluz como Lugar de Interés Etnológico⁶.

Se trata de un paisaje peculiar y un ejemplo de la interacción del ser humano en la naturaleza. Las referencias con más antigüedad datan de la época medieval, sin embargo es probable que se cultivase incluso en tiempos anteriores. El sistema hidráulico vinculado con la Fuente de la Reja se completa con La Charca, que en principio fue una simple presa con un muro de piedra de contención y unas compuertas que regulaban la salida del agua a través de una extensa red de acequias que regaban las tierras de cultivo y para suministrar fuerza motriz a un conjunto de molinos harineros.

⁶ La Ley de Patrimonio Histórico Andaluz define Lugar de Interés Etnológico como: “aquellos parajes naturales, construcciones o instalaciones vinculadas a formas de vida, cultura y actividades tradicionales del pueblo andaluz, que merezcan ser preservados por su interés etnológico”.

La riqueza de recursos hídricos ha generado otros vergeles de cultivo, tal es el caso de las huertas existentes en los términos de Jimena, Torres, Albanchez de Mágina, Bélmez de la Moraleda y Bedmar, así como en Cabritas (núcleo diseminado de Huelma); fuera del Parque Natural tiene cierta importancia la huerta de Navalcán y la vega del río Almiares en Noalejo. Se trata de uno de los modelos agrarios más valiosos de la comarca con un valor paisajístico y ecológico muy importante pero que está tendiendo a desaparecer.

La actividad económica de Mágina se ha basado en agricultura y la ganadería teniendo una importancia crucial en la vida y la cultura de Mágina la elaboración de aceite, de aquí el adjetivo de *humanizado* que recibe el Parque Natural, por la combinación de los paisajes agrarios con los forestales. Los tiempos y ritmos de vida, las tradiciones y costumbres están fuertemente enraizadas y vinculadas con los diferentes momentos de la producción oleícola.

El cultivo del olivar constituye la base de la economía de la Comarca de Mágina con un 95% aproximadamente de la superficie agraria cultivada. En las últimas décadas ha ocupado la superficie destinada a otros cultivos como hortalizas, cereales o almendros. Las políticas de apoyo al olivar desarrolladas en la última década, unida a la subida de precios del aceite entre los años 1995 y 1998, y a la modernización del sector mediante la implantación del riego por goteo, han favorecido la extensión del cultivo.

La tipología de explotación olivarera es básicamente la de un aprovechamiento familiar, con un sistema de laboreo completamente tradicional, es decir, en el sistema de trabajo del olivar la introducción de maquinaria es prácticamente nula, esto es debido a que por un lado la orografía de la comarca de Mágina, como ya ha quedado patente, es muy abrupta, lo que dificulta en gran medida la introducción de maquinaria; y por otro que al tratarse de pequeñas explotaciones, la inversión en tecnologías es difícilmente asumible. Si bien esto es un freno al desarrollo del sector dentro de la comarca, por otro lado, constituye una oportunidad o un recurso para el desarrollo del turismo rural, en la medida que puede ofrecer al visitante la oportunidad de asistir a una tradición centenaria.



11.- Olivar marginal

Por otro lado, en lo que al sistema productivo se refiere todavía se pueden encontrar en la comarca “molinos de aceite” con un sistema de molienda tradicional. Los aceites de la Comarca de Mágina cuentan con Denominación de Origen, esta situación ofrece la oportunidad a la comarca de Mágina de convertirse en un escenario idóneo para fomentar entre los visitantes las excelencias del aceite de oliva virgen extra, así como las formas tradicionales para su elaboración. Una situación similar se configura en torno a su actividad vinculada con el cultivo y recolección de cerezas e higos en las localidades de Albánchez de Mágina, Jimena y Torres. La tradición en cultivos frutales y de hortalizas ha estado siempre presente en la comarca, aunque se ha entendido como una actividad menor y en la mayoría de las ocasiones ligada al autoconsumo.

En relación con el principal producto agrario de la comarca indicar que a pesar de que el aceite de oliva sea un producto totalmente tipificado en normativa europea, tanto en cuanto a su contenido químico, como en un método de valoración organoléptica (cata) que es común para toda la Unión Europea, y donde existen organismos internacionales que regulan las producciones de cada país, criterios de calidad, normas de comercialización..., en

esta exposición nos gustaría mostrar los activos inmateriales que componen el patrimonio oleícola, más allá de todas las normativas y de los requisitos formalmente demostrables, con los que cuenta la obtención de aceite de oliva virgen extra de la comarca de Sierra Mágina. Y es que estos activos no sólo se encuentran en la valoración organoléptica y en las percepciones que nos puede generar su olor y sabor, sino en el propio olivar de donde procede, en los métodos de recogida, separación y traslado a la almazara, así como en el cuidado, esmero y técnica de la propia almazara para transformar la aceituna en aceite, conservarlo y envasarlo.



12.-Logotipo de la Denominación de Origen Sierra Mágina

El conocimiento de este proceso, en el cual el producto está totalmente condicionado y vinculado al origen y al territorio, hace posible la diferenciación de los aceites de oliva virgen extra de Sierra Mágina mediante atributos inmateriales, propios de su ascendencia, de forma que el visitante del territorio no sólo percibe los propios aromas y gustos del producto, sino que se ve rodeado de un marco de olivar de sierra espectacular, de senderos por descubrir, y de olivos -de tronco gordo y retorcido- centenarios, ante los cuáles se han arrodillado varias generaciones de habitantes de nuestros pueblos, y que ha sido la principal actividad económica y de sustento de nuestra población.

En estos tiempos que vivimos en la actualidad, en los cuales el aceite de oliva está siendo utilizado como producto “gancho” por la gran distribución comercial, mediante ofertas a precios imposibles con marcas que no revelan ninguna conexión con el origen, la variedad de aceituna o la campaña, es decir, donde hay una desconexión total con la procedencia, la única salida de los productores de Sierra Mágina es continuar trabajando para elaborar

un producto de muy alta calidad, y aplicar los atributos inmateriales para diferenciarlo de los aceites de oliva estandarizados que llenan las ofertas de los supermercados e hipermercados, conectando al consumidor final con una experiencia singular.

El garante de la tradición traducida en calidad es el Consejo Regulador de la Denominación de Origen de Sierra Mágina, se trata de una entidad certificadora de calidad de los aceites de oliva virgen extra producidos en la comarca, en un doble sentido, garantía referente al origen y calidad intrínseca de los aceites. La calidad respecto al origen respalda que los aceites amparados por nuestra Denominación de Origen, no sólo proceden de olivares de Sierra Mágina, sino que han sido molturados y envasados en cualquiera de los términos municipales que la componen.



13- Almazara tradicional (Lolo Vasco)

La que denominamos garantía “intrínseca” de los aceites de oliva virgen extra amparados es una certificación de que superan los análisis químicos y organolépticos (la llamada “cata” del aceite) realizados en los laboratorios del Consejo Regulador, situado en Bedmar. Estos análisis se realizan de forma totalmente codificada, tal como exige la norma de calidad 45011, no sólo cuando se molturan en campaña, sino que se van contrastando cada vez que

esos aceites van a ser envasados, es por tanto una certificación dinámica y no estática. Sólo cuando superan esos contrastes, se entregan las contraetiquetas numeradas de la Denominación de Origen Sierra Mágina. De esta forma se garantiza la trazabilidad, y si un consumidor se interesa con un envase de alguna marca de la Denominación de Origen Sierra Mágina, a través del número de contraetiqueta podemos determinar la procedencia del aceite, fecha de envasado, análisis químico, perfil de cata...

Además, los técnicos del Consejo Regulador realizan durante todo el año el control de plagas en olivar dentro de nuestra comarca, con asesoramiento a agricultores, cursos de formación, determinación del momento óptimo de la recolección, tratamientos contra la mosca del olivo...

Pero todo lo expuesto en nuestro sistema de calidad no serviría si no contáramos con los olivares que conforman el macizo calizo de Sierra Mágina, y el esfuerzo de miles de familias en el cultivo y en la recolección de las aceitunas, además del importante esfuerzo modernizador de nuestras almazaras, que permite la obtención un aceite de oliva virgen extra, esencia de nuestra comarca, cada vez mejor año a año.

A pesar de que el proceso de la valoración organoléptica es un método oficial, reconocido por la Unión Europea, y de obligada aplicación para todos los aceites de oliva virgen y virgen extra que se envasen, la cata del aceite tiene un componente inmaterial difícil de cuantificar, puesto que son sensaciones que le generan a cada consumidor en función de su experiencias.



14- Cata de aceite de oliva (Lolo Vasco)

Una parte de la cata, que deben superar todos los aceites de oliva virgen extra que llevan la contraetiqueta de la Denominación de Origen Sierra Mágina, es la de no contar con ningún defecto detectado en dicha degustación, y al menos un atributo ha de manifestar una intensidad superior a dos puntos sobre diez, como resultado de la mediana de la puntuación otorgada a dicho aceite por los ocho catadores cualificados que forman el panel. Aquellos aceites que tienen defectos en la cata, no pueden llevar la mención de virgen extra, sino de virgen o de lampante, según la intensidad del defecto.

Pero cuando se prueban aceites de oliva virgen extra de calidad, tanto de Sierra Mágina, como de otras variedades o comarcas, es cuando cada consumidor puede percibir unos matices, sabores, sensaciones a plantas o frutas, que dependen de la variedad de aceituna con la que se haya producido dicho aceite y del tratamiento que haya tenido en la almazara, para potenciar todas las características con las que el fruto llega del campo. En este sentido, los premios (sea cual sea su ámbito) a los mejores aceites se hacen mediante valoración organoléptica de sus atributos positivos, así como de la armonía y equilibrio del conjunto de sensaciones que generan.

Así, los aceites de oliva virgen extra de la Denominación de Origen Sierra Mágina, que se obtienen mediante las variedades picual (principalmente) y manzanillo de Jaén, son aceites muy frutados, con un ligero amargor y picor, donde se pueden notar atributos como la hierba verde, tomate, higuera o almendra. En otros aceites de oliva virgen extra, producidos con otras variedades de aceituna, y en otras localizaciones geográficas, los atributos que puede percibir el consumidor son diferentes, como el plátano y la manzana en la variedad arbequina, que se cultiva principalmente en Cataluña.

Un ejemplo de la diferenciación del producto en Sierra Mágina por sus sensaciones organolépticas es la almazara Aceites Campoliva de Pegalajar, que proporcionó los aceites que fueron catados en el curso de Patrimonio Inmaterial -germen de esta publicación-, y que apuesta por ofrecer al consumidor una amplia gama de sabores con su marca, partiendo de diferentes variedades de aceituna. Esta almazara, además de contar con su marca Melgarejo Gourmet, obtenida a base de picual, y amparada por la Denominación de Origen Sierra Mágina, también envasa aceites de oliva virgen extra monovarietales de arbequina, frantoio y hojiblanca, adquiriendo la aceituna de fincas con cultivo controlado, y procesándola en su almazara de Pegalajar. Con todo ello, la estrella de sus productos es “Melgarejo Composición Delicatessen”, donde mezclan las variedades para lograr un sabor equilibrado.

El aceite de oliva virgen extra con denominación protegida es el elemento más visible de la identidad económica agraria de Sierra Mágina, pero el patrimonio oleícola que atesora es mucho más extenso tanto en su vertiente material como inmaterial, abarca:

- a) *Inmuebles tradicionales completos sin funcionamiento*; existen algunos inmuebles, fundamentalmente almazaras y/o molinos (productivos) que forman parte de la arquitectura tradicional, que normalmente han sido bien cuidados o rehabilitados y que su estado de conservación es elevado, lo que genera una oportunidad como muestra de lo que antaño fue una arquitectura generalizada. Una muestra de este tipo de inmuebles es el que se encuentra en la localidad de Bedmar, el Cortijo Olivarero de Pedro Marín.

- b) *Instalaciones modernas en combinación con antiguas almazaras*; este grupo de inmuebles se compone de aquellas instalaciones que pueden ser visitables en la actualidad y que tienen una gran importancia a nivel museístico. Dentro de esta categoría encontramos el edificio del Consejo Regulador de la Denominación de Origen Sierra Mágina situado en el municipio de Bedmar.



15. *Elaboración artesanal de productos cosméticos derivados del aceite de oliva (Olea Cosméticos S.L.)*

- c) *Productos artesanos no comestibles*; dentro de la gama de productos artesanos caracterizados por ser realizados con procesos de trabajo no seriados, con escasa mecanización, sin capitalización y hechos fundamentalmente a mano, podemos diferenciar entre los comestibles y los de otra índole. En este apartado encontramos los productos derivados del mundo del olivar, desde utensilios de madera de olivo, jabones caseros, cosméticos, etc. Toda una enorme gama de productos con enormes posibilidades de cara a actuaciones de valorización. Como muestra de estos elementos se puede destacar la elaboración de jabón casero hecho con base de aceite de oliva, característico de toda la comarca de Sierra Mágina. Caso concreto de aprovechamiento económico podemos identificarlo con la empresa Olea Cosméticos de Pegalajar. Otros elementos son la producción de aceite artesanal aromatizado en Bedmar, la artesanía de esparto en Jódar o

Cambil y el cuidado y producción de bonsáis de olivo en La Guardia de Jaén.

- d) *Productos comestibles-recetas*; otra gama de productos relacionados con el aceite de oliva, aceitunas u otros derivados son los denominados productos tradicionales comestibles. Son preparados que definen a poblaciones enteras, que comparten platos muy específicos y formas muy concretas de elaborarlos. Estos productos son característicos tanto de las comidas habituales, como de otras que generalmente sólo se elaboran en momentos del calendario muy puntuales, en rituales festivos o en eventos destacados. Constituyen elementos dirigidos directamente al conjunto de los sentidos (gusto, olfato, vista, etc.). Gastronómicamente podemos señalar como plato típico los andrajos a nivel comarcal y la repostería, especialmente en algunos municipios como Albánchez de Mágina y Cambil.



16.- Gastronomía maginense

- e) *Tesoros humanos vivos*; siguiendo con la terminología emanada desde la UNESCO, como principal entidad a nivel internacional que influye sobre el patrimonio cultural, lo que llamamos Tesoros Humanos Vivos, son aquellas personas que atesoran las destrezas y habilidades técnicas necesarias para llevar a cabo procesos de trabajo y con grandes posibilidades de que sus saberes se pierdan en la medida

que éstas personas van desapareciendo. Dicho concepto está plenamente incorporado en la legislación patrimonial de países como Francia o Japón, países donde la consciencia sobre la necesidad de proteger los valores inmateriales es elevada. De esta manera, podemos señalar a las personas catadoras de aceite autóctonas de Sierra Mágina, mujeres y hombres que conocen diferentes juegos tradiciones, dichos y refranes, canciones relacionadas con el mundo del olivar y del aceite de oliva.

- f) *Saberes relacionados con las labores y procesos de trabajo*; el trabajo de generaciones enteras en el olivar, ha creado una serie de experiencias que se manifiestan en algunas labores que se realizan en el campo. Son manifestaciones del saber popular que no se recogen en ninguna publicación de biología, que no se aprenden ni se enseñan en las escuelas de formación profesional, sino que se transmiten generacionalmente. Por ejemplo, el proceso para recoger la aceituna, para elaborar piezas de esparto, para calentarse las manos con piedras apañando, para el cuidado de bebés mientras se iba al tajo, el riego de olivares a través de la Comunidad de Regantes, etc.
- g) *Valores paisajísticos*; los valores paisajísticos presentes en la comarca de Sierra Mágina, -a los cuales ya nos hemos referido- hacen referencia a zonas de destacados valores plásticos, de belleza visual y medioambiental. Combinan generalmente algún cultivo de olivar con olivos de gran porte o de mucha edad, o en zonas de ladera o montañosas, con cortijadas o haciendas, convirtiéndose esta unión en un atractivo en sí mismo. Estos valores paisajísticos pueden ser observados en cualquier zona de la comarca, pero especialmente destacamos los recogidos en la *Ruta del Olivo de Sierra Mágina*, el Paraje de Mata Bejid y cortijos aledaños de Cambil, la pedanía de las Cabritas o las impresionantes vistas del Parque Natural de Sierra Mágina desde la mayoría de sus alturas.
- h) *Cancionero popular*; el cancionero generado en torno al mundo oleícola es extenso, diverso y rico, aunque como buena parte de los registros pertenecientes a la cultura oral

de las poblaciones locales, se encuentra amenazado de desaparecer por el desconocimiento sobre el mismo. Estas canciones (de trabajo, de fiesta, de molienda, etc.) son manifestaciones inmateriales de altísimo valor cultural.

- i) *Refranero, poemas, leyendas, dichos y juegos*; si bien el cancionero sobre el contexto olivarero constituye un grupo propio de datos por su significación cultural, existen otras expresiones pertenecientes a la cultura oral que también cabe integrarlas en el patrimonio inmaterial. Aquí se incluyen, por ejemplo, el diccionario del ámbito olivarero de la comarca de Sierra Mágina, los refranes y dichos populares, los sonetos y los juegos.



17. *Elaboración de Esparto*

- k) *Rituales festivos*; los momentos no laborables, las festividades y celebraciones que tiene por motivo el comienzo o el final de la cosecha de aceituna, o también las devociones a santos o vírgenes locales, constituyen una constante en la cultura local. Como por ejemplo, la Fiesta del Olivar de la comarca de Sierra Mágina, promovida por el Consejo Regulador de Denominación de Origen que cada anualidad se celebra en un municipio diferente o la Feria de Muestras del Parque Natural de Sierra Mágina (Expohuelma).

- l) *Documentación histórica*; la documentación histórica de las fábricas aceiteras, de explotaciones olivareras, de repartos de tierras o de pleitos sobre ella, son elementos patrimoniales de carácter documental que puede formar parte de algunas acciones de difusión y puesta en valor. La documentación mejor conservada y que puede considerarse de especial interés es el manuscrito sobre la extracción del aceite de oliva de un lugareño del municipio de Campillo de Arenas, en el que se recoge las partes y el funcionamiento de una almazara tradicional.
- m) *Colecciones particulares*: algunos inmuebles (cooperativas, cortijos, etc.), colecciones de muebles (aperos, maquetas, etc.) y también actividades productivas, forman un ingente grupo que no disponen de ningún discurso interpretativo ni se ha planteado acciones de visita o valoración. Fundamentalmente, requieren de un proyecto museográfico, puesto que su estado de conservación es bueno y están generalmente en uso. En este apartado, cabe destacar las fotografías de primeros de siglo de D. Arturo Cerdá y Rico Cabra del Santo Cristo, donde entre otros aspectos inmortalizó los procesos de trabajo agrícolas llevados a cabo en la comarca de Sierra Mágina.

Bibliografía

AA.VV. *Sierra Mágina y su parque natural*. León: Editorial Everest S.A. y Asociación para el Desarrollo Rural de la Comarca de Sierra Mágina, 1998.

AA.VV. *El patrimonio oleícola: análisis desde la diversidad del Conomiento*. Cambil: Asociación para el Desarrollo Rural de la Comarca de Sierra Mágina, 2010.

ALBA, Francisco Javier (Coord). *Nueva Estrategia Rural para Andalucía*. Sevilla: Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía. Sevilla, 2008.

AMAYA, Santiago (Coord). *Catalogo del Patrimonio Oleícola: nuevos recursos para el desarrollo del mundo olivarero en las comarcas oleícolas*. Cambil: Asociación para el Desarrollo Rural de la Comarca de Sierra Mágina, 2010.

Comisión Europea (2001), “*Innovación en el medio rural*”, Cuaderno de la Innovación, N° 11. Observatorio Europeo Leader, Marzo 2001. Disponible en <http://www.fao.org/sard/static/leader/es/biblio/cooperation.pdf>

ARIZA, Manuel. “Cooperación para el Desarrollo Rural”. En *Desarrollo Rural Aragón, hoy, ayer y mañana*. Aragón: Gobierno de Aragón. Grupos de Desarrollo Rural y Red Aragonesa de Desarrollo Rural, 2005. Disponible en <http://www.aragonrural.org/contenidos/detalle.php?idcategoria=61&idmonografico=76>.

Decisión del Consejo, de 20 de febrero de 2006, sobre las directrices estratégicas comunitarias de desarrollo rural (período de programación 2007-2013).

GARCÍA VICO, José (Coord). *Los saberes de las mujeres relacionados con las hierbas aromáticas y medicinales y sus aplicaciones en la comarca de Sierra Mágina*. Cambil: Asociación para el Desarrollo Rural de Sierra Mágina, 2007.

GARCÍA VICO, José. (Coord). *Diseño de la nueva estrategia rural para la provincia de Jaén*. Cambil: Grupo de Desarrollo Rural se Sierra Mágina, 2008.

GARCÍA VICO, José. (Coord). *Nueva Estrategia Rural de Sierra Mágina*. Cambil: Grupo de Desarrollo Rural de Sierra Mágina, 2008.

LÓPEZ CORDERO, Juan Antonio y GONZÁLEZ CANO, Jorge. *Patrimonio Cultural de Sierra Mágina*. Cambil: Asociación para el Desarrollo Rural de la Comarca de Sierra Mágina, 2008.

LÓPEZ CORDERO, Juan Antonio y GONZÁLEZ CANO, Jorge. *II Congreso nacional arquitectura en piedra seca*. Cambil: Asociación para el Desarrollo Rural de la Comarca de Sierra Mágina, 2005.

MEDINA ARJONA, Encarnación (Ed.). *I Jornadas de Mágina: paisaje y literatura*. Cambil: Asociación para el Desarrollo Rural de la Comarca de Sierra Mágina, 2009.

Reglamento (CE) n° 1698/2005 del Consejo, de 20 de septiembre de 2005, relativo a la ayuda al desarrollo rural a través del Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural (FEADER).



CAPÍTULO VIII
Los dulces fogones
de Los Ángeles:
Monasterio de San
Antonio de Baeza.
Un ejemplo de
patrimonio intangible
o inmaterial

María F. Moral Jimeno

El concepto de Patrimonio Cultural, es dinámico y refleja los cambios sociales, políticos y económicos de las sociedades que lo producen o definen. De ahí que continuamente se revisen los conceptos para tratar de proteger y salvaguardar estos bienes con la intención de ser la base de conocimiento de nuestra identidad colectiva. La Comisión Franceschini de 1954 reconocía valores inmateriales o simbólicos a los bienes culturales, siendo este concepto punto de partida para desarrollar el de Patrimonio Inmaterial o Intangible.

Para comprender el Patrimonio Cultural que el monasterio de San Antonio encarna, es necesario reconocer este convento como parte del Patrimonio Histórico de Andalucía. Con la finalidad de proteger su Patrimonio esta comunidad autónoma española se ha dotado de una herramienta que le ayuda a preservar su Patrimonio Histórico, la ley 14/2007, de 26 de Noviembre, del Patrimonio Histórico de Andalucía. En ella se define el Patrimonio Histórico como *“la expresión relevante de la identidad del pueblo andaluz, testimonio de la trayectoria histórica de Andalucía y manifestación de la riqueza y diversidad cultural que nos caracteriza en el presente”*¹. En el Título Preliminar de ésta se recoge su objeto y ámbito de aplicación. El primero establece como finalidad de la misma la *“tutela, protección, conservación, salvaguarda y difusión, promover su enriquecimiento y uso como bien social y factor de desarrollo sostenible y asegurar su transmisión a la generaciones futuras”*², mientras que el segundo indica que esta protección abarca *“todos los bienes de la cultura, materiales e inmateriales”*. Consecuentemente el concepto de Patrimonio Histórico recoge aquellas manifestaciones tangibles o intangibles que cada grupo humano ha recibido de sus antepasados y transmite a sus descendientes.

La UNESCO define el Patrimonio Inmaterial o Intangible como *“usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas -junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes- que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio*

¹ Ley 14/2007, de 26 de noviembre, del Patrimonio Histórico de Andalucía. *Op. cit.*

² *Op. cit.*

cultural. Este patrimonio cultural inmaterial, que se transmite de generación en generación, es recreado constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad y contribuyendo así a promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana”.

Atendiendo a estas consideraciones sobre el Patrimonio, nos encontramos el caso del monasterio de San Antonio. Es un conjunto que pertenece a una ciudad catalogada, dentro del *Catálogo General del Patrimonio Histórico Andaluz*, como Centro Histórico en 1966 y declarada Patrimonio de la Humanidad, junto a Úbeda, en 2003 por la UNESCO. Este convento hoy día aún valores que le hacen ser poseedor de un rico Patrimonio Inmueble e Inmaterial o Intangible.



1- Monasterio de San Antonio. Exterior. (Foto Pedro Narváz Moreno).

Para entender como San Antonio ha llegado a poseer estos valores hemos de conocer su historia. Este convento pertenece a la Segunda Orden Franciscana, las Hermanas Clarisas Pobres fundada por Santa Clara y San Francisco, ambos de Asís. La fuerte presencia franciscana ha dejado en la ciudad contemporánea de Baeza su impronta. De los tres monasterios que esta Orden poseía se mantienen dos, de estos el único ubicado en un mismo emplazamiento desde el siglo XV es el de San Antonio. Como bien inmueble este monasterio posee un rico Patrimonio consecuencia de su historia. Su origen fundacional es confuso, pero existen varios datos que apunta como posible a mediados del siglo XV. A ésta época pertenece los restos más antiguos del monasterio. Dentro de los de Baeza es considerado el más importante por ser casa madre de otras fundaciones. Entre sus “grandes hijas fundadoras” encontramos religiosas como doña Guiomar de Benavides, hermana del marqués de Jabalquinto; Sor Leonor y Sor Beatriz de Quesada, hermanas del Conde de Garciez, fundadoras de Santa Ana de Osuna; Sor Catalina Escabias y Sor Estefanía Cerón, hermanas del comendador don Martín Cerón, asistieron como fundadoras de la casa de Sanlúcar de Barrameda; Sor Isabel de Ávalos fue como fundadora y abadesa a la Encarnación de Granada; Sor Francisca de Haro para Santa Cruz de Martos. Las religiosas de este convento también partieron como fundadoras a monasterios como Santa Clara de La Laguna, a la isla de Santo Domingo, Santa Isabel la Real de Granada, La Paz en Málaga, Córdoba y a la reforma de Santa Clara de Andújar³.

El bien inmueble al que aludimos al nombrar el monasterio de San Antonio es un conjunto construido ex profeso como monasterio, aunque sus orígenes como cenobio son confusos, desde el siglo XV estas instalaciones constan como tal. El emplazamiento temprano en un espacio extramuros en una ciudad cercana a la frontera con el Reino de Granada responde a la paulatina mengua de dicho reino hasta su completa desaparición. Eliminada la frontera la expansión de Baeza hacia su Ejido resultaba natural dado que era la zona más segura y apta. Este monasterio se convirtió en motor de dicha expansión conformando lo que podemos llamar la corona conventual que cercará la ciudad, no en balde se ha denominado al segundo momento de la edad Moderna la Baeza Conventual.

³ SERRANO ESTRELLA, Felipe. *Op. cit.*, pp. 262-265

El espacio conventual está compuesto por diferentes zonas. La particularidad de esta edificación es su existencia previa al Concilio de Trento, lo que determinará su estructura. La iglesia aparece como defensa de la clausura respecto a la vía pública, aunque no ocupa uno de los frentes del claustro, forma canónica fijada por San Carlo Borromeo, sino que queda desplazada con respecto a éste. Entre ambos espacios aparece un ámbito secundario, frecuente en este tipo de conjuntos .

La iglesia sigue la tipología habitual de la Orden, una sola nave, con coro alto y bajo. Su estructura originariamente responde a los patrones estéticos góticos. A este momento pertenece el arco toral, donde se aprecia decoración que podemos relacionar con la fachada del palacio de Jabalquinto, en la misma ciudad. La techumbre de madera con policromía se conserva en parte cubierta por unas falsas bóvedas. En 1953 fue restaurada llevando el alfarje del coro bajo al actual Ayuntamiento de Baeza⁴.



2- Alfarje de San Antonio hoy en el actual Ayuntamiento de Baeza.
(Foto Pedro Narváez Moreno)

El templo está dispuesto en paralelo al antiguo refectorio conservando su púlpito, este espacio es de los más tempranos junto al templo fechado durante el siglo XV. En el frente sur se ubican las cocinas y lavaderos abiertos hacia el antiguo huerto.

⁴ ALMANSA MORENO, José Manuel. *Guía completa de Úbeda y Baeza*. Úbeda: El Olivo, 2005, pp. 217-220.

En el frente una gran sala corrida, hoy compartimentada, cuya función primitiva nos es desconocida al tratarse de un cuerpo más en el conjunto de la construcción con respecto a los monasterios canónicos, ya que en estos la iglesia ocupa un frente completo. En el lado norte se encuentra una sala de similares dimensiones y características a la del este, es llamada por las monjas “Iglesia Vieja” y fue utilizada como sala Capitular. La significación de este espacio queda constatada en la presencia de pinturas murales, pues según la tradición, antes de capitulo, fue el templo de la primitiva comunidad de frailes que habitó el cenobio. En el segundo piso se disponen las celdas, donde queda constancia del “dormitorio de la bendición” denominación adoptada por la costumbre de la comunidad⁵.



3- Vista del Claustro(Foto Pedro Narváez Moreno).

El monasterio de San Antonio de Baeza se nos muestra como uno de los más antiguos del Reino de Jaén, con más de cinco siglos, que aún se mantiene vivo. Esta realidad confiere a este cenobio valores de carácter intangible y etnológico importantes. Desde el punto de

⁵ SERRANO ESTRELLA, Felipe. Op. cit., pp. 262-265.

vista etnológico es destacable el mantenimiento de sus espacios, construcciones e instalaciones vinculados a la forma de vida establecida por la regla franciscana, ejemplificada, en este caso, a través de su distribución temporal que detallamos. En torno a las 5:30 h. comienza el día para las monjas de este monasterio, hacia las 6:30 h. rezan laudes y tiene lugar el oficio de lectura, a las 7:45 h. realizan oración y seguidamente distribuyen las tareas para el día. Entre éstas está el cuidado, la limpieza, la comida, el trabajo de huertos y la producción de dulces del monasterio. Tras la repartición de éstas preparan el desayuno, se ocupan del obrador y de las enfermas de la comunidad. A las 8:30 h. se desarrolla el desayuno recogiendo después, hacia las 9:00 h. continúan con las labores asignadas. En torno a las 9:30 h. dan el toque de campana, rezando después tercia y la corona franciscana. Sobre las 10:00 h. y 10:30 h. tiene lugar la misa, concluida ésta continúan con los trabajos asignados, concentrándose el mayor número de hermanas en el trabajo del obrador hasta las 12:45 h. aproximadamente. Posteriormente tiene lugar la preparación de la comida, comenzando ésta a las 13:00 h. Tras su desarrollo se recoge el servicio dando paso a un descanso de una hora, entre las 14:30 h. y las 15:30 h. Finalizado el momento de expansión rezan nona y el rosario hasta las 16:30 h., a partir de este momento se reanuda el trabajo, siendo prioritario el obrador o cualquier actividad de mayor necesidad para la comunidad. A las 18:30 h. inician el oficio de vísperas pasando después a lectura y oración hasta las 19:30 h., para retomar la labor. Entre las 20:30 h. y 20:45 h. tiene lugar la cena pasando a recoger el servicio. Entre las 21:00 h. y las 22:00 h. tienen un tiempo de recreo para pasar en este momento al oficio de completas. Finalizada la actividad descrita pasan al tiempo de silencio y descanso hasta la jornada siguiente. Este ritmo de vida es adaptado a las necesidades de la comunidad. Si el trabajo es acuciante pueden ampliarlo y superar las siete horas y cuarto diarias, según las necesidades que el obrador presente, como ocurre en la época navideña por el alto consumo de dulces.

Esta distribución tan minuciosa ha sido inalterable a lo largo de los siglos, pero los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas -junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios que les son inherentes- que esta comunidad religiosa posee les hace reconocerles como parte integrante de

su patrimonio, transmitiéndolo de generación en generación, infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad. Como todo Patrimonio Intangible o Inmaterial reconocemos que está vivo, es decir todavía es celebrado y vivido por estas personas y por ello está sujeto a continuos cambios, protagonizados por los diferentes individuos que lo componen. Como consecuencia resulta imposible tratarlo como desde el siglo XIX se hacen con los bienes materiales, no se puede ver o analizar partiendo del efecto “conservador”, esto genera consecuencias contrarias a las buscadas⁶.



4- Iglesia del monasterio de San Antonio (Foto Pedro Narváez Moreno).

En este contexto entendemos la evolución que experimenta la comunidad de San Antonio cuando varía la función u ocupación denominada labor dentro de su actividad diaria, adaptándola a los tiempos. En un primer momento allá por la edad Moderna el monasterio tenía mayor número de terrenos y se trabajaba en ellos, en el siglo XX la labor desarrollada era la encuadernación, mientras que el siglo XXI será la producción y venta de dulces.

⁶ AA.VV. *La salvaguarda del Patrimonio Inmaterial. Conclusiones de las Jornadas sobre protección del Patrimonio Inmaterial* (Teruel, 2009). Madrid: Secretaría General Técnica/Ministerio de Cultura, 2010.

En 2001 tendrá lugar la apertura del obrador con la finalidad de realizar sus recetas tradicionales para el gran público. De entre éstas las que son comercializadas son los postres o dulces. Estos son elaborados con las que la comunidad posee y que están basadas en la tradición, éstas están guardadas en los recetarios del convento empleados originalmente para uso propio. Actualmente el utilizado está recogido con anterioridad a 1936 y guarda la tradición oral de la comunidad. Aunque parte del material se ha perdido aún conserva el convento una importante cantidad de recetas tradicionales. De entre éstas las monjas de San Antonio han seleccionando los postres y dulces que más se adaptan a los gustos actuales dejando fuera otros, como la torta de carnaval, para ser comercializados.

Los productos de San Antonio están elaborados con materias primas de origen natural como la manteca, el azúcar, el huevo, ralladura de limón, harina, vino blanco, especias como el ajonjolí, sal, aceite de oliva, etc. Estos ingredientes son típicos de esta zona y por tanto no nos sorprende su utilización en recetas tradicionales, aunque en algunos casos se le ha añadido ingredientes de otras como el chocolate. La incorporación de ingredientes foráneos es consecuencia de los intercambios que se dan en costumbres y gustos entre monjas procedentes de diversos lugares que enriquece en muchos aspectos como en este caso el culinario. Entre la variedad que este convento tiene destacan las magdalenas, roscos de vino, roscos de buen paladar, roscos de chocolate, tejas de almendras, sultanas, tocinitos de cielo, mazapán, etc. Una de las monjas nos ha comentado algunas de las recetas de estos dulces, como los roscos de buen paladar elaborados con manteca, yema de huevo, ralladura de limón, vino de mesa blanco y azúcar. Mientras que los pestiños están hechos con vino blanco, aceite de oliva, matalahúva, ajonjolí, cabello de ángel y sal.

Todos estos productos, por su calidad, han convertido a estas monjas en referente tanto en Baeza como fuera. Siendo reconocido el valioso patrimonio intangible del que disponen las hermanas de esta congregación, no sólo por aquellos que gustan este tipo de manjares sino por toda la ciudad de Baeza que reconoce la importante labor religiosa y mundana realizada por estas nueve monjas. Para ellas recibir y mostrar este importante Patrimonio

Inmaterial en el Seminario Permanente de Patrimonio Histórico ha sido un gran esfuerzo, que gustosa y generosamente han realizado, haciendo un alto en sus quehaceres diarios, por otro lado muy estructurados por la regla a la que están sujetas.



5- Visita del Seminario de Patrimonio Histórico de la UNIA al Monasterio de San Antonio (Foto José Manuel Pedrosa).

BIBLIOGRAFÍA

AA. VV. *La salvaguarda del Patrimonio Inmaterial. Conclusiones de las Jornadas sobre protección del Patrimonio Inmaterial* (Teruel, 2009). Madrid: Secretaría General Técnica. Centro de Publicaciones Ministerio de Cultura, 2010

ALMANSA MORENO, José Manuel. *Guía completa de Úbeda y Baeza*. Úbeda: El Olivo, 2005.

Convención para la salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial (París, 17 de octubre de 2003)

España. Información sobre el Patrimonio Cultural Inmaterial en la UNESCO

Ley 14/2007, de 26 de noviembre, del Patrimonio Histórico de Andalucía

MORAL JIMENO, María F. (Coord.). *Baeza Arte y Patrimonio*. Baeza: Ayuntamiento de Baeza, Diputación de Jaén, Caja Duero y Caja España, 2010.

UNESCO. Listas de Patrimonio Inmaterial de la Humanidad



CAPÍTULO IX

El inventario del vino en Málaga

José Manuel Moreno Ferreiro

1. La historia. El factor humano

La cultura del vino está íntimamente ligada a la de los países mediterráneos. Egipcios, fenicios, griegos, romanos y más tarde los países de su ribera norte, cristianos, han hecho que el vino se entronque en la naturaleza misma de su civilización, de su forma de entender su propia relación con la naturaleza, con la vida misma y con el más allá.

El vino es más que un simple producto, es un símbolo, una representación destacada de la capacidad de la humanidad para conectar la realidad con el mito, y la existencia cotidiana con la transmutación, la conexión con los dioses y el mundo irreal. Desde sus orígenes ha jugado ese papel.

La mitología egipcia recoge el origen divino del vino, producto que es elaborado e introducido en la Tierra por el dios Ra para salvar a los hombres de la ira de la diosa Hathor. Tal es la importancia del vino en el mundo egipcio, que es consagrado al dios Osiris, quien además el día de su nacimiento transformó en vino las aguas del Nilo. El vino estaba reservado para los faraones y la aristocracia.

Para los fenicios también el vino estaba reservado para la aristocracia y los sacerdotes. Sin embargo su naturaleza de grandes viajeros y comerciantes facilitó la propagación del vino con sus ritos y mitos, entre todos los pueblos ribereños del mediterráneo y particularmente entre los situados en sus costas más occidentales.

Seguro que en aquellos tiempos los pueblos autóctonos de estos territorios conocían la vid. Hay que tener en cuenta que en ellos esta planta tenía su hábitat natural.

La vid había ocupado en el Pleistoceno prácticamente todo el hemisferio norte, incluso en territorios hoy tan inimaginables como Groelandia, si bien las glaciaciones del Cuaternario la obligaron a replegarse a los valles más cálidos del sur.

La historia del vino, sin embargo, nace unida a la acción humana, y tal vez a su capacidad de observación y de manipulación. En efecto, las vides silvestres, dioicas, es decir, con dos sexos, en algún momento sufrieron una mutación o simplemente fueron

manipuladas para ser hermafroditas, monoicas, lo que favoreció una producción mejorada y estable. A partir de ese momento el fruto agraz de la vid silvestre se convierte en dulce y apetecible. La acumulación de las uvas en recipientes para su conservación, es muy probable que provocase su fermentación y con ello el nacimiento del vino. Los historiadores han convenido que ese hecho primigenio pudo producirse en el denominado triángulo de la uva fértil comprendido entre las laderas del Cáucaso y la baja Mesopotamia.

Pero el hecho de que los pueblos del mediterráneo occidental conociesen la vid silvestre no significa que hubiesen producido vino, aunque tampoco lo contrario. Lo que es cierto es que cuando los fenicios llegaron al mediterráneo occidental sus pueblos eran consumidores de cerveza y que el vino era considerado un producto exótico no exento de interés para los jefes tribales con el único objetivo de elevar su prestigio ante sus súbditos.

Málaga, como región, hoy, productora de vino, está situada en ese espacio afortunado donde la vid puede desarrollarse con naturalidad. Por su parte la acción humana, no ajena a esta realidad, ha sabido interpretar la naturaleza para crear vinos singulares y originales.

Fueron los fenicios los introductores del vino en Málaga. Los fenicios traían consigo sus propios usos de consumo que no eran otra cosa que una sincrética representación de las de otros pueblos del mediterráneo oriental. Pronto, siguiendo la pauta de otros pueblos ribereños los jefes tribales autóctonos vieron en el vino un producto de prestigio lo que dio lugar a la producción de vinos locales.

Los fenicios púnicos aportaron técnicas todavía hoy vigentes en Málaga como la del asoleo que se utiliza para la producción de determinados vinos. Málaga fue fenicia por los cuatro costados hasta que Roma hizo el Mediterráneo suyo.

Los griegos, competidores comerciales de los fenicios, estuvieron poco presentes en su territorio, aunque no por ello fueron menos influyentes en la concepción del vino como hecho cultural, especialmente en lo relativo a su consumo en hermosísimas

cerámicas que fueron el objeto del deseo de todo aquel que quería destacar del resto de sus conciudadanos y por lo tanto razón más que suficiente de un comercio activo.

Los griegos llevaron al simposium al místico y aristocrático vino aportándole un matiz cultural, visto desde hoy en día, novedoso y original, ejemplo de creación humana para la convivencia, y de civilización.

Los romanos más tarde democratizan el consumo del vino y hacen al de Málaga a su imagen y semejanza renovando sus “arcaicos” vinos y transformando la geografía vitícola de su territorio y la de todo el Imperio.

Pero si un hecho transforma el concepto del vino en el mundo mediterráneo es el cristianismo. El vino se sacraliza. Mediante su consagración pasa a ser la sangre de Jesucristo lo que representa el máximo exponente de la conexión entre lo divino y lo humano. A partir de este momento el vino pasa a ser un producto unido a la religión cristiana y el viticultor, ya en el mundo romano agricultor de prestigio, y el bodeguero, adquieren un papel relevante como artífices de una obra necesaria para el rito religioso. Cuando el Imperio romano se fraccionó Málaga fue bizantina y mantuvo un cierto relieve económico aunque no ajeno a la crítica situación económica y social que asolaba este oscuro periodo de la historia y que abocó en la deseada llegada de los musulmanes, hecho que sucedió en Málaga en el año 711.

Con el mundo musulmán llegó el Islam y con él las leyes prohibicionistas. El vino se siguió consumiendo, no obstante, en toda al Andalus, cuyos más excelsos poetas cantaron las virtudes del dulce elixir en los más bellos poemas.

Al Saqundi (s. XIII-XIV) dice que “Málaga reúne las dos perspectivas de mar y tierra, con viñas que se suceden sin interrupción, sin que puedan ver entre ellas un claro terreno falto de cultivo, con quintas que se parecen a las estrellas del cielo por su gran número y por el esplendor de su brillo” y continúa “También es peculiar de esta ciudad un vino delicioso, tanto lícito como ilícito, hasta el punto que se ha hecho proverbial el vino de Málaga”¹.

¹ CALERO SECALL, María Isabel y MARTÍNEZ ENAMORADO, Virgilio. *Málaga, ciudad de Al-Andalus*. Málaga: Ed. Agora Universidad de Málaga, p. 35.

Los árabes centraron la producción vitícola en la elaboración de pasas y también de vino.

Otro ejemplo que pone de manifiesto el prestigio que poco a poco iban adquiriendo los vinos producidos en las tierras malagueñas fue la denominada Batalla de los Vinos. En plena edad media el rey de Francia San Luís, Rey de Francia, celebró un concurso de vinos en el que clasificó los vinos en función de las categorías eclesiásticas. Después de “ardua” batalla, el vino de Málaga terminó siendo el Cardenal de los vinos. El Papa resultó ser el de Chipre².

Finalmente el mundo en los territorios de la Península Ibérica cambió con la conquista por parte de los reyes cristianos de los enclaves árabes. Málaga se incorporó a los reinos cristianos en 1487. A partir de ese momento el vino tomó de nuevo un papel relevante. Los Reyes Católicos lo primero que hacen es repartir las viñas cultivadas por los musulmanes especialmente para la producción de pasas, y promulgaron cédulas para que se roturase el suelo montañoso de Málaga para la producción de vino.

Desde entonces la viña empezó a ser un cultivo relevante en la economía agraria malagueña, “tierra de poco pan”, y el valor de sus productos estrellas, el vino y la pasa, iría creciendo hasta alcanzar su máximo esplendor durante los siglos XVII, XVIII y parte del XIX.

En efecto, Málaga llegó a alcanzar a mediados del s. XIX la friolera de 110.000. Has de viñedo, cifra extremadamente alta para un territorio como el suyo, teniendo en cuenta que hoy en día la superficie de viñedo en toda Andalucía es de aproximadamente 30.000 Has.

Un hito relevante para el estudio de los vinos malagueños de la época es la publicación en el año 1792 por encargo de la Hermandad de Viñeros, del libro firmado por Cecilio García de la Leña titulado “Disertación y defensa del famoso vino malagueño Pero Ximén y su modo de formararlo”, uno de los primeros ensayos sobre la viticultura referida a un territorio determinado. En él el autor defiende los auténticos vinos Málaga a la vista de las adulteraciones

² Revista Litoral. *El Vino, Historia, Arte, Literatura*, número 245, p. 199, edición de Serafín Quero.

y falsificaciones que de ellos se estaban haciendo especialmente en el reino de Francia³.

Por primera vez se describen las zonas de producción vitícola de Málaga clasificándolos en pagos tempranos, de en medio y tardíos, las variedades de uva que se cultivan en ellos y los tipos de vino que se elaboran, haciendo especial mención a los vinos procedentes de la mencionada variedad Pero Ximén (Pedro Ximénez).

Es la época gloriosa de los Málaga. Los vinos, fuente de alimento y energía, se preferían abocados o dulces, fragantes, con cuerpo, suaves y al mismo tiempo poderosos, fácilmente transportables, y de fácil conservación.

Eso hace que Málaga se convierta en un emporio vinícola y pasero exportador de sus frutos a través de su puerto. Durante la vendaje (momento de la vendimia y recolección de frutos en general) gran cantidad de buques mercantes esperaban el rompimiento de precios para llevar a sus países de origen los productos de la tierra malagueña. Como consecuencia de ello Málaga creció en riqueza y población a pesar de las epidemias y de los desequilibrios sociales y económicos.

No obstante esta bonanza económica, el rompimiento de precios daba lugar a una gran cantidad de abusos principalmente por parte de los comerciantes europeos respecto a los viñeros locales, que siempre se veían sujetos a vender a la baja sus productos, muchos de ellos presionados por sus necesidades financieras.

Con el fin de dar solución a ese problema se creó en por Real Cédula de Carlos III, el 11 de Enero de 1776 el Montepío de Viñeros y Cosecheros del Obispado de Málaga que haría una importante labor en la regulación de precios y en el auxilio a los productores más pobres⁴.

³ GARCÍA DE LA LEÑA, Cecilio. *Disertación en recomendación y defensa del famoso vino malagueño Pero Ximén y modo de formarlo*. Facsímil. Málaga: Servicio de publicaciones e intercambio científico de la UMA y Consejo Regulador de Denominación de Origen Málaga, 1997.

⁴ PONCE RAMOS, José Miguel. *La Hermandad y Montepío de Viñeros en la Edad Moderna*. Málaga: Servicio de publicaciones Centro de Ediciones de la

Aunque ya los mercados derivaban sus preferencias hacia vinos de otra naturaleza, más ligeros y afrutados, Málaga continuó estando en los principales mercados europeos a pesar de que las imitaciones y las adulteraciones seguían al orden del día.

Especialmente mal visto era el hecho del añadido de alcohol para el fortalecimiento de los vinos. El uso de alcohol terminó, sin embargo, con el tiempo, siendo práctica habitual sobre todo a partir del XIX, consolidándose como necesaria para la elaboración de determinados vinos, y que terminarían alcanzando gran prestigio internacional.

La incorporación de la ciencia también contribuyó al establecimiento de un nuevo panorama vitivinícola. Por una parte supuso la mejora de la vinificación en general, sobre todo después del conocimiento del proceso de la fermentación, pero por otro lado favoreció la imitación y elaboración de vinos facticios ya que para muchos elaborar un vino mejor al que hacían significaba elaborar un vino con prestigio en los mercados, tipo Málaga, por ejemplo.

Así pues los Málaga se encontraron con un competidor más en los vinos elaborados a su imagen, tipo o estilo, lo que supuso un grave perjuicio a sus intereses.

A mediados del siglo XIX nos encontramos con una próspera ciudad, industrial y con un comercio activo, con una burguesía extranjera en su mayor parte dueña de los medios de producción y de comercio, con una población rural agraria pobre, poco formada y con muchas necesidades de financiación, y con un producto estrella el vino, pasando de moda y sujeto al perjuicio de las imitaciones y del fraude.

En este estado de cosas surge un problema vinculado a la sanidad de la vid que terminaría ahogando la producción y la riqueza de sus pueblos: dos enfermedades el oidio y el mildiu, y una plaga la filoxera, todos ellos procedentes de América del Norte, el principal mercado malagueño después del europeo.

Pero de todos los males del campo malagueño el que terminó cambiando su fisonomía fue el generado por la filoxera⁵. La filoxera entra en España por Málaga en 1878, por el término de Moclinejo en el Lagar de la Indiana, una finca de 45 aranzadas y 85 a 90 mil cepas^{6[1]} propiedad de D. Eugenio Molina, que desapareció en tres años. Málaga en aquella época tenía, como se ha dicho, más de 100.000 Has. El penoso tratamiento, institucional y empresarial, con que se afrontó el problema dio lugar a que en breve espacio de tiempo desapareciese casi el 75% de las plantaciones productivas. Málaga pasaba a otra dimensión productiva y económica. Su población emigró e incluso se vio abocada en numerosos casos a la mendicidad.

La imitación, el fraude, el cambio de los gustos en el consumidor, la crisis económico- financiera, política y social finisecular, la filoxera y finalmente la actitud de los agentes intervinientes en la resolución de los problemas dieron al traste con una economía consolidada.

No obstante, todas estas dificultades se buscaron caminos para que mejorase la situación y se recuperase la actividad económica.

A pesar de la virulencia del proceso filoxérico Málaga mantuvo su conexión con el viñedo si bien este se replegó a determinadas zonas, en muchos casos desconectadas entre sí.

En el ámbito internacional se buscaron acuerdos entre los países productores de vino para evitar el fraude y la imitación. En España este proceso permitió a su vez la publicación de la Ley de la Propiedad Industrial que permitió la creación de una Oficina de Patentes y Marcas donde se pudieron inscribir los nombres geográficos de los vinos. El de “Málaga” se inscribió en el año 1924 por la Asociación Gremial de criadores exportadores de vinos.

Más tarde la República intenta solucionar el problema agrario, lo que vino a denominarse la cuestión agraria, de tal modo que toma la iniciativa de publicar una Ley del Vino en el año 1932 (coloquialmente

⁵ PELLEJERO MARTÍNEZ, Carmelo. *La Filoxera en Málaga. Una crisis del capitalismo agrario andaluz*. Málaga: Edición Arguval, 1990.

⁶

Ley Republicana del Vino) que protege los nombres de los vinos con prestigio y conocidos por el nombre geográfico del lugar de donde proceden. Nacen así las Denominaciones de Origen. Málaga es una de las 16 Denominaciones de Origen creadas al amparo de esa Ley.

Un año más tarde se constituye el Consejo Regulador de la Denominación de Origen “Málaga” con el objetivo de que defina lo que es un vino Málaga y redacte un Reglamento que permita conocer la zona de producción, el cultivo, las elaboraciones y los tipos de vino que la conforman. El Reglamento se publica en 1935. Más tarde en 1937 se publica uno más amplio que estará vigente hasta 1976.

Durante la década de los 80 del siglo pasado en Málaga se genera un interés especial por la elaboración de vinos blancos, tintos y rosados, diferentes de los tradicionales “málaga”. El resultado después de varios años de trabajo fue la creación en el año 2000 de la DO Sierras de Málaga que ampara esa tipología de vinos.

Así pues, hoy en día en la provincia de Málaga existen dos denominaciones de Origen “Málaga” y “Sierras de Málaga”⁷

2. La naturaleza. El inventario vitivinícola

Tanto los vinos con DO Málaga como los DO Sierras de Málaga se pueden producir en cualquiera de los cinco territorios vitivinícolas que hoy en día se encuentran en la provincia de Málaga: Axarquía, Montes, Norte, Costa Occidental y Serranía de Ronda que se configura a su vez como subzona de producción lo que le confiere un carácter específico ya que sólo pueden llevar su nombre los vinos elaborados en la propia Serranía con uvas procedentes de dicha área.

⁷ Reglamento de las Denominaciones de Origen “Málaga” y “Sierras de Málaga” (Orden de 19 de Diciembre de 2000, de la Junta de Andalucía. Boja 70 de 9 de Enero de 2000).



1- Panorámica del viñedo en la Axarquía

La Axarquía es el territorio más oriental de la provincia de Málaga. Corresponde a las estribaciones de Sierra Nevada en su vertiente suroeste. Se caracteriza por tener un relieve montañoso, con pendientes muy elevadas y con alturas que van desde el nivel del mar a los mil metros. La complejidad del territorio hace que las orientaciones de las plantaciones vitícolas sean múltiples y que existan numerosos microclimas, si bien dentro de un marco climático basado en temperaturas suaves y baja pluviometría. El territorio se caracteriza por tener suelos muy pobres, formados por pizarras en descomposición. Es el reino histórico de la variedad de uva moscatel.

Los Montes de Málaga lo configura la cadena montañosa que rodea a la ciudad de Málaga. Igual que la Axarquía se caracteriza por tener muchos microclimas sitios con mayor pluviometría y alturas que llegan desde el nivel del mar a los mil metros. Los suelos, también son pizarras en descomposición. Son los pagos tardíos que Cecilio García de la Leña describía como cuna del Pero Ximén.



2- Vino de los Montes de Málaga

La Comarca Norte. Ocupa la altiplanicie de la Comarca de Antequera donde el clima es continental con inviernos muy fríos y veranos muy calurosos. La altura media es de unos 500 m sobre el nivel del mar. Se caracteriza por suelos profundos francos donde se cultivan prácticamente todas las variedades acogidas a ambas denominaciones de origen.

La zona de Manilva está ubicada en la costa occidental de la provincia de Málaga. Su clima está condicionado por la proximidad al Atlántico, si bien es Mediterráneo templado. Sus suelos son calizos, albarizos, profundos, y su orografía es suave. La variedad preponderante, casi exclusiva, es la Moscatel.

La Serranía de Ronda ocupa el extremo noroccidental de la provincia. Su clima se caracteriza por una alta pluviometría, inviernos fríos y veranos calurosos pero con notables diferencias de temperaturas entre el día y la noche. La altura de las plantaciones oscila entre los 700 m y los 1000 m. De suelos con substrato calizo, es zona productora principalmente de variedades tintas.



3- Panorámica viñedo Serranía de Ronda

La Denominación de Origen “Málaga” protege:

Los vinos de licor, es decir, elaborados con adición de alcohol vínico y los denominados vinos naturalmente dulces, elaborados sin adición de alcohol.

Los vinos “Málaga” de licor se clasifican en base a cuatro criterios:

- La variedad: Sólo pueden elaborarse a partir de las variedades PX y/o Moscatel.
- El color: Pueden ser desde blancos hasta negros.
- El azúcar: Pueden ser secos, semisecos, semidulces o dulces.
- El envejecimiento: Pálido (sin envejecimiento), Noble (mínimo 2 años), Añejo (mínimo 3 años) y Trasañejo (Más de 5 años).



4- Gama de colores de los “Málaga”

Existen además diversos nombres propios que definen el producto y constituyen un verdadero patrimonio terminológico que configura la realidad de la tradición vinícola del territorio:

- Por la forma como se elaboran los vinos se denominan Maestros, Tiernos, Dulces Naturales.
- Por el color Blanco, Dorado, Rojo Dorado, Oscuro, Negro.
- Los mencionados por el envejecimiento.
- Y los derivados de la combinación de varios factores: Pajarete, Lágrima, Lácrimae Christi.

Por su parte los Vinos Naturalmente Dulces son blancos y dulces como su propio nombre indica representando la versión moderna de los que fueron los famosos Vinos Blancos Dulces de Málaga.

La Denominación de Origen Sierras de Málaga protege vinos blancos, rosados y tintos producidos conforme a técnicas universales de elaboración. Se pueden elaborar a partir de las variedades blancas Moscatel, Chardonnay, Pero Ximen, Macabeo, Sauvignon Blanc, Lairen, Doradilla y Colombat; y de las tintas Rome, Garnacha, Tempranillo, Shyrah, Cabernet Sauvignon, Merlot, Pinot Noir y Petit Verdot. A su vez estos vinos en función del envejecimiento pueden ser Crianza, Reserva y Gran Reserva.

Los vinos son con Crianza cuando el periodo medio de envejecimiento tiene una duración no inferior a dos años naturales, permaneciendo el vino como mínimo, seis meses en bodega de roble.

Los vinos tintos son Reserva cuando el periodo de envejecimiento tiene una duración mínima de 36 meses en bodega de roble y botella, de los cuales 12 meses el vino ha permanecido en envase de roble.

Para los vinos rosados y blancos el periodo de envejecimiento tendrá una duración mínima de 24 meses, de los cuales permanecerán como mínimo 6 meses en bodega de roble.

Los vinos tintos serán Gran Reserva cuando tengan una crianza de 24 meses como mínimo en bodega de roble seguida de 36 meses como mínimo en botella.

Los blancos y rosados tendrán una crianza en envase de roble y botella mínima de 48 meses, con una duración mínima de crianza en envase de roble de 6 meses.

Los términos tradicionales asociados al mundo del vino en Málaga constituyen un patrimonio digno de inventario. Los nombres de los vinos en sí mismos reflejan todo lo que ha significado y significa el vino en esta región. Los mencionados Maestro, Tierno, Lágrima, Dorado, Rojo Dorado, Oscuro, Negro, Pajarete, Crema o Cream, Pálido, Pale Dry, Pale Cream, Swet, Noble, Añejo, Trasañejo, son términos que definen productos concretos y bien diferenciados.

El otro producto importante de la viticultura malagueña, la pasa, también ha dado lugar a términos propios, necesarios para la clasificación del producto, tan interesantes como definitorios, como Racimal Imperial, Catite Imperial, Racimal Royal, Catite Royal, Quintas Altas, Quintas Bajas para las uvas pasas en racimo y para las desgranadas Reviso, Medio Reviso, Aseado, Corriente, Menudo, Escombros y Cochaque.

Además este patrimonio terminológico se ve adornado por numerosas referencias a utensilios de bodega como es el caso de la Tarabita utilizada para la pisa de la uva, la Cuchara malagueña para la cata visual del vino en bodega, o el Látigo para hacer el “igualado” de los vinos, término éste último, genuinamente malagueño y que hace referencia a la práctica del ensamblaje o mezcla de los vinos.

El mundo del vino ha dejado, como no podía ser de otro modo, numerosos vestigios arqueológicos y arquitectónicos a lo largo de todo el territorio de Málaga, como los asentamientos fenicios de Morro de Mezquitilla, Malaka, Toscanos, Jardín, Casa de la Viña, Trayamar, Cerro del Villar, Chorreras e indígenas como los de Los Castillejos de Teba y Roja del Boquerón de Ardales, lugares donde se han encontrado numerosos restos de envases para el transporte y consumo de vino; o Acinipo, la tierra del vino de los romanos, donde se han encontrado numerosas ánforas vinarias y monedas representando racimos de uvas lo que atestigua la importancia de la producción de vino en la región. De la época romana existen numerosísimos vestigios de producción vinícola como son los

lagares de la Finca de San José en Cártama y de la Finca del Cortijo Morosanto en Ronda.

La pasificación de la uva, llamada en Málaga “Asoleo”, para la producción de pasas o de vino es una práctica proveniente del Oriente Medio, tal vez introducida en Málaga por los fenicios púnicos. No obstante el desarrollo de estas prácticas alcanzó su cenit durante el periodo musulmán, y de forma especial se practicó en la comarca de la Axarquía caracterizada por ser un territorio con una compleja orografía y con grandes pendientes. Desde entonces ésta práctica no ha dejado de hacerse.

Se realiza en los Paseros, también llamados Toldos. Los paseros son unas construcciones agrícolas de unos 4m x 8m obradas sobre el suelo, y por lo tanto con la inclinación de éste, orientadas hacia el suroeste, para que extendidas sobre ellos las uvas reciban la mayor insolación.



5- Imagen de un pasero

También el mundo del vino ha dejado su huella en la ciudad de Málaga que siempre se vio beneficiada por la economía generada desde el sector. Grandes obras, como el puerto y la catedral fueron financiadas por las aportaciones de los productores de productos agrícolas y principalmente por el sector del vino y de la pasa. La calle más emblemática de la ciudad, hoy en día, la Calle Larios, fue construida y financiada por el Marqués de Larios, bodeguero.

El vino de Málaga, traspasando las fronteras de su propio territorio, finalmente ha sido objeto de inspiración literaria y artística. Grandes de las letras y de las artes plásticas han plasmado su singularidad y su naturaleza. En la literatura Miguel de Cervantes, Salvador Rueda, Alejo Carpentier, Graham Green, entre otros. Picasso en la pintura. Rossini en su ópera la Cenerentola.

3. El consumo

La compleja tipología de vinos elaborada en Málaga permite cubrir un amplio espectro de consumo. Los vinos con Denominación de origen Málaga son un referente como aperitivo y como postre. Los vinos secos se consumen con frutos secos y embutidos. Los dulces también con frutos secos, chocolates, quesos azules y curados, y pastelería, y los blancos dulces, especialmente los naturalmente dulces también con con foies y frutas ácidas.

Los Sierras de Málaga blancos con pescados, mariscos y los que tienen más cuerpo con aves. Los tintos con carnes, caza, embutidos, quesos y chocolates.

4. El vínculo

El vino en Málaga hoy sigue constituyendo un patrimonio, que transmitido de generación en generación ha reforzado, gracias a su larga y a veces trágica historia, el sentimiento de identidad de sus pueblos.

El universo vinícola malagueño no sólo está formado por la compleja diversidad de su territorio y sus paisajes montañosos,

ni tampoco sólo por la multiplicidad de sus vinos nacidos de la interpretación que el hombre ha hecho de la naturaleza, en él están presentes también numerosas representaciones asociadas al arte, a la música, a la literatura, a la arquitectura urbana y rural, a expresiones culturales y religiosas, instrumentos y utensilios de trabajo propios y a un rico vocabulario asociado a la viña y al vino.



6- Bodega malagueña

Concluimos en la naturaleza del vino como patrimonio cultural, efímero y eterno a un mismo tiempo, capaz de hacernos sentir y respetarnos como individuo y como grupo, que sobre un substrato común, y en cierto modo inamovible, evoluciona permanentemente de la mano de los actores que lo hacen posible, los viticultores, los bodegueros, los consumidores que refrendan el valor de la obra realizada, y de la percepción que los pueblos tienen de su vino como imagen de sus propios valores y de los de la tierra donde viven.



CAPÍTULO X
Jornadas
Patrimonio-Turismo:
antítesis y
complementariedad

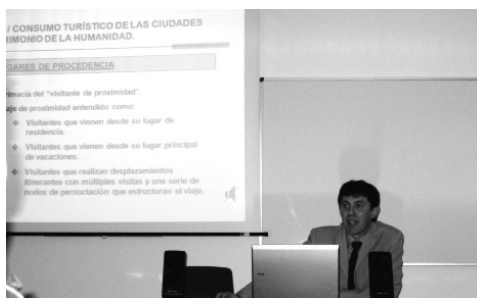
Rafael Burgos Lucena

1. Introducción

Los días 19 y 20 de noviembre de 2010, el Seminario Permanente de Patrimonio Histórico de la Universidad Internacional de Andalucía organizó en el Palacio Jabalquinto de Baeza, las jornadas *Patrimonio-Turismo: Antítesis y complementariedad*.

El Seminario Permanente se constituye como *“un espacio de debate, abierto e interdisciplinar, atento a los valores que el patrimonio tiene en nuestra sociedad”*. Coherentemente con esta premisa, las jornadas adoptaron la forma de “Debates”, contando con tres ponencias el día 19, finalizando todas ellas con la exposición de una serie de preguntas para el debate, desarrollándose este el día 20, con una muy activa participación de ponentes y alumnos durante más de tres horas.

La relación entre el turismo y el patrimonio ya se había abordado en otros encuentros organizados en esta sede de la UNIA, analizando el papel que desempeñan las asociaciones e industrias culturales de Andalucía especializadas en la difusión y dinamización del patrimonio. En esta ocasión, de acuerdo con el objetivo de abordar el patrimonio desde la óptica de los distintos agentes que trabajan en su investigación, conservación, estudio y divulgación, la UNIA contó con Manuel de la Calle Vaquero, miembro del grupo de investigación “Turismo, Patrimonio y Desarrollo” de la Universidad Complutense de Madrid, Alfonso Fernández Tabales, profesor titular de la Universidad de Sevilla del Departamento de Geografía Física y Análisis Geográfico Regional, y María Victoria Chamorro Martínez, Secretaria General del Patronato de la Alhambra y el Generalife.



1. Intervención de Manuel de la Calle Vaquero

Si entre los ponentes había investigadores-docentes y una experta en gestión patrimonial, entre los asistentes también existían diferentes perfiles, que iban desde alumnos Universitarios de Historia, Historia del Arte o Turismo, egresados de los Master de Gestión Cultural de las universidades andaluzas, trabajadores de la administración local y regional con competencias en turismo y patrimonio, empresarios de turismo y público general interesado, por lo que el intercambio de ideas y el contraste de experiencias y pareceres fue una constante a lo largo de las jornadas.

Las ponencias del día 19, que sentaron las bases para el debate posterior y lanzaron propuestas de discusión, llevaron como título: *“Sobre los modos de consumo turístico del patrimonio cultural: mitos y realidades”*, *“Turismo y cultura: propuestas desde Andalucía”* y *“Una aproximación al consumo ético del Patrimonio: el equilibrio entre la conservación y el crecimiento turístico en la Alhambra”*. A continuación, pasamos a detallar las preguntas para el debate y las conclusiones surgidas en las jornadas.

2. Cuestiones propuestas para el debate

Los responsables de cada una de las ponencias, elaboraron preguntas abiertas para el debate, son las siguientes:

1. La visita turística a los espacios patrimoniales españoles, ¿sigue correspondiendo a una modalidad en crecimiento o ya presenta síntomas de madurez?
2. ¿Hasta qué punto se pueden modificar en destino unas formas de consumo turístico del patrimonio en buena medida predeterminadas en las sociedades de origen?
3. En relación a la segunda cuestión y en términos más concretos, ¿es viable en destino incidir en aspectos como la prolongación de la estancia o la desconcentración temática y espacial de las visitas?
4. ¿Sobre qué rasgos o elementos debe basarse la imagen de Andalucía como destino cultural?
5. ¿Existen prejuicios antituristicos en los gestores del patrimonio?
6. ¿Por qué lo llaman turismo cuando quieren decir desarrollo inmobiliario, excursionismo, ocio local, etc.?

7. El patrimonio induce un importante factor de desarrollo económico, de ahí que podamos afirmar que existe una fuerte interacción entre la gestión cultural y la gestión económica. Siendo así:
- a. ¿Estaría justificado por parte de los gestores del patrimonio, fijar límites al número de visitantes o adoptar otras medidas que reduzcan la rentabilidad entendida en términos puramente mercantiles?
 - b. ¿Es posible el equilibrio sostenible entre dos realidades como el turismo, entendido como actividad industrial sometida a la lógica del mercado, y el patrimonio, como gestión de bienes frágiles que no se deben someter a riesgos impredecibles?
 - c. ¿Sería necesario propiciar una mayor aproximación entre el mundo de la cultura y el turismo? ¿debería canalizarse la participación de la sociedad civil en los procesos de toma de decisiones que afectan al patrimonio? De ser así, ¿cuál sería la fórmula más adecuada?

La sesión de debate contó con la presencia en la mesa, además de los ponentes antes señalados, con Rafael López Guzmán y Antonio Ortega Ruiz, Director y Coordinador, respectivamente, del Seminario Permanente de Patrimonio Histórico de la UNIA.

3. Desarrollo del debate

Aunque se propusieron como elementos de reflexión las preguntas antes mencionadas, puesto que no se trataba de responder un cuestionario, sino más bien de enriquecer el debate con diferentes puntos de vista, no se pretendió seguir un orden exhaustivo por lo que ponentes e intervinientes tuvieron un amplio margen de libertad para conducir y expresar sus reflexiones. Por otra parte, tampoco se trataba -ni lo pretende este documento- de establecer unas conclusiones inamovibles y generalizables. El objetivo de las jornadas era facilitar la reflexión común y el intercambio de experiencias y pareceres a investigadores, estudiantes y gestores con diferentes grados de especialización de los sectores turísticos y patrimoniales.

De esta forma, se fueron lanzando nuevas preguntas, en ocasiones con la intención de provocar el debate, favoreciendo así el interés y la participación. Una de ellas fue: la banalización de las manifestaciones populares, ¿es culpa del turismo o de las nuevas generaciones de la población local? Otra: ¿Es incompatible un centro histórico habitado con el interés turístico?.



2. Componentes de la mesa de debate

4. Reflexiones

Las intervenciones incidieron en superar las suspicacias y recelos mutuos existentes entre los profesionales del sector turístico y del patrimonial. Esta mala relación ha tenido su base con frecuencia en desencuentros provocados por la concepción oportunista de la misma y por los excesos alcanzados en proyectos en los que se ha tendido demasiado a primar los intereses de uno de los sectores aún lesionando con ello los del otro.

Uno de los lugares comunes que genera desconfianza entre los gestores del patrimonio es que la explotación turística de los destinos provoca daños irreversibles a los bienes patrimoniales. En el debate se expuso que, con frecuencia, tendemos a identificar “turismo” y “patrimonio” con otros conceptos que pueden estar -o haber estado en algunos casos- relacionados, pero que no van necesariamente unidos. Debido a esta confusión, se considera el turismo una amenaza para la correcta conservación patrimonial, cuando esta potencial agresión se encuentra realmente en

el desarrollo inmobiliario desmesurado, en la especulación urbanística o en la mercantilización desmedida de ciertos destinos patrimoniales. Es cierto que con la excusa de facilitar el acceso o la prestación de servicios a los potenciales turistas, se han cometido agresiones a espacios patrimoniales y su entorno. Lo que concluyeron los presentes es que, el hecho de que una mala gestión turística de un destino patrimonial pueda provocar esos daños, no permite asimilar la realización de actividades turísticas en un espacio patrimonial con su inevitable degradación.

Pero además del daño al patrimonio como consecuencia de la adaptación de los espacios a las supuestas necesidades del turismo, se suele incidir en la agresión directa que el turista ocasiona a los bienes patrimoniales, al tocarlos, fotografiarlos o acercarse a ellos sin las debidas precauciones. De nuevo, se razonó durante el debate que no es infrecuente que se adjudiquen al turismo los daños causados en el patrimonio por la población local o por los excursionistas, olvidando que no todos los visitantes son turistas. Una buena gestión de las visitas y de los flujos de visitantes, acompañada de un esfuerzo por estudiar y analizar la capacidad de acogida de los espacios, evitarían estas agresiones, que son fruto de la mala gestión y no consecuencia inevitable de la utilización del patrimonio como recurso turístico. Desde la gestión patrimonial, se debe superar la idea del turista como un ser despreocupado por el daño que sus acciones puedan provocar y adoptar la idea del turista como “nosotros mismos cuando salimos fuera”. Sin que ello implique en ningún caso dejación del deber de protección y conservación del patrimonio, sino su ejercicio tomando medidas que garanticen su seguridad que no lleguen a privarlo de uso evitando su disfrute por parte de los visitantes.

Hay cierto consenso en que la mejor garantía para la conservación de los bienes patrimoniales es su uso y su valoración por parte de los ciudadanos. Un patrimonio sin uso es un patrimonio en el que resulta difícil justificar la inversión de recursos y, consecuentemente, un patrimonio en peligro. Uno de esos posibles usos es sin duda el turístico, que además la propia población local reconoce e identifica como un recurso provechoso para el territorio, lográndose así que no se perciba la existencia de bienes patrimoniales como un freno a otras posibles actividades generadoras de riqueza y empleo, sino

como un valor en sí mismo. Aceptar sin reservas que el patrimonio puede ser un recurso para el territorio, no evita reconocer que, con frecuencia, el afán de comercializarlo masivamente hace que la industria turística favorezca el desarrollo de políticas que inciden negativamente en el patrimonio, en su autenticidad y en la calidad de vida de la población local. De nuevo, será la correcta o incorrecta gestión del recurso la que traerá consigo o evitará esos efectos negativos que no son inevitables.

El uso turístico del patrimonio es legítimo y aporta beneficios que, bien gestionados, pueden ayudar a su conservación. Pero este hecho no debe hacernos renunciar a otros valores educativos, estéticos, de investigación y culturales que le son inherentes. Conviene recordar que, paradójicamente, la pérdida de autenticidad y la banalización de los destinos patrimoniales también afecta de forma negativa a ciertas formas de turismo, pues las necesidades de un turista con interés cultural pueden ser incompatibles con la masificación de la experiencia y otros efectos de la mala gestión turística.

El patrimonio no suele resultar fácilmente accesible a los turistas no iniciados, pues la falta de una señalización adecuada y la inexistencia de verdaderas guías didácticas (la mayoría son obra de especialista que tienden a dar por sabida información que es necesaria para la correcta valoración) generan distancia y alejamiento, por lo que se propicia así la visita sesgada y superficial. En este caso, de nuevo, es necesario hacer un esfuerzo en equilibrar la necesidad de hacer accesibles e interesantes estos espacios para públicos no iniciados, con el rigor y el debido respeto que merecen tanto los visitantes -cuya capacidad no hay que minusvalorar- como el propio patrimonio y su historia.

Los presentes insistieron en la existencia de otros valores en el patrimonio que, en algunos casos hay que hacer compatibles con el uso turístico y en otros deben ser los que determinen su uso. Es decir, tan equivocado es achacar al turismo efectos nocivos que no tienen que ir necesariamente unidos al mismo, como emplear la excusa del turismo para justificar la recuperación de bienes patrimoniales, de interés histórico, cultural, identitario o educativo pero poco atractivo para las visitas turísticas. De esta forma, se

suele generar en la población local unas expectativas excesivas que necesariamente se verán frustradas. Es decir, resulta esencial la correcta valoración del patrimonio dentro del proyecto de ciudad que todo municipio debe tener, pero si los recursos patrimoniales no son comparativamente atractivos, no hay que empeñarse en el uso turístico de los mismos.

Otra de las amenazas que se suele esgrimir para impedir el desarrollo de una oferta turística asociada a bienes y espacios patrimoniales es que esto puede provocar una pérdida de control en su gestión que impida la protección de los bienes afectados. Sin embargo, hay que tener en cuenta que lo que conocemos como “industria turística” es fundamentalmente local (hoteles, restauración, tiendas de recuerdos, etc.) y por tanto su explotación y las políticas que le afectan son eminentemente responsabilidad de agentes y autoridades locales. Y es que, aunque se les hace responsable de casi todos los grandes males, hay que reconocer que la actividad de los touroperadores sólo afecta de manera relevante a unos pocos grandes recursos patrimoniales en nuestro país y está en cualquier caso condicionada por la normativa y gestión del propio destino.



3. Alumnos participantes en las jornadas.

Uno de los temas recurrentes en el debate fue la necesidad de preservar y garantizar la autenticidad de los destinos patrimoniales, ante el peligro de la “musealización” de los centros históricos, que quedan carentes de vida y dedicados exclusivamente al turista, o frente al riesgo que supone la “parquematización” de los espacios patrimoniales, que convierte a estos y su entorno en decorados simulados carentes de vida real. Si la población local no conoce ni valora su patrimonio, inevitablemente la visita se percibe como

algo falso “creado” para el consumo turístico. Cuando los espacios patrimoniales y los centros históricos son sólo productos turísticos, entre otras cosas pierden su capacidad de diferenciación, pues a los visitantes les dará igual estar en el centro de una u otra ciudad. Hay coincidencia en que las ciudades pensadas para sus habitantes, también hacen que los visitantes se sientan cómodos y se destaca que la calidad integral del destino es una de las mayores ventajas competitivas, por lo que tan importante es una buena gestión turística como su acompañamiento con una buena gestión urbana.

El acceso al patrimonio puede generar cadena de valor que beneficie su conservación y a la vez el desarrollo social y económico de la población local, pero hay que ver cómo se gestiona y valorar en todo momento el impacto que sobre el propio bien o el espacio patrimonial puede suponer. Y se incidió en esto, al destacarse la necesidad de hacer una correcta planificación y seguimiento de las políticas implementadas en este tipo de destinos, pues rara vez se hace una evaluación rigurosa de las mismas, lo que permitiría introducir mejoras y comprobar realmente lo que el turista valora y demanda en los destinos patrimoniales.

Otro de los elementos de reflexión fue el poco impacto turístico que tiene sobre la atracción de públicos las declaraciones de “Patrimonio de la Humanidad”, que de nuevo suelen generar excesivas expectativas, y en las que rara vez se suele prestar la debida atención a las obligaciones respecto al patrimonio, gestión y conservación que comportan. Por otra parte, la creciente generalización de dichas distinciones le han hecho perder fuerza como marca, precisamente porque una distinción que afecta a tantos lugares, necesariamente “distingue poco”.

Otro de los recursos que se han generalizado en exceso en los últimos tiempos son las rutas culturales. Estas rutas pueden tener interés cultural, pero con frecuencia no son turísticas ni comercializables. Son de proliferación creciente, pero han mostrado escasa consolidación y una muy acusada debilidad como producto. Se insiste en su valor como recurso educativo, de investigación, cultural e histórico, pero también en que se suele incurrir en el error de tratar de convertirlo en un recurso turístico de primera magnitud.

Sobre la caracterización específica del denominado turista cultural, se insiste en el alto número de turistas de este tipo que organiza su viaje de forma individual, lo que hace que resulte más complejo diseñar políticas y programas para este tipo de público. No obstante, debido a que se trata del tipo de turista más numeroso dentro de su tipología, conviene trabajar en esa línea. Para ello, se apuntaron medidas como la segmentación de públicos y flujos de visitantes y la necesidad de renovar la oferta y reinventar el destino para favorecer la repetición de la visita. En este sentido, se considera que con el turista cultural hay que primar lo cualitativo y quizá haya que empezar a tratar este turismo dentro de la nueva tendencia del “decrecimiento sostenible”, logrando así la afluencia de menos visitas pero que aprovechen mejor los recursos, de forma más satisfactoria para ellos pero también menos agresiva para el destino y sus recursos.

En general, el conjunto de intervenciones coincidieron en que no se pueden valorar separadamente el turismo, la gestión patrimonial y el desarrollo local. Resulta, por tanto, imprescindible establecer vínculos equilibrados, desarrollar políticas transversales y equilibrar intereses, siendo un primer paso imprescindible para ello dar a conocer las reflexiones y puntos de encuentro entre profesionales y especialistas de la gestión patrimonial y el sector turístico, sin duda, se trata este también de uno de los objetivos perseguidos – y entendemos que alcanzados- con la celebración de estas jornadas.



CAPÍTULO XI

Sobre los modos de consumo turístico del Patrimonio Cultural: mitos y realidades

Manuel de la Calle Vaquero

1. Presentación y punto de partida¹

Desde hace no menos de veinte años se asiste a un notable crecimiento del interés general por el patrimonio cultural. Este interés se manifiesta, entre otros aspectos, en una renovada atención de los turistas sobre los lugares del patrimonio, en su doble acepción de recursos y destinos turísticos. Esta situación ha generado discursos y posiciones encontradas que muchas veces se apoyan en visiones del turismo y de los turistas totalmente opuestas, visiones que tienen la fuerza de mitos que concitan adhesiones de fuerte carga emocional.

A nivel general, se manejan dos imágenes tópicas y contrapuestas del “turista patrimonial”, imágenes que actúan como extremos ideales de una recta que admite diferentes posiciones. La primera de estas visiones hace equivaler al turista patrimonial actual con el viajero romántico y el turista de alta sociedad que se diluye en el periodo de entreguerras. Como antaño, son visitantes cultos y con un elevado poder adquisitivo, y por ello extremadamente sensibles al patrimonio, a los valores que representa, a su conservación y recuperación. En buena medida, se corresponde con la imagen que manejan muchos agentes sociales involucrados en el desarrollo turístico a nivel local, que optan por el turismo cultural como un vector de dinamización de espacios patrimoniales más o menos deprimidos. Frente a esta imagen idílica, también se maneja el mito de que el turista patrimonial contemporáneo es un visitante de características análogas al turista de sol y playa, relativamente insensible al patrimonio y a las localidades que visita, que va “porque hay que ir” y obtiene una experiencia turística similar a la que obtendría en la playa o en un parque temático. Esta perspectiva se mantiene entre buena parte de los gestores culturales de perfil más tradicional, que perciben al turista como un enemigo potencial en tanto que sólo genera molestias y problemas para la conservación.

¹ Este texto forma parte de los trabajos previos realizados en el marco del proyecto “La Capacidad de Carga como instrumento de planificación y gestión de los recursos turístico-culturales” (2010-2013) financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación dentro del Plan Nacional de I+D+i (2008). Investigadora principal: Dra. María García Hernández.

Es posible que en ambas imágenes exista algo de verdad, aunque en el fondo lo que subyace es un gran desconocimiento del modelo de consumo turístico asociado a los lugares del patrimonio, aspecto que limita la capacidad de los agentes locales –patrimoniales y turísticos- para regular el fenómeno de acuerdo a los intereses de cada lugar. A efectos de clarificar esta situación, el Grupo de Investigación “*Turismo, Patrimonio y Desarrollo*” de la Universidad Complutense de Madrid (<http://www.ucm.es/info/geoturis/>) ha desarrollado una línea específica de trabajo sobre los visitantes de los lugares del patrimonio, con especial énfasis en aquellos que cuentan con la consideración de Patrimonio Mundial / Patrimonio de la Humanidad. Pasar de las intuiciones con rango de mitos a un conocimiento más profundo de la realidad implica un trabajo arduo con ajustes permanentes y basado en la obtención de datos con los que someter a contraste las ideas ó imágenes de partida. En este sentido, a lo largo de los últimos quince años se ha ido perfilando una metodología de trabajo específica que se apoya en la integración de los resultados obtenidos a partir de diferentes fuentes documentales y técnicas de investigación basadas en el trabajo de campo². Fuentes y técnicas de investigación aportan un mosaico de datos necesitado de una interpretación más global³. En los epígrafes siguientes se aportan algunos de estos datos organizados en cinco grandes ámbitos temáticos:

1. Dinámica reciente de la afluencia de visitantes;
2. Motivaciones de visita;
3. Organización espacio-temporal de los desplazamientos;

² TROITIÑO VINUESA, Miguel Ángel; GARCÍA HERNÁNDEZ, María y CALLE VAQUERO, Manuel de la. “*Turismo y Ciudad Histórica: metodología de análisis a escala local*”. En: *Turismo y cambio territorial: ¿eclosión, aceleración, desbordamiento? Actas del IX Coloquio de Geografía del Turismo*, Zaragoza, 2004. Zaragoza: Prensas Universitarias de Zaragoza, 2006, pp. 665-696.

³ En este trabajo se utilizan fundamentalmente datos obtenidos en los siguientes proyectos del Grupo:

- *La Colegiata de San Isidoro de León. Estudio del funcionamiento turístico y cultural del Conjunto*. Fundación Caja Madrid. 2010-2011.
- *Estudio de público del conjunto arqueológico de Madinat Al-Zahra / Medina Azahara*. Consejería de Cultura - Junta de Andalucía. 2006-2008.
- *Observatorio Turístico de las Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España*. Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España. 2006-2010. <http://www.ciudadespatrimonio.org/salaprensa/publicaciones.php>
- *Observatorio Turístico de Ávila*. Ayuntamiento de Ávila. 2003-2010. <http://www.avilaturismo.com/profesional/boletines>

4. Fórmulas básicas de viaje;
5. Estancia y actividades realizadas.

El texto finaliza con un apartado de conclusiones donde se realiza una integración de los datos en orden a perfilar el modelo de consumo turístico de los espacios patrimoniales en el momento actual.

2. Sobre la dinámica reciente de la afluencia turística

A nivel de destino turístico, la única fuente disponible que permite trazar un panorama general sobre la afluencia de visitantes a las ciudades españolas es la *Encuesta de Ocupación Hotelera* (EOH) del INE. No computa excursionistas, no incluye a los turistas alojados en otro tipo de alojamiento, no comprende los establecimientos situados en los municipios del entorno inmediato... las deficiencias son conocidas desde hace tiempo⁴ pero sigue siendo la única fuente válida para la mayor parte de los destinos urbanos. En relación a las Ciudades Españolas Patrimonio de la Humanidad, los datos de la EOH correspondientes a 2009 permiten diferenciar tres grandes niveles: en primer lugar, Granada con más de 1,37 millones de viajeros alojados en hoteles; en segundo término, el conjunto formado por Córdoba (661.147), Salamanca (571.931), Santiago de Compostela (562.384) e incluso Toledo (441.664); y en tercer lugar el resto de los destinos considerados, prácticamente todos con menos de 200.000 viajeros al año.

⁴ CALLE VAQUERO, Manuel de la y GARCÍA HERNÁNDEZ, María. "Turismo urbano". En: ANTÓN CLAVE, Salvador (Dir.). *La actividad turística española en 2002*. Madrid: Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo, 2003, pp. 439-451.

INDICADORES MOVIMIENTO HOTELERO CIUDADES ESPAÑOLAS PATRIMONIO MUNDIAL						
<i>Punto Turístico INE</i>	<i>Viajeros 2009</i>	<i>Pernoctaciones 2009</i>	<i>Pernoctaciones Extranjeros % 2009</i>	<i>Variación Pernoctaciones 2008-2009 (Nº)</i>	<i>Variación Pernoctaciones 2008-2009 (%)</i>	<i>Estancia media 2009</i>
Ávila	194.963	320.306	13,34	-34.233	-9,66	1,64
Córdoba	661.147	1.058.241	34,07	-76.108	-6,71	1,60
Cuenca	188.093	316.474	16,38	-24.413	-7,16	1,68
Granada	1.373.865	2.503.829	43,24	-73.190	-2,84	1,82
Salamanca	571.931	943.807	23,50	-40.859	-4,15	1,65
Santiago de Compostela	562.384	1.182.900	29,75	61.397	5,47	2,10
Segovia	209.560	329.886	17,49	-8.750	-2,58	1,57
Tarragona	158.192	299.110	34,39	-47.995	-13,83	1,89
Toledo	441.644	694.483	26,80	-33.655	-4,62	1,57
TOTAL CIUDADES (46 Puntos)	31.363.310	65.411.897	49,16	-2.220.116	-3,28	2,09
TOTAL ESPAÑA	77.140.316	250.984.810	56,27	-17.567.030	-6,54	3,25

Gráfico: Fuente: INE. Encuesta de Ocupación Hotelera 2009.

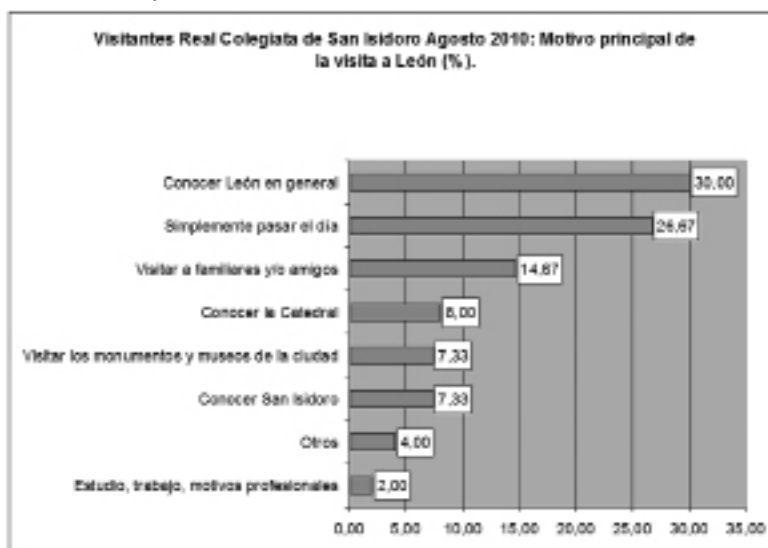
En un contexto general de crecimiento del turismo cultural, del turismo urbano y de los turismos de interior, durante los últimos veinte años estas ciudades han experimentado un incremento muy notable de la afluencia de visitantes. Este incremento se manifiesta en la dinámica positiva registrada en el número de visitas de los principales monumentos y museos, en el crecimiento del número de pernoctaciones de los viajeros alojados en establecimientos hoteleros y, en paralelo, en el potentísimo incremento de la capacidad de alojamiento, fundamentalmente de nuevas plazas en hoteles de tres y cuatro estrellas. Con leves altibajos, esta situación se mantiene hasta 2007. Desde entonces se ha producido un considerable retroceso, situándose los valores actuales al mismo nivel que hace un quinquenio. El panorama se vuelve aún más desalentador si se tienen en cuenta dos aspectos⁵: de una parte,

⁵ CALLE VAQUERO, Manuel de la y GARCÍA HERNÁNDEZ, María. "Turismo urbano / turismo de ciudad". En: LÓPEZ OLIVARES, D. y VALLE TUERO, E. A del. (Ed.). *La actividad turística española en 2009*. Asturias: Centro de Estudios

los niveles de ocupación actuales se están manteniendo a costa de una considerable reducción de los precios, por lo tanto también de ingresos y beneficios; de otra, las ciudades patrimoniales han registrado una dinámica más negativa que otros tipos de destinos y, en especial, las grandes aglomeraciones urbanas (Barcelona, Madrid, Valencia...).

3. Sobre las motivaciones de visita

En las motivaciones que sustentan la visita a las grandes ciudades patrimoniales coexisten en diferente grado distintas dimensiones. En primer término se encuentra la “dimensión cultural”, de ocio creativo. Corresponde al componente de aprendizaje, de conocimiento, de entrar en contacto con una realidad diferente, en este caso una manifestación patrimonial. La segunda dimensión hace referencia a la “diversión”, el ocio recreativo. No importa tanto lo que se ve o lo que se visita cómo el hecho de estar fuera de casa (estar en un lugar simplemente por “pasar el día”). Y el tercer vértice del triángulo corresponde a “dimensiones más específicas” como la “visita a familiares y/o amigos”, los “estudios”, el “trabajo o los motivos profesionales”.



Ramón Areces, 2010, pp. 637-648.

Gráfica: Visitantes Real Colegiata de San Isidoro. Fuente: GI "Turismo, Patrimonio y Desarrollo". Encuesta Visitantes Museo Real Colegiata de San Isidoro Agosto 2010.

En el gráfico adjunto se muestran los resultados obtenidos en una encuesta realizada a los visitantes del mes de agosto del Museo de la Real Colegiata de San Isidoro (2010), uno de los principales referentes monumentales de la ciudad de León. Interrogados por el motivo principal de visita a la ciudad, los encuestados se adscribieron fundamentalmente a tres respuestas: "conocer León en general" (30%), "simplemente pasar el día" (26,67%) y "visitar a familiares y/o amigos" (14,67%). Más allá de estas respuestas, interesa adscribir estos ítems a los tres vértices antes referidos:

- La "dimensión cultural" agrupó el 52,67% de las respuestas obtenidas. En todo caso se percibe una progresiva focalización del objeto de interés de lo más general a lo más específico: "conocer León en general" (30%), "visitar los monumentos y museos de la ciudad" (7,32%), "conocer la Catedral" (8%) y "conocer San Isidoro" (7,33%). Este último ítem está sobrevalorado en función de los destinatarios de la encuesta, los visitantes del Museo de la Colegiata de San Isidoro.
- La "dimensión diversión" corresponde a la respuesta "simplemente pasar el día", a la que se ha sumado todas las referencias libres dadas por los encuestados que señalaban que el motivo de visitar León era simplemente "turismo". En conjunto suman el 26,67% de las respuestas obtenidas.
- Otras "dimensiones más específicas", caso de la "visita a familiares y/o amigos" (14,67%), "estudio, trabajo o motivos profesionales" (tan sólo un 2%, debido al hecho de que agosto es el mes vacacional por excelencia) y los "otros" motivos (4%), concentran el 20,67% de las respuestas obtenidas.

Estas agrupaciones resultan útiles para discernir los viajes de motivación fundamentalmente cultural del resto, de aquellos en donde se realizan prácticas culturales aunque la cultura no sea el factor de impulso principal del viaje⁶. De acuerdo a esta categorización, el 52,67% de los visitantes del Museo son

⁶ CALLE VAQUERO, Manuel de la y GARCÍA HERNÁNDEZ, María "Reflexiones sobre el turismo cultural. La aportación de la cultura en la conformación de flujos turísticos emisores en España y la Comunidad de Madrid". Anales de Geografía de la Universidad Complutense (Madrid), Vol. 30, nº2 (2010), pp. 31-58.

visitantes de motivación cultural y el 47,33% restante serían turistas o excursionistas que hacen prácticas culturales en su desplazamiento –caso de la visita a la Colegiata- pero que no realizan un viaje de motivación cultural dominante. No obstante, la simplificación inherente a la idea de motivación principal, útil a efectos de investigación, resulta tremendamente empobrecedora. En líneas generales en todo viaje asociado a espacios patrimoniales coexisten distintas motivaciones, así alguien puede visitar una ciudad tanto para verse con la familia como por disfrutar de su patrimonio histórico. Más bien las tres dimensiones referidas están presentes en la mayor parte de los desplazamientos a este tipo de destino, lo que varía es el peso que se da a cada dimensión dentro de la motivación general de viaje.

4. Sobre la organización espacio-temporal de los desplazamientos

Como sucede en otros países de nuestro entorno, los visitantes de los lugares patrimoniales son fundamentalmente nacionales. Los datos de la EOH 2009 indican que tan solo el 30% de las pernoctaciones de los hoteles situados en las Ciudades Patrimonio de la Humanidad corresponden a turistas extranjeros. Este porcentaje es más elevado en las grandes capitales andaluzas (Granada – 43,24%; Córdoba – 34,07%) y disminuye drásticamente en las ciudades medias del interior peninsular (Salamanca – 23,5%; Segovia – 17,49%, Cuenca – 16,38%).

No obstante, el lugar de residencia del visitante únicamente constituye un componente de la organización espacial del viaje. Dichos visitantes pueden venir directamente de su lugar de residencia o realizar un desplazamiento desde su lugar principal de vacaciones. Así los turistas extranjeros que se alojan en Madrid realizan excursiones radiales a las grandes ciudades patrimoniales en un radio de 200 km (Alcalá de Henares, Ávila, Toledo, etc.), conformando lo que se ha venido a denominar la “región turística madrileña”⁷. De igual modo, los turistas que pasan sus vacaciones

⁷ TROITIÑO VINUESA, Miguel Ángel; CALLE VAQUERO, Manuel de la, y GARCÍA HERNÁNDEZ, María. “Los destinos patrimoniales de la región turística madrileña: un enfoque funcional a partir de los visitantes”. En: VALDÉS PELÁEZ, L (Dir.) *La actividad turística española en 2000*. Madrid: Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo, 2001, pp. 579-596 y TROITIÑO TORRALBA, Libertad.

en la Costa del Sol o realizan un crucero por el Mediterráneo occidental pueden optar por realizar una visita a localidades como Granada, Ronda o la propia ciudad de Málaga (Calle Vaquero, 2010)⁸.

De otra parte, la visita a un lugar puede ser el objetivo central de un viaje ó formar parte de un itinerario más amplio dentro del cual se para en diferentes puntos. En una encuesta realizada a los visitantes en grupo de Medina Azahara durante 2008 se indagó sobre las visitas complementarias durante el día de realización de la encuesta. El 71,16% de los grupos señalaron que no visitarían otros lugares aparte del conjunto arqueológico y en su caso la ciudad de Córdoba. Pero el 26,15% restante sí visitaba otros lugares, desde grandes ciudades como Sevilla y Córdoba hasta localidades de menor tamaño situadas a una distancia variable (Almodóvar del Río, Antequera, Baeza, Ronda, etc.). No cabe duda de que si se hubiera incrementado el periodo de referencia a la totalidad del viaje se incrementaría el porcentaje de grupos que afirmaban realizar visitas complementarias, aunque probablemente no cambiaría demasiado la geografía de dichos viajes.

A partir de estos datos se constata la complejidad de la articulación geográfica del viaje turístico. Es más, buena parte del crecimiento de la visita a los espacios patrimoniales puede interpretarse como resultado de una creciente movilidad turística. La mejora de las infraestructuras de comunicaciones y la fragmentación del tiempo de vacaciones ha favorecido el incremento de los viajes turísticos y de los lugares objeto de visita. Es más, en cada viaje se tiende a visitar más lugares, reduciéndose la estancia y gasto en cada uno de ellos e incrementándose la probabilidad de que la visita sea repetida.

Madrid y los destinos patrimoniales de su región turística. Madrid: Universidad Complutense de Madrid, Servicio de Publicaciones, 2010.

⁸ CALLE VAQUERO, Manuel de la. “La comercialización turística de los lugares Patrimonio Mundial. El caso de Granada (España)”. En AA.VV. Soluciones sostenibles para las ciudades del Patrimonio Mundial. Actas del XIV Simposio Internacional de la Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y León. Ávila, 2009. Valladolid: Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y León, 2010, pp. 263-277.



Gráfica: distribución mensual viajeros alojados en hoteles 2009.
Fuente: INE. Encuesta de Ocupación Hotelera 2009. Elaboración propia.

En cuanto a la distribución temporal del viaje, en líneas generales los desplazamientos asociados a los lugares del patrimonio experimentan una menor estacionalidad que otras fórmulas turísticas (sol y playa, turismo rural, ecoturismo, etc.). Dentro de España y tomando como referencia las Ciudades Patrimonio de la Humanidad, cabe diferenciar tres modelos de reparto interanual. El primer tipo corresponde a las ciudades andaluzas, con máximos anuales de primavera y otoño y un mínimo secundario en verano. El segundo es característico del centro peninsular. La mayor afluencia se registra en agosto y, en menor medida, el otoño y la primavera. Y el tercero se asocia a las ciudades costeras, caso de Tarragona e Ibiza. En tanto que el componente central del flujo turístico está asociado al sol y playa, estas ciudades presentan picos de afluencia muy marcados en la época estival.

Una aproximación más detallada, a nivel diario, refleja la importancia de la Semana Santa y otros pequeños periodos festivos, así como de los fines de semana. Las diferencias entre días festivos y días laborables son especialmente acusadas en la temporada media y, en especial, en los meses de temporada baja. En este sentido, la distribución temporal de la afluencia está estrechamente ligada al lugar de origen de los visitantes que acuden a la localidad. La proporción de visitantes de larga distancia aumenta durante el verano, de forma que apenas existen diferencias entre los distintos días de la semana. En cambio, en temporada baja son mayoritarios los visitantes procedentes de las localidades cercanas, que tienden a concentrar sus visitas durante los fines de semana y otros periodos festivos de corta duración.

5. Sobre las fórmulas de viaje

En relación a las fórmulas de viaje, en un primer nivel cabe diferenciar dos tipos básicos⁹. El primer tipo corresponde al viaje individual ó independiente (sólo, en pareja, en familia, con amigos...), sin reserva previa de ningún servicio turístico, con reserva de algún servicio suelto directamente con el proveedor, o con contratación de alguno de estos servicios mediante un agente de intermediación. En todo caso, el propio visitante se encarga de ensamblar su producto turístico-urbano, con más o menos ayuda de los proveedores o intermediarios. Los viajes en grupo organizado conforman el segundo tipo. Viajes mucho más planificados, el tamaño del grupo está ajustado desde hace décadas al tamaño de un autobús, aunque en la actualidad ganan presencia los microbuses.

En un segundo nivel, en función de la naturaleza de la entidad impulsora del viaje, es posible diferenciar a su vez dos formas de viaje en grupo: de una parte los grupos comerciales o grupos de agencia; y de otra, los grupos no comerciales o grupos institucionales y asociativos, buena parte de los cuales se integran dentro del ámbito del turismo social. Los primeros derivan de la acción de los touroperadores – agencias de viajes, en tanto que

⁹ CALLE VAQUERO, Manuel de la y GARCÍA HERNÁNDEZ, María. “Turismo cultural en viaje de grupo organizado. Medina Azahara / Madinat al-Zahra como referente”. *Cuadernos de Turismo* (Murcia), Nº 22 (2008), pp. 79-99.

se corresponden con grupos montados a partir de la adquisición individualizada de un paquete turístico en una agencia minorista. Cada turista compra un paquete previamente ensamblado por un touroperador; el grupo se monta a partir de cada una de estas compras. El segundo tipo corresponde a los grupos no comerciales, conformados por la acción de un conjunto amplio de entidades que impulsan el viaje sin una finalidad estrictamente comercial. Dentro de estas entidades destaca el peso de las instituciones educativas (colegios, institutos, universidades y otros centros de formación), que recurren al viaje como fórmula de aprendizaje *in situ*. Más allá de los grupos escolares, la gama de entidades que utilizan el viaje colectivo es amplísima (tercera edad, asociaciones de amigos del patrimonio, entidades vecinales, etc.), así como las motivaciones de viaje que aducen son tremendamente heterogéneas (salir de casa, pasar un tiempo con personas de tipo similar, ampliar horizontes vitales, etc.).

En el caso de los grupos de agencia, la organización operativa del viaje corresponde a la propia agencia, con el concurso de los operadores locales con los que trabaja en cada destino. En cambio, los grupos de carácter no comercial en muchas ocasiones montan el viaje por su cuenta. Para ello efectúan reservas directas con los prestarios locales de los servicios turísticos (restaurantes, hoteles, etc.). En España los viajes educativos están eximidos de contratar guías locales para la explicación de la ciudad, si dicha explicación la realiza personal docente. En líneas generales, los viajes de organización operativa a cargo de las entidades impulsoras del desplazamiento (colegios, asociaciones...) son viajes cortos, de tipo excursión o pequeños circuitos por lugares conocidos. Cuando estas condiciones no se dan, las propias entidades impulsoras del viaje recurren de principio al auxilio de las agencias de viaje, generalmente agencias especializadas o departamentos específicos de grandes touroperadores. En líneas generales, se recurre a los operadores especializados cuando el viaje presenta condiciones más difíciles de montaje, generalmente circuitos de elevada duración, que incluyen desplazamientos a grandes distancias físicas y/o culturales o simplemente la utilización adicional del avión.

A pesar del interés que tiene determinar el peso de cada fórmula de viaje a nivel de recurso y destino turístico, apenas existen datos

de este tipo. A nivel general cabe destacar el sistema de registros de visita de los “espacios culturales” de Andalucía, estandarizados a nivel de comunidad autónoma. La estadística correspondiente a 2009 recoge información desagregada de 29 de estos espacios (Conjuntos y Espacios Monumentales, Conjuntos y Espacios Arqueológicos), con una afluencia total de 1.509.918 visitas. De éstas, el 70,97% corresponden a visitantes individuales y el 29,07% restante a visitas en grupo (11,13% de grupos escolares y 17,9% de otro tipo de grupos). No obstante, la cuota de participación de cada fórmula de viaje resulta muy variable, en función de las características internas de cada uno de estos espacios así como del contexto territorial donde se ubican.

A efectos de profundizar en el conocimiento de los viajes en grupo, en el marco del Observatorio Turístico de Ávila se ha establecido un sistema de registro de datos referidos a los grupos que pasan por el Centro de Recepción de Visitantes de la ciudad. Entre otros aspectos, se recoge información sobre el lugar de residencia de los viajeros, el tipo de grupo, su agente organizador, la duración de la estancia en Ávila y los lugares adicionales que visitan. Durante el año 2009 se han contabilizado 3.917 grupos, que movilizaron 131.870 visitantes en viaje colectivo (34 personas por grupo). Españoles y extranjeros prácticamente se repartían al 50% aunque el número de grupos foráneos era mayor debido a que su tamaño era significativamente más reducido. En cuanto al tipo de grupo, el 60,64% eran de tipo comercial (54,77% de los viajeros) y el 13,62% educativos (15%).

6. Sobre la duración de la estancia y las actividades realizadas

Con independencia de la motivación principal de viaje, la mayor parte de los visitantes de los lugares patrimoniales parecen realizar un acercamiento muy superficial al patrimonio local. Aunque prime el componente cultural, el ocio nunca está ausente. El visitante se coloca ante el monumento esperando una experiencia que apenas le suponga esfuerzo. Se trata de un contacto patrimonial muy somero y ritualizado en un contexto de ocio, la antítesis del estudio en sentido estricto. De forma paralela, los visitantes focalizan su

atención sobre una serie muy limitada de hitos turísticos de cada localidad. En su periplo, los turistas centran su interés sobre un número reducido de eventos, monumentos y museos orientados hacia la visita pública. Estos elementos constituyen las mejores encarnaciones de la identidad turística de cada localidad, que presenta muchas menos complejidades y matices que las propias identidades de consumo local. En términos de patrimonio, los visitantes no muestran interés por la totalidad del patrimonio urbano, considerado en sentido amplio, sino en una serie de manifestaciones que en buena medida han entrado en el imaginario turístico colectivo desde el mismo Romanticismo. Además de encarnar de forma nítida la identidad local de consumo turístico, este patrimonio ha de ser de gran magnificencia y monumentalidad, presentar un carácter singular y/o exótico, estar acondicionado para la visita pública, contar con una imagen nítida acorde con los modelos de consumo colectivo, y estar situado en un contexto espacial acorde al “espíritu del lugar” de cada ciudad.

Este modo de aproximarse al patrimonio deviene en estancias de duración reducida. En primer lugar se registra un notable peso del excursionismo, de los visitantes que no pernoctan. Es más, diferentes estimaciones apuntan a que el crecimiento del turismo cultural se traduce en un aumento del número de excursionistas y no tanto en términos del turismo tradicional. De acuerdo con los datos manejados por Borg y Gotti (1995), Venecia y Salzburgo alcanzaban porcentajes de excursionistas superiores al 80%, Brujas alcanzaba esa cifra, Oxford llegaba al 69% y Florencia al 50%. Las ciudades españolas registran valores similares, aunque varían en función de parámetros como la popularidad turística y su contexto territorial. En Aranjuez, el 90,91% de los visitantes son excursionistas; es más, el 48,59% decían pasar sólo unas horas en la ciudad, ni siquiera una jornada completa. En Ávila alcanza el 68,05%, porcentaje ampliamente superado en el caso de los visitantes que realizan su viaje en grupo organizado (91%). En Granada y Salamanca se reducen al 30-35%, aunque estas dos ciudades son dos grandes núcleos de alojamiento turístico del interior del país. De forma paralela, el número de pernoctaciones por turista es muy bajo. De acuerdo con los datos aportados por la EOH 2009, la estancia media de los viajeros alojados en establecimientos hoteleros en la ciudad de Granada es de 1,82 días, en Ávila 1,64 y en Salamanca 1,65. Estas cifras son sustancialmente inferiores a

las registradas en destinos tradicionales de sol y playa e incluso a la de aquellas aglomeraciones urbanas con un producto turístico más diversificado (Valencia, 2; Barcelona, 2,24).

De otra parte, la estancia en la ciudad se nutre de contenido a través de una serie de prácticas turísticas altamente ritualizadas, entre las que destaca la visita a los principales museos y/o monumentos. Se trata de una visita somera, un contacto que por sí mismo justifica el desplazamiento. Lo cierto es que pronto aparece la “fatiga de patrimonio”, en buena medida por la imposibilidad de reconocer todos los matices inherentes al patrimonio local. La visita a los hitos monumentales se complementa con la realización de una serie de paseos por una serie de lugares de ambiente histórico e historicista (calles, plazas, etc.). En bastantes ocasiones se trata de zonas de tránsito peatonal, muchas veces sendas que unen los principales hitos de atracción turística.

En buena medida, estos paseos turísticos presentan estrecha asociación con otra de las prácticas turísticas más populares: simplemente tomar algo o comer en establecimientos ubicados en estos mismos lugares, generalmente los de más ambiente turístico. En este sentido, la gastronomía constituye una dimensión adicional del patrimonio y, de forma paralela, implica la satisfacción de una necesidad, máxime en el caso de los turistas. En última instancia, dentro de las prácticas turísticas más comunes cabe señalar la realización de fotos y la compra de souvenirs. Ambas actividades están relacionadas con la toma de recuerdos, de elementos que una vez en los lugares de origen permiten al visitante rememorar los lugares visitados (y demostrar a los demás la capacidad de gasto que implica esa visita). No en vano la artesanía local constituye el recuerdo por excelencia. En tanto que objeto patrimonial presenta una ventaja indudable sobre el resto del patrimonio: se puede transportar y por lo tanto sirve de recuerdo y de demostración de que se ha estado en un lugar. De hecho sólo la artesanía que se puede transportar es efectivamente recuerdo turístico.

En términos urbanos, todas estas actividades se realizan en una parte muy reducida de la ciudad, lo que se ha venido a llamar la “*ciudad histórico-turística*”¹⁰. En este sector se concentran

¹⁰ ASHWORTH, G.J. y TUNBRIDGE, J.E. *The tourist-historic city*. Londres: Belhaven Press, 1990 y

los grandes hitos monumentales que concitan la atención de los visitantes y, por lo tanto, la práctica totalidad de los turistas y excursionistas, así como buena parte de los servicios públicos y establecimientos privados orientados al consumo extralocal: oficinas de información turística, hoteles y hostales, comercios de recuerdos, bares y cafeterías de orientación turística, restaurantes, etc. Como sucede con el conjunto del patrimonio, esta parte de la ciudad constituye sólo una parte de la entidad urbana que presenta valores patrimoniales. Es la manifestación a nivel urbano del proceso de simplificación inherente al consumo patrimonial por parte de los visitantes.

7. Para finalizar... una tentativa de conclusiones

El conjunto de datos aportados apuntan hacia un perfil del visitante de gran parte de los espacios patrimoniales que es manifiestamente diferente del ideal del viajero decimonónico con el que a veces se tiende a identificar. Las diferencias son cuantitativas pero también cualitativas (motivaciones, soporte educativo, etc.). No obstante, estos visitantes también muestran ciertos rasgos distintivos del turista de sol y playa, al menos en la formulación de los años sesenta y setenta del pasado siglo. En el marco de un crecimiento notable del interés por la cultura, se asiste a un incremento significativo de los desplazamientos de motivación cultural pero sobre todo de los viajes en cuyo seno se realizan prácticas asociadas al consumo del patrimonio, con relativa independencia de la motivación principal del desplazamiento.

Como resultado, los lugares del patrimonio han recibido durante los últimos veinte años una afluencia creciente de visitantes. Sin embargo, esta afluencia se sustenta en un interés superficial por dichos lugares, lo que ocasiona estancias cortas, reducido gasto en destino y la preeminencia de una serie de actividades altamente ritualizadas. Además el interés se concentra sobre una serie de espacios que encarnan de forma nítida la identidad turística en detrimento del conjunto del entramado patrimonial local. Este modelo de consumo turístico impone fuertes límites a las posibilidades de

una utilización general del turismo como vector de desarrollo de la mayor parte de los espacios patrimoniales. Como se ha señalado, turistas y excursionistas tienen interés en el patrimonio, pero este interés es bastante vago y se focaliza sólo sobre determinadas manifestaciones del patrimonio, susceptibles de tener problemas de sobrecarga turística. Es más, la dinámica reciente de la afluencia de visita sobre los principales destinos españoles de dominante patrimonial acusa con mayor intensidad la crisis que otros tipos de destinos, en especial las grandes aglomeraciones metropolitanas. Cabe plantearse si las formulaciones más tradicionales del turismo patrimonial han alcanzado su nivel máximo de desarrollo. Si es así, mantener en los próximos años los niveles de afluencia implicará un esfuerzo continuado en innovación que renueve a futuro el interés de los visitantes sobre el legado cultural colectivo.

8. Referencias bibliográficas y documentales

ASHWORTH, G.J. y TUNBRIDGE, J.E. *The tourist-historic city*. Londres: Belhaven Press, 1990.

BORG, J. van der y GOTTI, G. *Tourism and cities of art: the impact of tourism and visitors flow management in Aix-an-Provence, Amsterdam, Bruges, Florence, Oxford, Salzburg and Venice*. Venecia: UNESCO-ROSTE, University of Venice-CISET, 1995.

CALLE VAQUERO, Manuel de la. *La ciudad histórica como destino turístico*. Barcelona: Ariel, 1992.

CALLE VAQUERO, Manuel de la. “La comercialización turística de los lugares del Patrimonio Mundial. El caso de Granada (España)”. En: AA. VV. *Soluciones Sostenibles para las Ciudades del Patrimonio Mundial. Actas del XIV Simposio Internacional de la Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y León*. Ávila, 2009. Valladolid: Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y León, 2010, pp. 263-277.

CALLE VAQUERO, Manuel de la y GARCÍA HERNÁNDEZ, María. “Turismo urbano”. En: ANTÓN CLAVÉ, Salvador (Dir.). *La actividad turística española en 2002*. Madrid: Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo, 2003, pp. 439-451.

CALLE VAQUERO, Manuel de la y GARCÍA HERNÁNDEZ, María. “Turismo cultural en viaje de grupo organizado. Medina Azahara / Madinat al-Zahra como referente”. *Cuadernos de Turismo* (Murcia), N° 22 (2008), pp. 79-99.

CALLE VAQUERO, Manuel de la y GARCÍA HERNÁNDEZ, María. “Turismo urbano / turismo de ciudad”. En: LÓPEZ OLIVARES, D. y VALLE TUERO, E. A del. (Ed.). *La actividad turística española en 2009*. Asturias: Centro de Estudios Ramón Areces, 2010, pp. 637-648.

CALLE VAQUERO, Manuel de la y GARCÍA HERNÁNDEZ, María. “Reflexiones sobre el turismo cultural. La aportación de la cultura en la conformación de flujos turísticos emisores en España y la Comunidad de Madrid”. *Anales de Geografía de la Universidad Complutense* (Madrid), Vol. 30 N° 2 (2010). pp. 31-58.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. *Encuesta de Ocupación Hotelera 2009*. <http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=/t11/e162eoh/a2009&file=praxis>. Última consulta: 15/02/2011.

JUNTA DE ANDALUCÍA – CONSEJERÍA DE CULTURA. *Estadísticas de la Red de Espacios Culturales de Andalucía*. http://www.juntadeandalucia.es/cultura/web/estadistica/sites/consejeria/estadistica/estadisticas_red_espacios. Última consulta: 15/02/2011.

TROITIÑO VINUESA, Miguel Ángel; CALLE VAQUERO, Manuel de la, y GARCÍA HERNÁNDEZ, María. “Los destinos patrimoniales de la región turística madrileña: un enfoque funcional a partir de los visitantes”. En: VALDÉS PELÁEZ, L (Dir.) *La actividad turística española en 2000*. Madrid: Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo, 2001, pp. 579-596.

TROITIÑO VINUESA, Miguel Ángel; GARCÍA HERNÁNDEZ, María y CALLE VAQUERO, Maneul de la. “Turismo y Ciudad Histórica: metodología de análisis a escala local”. En: *Turismo y cambio territorial: ¿eclosión, aceleración, desbordamiento? Actas del IX Coloquio de Geografía del Turismo*, Zaragoza, 2004. Zaragoza: Prensas Universitarias de Zaragoza, 2006, pp. 665-696.

TROITIÑO TORRALBA, Libertad. *Madrid y los destinos patrimoniales de su región turística*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid, Servicio de Publicaciones, 2010.



CAPÍTULO XII

Conservación, turismo cultural y desarrollo sostenible en la Alhambra: nuevas dimensiones para la reflexión y el análisis¹

¹ Agradezco a Miguel Ángel Molina Bueno por las fotografías y al equipo de la unidad de análisis de datos del PAG, por su ayuda en la elaboración de las gráficas.

1. Introducción

La visita turística y cultural al Conjunto Monumental de la Alhambra y el Generalife, que ya desde el siglo XIX gozaba de un elevado reconocimiento internacional, ha contribuido desde el siglo pasado a dinamizar la actividad económica en el contexto local y regional. Así, al igual que otros grandes referentes culturales españoles, cobró un papel sustancial en el desarrollo del turismo, ayudó a revalorizar otros bienes culturales situados en las proximidades del mismo y, en el momento actual, está contribuyendo a afianzar los procesos de regeneración física, ambiental y social del espacio urbano y natural que configura su entorno paisajístico.

La valiosa aportación de sus órganos de dirección y gobierno, desde su primera formulación hasta hoy, nos ha legado valores de comprensión y respeto del Lugar, así como de compromiso con la preservación de la memoria histórica y con la difusión de sus valores patrimoniales. En estos últimos veinticinco años, tras la adaptación del régimen jurídico del Patronato de la Alhambra a la Constitución española de 1978, y posteriormente al Estado de las autonomías, la gestión ha sido objeto de una nueva orientación.

A partir de 1985, el nuevo modelo de gestión que se inicia por la Junta de Andalucía ha situado a este Monumento en una posición avanzada como hito patrimonial de referencia, cuyos valores son reconocidos universalmente, como centro gestor especializado en la conservación y el uso del patrimonio, y como espacio para la diversidad cultural y la tolerancia. Se ha dado también un importante impulso al desarrollo de nuevas funciones en el Conjunto Monumental, relacionadas no solo con la conservación y el uso turístico, sino también con la investigación, la educación y la cultura.

En Andalucía, la consolidación de las instituciones democráticas autonómicas y de sus respectivas políticas sociales y económicas ha propiciado una creciente preocupación por conocer la realidad de los sectores directamente implicados en la generación de riqueza para la región, como es el caso del turismo, y más concretamente del turismo cultural; por conocer su interdependencia con otros

sectores, y el modo en que su desenvolvimiento ha afectado a los intereses generales y particulares de la población local; así como por evaluar la eficacia de las decisiones políticas adoptadas en este ámbito.

Se ha avanzado, igualmente, en el proceso de reflexión acerca de la gestión de la Alhambra y el Generalife y, en este sentido, se ha considerado como un ámbito, por excelencia, para la intervención pública, no solo por la condición del Monumento como un bien público, sino también porque el consumo turístico y cultural del mismo constituye una importante fuente de generación de flujos económicos, de rentas y de empleos. Puede decirse que sus responsables políticos y técnicos, en el ejercicio de su labor, han ido conformando un sistema cultural y económico estructurado en torno a esta realidad patrimonial, que ha contribuido a generar riqueza, distribuir recursos, e incentivar la iniciativa privada.

La cadena de valor creada en torno a la Alhambra tiene su fundamento en una labor sistemática de conservación y mantenimiento del Lugar, en la capacidad de creación artística y de generación de contenidos culturales, y en la producción y puesta a disposición de los ciudadanos de servicios culturales, educativos y generales.

2. Una mirada a la alhambra desde su dimensión territorial y paisajística. Nuevas perspectivas y orientaciones de la gestión

En coherencia con el espíritu aglutinador y evolutivo que ha impregnado la valoración de la Alhambra y su entorno en los últimos cien años de su historia, y de acuerdo con las exigencias que viene planteando la UNESCO, a partir de la declaración de la Alhambra y el Generalife como Patrimonio de la Humanidad, en 1984, los responsables de su dirección han trascendido la estricta consideración de sus valores arquitectónicos y naturales.

En las dos últimas décadas se ha investigado sobre las cualidades del Monumento como Ciudad y Paisaje, y ello ha llevado a superar su antigua concepción como un objeto singular, siendo valorado a partir de este momento como una unidad orgánica entre arquitectura

y ambiente, que adquiere vida propia y significación plena gracias a la unión de elementos materiales de naturaleza urbana, arquitectónica y natural, junto a otros inmateriales producto de la acción del hombre sobre el medio.



Imagen 1: Vista panorámica del conjunto metropolitano conformado por Granada, la Alhambra y los espacios naturales en las que se implantan, los ríos Genil y Darro, y las estribaciones de Sierra Nevada.

La nueva orientación territorialista que incorpora el “Plan Especial de Protección y Reforma Interior de la Alhambra y los Alixares”, aprobado en 1989, (en adelante PEPRI), actualmente en proceso de revisión, se corresponde con una avanzada visión integral de la gestión del Monumento, en consonancia con la nueva corriente internacional sobre protección del Patrimonio mundial, cultural y natural enraizada en la Convención del mismo nombre y celebrada por la UNESCO en 1972, así como otras contenidas en la Carta de Ámsterdam y en la Carta Europea del Patrimonio Arquitectónico de 1975.

Recientemente, el documento estratégico denominado “Plan Director de la Alhambra”, aprobado en 2007, quiere dar un paso más y hacer efectivo el concepto de “Paisaje Cultural de la Alhambra” a través de la investigación y la protección de los vínculos históricos y funcionales existentes entre el Monumento y el Territorio con el que

se interrelaciona, tomando como principal fuente de referencia la Convención Europea del Paisaje, emanada del Consejo de Europa en el año 2000.

La nueva valoración que introducen de la Alhambra ambos documentos, como Ciudad y Paisaje Cultural, se ha convertido en fundamento para el desarrollo de una serie de líneas programáticas y acciones concretas, orientadas a identificar, caracterizar y proteger las conexiones de la Alhambra con el Valle del Darro, la Medina, el Albaicín y la Vega de Granada. Determinados proyectos como el de identificación, inventario y catalogación de los valores materiales e inmateriales del Valle del Darro, desde las cabeceras de los ríos Beas y Darro hasta su desembocadura, encuentran justificación en el análisis y la valoración de la Alhambra como una realidad cultural compleja que requiere dar solución a su actual problemática en un marco de relaciones urbana y territorial.



Imagen 2: Vista panorámica del Valle del Darro, la Alhambra, el Albaicín, la "Ciudad Baja" y la vega. La relación entre todos estos espacios es muy estrecha, si bien la Alhambra domina la ciudad de Granada desde la altura que le brinda el monte de la Sabika, unos 100 metros elevado con respecto a la ciudad.

Con toda certeza, es la vertiente paisajística de la Alhambra y el Generalife la que permite comprender el Monumento con toda su significación y riqueza, como una creación humana compleja y a

la vez sutil, a la que precede la extracción de agua del río Darro y su conducción a la Colina de la Sabika mediante la Acequia Real y una amplia red de acequias menores. La investigación de los restos arqueológicos de este sofisticado sistema hidráulico, que deriva del río Darro y el estudio de los derechos de extracción y uso para riego de sus aguas durante generaciones ha contribuido a la definición de lo que hemos convenido llamar el “Paisaje de la Alhambra” y a la comprensión de la necesidad de su protección desde el ámbito Patrimonial.

La incorporación de la dimensión paisajística a la definición e interpretación de la Alhambra y el Generalife contribuye a su proyección social como un territorio antropizado, resultado de la superposición de diversos modelos culturales, ecológicos y económicos en el mismo espacio. Este Lugar, que evolucionó a lo largo del tiempo, pasando de ser un emplazamiento defensivo a un próspero núcleo urbano, dotado de una extensa área de cultivo, gozó de amplios derechos de riego sobre las aguas del río Darro, y estuvo bien comunicado mediante numerosos caminos históricos, senderos, veredas y vías pecuarias, que hicieron posible su relación con los espacios urbanos y naturales que lo circundan. El uso industrial y para riego de las aguas del río Darro y el de los caminos históricos para la transumancia y el comercio agrícola poseen, en sí mismos, el valor de la transmisión generacional de unos derechos y costumbres ancestrales que se han preservado a lo largo del tiempo, contribuyendo a mantener vivo el Monumento. Para hacer efectiva su protección habremos de acogernos a la respuesta legal más amplia que ofrece la definición de Patrimonio en la nueva Ley del Patrimonio Histórico Andaluz de 2007, acorde con las exigencias que hoy plantea la sociedad.



Imagen 3: Vista panorámica de los barrios históricos de Granada: el Realejo, en primer término, el Albaicín y el Sacromonte.

En la margen izquierda del río Darro, en el área de la Dehesa del Generalife, el Patronato de la Alhambra ha previsto el desarrollo de estudios y proyectos arqueológicos, arquitectónicos, geológicos, agrícolas, forestales, ambientales y turísticos que contribuyan a la restitución del equilibrio ecológico de la zona, a su acondicionamiento para usos culturales y recreativos y al impulso de la investigación arqueológica. Con ello perseguimos crear una conciencia social sobre el valor de los bienes situados en este ámbito territorial, gestionados en colaboración con la Delegación Provincial de Medio Ambiente en Granada, y otros bienes del entorno vinculados, de igual modo, al hecho histórico y cultural de la Alhambra.



Imagen 4: Vista panorámica del entorno de la Alhambra, en concreto de la Dehesa del Generalife, donde se encuentran los restos de un extenso y complejo sistema hidráulico y arquitectónico de época medieval.

Por todo ello, estamos convencidos que el análisis y la solución a la problemática a la que se enfrenta hoy la Alhambra debe darse en el marco de un modelo de relaciones urbana y territorial, dentro del cual se busquen soluciones sostenibles a la relación patrimonio y turismo. Para alcanzar este objetivo el Patronato ha desplegado sus esfuerzos por ampliar las visitas al Monumento, mediante itinerarios temáticos que desvelan las claves de la relación existente entre la Alhambra, el Albaicín, el Sacromonte, el Centro Histórico, el Realejo y el Valle del Darro, así como también por ofrecer una oferta museística, expositiva y editorial complementaria al uso turístico en la Alhambra.

El programa de “*Visitas guiadas por el entorno urbano y paisajístico de la Alhambra y el Generalife*”, diseñado en los últimos años, ha contribuido a promover el conocimiento de las relaciones urbanas y paisajísticas de la Alhambra a través de la memoria histórica, y a la vez ha propiciado el inicio de una línea permanente de trabajo con el sector turístico, particularmente con los guías turísticos e intérpretes del patrimonio, que colaboran actualmente en el desarrollo del programa, a la vez que con algunas instituciones públicas y privadas como la Fundación Albaicín, la Delegación

Provincial de Cultura, el Arzobispado de Granada y otros organismos responsables del Patrimonio de la ciudad¹.

Resulta necesario referirse también al diseño de *otros itinerarios eminentemente paisajísticos que discurrirán por la Dehesa del Generalife*, con la intención de difundir el conocimiento de los restos arqueológicos de palacios, baluartes defensivos, infraestructuras vinculadas al sistema hidráulico de la Alhambra, y de valorar un amplio catálogo de bienes naturales de gran riqueza y diversidad. De igual modo, buscamos propiciar la sensibilización de la población hacia la arqueología y la naturaleza, al consolidar la red de caminos históricos, senderos y veredas ya impresas en el terreno por el uso tradicional del territorio, y asimismo, pretendemos dar a conocer las favorables condiciones culturales y ambientales que se producen en el entorno del Monumento.

Los cambios que estamos propiciando en el concepto de visita pública a la Alhambra nos permitirán avanzar en el impulso de un nuevo modelo de turismo sostenible, que contemple preservar los lugares más frágiles del Conjunto Monumental, valorando otros menos frecuentados, diversificar la oferta turística y cultural de la Alhambra y el Generalife, y atender la demanda de públicos más especializados o con intereses que exceden los meramente turísticos. Lo cierto es que cualquier *“Plan de Visita Pública y Fomento del Turismo Sostenible”* que se plantee para la Alhambra y el Generalife en el futuro, dentro de la línea de trabajo que marca el Plan estratégico del Sitio, habrá de tener carácter integral y fijar el modelo de uso público que se considere deseable por la administración cultural, el sector turístico y la sociedad, a partir de la consideración del Monumento como un Paisaje Cultural.

Ahora bien, esta nueva formulación territorial y paisajística del Monumento tiene su correlato en la extensión del ámbito de influencia

¹ Los itinerarios que conforman este programa desarrollan cinco líneas temáticas que, en general, han gozado de muy buena acogida en los primeros meses de implantación, con más de 3.700 usuarios en 2010: La Alhambra y la Granada Carolina. El sueño del Emperador; La ciudad Cristiana. Un nuevo orden político, social y religioso; La mujer en la Granada Andalusí y Renacentista. Espacios privados y de relación; La Conquista del agua. El paisaje del agua en la cultura hispanomusulmana y cristiana; La Alhambra: Territorio, espacio y ciudad. Patrones artísticos y funcionales de la cultura nazarí.

de la Alhambra, desde diversos puntos de vista, y porque no decirlo, desde la perspectiva de generación de beneficios y externalidades positivas. El efecto del turismo cultural en la Alhambra ha pasado, en los últimos años, de medirse solo en ingresos públicos, a poder hacerse, también, en renta per cápita disponible y mercado laboral local, así como en prestigio y fortalecimiento de la identidad de la ciudad de Granada y de la imagen de Andalucía. Cabe esperar, para los próximos años, el desarrollo de una estrategia convergente de las administraciones implicadas en la gestión del patrimonio de la Alhambra, de la ciudad de Granada, y de la industria turística, hacia la atención de una necesidad cultural creciente de la sociedad, así como hacia la mayor eficiencia del mercado turístico vinculado a la cultura y el patrimonio.

Y todo ello bajo una mirada amplia, capaz de generar activos en tiempos de recesión económica, pero con el cuidado de no caer en la mercantilización de la Alhambra, porque la cultura, pese a que tiene una dimensión económica, no es una mercadería, sino un derecho de los ciudadanos y puede, en caso de ser gestionado inadecuadamente, producir impactos negativos, tales como la degradación de la calidad ambiental, la elevación del coste de la vida, o la sobre dimensión del sector servicios, en detrimento de otros sectores.

Por ello, afirmamos la importancia de orientar la gestión del patrimonio hacia el impulso de la función social y la función personal, que lleva aparejada por sí misma la cultura, a través de la educación, la cohesión y la experiencia intelectual y estética, por encima de la función puramente económica. De hecho, el Patronato de la Alhambra renunció hace años, de manera explícita, a caer en planteamientos reduccionistas de “rentabilidad a toda costa”, limitando el acceso masificado de visitantes a la visita turística, potenciando paralelamente la actividad cultural y educativa gratuita, o con un precio al alcance de todos los públicos, y reinvertiendo en la conservación del Monumento y en la gestión patrimonial buena parte de los recursos económicos que se obtienen de su apertura a la visita pública

3. Estrategias de gestión patrimonial integral: Adquisición y acondicionamiento de nueva infraestructura inmueble vinculada al uso turístico y cultural

La adquisición, en los últimos veinticinco años, de diversos inmuebles que en el pasado fueron desagregados de la integridad prístina de Alhambra y sometidos a cambios en la propiedad o en la posesión, a consecuencia de distintos procesos históricos, representa, en el momento actual, una oportunidad para contextualizar el Bien Cultural, desde el punto de vista histórico y social, y explicar su relación con el medio arquitectónico, natural, urbano y ambiental; así como también nos permite disponer de espacios libres y edificios para dotar el recinto de infraestructuras inmuebles vinculadas al uso turístico y cultural.

En este sentido debe recordarse que, en la primera etapa de gestión del Monumento por la Junta de Andalucía, un año después de la declaración del Monumento como Patrimonio de la Humanidad, se llevaron a cabo acciones coordinadas con la Dirección General de Patrimonio para la protección de su entorno, al ser percibido, ya por entonces, más allá de su consideración como un elemento aislado de su ambiente y del paisaje circundante. A esta finalidad responde la adquisición, en 1985, de cinco fincas situadas en las inmediaciones del Generalife y del derruido Palacio de los Alixares, así como también a la intención de incorporar este espacio verde al ámbito geográfico de gestión directa del Patronato de la Alhambra, para contribuir con ello a consolidar un “área de amortiguación” o “área tampón” que contuviera la proliferación de edificaciones e infraestructuras por el borde sudeste del Monumento, dónde la integridad de éste y su adecuada percepción se veían amenazadas por efecto de la presión urbana y turística de la ciudad de Granada.

La aprobación del PEPRI de la Alhambra y los Alixares, cinco años después, contribuyó, además, a posibilitar la restricción del tráfico rodado a través de la Puerta renacentista de las Granadas, y a peatonalizar amplios espacios del Bosque de Gómez, así como también, contuvo la proliferación de edificaciones en zonas próximas al Monumento. Ello permitirá la incorporación de estos espacios a los itinerarios de visita que el Plan Director de la Alhambra plantea articular en el exterior del recinto amurallado.

Este instrumento urbanístico de protección, además, articuló fórmulas jurídicas que hicieron posible, en años posteriores a su aprobación, entre el año 2000 y el año 2002, la expropiación del Carmen de los Catalanes y las operaciones de compraventa del Hotel del Reuma y del Carmen de Bellavista, entre otras. La incorporación de estos inmuebles a la unidad patrimonial gestionada por el Patronato de la Alhambra ha facilitado la acción tutelar integrada de los elementos arquitectónicos, naturales y ambientales que conforman el Conjunto Monumental de la Alhambra y el Generalife, y ha propiciado el conocimiento del Monumento desde un enfoque de “autenticidad”, alejado de visiones monumentalistas y fragmentadas.

En relación con este modelo de trabajo, desde el punto de vista de la conservación de este excepcional legado, se ha venido prestando especial atención a los valores de autenticidad del Lugar, y al desarrollo de un trabajo ordenado y sistematizado que obedece a las necesidades de mantenimiento, conservación, e investigación arqueológica del Monumento, así como a la propia lógica de las intervenciones de restauración. Esta labor se sustenta sobre programas sistemáticos de mantenimiento preventivo de bosques, jardines, huertas, elementos constructivos y decorativos....; así como en la redacción de proyectos integrales de conservación y restauración; y en el desarrollo de planes generales de investigación.

El desarrollo futuro del “Plan de Investigación de la Alhambra”, y la realización de intervenciones de conservación y acondicionamiento en algunos espacios que actualmente se encuentran fuera de los recorridos de la visita pública, harán posible la conexión definitiva de la Alhambra con el Barrio Alto de Gómez, la Antequeruela y el Realejo.

Nuestro objetivo final es potenciar la circulación y el disfrute de los visitantes y ciudadanos de Granada en torno al anillo constituido por las Torres Bermejas, el jardín arqueológico del Carmen de los Catalanes, el Paseo de los Mártires, el Atrio o Nuevo Pabellón de acogida de la Alhambra, las Casas de Labor de la Mimbre, la Dehesa del Generalife, el Carmen de las Chirimías u hotel del Reuma, en la zona baja de la Ladera del Darro, y con la Puerta de las Armas, en la zona alta de la Ladera del Darro; y su posterior incorporación al programa de visitas por el entorno urbano y paisajístico de la Alhambra, entre otros programas culturales o educativos.

El Plan Director define también aquellos aspectos relacionados con la infraestructura inmueble necesaria para el funcionamiento del actual proyecto turístico y cultural del Patronato de la Alhambra a medio plazo, resultando especialmente destacable la edificación del Atrio de la Alhambra, mediante la que se prevé reorganizar el acceso de visitantes al recinto y atender las actuales necesidades del Patronato sobre espacios para información, atención al público, primeros auxilios y prestación de otros servicios generales.

Junto a ello, el Plan prevé destinar al uso turístico y cultural el baluarte fortificado de Torres Bermejas, que se acondicionará para espacio expositivo; el Carmen de Bellavista, que tras su rehabilitación contendrá un alojamiento para visitantes singulares y un pequeño restaurante creativo; así como el Carmen de los Catalanes, el cual, una vez concluidas las intervenciones previstas en los jardines, los silos y el estanque se incorporará a los programas especiales de visita. Las casas de labor de la Mimbre, próximas a la entrada del Generalife, serán objeto de una rehabilitación integral para la instalación del servicio didáctico “La Alhambra educa” y el Hotel del Reuma, en la margen izquierda del río Darro, funcionará como un espacio de aproximación al espacio físico del Valle del mismo nombre, al conocimiento de sus valores, y a su vinculación histórica y funcional con el Monumento.

En el interior del Conjunto Monumental, la Torre del Agua albergará un Centro de Interpretación del Agua; y la Torre de la Justicia se acondicionará interiormente, con la finalidad de acoger actos notables y recibir a personalidades. Por último, el edificio nº 22, 24 y 26 de la Calle Real, más conocido como “el Polinario”, será rehabilitado para un uso de bar-cafetería, en los próximos años, con el fin de ampliar y mejorar los servicios generales que se ofrecen al visitante.

En el Acceso sur, en la zona del Barranco del Abogado, está prevista la adquisición de algunas infraviviendas construidas sobre espacios declarados Zona Verde, y el tratamiento definitivo de los conflictos ambientales, paisajísticos y de percepción existentes, dentro del marco temporal que establezca el documento de revisión del PEPRI de la Alhambra y los Alixares. Estas operaciones de adquisición patrimonial facilitarán el uso del Parque de los

Alixares y Cerro del Sol como un espacio privilegiado para recreo y paseo de los residentes de Granada, y de los visitantes que deseen disfrutar de las magníficas vistas que se aprecian desde el borde Sudeste del Monumento, de la Vega y de Sierra Nevada.

4. Cultura, economía y uso sostenible en la Alhambra. Nuevas dimensiones para el análisis.

Hasta hace relativamente poco tiempo la cultura, y menos aún el patrimonio, no eran representativos de la economía. De hecho, el turismo y la visita a monumentos, ciudades, espacios naturales... era considerada por Adam Smith como una actividad suntuaria e improductiva, desde el punto de vista de la creación de flujos de riqueza, más allá de los agentes que de forma directa se benefician de esta actividad. No obstante, poco a poco, durante el s. XX, y particularmente a partir del estudio realizado por Baumol sobre las industrias culturales, se han ido sentando las bases de una economía de la cultura, hoy por hoy imposible de soslayar, considerada por algunos como un subproducto que deriva de la preexistencia de políticas culturales. Analizar las relaciones causales que explican el funcionamiento de la economía de la cultura es realmente difícil, aunque se trate de hacer un esquema simplificado del mismo para el caso de la Alhambra.

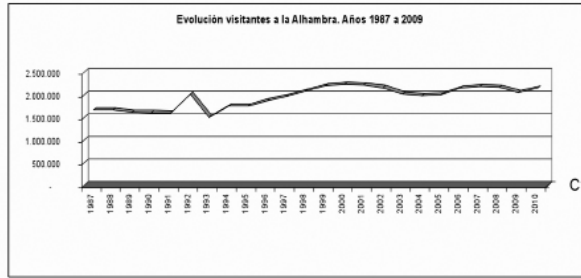
Lo cierto es que producir cultura es tanto o más apasionante que consumirla, pero implica una elevada responsabilidad y no está exenta de dificultades. En este sentido, requiere contar con sustanciosas partidas del presupuesto público, si se trata de administrar bienes patrimoniales de naturaleza pública, como es el caso la Alhambra y el Generalife, y con patrocinios y mecenazgos privados para abordar proyectos de gran envergadura, como ha sido el de la exposición “Matisse y la Alhambra”, inaugurado en 2010, además de exigir una gran implicación por parte del personal de prácticamente todas las áreas orgánicas y funcionales del órgano responsable de la gestión, ya se trate de las de gestión de recursos humanos y económicos, de conservación, de investigación y difusión, o de visita pública.

En otro orden de cosas, los gestores de un monumento como la Alhambra nos convertimos en “puente” entre el bien cultural y el consumidor, en tanto en cuanto, debemos armonizar las exigencias del público con la obligación de custodiar y conservar el legado patrimonial; así como también en responsables de manejar el “capital cultural” que éste genera, utilizando la terminología de Bourdieu. De esta manera, la búsqueda de instrumentos adecuados para la implementación de programas y actividades relacionados con la visita del monumento, en sus distintas modalidades, y para públicos diversos, así como para su difusión cultural, no es una mera cuestión técnica que deba abordarse de forma puntual para cada caso concreto, sino que, muy al contrario, requiere de la formulación de un modelo teórico de gestión, bien pensado, asentado sobre bases sólidas que guarden relación con la realidad patrimonial en cuestión, y que haya sido consensuado con el sector turístico con anterioridad a su aplicación. Por otra parte, la gestión patrimonial exige también enfrentarse a un vasto campo de experimentación y análisis, previo a cualquier proceso de toma de decisión, de manera que en ningún caso demos lugar con nuestra actuación a desequilibrios, o propiciemos formas no sostenibles de producción y consumo, que conlleven la degradación espacio patrimonial o de la calidad de la experiencia

La propuesta concreta del Patronato de la Alhambra, ante la fuerte demanda de visitantes a la que ha venido haciendo frente en los últimos años, ha consistido en abordar la gestión patrimonial de forma integral, tomando en consideración el conjunto de los aspectos turísticos, de conservación, de investigación, de difusión y de impacto socioeconómico que se dan cita en el mismo. Ello ha permitido acoger a un gran número de visitantes, sin dejar de respetar el límite fijado a la capacidad de acogida del Bien Cultural, y sin alterar las medidas de organización de flujos turísticos aprobadas por las sucesivas normativas de visita pública, además de permitir, en los últimos años, implementar acciones para mejorar la planificación del turismo y diversificar la oferta general y especial que se ofrece a los ciudadanos.

Evolución de visitantes en la Alhambra (1997 a Agosto 2010)

AÑO	VISITANTES
1987	1.671.917
1988	1.678.069
1989	1.631.340
1990	1.617.364
1991	1.608.958
1992	2.032.383
1993	1.908.062
1994	1.758.819
1995	1.761.397
1996	1.884.067
1997	1.981.950
1998	2.087.224
1999	2.207.658
2000	2.241.683
2001	2.229.091
2002	2.167.011
2003	2.029.322
2004	1.987.686
2005	2.012.596
2006	2.153.491
2007	2.193.277
2008	2.168.749
2009	2.061.046
2010	2.158.982



Imágen 5: Según los datos anteriores, podemos apreciar las siguientes etapas generales en la evolución de visitantes a la Alhambra:

1º. Etapa (1987 a 1991): estabilidad en el número de visitantes al Monumento (en trono a 1.600.000 visitantes).

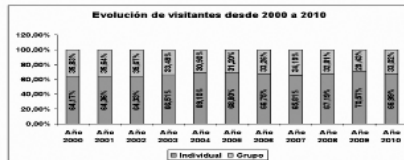
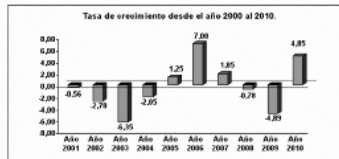
2ª. Etapa (1992): repunte espectacular de visitantes al Monumento, alcanzando los 2.032.383.

3ª. Etapa (1993 a 1997): retorno a la situación anterior, y repunte de visitantes en 1996-1997.

4ª Etapa (1998 a 2003): crecimiento sostenido hasta alcanzar la punta máxima de visitantes al Monumento en el año 2000 (2.241.683).

5ª. Etapa (2000 a la actualidad): fuerte descenso de visitantes en 2004 (1.987.686), alcanzando los niveles de 1997, y etapa de equilibrio desde entonces pese al leve descenso de los dos últimos años (2008 y 2009), propiciados por la situación actual de recesión económica y de crisis a nivel mundial. Fuente: elaboración propia, a partir de datos del sistema de ventas de la Alhambra

Evolución General del Turismo (2000 – 2010)



Imágen 6: Según se desprende de las gráficas anteriores, en los últimos años se ha venido constatando un descenso apreciable en el porcentaje de visitantes en grupo al recinto, especialmente significativo en el año 2004. No obstante, a partir de los años 2005 y 2006 comenzó una inversión de esta tendencia, con un crecimiento positivo del 0.3% en 2005, del 2.06% en 2006 y del 0.93% en 2007, Durante el año 2008 se observa un leve descenso del 1.38% de los grupos, que se acentúa en 2009 con una caída del 3,38% con respecto al año anterior.

Fuente: elaboración propia, a partir de datos del sistema de ventas de la Alhambra y de encuestas y conteos de la unidad de análisis de datos

Entre las medidas adoptadas para diversificar la visita pública en el interior del Conjunto Monumental actualmente se propicia el acceso diferenciado al interior de algunos espacios monumentales del turismo individual, en grupo y del turismo de cruceros, en función de las particularidades que presentan estos públicos. Entre las acciones que se han llevado a cabo merece ser mencionada la iluminación de los Jardines y el Palacio del Generalife, para hacer posible su visita nocturna, conllevando esta decisión la emisión de un nuevo *Billete de Jardines Nocturno*, que representa una alternativa a la limitación de aforo de la visita general diurna en los meses del año de mayor afluencia de público. Con la misma motivación, se ha ampliado el aforo de la visita nocturna a los Palacios Nazaríes, incrementándose a partir de 2008 de 200 a 300 personas por pase horario. Persiguiendo la finalidad de potenciar el turismo con pernoctación en la ciudad se ha creado el *Billete Circular Azul*, que ofrece como principal atractivo la posibilidad de combinar las modalidades de visita general diurna y visita nocturna, permitiendo acceder a la Alhambra y al Generalife durante dos días consecutivos para realizar la visita a los Palacios Nazaríes iluminados y en la mañana siguiente completar el recorrido por Alcazaba, Partal y Generalife.

En la línea de colaboración con otras instituciones culturales públicas o privadas de ámbito local o regional, se está trabajando en ofrecer al público que tenga interés en dar un contenido más cultural a su visita, *Billetes a precio reducido que permitan combinar la visita a la Alhambra con actividades musicales o teatrales programadas por otras instituciones locales o andaluzas y con exposiciones o espectáculos producidos por el Patronato de la Alhambra o en colaboración*. De esta manera, ofrecemos respuesta a la demanda de las agencias de viajes, hoteles de Granada y otros agentes turísticos locales que trabajan como receptivos de circuitos turísticos que pernoctan una o más noches en la ciudad, así como también contribuimos a motivar a los visitantes particulares a prolongar su estancia en Granada, al menos durante una noche. La gestión de los nuevos billetes ha exigido formalizar acuerdos con diversas instituciones públicas, fundaciones y sociedades, tales como el Parque de las Ciencias de Granada, el Museo para la Memoria de Andalucía, la Fundación Albaicín, la Orquesta Ciudad de Granada, la Fundación Manuel de Falla, o el Festival de Música y Danza, entre otras.

La finalización de las intervenciones arqueológicas abiertas e inconclusas en lugares clave para la comprensión de la naturaleza urbana de la Alhambra, y sus relaciones funcionales en el territorio, contempladas por el Plan Director de la Alhambra, tales como el Palacio de Abencerrajes, las casas frente a la Torre del Capitán, el Patio de Machuca, el Palacio de Dar al-arusa, el Carmen de Peñapartida o de los Catalanes permitirá la incorporación paulatina de estos espacios arqueológicos a los itinerarios ya existentes, e incluso hará posible la configuración de nuevos itinerarios de visita pública general, especial o monográfica en el interior y el exterior del recinto amurallado, o formando parte de alguno de nuestros programas culturales ya existentes².

De igual modo, la previsión contenida en el documento estratégico antes referido sobre la mejora de las condiciones de los accesos a la Alhambra y su entorno, dando prioridad a los peatonales que comunican la ciudad con el recinto, permitirá la ampliación de la visita pública en el exterior del recinto amurallado por parajes y vías históricas. En concreto, se prevé el acondicionamiento de la Cuesta de los Chinos, a fin de potenciar y recuperar el trazado original por el Paseo del Aljibillo, mediante la puesta en valor de los restos arqueológicos del Molino en la Cuesta del Rey Chico.

La decisión de ampliar los itinerarios de visita pública y los programas culturales ya existentes deriva del resultado obtenido en nuestros estudios de público, los cuales desvelan que la masificación no implica necesariamente la homogeneización de los visitantes, ya que existe una fuerte segmentación del consumo cultural en la Alhambra. El conocimiento del perfil de nuestros públicos segmento nos ha llevado a crear itinerarios para cada tipología de público y

² Se plantean como nuevas opciones de visita dentro del recinto amurallado, la visita guiada al sistema defensivo de la Alhambra, Puertas- Alcazaba-Torres – Muralla (adarves y caminos de ronda), enlazando la visita de estos espacios en la zona del Patio de Machuca- Puerta de la Tahona. Así como la visita monográfica al Sistema Hidráulico de la Alhambra, Patio de la Acequia-Pabellón Romántico- Albercones del Generalife- Silla del Moro. Y la visita guiada a los Palacios de la Ciudadela de la Alhambra y el Generalife, Palacio de Carlos V- Palacio de Ismail I – Palacio de Comares- Palacio de Leones - Palacio del Generalife- Palacio de los Abencerrajes. Se trata de propuestas de desarrollo futuro de la visita pública, que aún se encuentran en fase de estudio y pendientes de la realización de los proyectos previos de acondicionamiento y adaptación de los nuevos espacios visitables.

a derivar parte de la demanda no atendida del turismo individual o en grupo hacia la temporada baja, alternando la visita general con visitas especiales o monográficas al Monumento, así como combinando cualquiera de estas modalidades con una actividad cultural relevante. De hecho, en los últimos años hemos realizado una apuesta importante por la celebración de exposiciones, conciertos y otro tipo de espectáculos y eventos, en el convencimiento de que la actividad cultural contribuye al enriquecimiento de la oferta, y asimismo, a captar otro turismo diferente al patrimonial clásico, además de aportar un beneficio social ciertamente positivo para los visitantes y la población local, al llevar aparejado un potencial económico, aún por evaluar³.

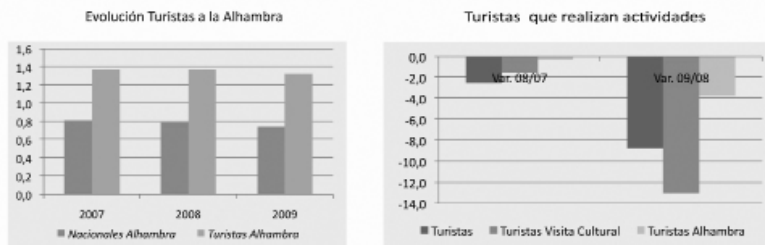
En los próximos años analizaremos más en profundidad, mediante técnicas cuantitativas y cualitativas de análisis, los públicos que se mueven por una motivación estrictamente cultural y, en consecuencia, que están dispuestos a desplazarse para vivir una experiencia concreta, o para participar en un acontecimiento cultural determinado distinto de la visita turística masiva. Creemos que, aunque este tipo de público es todavía minoritario en la Alhambra, ya que la gran mayoría de los visitantes tienen un interés predominantemente turístico y conciben la oferta cultural como una actividad complementaria a la misma; sin embargo, la elaboración anual de una oferta cultural rica y diversa supondrá un

³ El resultado de nuestros estudios de público, revela que un importante número de las personas que nos visitan responden al perfil del turista de motivación cultural, si bien dentro de esta gran categoría podemos diferenciar algunas tipologías que requieren una modalidad de visita específica, por lo general de contenido más cultural o especializado, o bien adaptadas a sus características y nivel educativo. Es el caso de los escolares y docentes; de los jóvenes universitarios; de los mayores o de la tercera edad; de las familias; de los hombres y mujeres de negocios, que vienen a la Alhambra en viaje de incentivo promovido por su empresa, los cuales, por regla general, poseen un alto poder adquisitivo y buscan una experiencia única; los expertos y profesionales, que se reúnen en Granada con motivo de la celebración de un congreso, que poseen un alto nivel estudios, y generalmente buscan una oferta más especializada, o en ocasiones una visita guiada monográfica, o a la carta, fuera del horario de apertura del Monumento. Otra modalidad, quizás menos habitual, son los visitantes que buscan una experiencia creativa, bien del campo de las letras o de las artes plásticas, y cuya opción de visita está muy centrada en un acontecimiento cultural determinado, como puede ser la exposición de los Jarrones de la Alhambra, el ciclo de conferencias sobre Washington Irving y la Alhambra o el espectáculo Lorca y Granada, que se celebra anualmente en los jardines del Generalife.

estímulo para acudir a un destino maduro como la Alhambra, y hará posible, poco a poco, desestacionalizar la demanda, actualmente concentrada principalmente entre Marzo y Octubre, además de atribuir un sello diferenciador de calidad a la visita del Monumento.

Imagen 7: La Alhambra gana cuota de mercado en 2009 en cuanto a los turistas que realizan una visita cultural, puesto que estos caen a nivel nacional

Análisis del Mercado de Turismo Cultural: Nacional - Alhambra



	2007	2008	2009	Var. 08/07	Var. 09/08
Turistas	58.666	57.192	52.231	-2,5	-8,7
Turistas Visita Cultural	29.493	29.054	25.265	-1,5	-13,0
Turistas Alhambra	1.376,6	1.372,5	1.320,8	-0,3	-3,8

un 13% mientras que en la Alhambra la caída es de un 3,8%. Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Frontur, IET

El Patronato de la Alhambra ha propiciado en los últimos dos años la ampliación de los programas culturales y educativos⁴, de manera que se posibilite el acercamiento de un mayor número de ciudadanos de Granada, así como de jóvenes, niños y niñas andaluces, a los valores de identidad de la Alhambra, bien mediante la realización de talleres o visitas especialmente diseñadas para ellos, y dirigidas por educadores expertos, mediante las que el público interesado puede sumergirse en la riqueza de matices que ofrece el Conjunto Monumental y en nuevas visiones inéditas del mismo⁵.

⁴ La iniciativa denominada “La Alhambra más Cerca” pretende la difusión del Monumento entre la sociedad y particularmente entre la comunidad local, mediante diversas propuestas culturales y educativas. En 2010 ha gozado de gran aceptación entre el público y de un alto nivel de participación, con un total de 11.816 participantes distribuidos entre 629 actividades, englobadas en tres grandes áreas de trabajo: Programa de visitas guiadas, Programa de actividades para Familias y Programa para residentes en Granada.

⁵ El programa “La Alhambra Educa” desarrolla propuestas educativas que

En resumen, podemos afirmar que, en el momento actual, la relación entre visita pública, difusión y conservación se entiende bajo parámetros muy amplios, de forma que la adecuada armonización del uso turístico y cultural del monumento contribuya a la preservación del legado. Sin duda, la atracción de nuevos públicos, más cultos y especializados, con mayor interés por la cultura y el arte, y la ampliación del público escolar, docente, de la tercera edad, familias, profesionales especializados, hombres y mujeres de negocios y comunidad local, abre ante nosotros un abanico de posibilidades, en la medida en que puede convertirse en un nuevo instrumento de planificación del turismo en la Alhambra, que contribuya a su *diversificación temporal*, al derivar una parte

promueven nuevas formas de entender este espacio cultural, aumentando las capacidades de interpretación, análisis y disfrute del patrimonio en niños y adolescentes, así como propiciando comportamientos de cuidado y respeto hacia el mismo. Dentro de este programa se organizan las siguientes actividades dentro de los siguientes subprogramas de trabajo: **La Alhambra y los Niños**: dirigido la Comunidad Escolar, incluye diversas modalidades de visita : visitas guiadas” erase una vez...la Alhambra”, “el espacio, la luz, las formas...aprendemos a ver la Alhambra”, “la naturaleza en la Alhambra”, “la Alhambra: ciudad fortaleza”, “la ciudad de la Alhambra”, “la vida cotidiana en la Alhambra a través del Museo”, “el agua en la Alhambra”; Visitas Autoguiadas: a diferencia del anterior, este programa ofrecido gratuitamente a todos los Centros educativos de la Unión Europea, contempla que sea el propio profesorado del centro el que realice la visita guiada y seleccione los contenidos de la misma, si bien se les tutela proporcionando información y material docente y escolar a través del Portal Web oficial del Patronato; **La Alhambra para mayores**: dirigido a centros de adultos o personas de la tercera edad que cursen estudios en la Universidad para Mayores de la Comunidad Autónoma Andaluza; **Verano en La Alhambra y Día Internacional del Museo**. En el año 2010 se han desarrollado 1.555 actividades y se ha acogido 94.846 participantes. Junto a ello, se ha atendido la petición de reserva de más de 59.000 escolares de la Unión Europea, a los cuales se les ha proporcionado una orientación previa a la visita y material escolar, a través del espacio web que tiene reservado el público escolar y docente dentro del Portal Web oficial del Patronato.

En la línea de colaboración interinstitucional, que venimos impulsando en todos los ámbitos de actividad del Patronato, hemos diseñado diversos **Billetes combinados para escolares**, que completarán la visión del Monumento a través de la historia, el legado y la memoria de Al- andalus, así como a través de su aproximación a los valores del paisaje de la Alhambra y del Valle del Darro. Para ello se han formalizado diversos convenios con el Parque de las Ciencias, el Museo para la Memoria de Andalucía y la Fundación Albaicin, encontrándose muy avanzadas las negociaciones para la firma de otros convenios de colaboración con la Orquesta Ciudad de Granada y el Festival de Música y Danza .

del público hacia la temporada baja turística, y a su *diversificación espacial*, en tanto que se trata de opciones de visita que responden a contenidos temáticos y, por consiguiente, se desarrollan por espacios generalmente excluidos de los recorridos de visita general y masiva.

5. Visita pública y comercialización. Construcción de un proyecto organizacional y de relación con el sector turístico.

Entre los actuales planteamientos de la UNESCO, en relación con el turismo cultural, el mercado y la sociedad, se encuentra el desarrollo de una estrategia triangulada en la que se entrelazan los conceptos de cultura, economía y desarrollo sostenible. A nuestro modo de ver, esta relación de interdependencia constituye un avance, siempre que las potencialidades del turismo sean aprovechadas en beneficio del ser humano y de la conservación del Legado, y los impactos socioeconómicos que produce el turismo cultural para cada espacio patrimonial y su entorno local.

Lo cierto es que, a pesar de los cambios que el uso de internet ha introducido en la intermediación turística, el turismo cultural se ha venido desarrollando, en gran medida, en el contexto de la industria turística, de manera que la relación de los gestores del patrimonio con el sector turístico se hace imprescindible. Más aún en el momento presente, en que el mercado turístico comienza a especializarse y a segmentar su demanda y el papel de “mediador” que representan las agencias de viajes y los guías turísticos puede resultar fundamental para garantizar el éxito de las estrategias turístico- culturales que se deseen implementar desde la administración pública, para dar respuesta a los nuevos nichos del mercado turístico. Una interlocución permanente de esta naturaleza permitirá obtener un consenso con el sector privado sobre el modo de adquisición de la entrada y accesibilidad al recinto, así como sobre la organización del uso turístico, en aras a legitimar el derecho de los visitantes al uso del Monumento de forma equilibrada y con la máxima garantía de respeto hacia su conservación. Y todo ello creando procesos de desarrollo sostenible, que reducirán las posibles externalidades negativas y generarán sentimientos positivos de identidad entre los ciudadanos.

En este orden de cosas, el Patronato de la Alhambra mantiene en la actualidad una línea de permanente diálogo con el sector turístico, tanto con los agentes privados, como con las instituciones con responsabilidad en ese ámbito, así como también de apertura a la participación de la Sociedad Civil. Como resultado de esta fructífera interlocución se ha orientado la planificación de la oferta turística y cultural no solo en función de los públicos segmento interesados en el conocimiento de la Alhambra, sino también en función de la demanda de los agentes turísticos, según su modo de operar en el mercado.

Así, pueden destacarse medidas como la de distribución del aforo disponible por temporada y por franjas horarias, dando preferencia al turismo individual o en grupo turístico, según los meses del año y los pases del día más demandados por unos y otros. De igual manera, dentro del cupo de entradas destinadas a los grupos turísticos organizados (actualmente 39%del aforo total se destina al turismo en grupo, el 39% al turismo individual y el 22% a la actividad educativa, cultural y protocolaria del Patronato) se han creado subcupos específicos, según el modo en que realizan sus reservas los operadores turísticos autorizados por el Patronato: a un mes vista, a tres meses vista o a un año vista, y en función del modo de operar en el mercado por parte de los Agentes Locales, la Asociación de Agencias de Viajes de la Costa del Sol, la Asociación Hispano-Japonesa de Agencias de Viaje, los Viajes del Inersero, los Circuitos que pernoctan en Granada y los Cruceros que llegan a los puertos de Andalucía oriental, incluido el Puerto de Motril.

Como líneas complementarias de actuación, supone un desafío para los próximos años la fidelización de públicos mediante acciones promocionales y de comercialización propias, la consolidación de la imagen del Monumento como destino turístico y agente cultural de primer nivel, la protección jurídica a nivel nacional e internacional de la marca registrada “Alhambra y Generalife” y de patentes en técnicas de conservación y restauración y de gestión de la visita pública. A ello se une la capacitación del personal que presta servicios en contacto con el público, haciéndoles partícipes de la nueva cultura de la organización y reforzando los aspectos de identidad corporativa, información en varios idiomas y atención personalizada al público. Por otra parte, la mayor cualificación del

personal de control e información redundará en una mayor calidad en la visita al Monumento y en la garantía de observancia de actitudes más cuidadosas con su conservación.

El Patronato de la Alhambra ha formalizado recientemente varios acuerdos de colaboración con las asociaciones de guías de turismo de Granada, así como con los hoteles de Granada y provincia, con la Cámara de Comercio de Granada, con el Patronato Provincial de Turismo y con agencias de viaje de toda España. Así mismo, participa en proyectos turísticos impulsados desde la administración local, como el “Bono turístico de Granada” y en el presente año espera suscribir nuevas alianzas con la Confederación de Empresarios de Granada y provincia y con Turismo Andaluz.

Por otro lado, con el interés de elevar el nivel general de satisfacción del público, se han venido desarrollando actuaciones de mejora del Sistema Público de Acogida, entre las que cabe destacar la instalación de dos oficinas de atención al visitante en el Pabellón de Acceso y en la Calle Real de la Alhambra, que atienden las incidencias que pudieran plantearse al turismo individual y en grupo durante su estancia en el Monumento. Entre sus funciones se encuentra también la de acreditar a los guías turísticos que desarrollan diariamente su trabajo en el monumento y a todos los visitantes que realizan su visita en grupos organizados, con carácter previo al inicio de la misma. Recientemente se han reforzado los contenidos de información, con la instalación de un punto de atención permanente en la ciudad, así como con la mejora de la señalización estática y la atención telefónica personalizada en cinco idiomas.

La introducción de sistemas más fiables desde el punto de vista tecnológico, en los ámbitos de la comercialización anticipada de entradas al recinto y del control de accesos, mediante la instalación de tornos en la entrada y salida de los Palacios Nazaríes y del Palacio del Generalife y un circuito cerrado de televisión, han hecho posible flexibilizar el sistema de acceso hasta ahora establecido, y a la vez paliar las conductas poco respetuosas con el Monumento y con las normas de visita vigentes en cada momento⁶.

⁶ El impacto que el turismo puede producir en la conservación del conjunto monumental debe ser controlado y minimizado, respetando el aforo máximo

Ello ha conllevado, en el año 2010, una disminución del índice general de reclamaciones, respecto a 2008, del 73%, así como, más concretamente, del 78 % respecto de las reclamaciones interpuestas años atrás por la limitación del horario de entrada a los Palacios Nazaríes. Sin embargo, la reducción más espectacular se ha producido respecto del ítem relativo a: tiempo de espera en las colas de acceso al Monumento y a los Palacios Nazaríes, en que la disminución de reclamaciones registrada en los dos últimos años es del 99,9 %. Sin duda, la venta anticipada de entradas a la Alhambra, en cualquiera de los cajeros de la red Serviticket, así como la posibilidad de su expedición automática en las proximidades de las taquillas del Monumento, han contribuido a mejorar el grado de satisfacción de los visitantes. Ello unido a la organización del acceso diferenciado del turismo individual y en grupo a los Palacios Nazaríes, y la mecanización de los accesos, han hecho posible reducir a niveles muy aceptables los tiempos de espera del público para la realización de la visita.

La suma de las actuaciones desarrolladas en el área de trabajo de visita pública y comercialización ha permitido consolidar unas relaciones adecuadas con el sector turístico y con el público en general. Ahora bien, para la óptima articulación de esta relación resulta fundamental la realización sistemática de estudios y análisis del visitante y del mercado turístico, en tanto en cuanto vienen constituyendo una valiosa fuente de información, indispensable para la toma de decisiones en este ámbito.

de visitantes en lugares especialmente sensibles, y evitando cualquier tipo de vandalismo o ataque. Por este motivo, el Patronato de la Alhambra y Generalife ha implantado un Sistema Integral de Seguridad, dotado de subsistemas de Control de Acceso, Circuito Cerrado de Televisión, Control de Intrusión y Control de Incendios, que se complementa con la elaboración de un Plan de Autoprotección del Monumento, para garantizar la protección de las personas, de los bienes y de la información. Mediante este Sistema Integrado perseguimos aplicar los niveles de seguridad más altos que sea posible, dentro del marco de los principios de racionalidad, proporcionalidad, idoneidad de los sistemas instalados: así como también, respetando las características del lugar y la intimidad de los visitantes y los trabajadores del organismo.

6. Laboratorio para la sostenibilidad. Más allá de la lógica de la gestión pública

El monumento por sus características urbanas y territoriales es un espacio privilegiado para la experimentación, al constituir un conjunto heterogéneo de elementos patrimoniales que representan una oportunidad para diversificar los usos, propiciar la concurrencia de actores diversos que operan en el mismo espacio, y de públicos especializados que buscan no solo la experiencia del patrimonio, sino también una aproximación a la cultura en su sentido más amplio. Contar con un campo de experimentación acotado, abarcable, con escasos sesgos, y que condensa los aspectos más relevantes de la realidad turístico-patrimonial actual de Granada y de Andalucía, nos ha llevado a plantearnos la creación de un Laboratorio para la Gestión Sostenible del Monumento, que abarca actualmente diversos ámbitos de trabajo:

En primer lugar, con frecuencia anual, se llevan a cabo *Estudios de público* que consisten en la realización de encuestas y análisis para determinar el perfil, procedencia, nivel de satisfacción del visitante a la Alhambra y gasto que lleva a cabo en el Monumento, además de conteos y observaciones directas para comprobar la evolución de los niveles de saturación en los Palacios Nazaríes y otros lugares del recinto que presentan problemas de congestión, así como la adecuación del comportamiento del público individual y en grupo turístico organizado durante los recorridos a las normas de organización de los flujos turísticos, entre otros aspectos.

Otra línea de investigación abierta en fechas muy recientes son los *Estudios de impacto de la Visita Pública en la Conservación*, referidos a la relación que guardan los programas de conservación y mantenimiento del Monumento con el uso intensivo al que está sometido el mismo, debido a la visita de más de dos millones de personas al año. Se valora el impacto que ocasiona el uso turístico del Monumento, es decir el nivel de desgaste observado en materiales constructivos y vegetales, y la relación que guarda dicho proceso con la visita pública, a la vez que se calcula el desgaste potencial de los materiales en situaciones de alta y baja concentración de visitantes. Se analizan también las prácticas más frecuentes entre el público que pudieran ser perjudiciales para la

conservación del Bien Cultural, diferenciando el comportamiento que presenta el visitante individual y el visitante en grupo. La intención final es definir un “Decálogo de buenas prácticas en la visita” cuyo cumplimiento habrá de exigirse al público y a los profesionales que desarrollan su trabajo en el Monumento, además de formar a nuestro personal de control e información en técnicas que favorezcan la conservación preventiva del Monumento.

Resulta de igual interés la realización, cada cinco años, de un *Estudio de impacto económico* que tiene por objeto analizar el comportamiento del Monumento como agente socioeconómico, así como medir el beneficio económico que induce la visita a la Alhambra en la economía local, regional y nacional y el beneficio personal y social que representa la actividad turística y cultural del Patronato de la Alhambra en el visitante y en la población local.

Por otro lado, se plantea un proceso continuo de investigación y análisis, en consonancia con las recomendaciones de la Unesco y en particular con el Centro de Patrimonio Mundial, quienes reclaman en los planes, programas, proyectos y acciones sobre el patrimonio cultural el establecimiento, por parte de los órganos gestores, de métodos de seguimiento de los objetivos establecidos, con indicadores claros y fáciles de medir que permitan conocer la evolución de lo planificado y proyectado. Así pues, se someten a análisis permanente las medidas de organización de la visita pública y de gestión de flujos turísticos vigentes en cada momento, la propuesta de nuevos itinerarios, la evolución en la demanda de los programas culturales y educativos, como es el caso del *programa de visitas por el entorno urbano y paisajístico de la Alhambra*, los *programas la Alhambra más Cerca y la Alhambra Educa*, las *exposiciones temporales*, y las *líneas editoriales monográficas sobre la Alhambra*, entre otras.

En todo caso, se parte de la consideración del turismo como uno de los usos positivos del Patrimonio el cual, sin embargo, ha de ser controlado para evitar daños no deseados, así como para proteger el legado y conservarlo desde un punto de vista preventivo. En conexión con esta idea, se trabaja sobre el presupuesto de que es posible un equilibrio sostenible entre el *Turismo* (sometido a las leyes de mercado) y el *Patrimonio* (bienes irreversibles y frágiles

que conviene no someter a riesgos impredecibles), y se evalúa si es conveniente propiciar una mayor diversificación de los usos, en tanto que, de esta manera, se contribuye a la diversificación del público dentro y fuera del Monumento.

Como principio, creemos que los espacios patrimoniales no deben enfocarse solo al uso turístico, pues resulta ampliamente beneficioso potenciar otros aspectos como la investigación, la iniciativa cultural y las acciones de difusión de los valores patrimoniales de la Alhambra y el Generalife y atraer visitantes que se muevan por motivaciones diferentes a la visita pública general de carácter puramente patrimonial, promoviendo el conocimiento del rico patrimonio museístico, documental y bibliográfico del que dispone la institución.

Nos interesa medir si la amplia y diversa programación cultural y educativa que actualmente genera el Patronato contribuye a la diversificación de los flujos turísticos hacia la temporada baja y hacia espacios menos frecuentados turísticamente y, en esta medida, si la oferta de visitas culturales y especializadas puede constituirse en una fórmula de trabajo que ayude a garantizar la protección y conservación del Bien Cultural y a propiciar una gestión sostenible.

A nuestro modo de ver una línea de trabajo acertada para los próximos años consiste en la difusión del conocimiento del Conjunto Monumental a través de sus colecciones de bienes muebles, ya se trate de cerámica, fotografías, carteles, postales, grabados, monedas, tejidos...mostradas al público bien a través de exposiciones monográficas, o de muestras que se celebren a propósito de campañas de restauración; así como de publicaciones, cursos y ciclos de conferencias, todas ellas con un importante potencial comunicativo. Según los datos que venimos obteniendo en los últimos años, y muy particularmente en 2010, la suma de todas estas actividades, junto a la amplia participación en los programas de visita cultural y educativa, nos conduce por el camino de equilibrar los usos del Conjunto Monumental, de desestacionalizar el turismo en la Alhambra, y de evolucionar hacia un modelo eminentemente cultural.

En resumen, consideramos necesario poner la estadística al servicio de las necesidades actuales de diagnóstico de nuestros públicos y de sus preferencias, respondiendo a una metodología prefijada y a un sistema de indicadores que nos permitan evaluar, a partir de análisis empíricos, la eficacia de las políticas, medidas y programas implementados en los ámbitos de la visita pública, la conservación preventiva y la difusión del Monumento, conforme a un sistema de revisión continua y de adopción de medidas correctoras sobre las decisiones acordadas.

7. Investigación de mercados, difusión participada y tecnologías de la información y el conocimiento

Frente a la tendencia general a formular las políticas culturales sobre la base de una escasa investigación en torno al consumo cultural, los gestores del Patronato de la Alhambra consideramos que el aporte de investigación en este campo es esencial, por su utilidad en el proceso de toma de decisión de la dirección en el complejo campo del turismo vinculado a los bienes culturales. De igual modo, la difusión rigurosa y ordenada de los resultados de la gestión cultural, orientada a la actividad educativa, profesional y científica, propicia el fortalecimiento de los principios teóricos y de los valores sobre los que se asienta la gestión del Patronato, impulsa el intercambio de criterios con otras instituciones y agentes privados nacionales e internacionales, y avala la calidad de nuestro trabajo.

Utilizando los instrumentos a nuestro alcance, hemos obtenido un mejor conocimiento de la demanda, de los mercados nacionales e internacionales desde los que operan los agentes turísticos que mueven el turismo a la Alhambra, de los canales de comercialización que utilizan y del producto turístico que ofertan, así como de la cadena de valor que se crea en torno a su actividad (hoteles, comercios, restaurantes, agencias de viajes y de transporte locales, guías turísticos...), de la renta disponible, de la evolución del índice de precios al consumo, particularmente del epígrafe de ocio y cultura, y de la tasa de empleo del sector servicios.

Las herramientas que aporta la investigación comercial nos han ayudado a conocer las expectativas del público sobre calidad del servicio y sobre los productos culturales que esperan obtener del Patronato, así como también a cerca del grado de satisfacción obtenido por la visita pública, o por su participación en actividades culturales y educativas. Por otro lado, junto a otras técnicas derivadas de las TICs y de la difusión participada, el marketing comercial nos permite obtener información sobre cómo nos percibe el sector, el visitante y la población local, así como constatar nuestra reputación, credibilidad e imagen en el mercado del turismo cultural y la fidelización de nuestros públicos.

Sabemos que las políticas y programas públicos que afectan al mercado han de estar implementadas por una investigación planificada y diseñada de forma adecuada, de manera que ayude a detectar problemas y plantear hipótesis de trabajo a partir del conocimiento de las opiniones, creencias, motivaciones e intenciones del público, así como de las necesidades del sector. De igual modo, trabajar sobre un ámbito patrimonial sensible a los cambios, como es la Alhambra, exige una metodología de trabajo que consista en representar las particularidades reales de la situación sobre la que se plantee cualquier tipo de variable y formular pronósticos sobre situaciones futuras. Junto a ello, se hace conveniente, además, la obtención de pruebas razonables sobre las relaciones de causalidad (causa – efecto) que se prevén en relación con las decisiones que se adopten.

Se trata, en definitiva, de propiciar un proceso de toma de decisión eficiente y coherente con los criterios de sostenibilidad, sobre los que se ha sustentado tradicionalmente la gestión el Patronato de la Alhambra, y hacerlo dentro del marco de permanente diálogo que se viene propiciando en los últimos años con la ciudad de Granada, con la comunidad andaluza y con el sector privado, dentro del amplio abanico de posibilidades que nos ofrecen las nuevas tecnologías y la sociedad de la información y el conocimiento.

Para la consecución de nuestros objetivos hemos desarrollado redes, alianzas y comunidades virtuales, donde se comparte información con colegios profesionales, fundaciones, consorcios y otros entes privados, así como con instituciones especializadas en gestión del patrimonio, nacionales e internacionales, y con los

ciudadanos y hemos implantado un CRM patrimonial, orientado a implementar un concepto de “gestión patrimonial activa o participada” por el sector turístico y las instituciones turísticas y culturales, locales y regionales implicadas en potenciar Granada como destino turístico excelente, además de por la sociedad civil.

Nos interesa la participación periódica en masters, congresos, coloquios, jornadas y mesas redondas, la celebración de cursos para guías turísticos que desarrollan habitualmente su trabajo en el Monumento, la convocatoria de jornadas semestrales de trabajo e intercambio de información con Agencias de Viajes de toda España y Hoteles de Granada, las visitas de familiarización con agentes turísticos, hoteles y prensa, para dar a conocer los nuevos productos turísticos y culturales que diseñe el Patronato, además de la celebración de encuentros con periodistas especializados de todo el mundo, que acceden a este destino turístico mediante viajes organizados por Turismo Andaluz o por el Patronato de Turismo, unido a la realización anual de Jornadas de Puertas Abiertas para dar a conocer a los residentes de Granada y Provincia nuevos espacios o formas de aproximarse al Monumento. A ello se suma la actividad continua de generación de noticias en prensa local, regional y nacional, y la renovación de los contenidos del Portal Web del Organismo, las que han contribuido, y lo seguirán haciendo en el futuro, a conseguir los objetivos que nos hemos propuesto.

8. Algunas reflexiones finales

El consumo cultural cumple una función social, es un modo de legitimación de la sociedad posmoderna y una expresión de identidad de los ciudadanos con sus tradiciones y con el legado de las generaciones que le preceden. Sin embargo, el consumo de cultura asociado al patrimonio puede constituirse en una verdadera amenaza para su preservación como consecuencia de una accesibilidad masiva o de una gestión inadecuada.

Por esta razón, los gestores de todo Bien Cultural debemos definir nuestro modelo de gestión patrimonial y tener una política cultural propia a la que destinar recursos humanos y materiales. Esta política ha de tomar en consideración las características del Lugar,

sus vínculos con el entorno territorial, la demanda de sus públicos, el impacto económico y el beneficio social que induce su actividad turística, cultural y educativa.

La definición de las estrategias seguidas en los últimos años por los responsables del Patronato de la Alhambra permite imaginar los escenarios futuros de esta organización en el ámbito del uso sostenible, caracterizar la demanda presente y futura de sus usuarios y tener una perspectiva adecuada sobre las actividades que habrán de diseñarse a partir de ahora para diversificar los usos y redistribuir los públicos en la forma que más convenga a la conservación preventiva del Monumento. Tenemos una gran responsabilidad al respecto, pues la elección del camino adecuado nos llevará a crear una cadena de valor para la sociedad.

Ahora bien, en nuestro caso, esta cadena de valor no puede reducirse al ámbito estrictamente económico, ya que el valor simbólico que representa un Bien Cultural como la Alhambra es mayor que su valor de uso. Por otra parte, en el ámbito del Patrimonio, y más concretamente en el caso de la Alhambra y el Generalife, debemos reformular el concepto de consumo ya que no responde a una necesidad utilitarista o meramente material del individuo, sino más bien a la esfera espiritual, intelectual y de los sentidos.

Estamos convencidos de la certeza de los juicios y valores sobre los que afianzamos nuestro trabajo y del rigor de nuestras acciones, y hemos definido el armazón conceptual que da coherencia y sentido a todos los programas y actividades que tenemos pensado llevar a cabo a corto y medio plazo. Sin embargo, no por ello los objetivos que hemos plasmado en nuestro Plan Estratégico, o “Plan Director de la Alhambra”, han de convertirse en una camisa de fuerza que impida responder a los retos de cada momento, sino que es nuestro deseo avanzar con la flexibilidad necesaria para adaptarnos a las nuevas realidades y oportunidades que se nos planteen en el mundo del Turismo ligado al Patrimonio.

El funcionamiento del Patronato de la Alhambra en el ámbito del Uso Sostenible exige un ritmo y una coordinación difíciles de plasmar en un texto de algo más de veinte páginas, pues en realidad se trata de

un libro que cada día escribimos y nos esforzamos en perfilar- en ocasiones sin avanzar e incluso retrocediendo- aunque sin perder nunca la visión y la misión final, que no son otras que proyectar la Alhambra hacia el futuro, reforzar la reputación de los órganos gestores y de gobierno del Patronato ante la sociedad y tender puentes hacia los visitantes, los ciudadanos y las instituciones.

Sin embargo, aplicar los principios de la sostenibilidad y propiciar la sensibilización efectiva de la población hacia el patrimonio material e inmaterial de la Alhambra y su Paisaje entraña ciertas dificultades, como también fomentar el conocimiento y la difusión del Monumento, impulsar proyectos de visita cultural que conlleven la valoración de los recursos hidráulicos, medioambientales, arqueológicos, arquitectónicos, los cuales exijan actuaciones paralelas de protección y conservación del medio físico de la Alhambra y su entorno. De mayor complejidad es aún la dotación de recursos económicos y humanos apropiados para el acondicionamiento del territorio de la Alhambra al uso público, turístico, cultural y educativo.

Hoy, estamos convencidos de que una buena estrategia de difusión y promoción cultural contribuye a consolidar una imagen positiva del Patronato de la Alhambra como gestor patrimonial y ayuda a sensibilizar a nuestros públicos con los aspectos más relevantes de la realidad histórica y contemporánea de la Alhambra y el Generalife. El proyecto colectivo representado por el Plan Director de la Alhambra vincula de forma inseparable las líneas de trabajo del Uso Sostenible, de Preservación, y de Paisaje Cultural, con las de Investigación y Difusión y con las de Sociedad de la Información y el Conocimiento.

En el siglo XXI crear sinergias y establecer nexos y alianzas útiles, intercambiar información con los agentes turísticos y económicos que operan en el mercado, y abrir canales de comunicación y de transmisión de conocimiento con la sociedad civil se ha convertido en una necesidad esencial para el avance de esta organización, y ello, con toda seguridad, redundará en beneficio del desarrollo futuro de la Alhambra y la ciudad.

Junto a esto, la profesionalización de nuestro personal de primera línea de contacto con el público y el trabajo en equipo, la suma de esfuerzos con el sector turístico, y con otras administraciones, la búsqueda de sintonía con la sociedad y el enfoque de la gestión desde una perspectiva global, nos permitirá alcanzar la legitimidad y el reconocimiento que el Patronato de la Alhambra y Generalife merece tener en el difícil ámbito de la gestión del Patrimonio.

9. Bibliografía

BATRO, A. M. “Lazos entre lo natural y lo artificial”, La Nación, 18 de enero. Sección Cultura, (2004), p. 13.

BAUMOL, W.J.y BOWEN, W.G. ” On the Performing Arts: The Anatomy of their Economic Problems”. American Economic Review, (1965), vol 55.

BONET, L. “Cultural Tourism”, TOWSE, R. [ed.], Handbook of Cultural Economics, Glos: Edward Elgar, (2003), 187-193

BOURDIEU, Pierre. *Outline of a theory of practice*. University Press. Cambridge.
-*La distinción. Criterio y Bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus, 1988.

CHIAVENATO, A. *Teoría General de la Administración*. Bogotá: Mc Graw Hill ed., 2000.

FAKUDA, Sakiko. “En busca de indicadores de cultura y desarrollo: avances y propuestas”. En Informe Mundial sobre la Cultura. UNESCO, 2001.

GREFFE, Xavier. *La valorisation économique du patrimoine*. París: La documentation Française, 2003.

HUTTER, M. y RIZZO, I. *Economic Perspectives on Cultural Heritage*. London: Basingstoke MacMillan, 2002, pp. 155-169.

MAZZANTI, M. "Cultural heritage as multi-dimensional, multi-value and multiattribute economic good: toward a new framework for economic analysis and valuation", *Journal of Socio-Economics*, 31, (2002), pp. 529–558.

MERCÉ, Xavier y BOSCH, Ramón. *El Exhibicionismo del mecenas- Reflexiones sobre la actuación pública en el sector cultural en el siglo XXI*. Lleida: Milenio, 2007.

MINTZBERG, H. *Diseño de organizaciones eficientes*. Buenos Aires: El Ateneo, 2004.

NOONAN, D. S. "Contingent Valuation and Cultural Resources: a Meta-Analytic

Review of the Literature", *Journal of Cultural Economics*, 27, (2003), pp. 159-176.

RAUSELL KÖSTER, Pau (dir.). *Cultura : Estrategia para el desarrollo local*. Madrid: AECID/Universitat de Valencia/Instituto Interuniversitario de Desarrollo Local, 2007.

10. Fuentes documentales

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (2002) *Turismo: Panorama 2020. Previsiones mundiales y perfiles de los segmentos de mercado*, Madrid: OMT.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (2005), *Gestión de la saturación turística en sitios de interés natural y cultural - Guía práctica*, Madrid: OMT.

www.unia.es

un
i Universidad
Internacional
de Andalucía

A *Seminario Permanente
de Patrimonio
Histórico*

une

UNIÓN DE EDITORIALES
UNIVERSITARIAS ESPAÑOLAS

www.une.es

*Esta editorial es miembro de la UNE,
lo que garantiza la difusión y comercialización
de sus publicaciones a nivel
nacional e internacional*.



9 788479 932183