

SOBRE EL CONCEPTE DE PATRIMONI: reflexions d'ahir i d'avui

Lada Servitja Tormo

"Fins i tot el més humil dels objectes materials, que és producte i símbol d'una particular civilització, és un emissari de la cultura de la qual prové"

Thomas Stearns Eliot. 1947

De vegades és més difícil del que sembla, intentar trobar resposta a *Què entenem per patrimoni?*

Si mirem al diccionari, veurem que la definició de patrimoni és tot allò que posseïm o allò que tenim perquè ho hem heretat dels nostres ascendents.

Tot i que aquesta seria la definició teòrica o comuna, caldria posar de manifest altres conceptes molt més amplis que també van molt lligats a aquesta idea, i sobretot, com aquest fet, a mesura que passen els anys, s'ha d'anar modificant.

El patrimoni, a part de ser quelcom preuat que hem heretat, i que en justícia ens mereixem tots els humans, també és aquell element; material i immaterial, que actua en benefici de la seva riquesa cultural, de la seva sensibilitat i del seu sentit de la identitat.

Hauríem d'associar la paraula patrimoni a tot el conjunt d'elements que conformen un territori, així com les tradicions o aquells aspectes de l'indret que no són directament visibles o fàcilment relacionables amb el

conjunt o element patrimonial. Aquest instrument identitari d'una societat, ha de ser dinàmic, i d'aquesta manera, ser capaç d'influir en els diferents aspectes de l'economia, la cultura, l'oci, l'esport... d'una societat. Cal tenir en compte, però, que per tal de que el patrimoni sigui un motor de desenvolupament social, aquest dependrà de l'ús que en facin els diferents sectors de la població i de la reciprocitat que n' emergeixi.

Ja en els últims anys, s'ha anat traçant una visió més integral del concepte de patrimoni, intentant unificar cada vegada més, el patrimoni cultural, tant treballat i en alguns casos explotat, i el patrimoni natural. El resultat d'aquestes dues realitats, és el que ha donat pas a un nou concepte definidor de patrimoni instaurat aproximadament, als entrants del segle XX: el patrimoni com a instrument de desenvolupament territorial sostenible.¹

Quasi sempre, associem patrimoni amb turisme, ja que aquest és una de les fonts econòmiques primordials d'aquest, però al mateix temps que el turisme és clau per al desenvolupament econòmic i social d'un territori, hem arribat a extrems on aquest, pot ser fàcilment degradable pel seu abús. En són clars exemples les pintures rupestres d'Altamira, la portada romànica de Santa Maria de Ripoll, les pintures de la capella Sixtina o fins i tot, el cenacolo amb la pintura al fresc del Sant sopar de Leonardo de Vinci a Milà (i més encara després del "boom" literari que ha despertat la fam dels turistes). El turisme, i en especial les masses, poden ser els factors claus pel deteriorament d'aquest nostre patrimoni, i els motius perquè haguem de buscar-ne un desenvolupament sostenible.²

Tal i com tots coneixem, el turisme a Espanya es posa de moda després de la segona guerra mundial, i en especial, als volts dels anys

¹ "Museo y patrimonio en la didáctica de las ciencias sociales". A.A.V.V. Universidad de Huelva. Publicaciones Huelva 2001

² "Patrimonio, museos y turismo cultural: claves para la gestión de un nuevo concepto de ocio" A.A.V.V. Servicio de publicaciones Universidad de Córdoba. Fuente obejuna 1998

60 quan la societat treballadora, arriba un estat econòmic modest i es pot permetre comprar un cotxe i destinar uns dies a l'oci: anar a una altre ciutat o indret i gaudir dels diners pel propi benestar. Serà el que els experts denominen "turisme de sol i platja", motivats per la recerca d'allò completament diferent del que fan cada dia. Viuen en una societat que els aliena del món, i són obrers d'una fàbrica que concep a l'individu com una peça més del motor que actua de forma mecànica. Serà per aquest motiu, que els denominats "turistes" voldran ser servits, i sentir-se com aquells que mai podran arribar a ser: els dominants.

Tot aquest excés de turistes i la massificació d'estiuejants en els períodes de vacances va provocar un descens en la qualitat dels serveis. Va ser pels volts de l'any 1973, quan hi va haver una crisi econòmica internacional que va repercutir en el turisme, reorganitzant-lo i adaptant-lo cap a la gent amb més recursos econòmics. Al 1974, a Espanya hi va haver una davallada molt brusca pel que fa al turisme de "sol i platja", i incipientment, va arribar un turisme buscant qualitat en els serveis, i sobretot, un turisme en què volien combinar l'oci amb la cultura: l'anomenat "turisme de qualitat". S'oferien ofertes personalitzades i desenvolupades amb un turisme privat, en què les despeses turístiques per persona van arribar a créixer un 25%. Turistes que mica en mica arribaran a desenvolupar el temps d'oci en un factor actiu, i es preocuparan més de les cultures i tradicions que envolten a l'element patrimonial com a complement d'aquest.

Avui en dia, el turista encara és més exigent i busca per sobre de tot, visitar monuments, museus, menjar bé o assistir a visites guiades en conjunts patrimonials³.

El turisme cada cop més va en augment, i es corre el risc de que el patrimoni mica en mica vagi deteriorant-se. És per això que caldria establir un triangle on cada un dels vèrtexs es trobi en equilibri:

³ "Geografía del turismo" Díaz Álvarez, José R. Ed. Síntesis. Madrid 1989.

*Els turistes i els visitants, el patrimoni i finalment la població local.*⁴

La bona conjunció d'aquests tres elements serà el que marcarà que l'element patrimonial, esdevingui un producte cultural al esdevenir al mateix temps, valor estratègic pel desenvolupament d'una localitat.

Perquè aquest triangle d'elements sigui afectiu, cal que el patrimoni no caigui en la repetició, en la monotonia d'oferir sempre el mateix i al mateix públic d'edat. Calen factors que dinamitzin el conjunt patrimonial i que conservi l'equilibri entre el poble i els visitants. Tal i com ens reflexiona Francisco Zamora⁵, per tal de dinamitzar el patrimoni, caldria transformar els béns culturals passius, en recursos actius, amb la capacitat de generar ingressos i contribuir d'aquesta manera a la seva pròpia conservació. El que considera clau, però, és que per fer una bona gestió d'aquest patrimoni, no cal confiar tan sols amb els professionals del tema, sinó deixar parlar als aficionats, a aquelles persones que no els mou el sou de cada mes o els diners. Aquelles persones que els mou l'afició, que es bolquen al 100% a aprendre i participar, a preguntar i sobretot, a pagar per viure una experiència cultural memorable⁶. Aquest seria el cas de les associacions d'Amics del Museu o a través d'actuacions de les diferents Caixes d'Estalvis per promoure la cultura⁷.

El que us exposaré ara, seria el cas i també, un molt bon exemple per il·lustrar les idees de Francisco Zamora. Ja fa temps, hi va haver un projecte molt important en què es van involucrar diferents

⁴ Cal buscar que cada un d'aquests tres elements, obtingui el màxim resultat. El visitant pretén aconseguir un alt nivell de satisfacció i una qualitat en l'experiència realitzada. La població vol aconseguir una qualitat de vida que equivalgui a qualsevol altre ciutat que no sigui destí turístic, i el patrimoni, ha de cercar la qualitat en els recursos que en depenen, això sí, casant els conceptes medioambientals, socioculturals i psicològics.

⁵ Llicenciat en història de l'art, doctor en filosofia i llicenciat en dret. Màster en gestió de patrimoni cultural i en direcció d'empreses. Actualment és el president de l'associació espanyola de gestors del patrimoni.

⁶ Tal i com diu la constitució espanyola, el patrimoni cultural és propietat de tots, i per tant, està fet pel benefici, gaudi i contemplació de TOTS els espanyols.

⁷ "Patrimonio, museos y turismo cultural: claves para la gestión de un nuevo concepto de ocio" A.A.V.V. Servicio de publicaciones Universidad de Córdoba. Fuente ovejuna 1998. (p.262)

camps i serveis dins la cultura d'una mateixa societat per tal de millorar i promoure el parc de Miraflores: un grup de gent, sense ànim de lucre ni de prestigi, es proposen un projecte que abraci tots els sectors de la població i que millori les condicions de vida de tots aquells que hi participen activament. Per tal de que tingui una bona acollida, han de fer-hi participar a tothom de forma col·lectiva. Aquest concepte és el que ha permès un alt nivell de satisfacció per part dels usuaris que han visitat l'element patrimonial i als propis ciutadans que hi han de viure. Tot i que aquest projecte encara no ha arribat a la fi, són moltes les expectatives posades sobre ell.⁸

Caldria fomentar aquest tipus d'iniciatives i incentivar a la gent les ganes d'involucrar-s'hi. Un projecte d'aquestes dimensions on tota la comunitat hi participa d'una manera o altre és gratificant en tots els sentits.

A més a més d'aportar-te gratitud a nivell personal i en el camp de la societat, el territori en el que s'hi ubica també adopta un nou aire. La identitat, aquell concepte, o en molts casos també sentiment que uneix un element amb la seva terra i els seus habitants. La identitat d'un territori el qual pot passar de ser desconegut, a admirat per la seva gran riquesa patrimonial.

Per portar-ho a terme, haurem d'estudiar l'element arrelat a la nostra terra. Amb això, descobrirem molts fets històrics relacionats amb els antecedents de la nostra població. D'aquesta manera haurem fet créixer l'interès pel nostre passat tot fonamentant un element patrimonial propi. Ara, però sense el compromís dels ciutadans ni la seva involucració, aquest element no evolucionaria com a tal. No l'exploten turísticament ni li busquen una vessant estrictament científica

⁸ Al nord de Sevilla, en el districte de la Macarena (157.502 habitants), un dels més densos i pitjor urbanitzats de la capital andalusa, la pressió de las associacions de veïns han aconseguit, després de més de deu anys de reivindicacions, la creació de un parc educatiu i cultural sobre una superfície abandonada de 86 Ha. El Parc de Miraflores, acabarà por convertir-se en un dels espais verds més gran de Sevilla. La pròpia concepció del Parc, l'execució del qual suposarà una inversió de més de divuit milions d'euros, el singularitzen com un projecte d'execució de caràcter dotacional-verd, educatiu i cultural. (www.sevillainformación.org)

o educativa. Senzillament, intenten cercar el terme mig, l'equilibri capaç de satisfer cada un dels diferents grups socials per tal de millorar-ne les seves condicions com a éssers humans.

El que aconseguirem d'aquesta manera, és usar el patrimoni com a recurs social i establir una relació d'homes amb homes, així com amb el patrimoni i amb la mateixa societat: els problemes, les contradiccions, els conflictes, les ideologies, les classes, els diners.... en certa manera, el que aconseguirà un element patrimonial, és crear un vincle comú entre tots i permetre que cada un dels individus se'l fa seu ; veuran com cada un d'ells l'assumeix com a propi: el converteix en una necessitat.

El que ajuda a aquest fenomen, és que el projecte vagi dirigit a totes les edats, sectors de població, nivells educatius... i que permetin que tots, col·lectivament, assumeixin la responsabilitat d'admirar i conservar un element que els hi és de tots i per a tots.

El que considero més important d'aquests projectes patrimonials, és que sense obtenir diners a canvi ni explotar-ne tots i cada un dels diferents recursos que poden oferir, el grau de satisfacció és el mateix. Per a un ciutadà que pot gaudir d'aquest projecte, no només li calen els beneficis econòmics per sentir-se satisfet amb el que té. El benestar i la sensació de poder-ne gaudir sempre que vulgui (perquè està en la seva societat) li compensa sobre l'afany d'explotar la zona i que només esdevingui únicament com a reclam turístic.

De la Utopia a la realitat, no només hi ha un pas. És agradable d'observar projectes com el de Miraflores, però la gran majoria de casos, passen a l'altre extrem; el diner és més potent que qualsevol voluntat de promoure la cultura. L'ús mercantilista que se'n fa ha arribat a extrems en què el patrimoni deixa de ser patrimoni i esdevé de forma abusiva símbol d'una ciutat, o simplement, un souvenir més.

Tant museus (espais exhibidors d'aquest patrimoni) com elements de patrimoni cultural destinats a uns usuaris i uns visitants, molts cops s'obliden que els visitants són persones que volen gaudir d'una activitat cultural i no tant una activitat turística. En molts casos, s'impregnen de diverses ideologies que els decanten cap a un us més mercantilista enfront un us pròpiament de patrimoni.⁹ A les zones denominades turístiques, gran part dels museus estan destinats a la vessant mercantilista. Usen com a excusa l'Element Patrimonial en qüestió per tal de desenvolupar-hi al voltant, tot un seguit de serveis que tenen com a única finalitat la de generar beneficis. Si aquests no funcionen, es busquen noves estratègies de mercat que generin més beneficis econòmics. Això ho podem veure en el cas del museu Guggenheim de Bilbao i del que la seva construcció va suposar i encara avui suposa pels ciutadans bascos¹⁰. La quantitat de diners que genera aquest museu de bon tros ha cobert el que en un principi s'hi va invertir. Els hotels, els restaurants, les botigues... la comunitat en general n'ha sortit beneficiada. El nom de la ciutat ha quedat enriquida i el museu, s'ha convertit en part de la seva identitat.

Cal considerar doncs, que construir un museu és un negoci? O senzillament, és la idea posada a la pràctica de voler culturitzar els habitants de les diferents parts del món? Un cop vist això, val la pena potenciar tant, els sectors del voltant de l'Element patrimonial? Al cap i a la fi, tot genera diners, i els diners són el que fa moure el món.

Des d'un punt de vista social, es podria enfocar aquest tipus d'accions com a element simplificador de la condició de vida dels homes que en depenen i la ciutat en qüestió, però des de un punt de vista ètic, pot semblar desafortunada la gestió de molts dels diferents elements

⁹ "La gestión del patrimonio cultural. La transmisión de un legado" A.A.V.V. Fundación del patrimonio histórico de Castilla y León. Valladolid 2002

¹⁰Aquest museu va aparèixer arrel de moltes disputes i negociacions del govern basc amb el de Guggenheim, per si es posava la franquícia de la sucursal de Nova York aquí a Espanya. D'aquesta manera es volia promoure el país intentant esborrar la mala imatge del terrorisme. Van fer un concurs per trobar un arquitecte i el projecte el van

patrimonials, ja que donen pas a tot un sector comercial que només mira els guanys i no tant els aspectes culturals. El problema però, és que molts dels serveis que ofereixen els elements patrimonials, serveixen per ampliar els continguts del museu o per introduir-te amb les tradicions i aspectes més autòctons. D'aquesta manera, la vessant econòmica o mercantilista de l'element patrimonial, queda dissimulada.¹¹

Quan un lloc esdevé un dels racons turístics més freqüentats, hi participen dos factors. Un, el de la potenciació social i econòmica de la zona, tal i com ja he mencionat anteriorment, i l'altre, el de la degradació del medi ambient que aquest fet comporta, així com el de la pròpia degradació de la societat (aspecte molt important i a tenir en compte si es vol donar una continuïtat al projecte patrimonial).

En aquest aspecte, considero oportú el comparar-ho a través d'un exemple: molts pobles dediquen unes jornades al turisme transformant-se durant uns dies amb els seus avantpassats, com és el cas de Castelló d'Empúries, Vic o Besalú. Fan tot de representacions ambientades a l'època Medieval i els propis habitants practiquen de cares al públic les danses, feines i tradicions.

La idea i la realització d'aquestes diades destinades únicament al turisme, poden ser beneficioses pels seus habitants en l'aspecte econòmic, però la massificació de gent en determinades dates malmeten la tranquil·litat del poble i l'aspecte que els turistes hi deixen, és força degradant.

encarregar a Frank O. Gehry. L'edifici està compost per tot un seguit de planxes de titani i pedra calcària. Els dos elements, símbols identitaris de les arrels del poble basc.

¹¹ Una opinió oposada o un diferent punt de vista a l'anteriorment esmentat, és el que el museu hauria de reinvertir part dels beneficis. Per sobre de tot, el museu hauria de ser un òrgan que hauria de generar beneficis que s'haurien d'anar reinvertint, al mateix temps que hauria de promoure la cultura i hauria de presentar-se com un producte apte pel consumidor. Un clar exemple podria ser la ciutat de Barcelona, la que es podria considerar com un gran Element Patrimonial que ha sabut potenciar tots els seus sectors, s'ha anat renovant oferint cada cop, ventalls més amplis per visitar i sobretot, el seu patrimoni cultural ha estat objecte de divulgació i investigació.

Tant aquest com molts altres casos, esdevenen activitats culturals que complementen els grans viatges. Fan un viatge d'oci i lleure, però en determinats dies es desvien de l'itinerari per participar a diverses activitats de caire cultural. Una bona forma de potenciar determinats aspectes de cultura, però això si, tornant a caure en l'afany de generar diners.¹²

He assistit en primera persona a les tres poblacions que fan les jornades medievals. Però el cas concret de Besalú, i més després de poder parlar en primera persona amb una de les treballadores de l'oficina de turisme del poble, he trobat apropiat fer un estudi més exhaustiu de les ofertes, les demandes, i sobretot, les polítiques que regeixen els habitants de Besalú. Ha estat un poble que m'ha atret pel seu encant, i que hi he trobat una mica de tot: massificació, però també tranquil·litat.

De cares als turistes, i sobretot, els períodes més actius pel que fa a visitants, Besalú disposa de tot un seguit de serveis que propicien una fàcil adaptació a la seva demanda:

- Disposen d'un tren turístic que realitza dos recorreguts diferents. Un que et porta a fer la ruta romànica visitant els diferents pobles veïns, i l'altre, que et porta a fer la ruta per la vila de Besalú. El primer dura uns 70', el segon uns 40'. El preu és accessible i pel turista i pels grups de la tercera edat, és una molt bona proposta que permet fer una visita cultural sense haver de patir el mal de cames i amb una durada raonable.
- Si aixequem la vista, veiem Mare de Déu del Món, on el poble organitza tot un seguit de romeries i festes populars, vinculant aquests dos llocs de gran interès públic.

¹² "Patrimonio, museos y turismo cultural: claves para la gestión de un nuevo concepto de ocio" A.A.V.V. Servicio de publicaciones Universidad de Córdoba. Fuente obejuna 1998

- L'oficina d'informació que es troba al centre de la vila i el punt d'informació que es troba a l'entrada són dos elements clau perquè els visitants es sentin ben informats en tot moment. Els panells informatius que es van trobant al llarg del poble faciliten en gran part que el visitant no hagi de dependre exclusivament del mapa orientatiu, tot i que és un molt bon element que et permet visitar els punts més importants d'una forma totalment lliure.
- Disposen d'aparcament destinat als minusvàlids. És difícil trobar places per minusvàlids en espais turístics altament freqüentats.
- La senyalització del poble també facilita al visitant la seva estada, així com l'existència d'uns W.C. públics que es troben impecables i que també estan molt ben senyalitzats. Tant els lavabos com el poble en general estan molt nets. És un aspecte molt rellevant i a tenir en compte si considerem que aquests serveis que contracta l'ajuntament, són fàcilment rebuts pel turista. El nivell de satisfacció en aquest cas, és molt alt. A més a més, són gratuïts.
- Un altre fet que et pot decidir en passar una estada a Besalú és el de disposar d'Hotels i hostals que juguen amb l'ambient medieval del poble, així com la venda d'embotits i formatges típics de la zona i de productes com l'absenta i els carquinyolis. Tot fa que t'enduguis un bon record de l'estada.
- A part de desenvolupar unes jornades medievals al mes de setembre, durant les nits d'estiu realitzen unes visites nocturnes. Això atrau molts turistes i suposa la participació de la major part dels veïns. Això beneficia els turistes però al mateix temps, es converteixen en petites classes d'història pels més menuts. (També Besalú organitza en el període escolar tot un seguit de visites lúdiques pels nens que s'adapten en contingut i tractament segons les edats i coneixements)
- Les cases del centre del poble es poden rehabilitar amb uns determinats ajuts municipals. Es marquen uns paràmetres de restauració que faciliten l'harmonia visual de tot el conjunt. D'aquesta manera volen que el grau d'implicació dels 2200 habitants (aproximadament) sigui fins a cert punt un benefici pels propis veïns

i pels visitants, això sí, sense trencar l'harmonia de poble i no convertint el poble amb un centre únicament d'atracció turística.

- I ja per acabar, Besalú és un poble que es mou paral·lelament al seu conjunt patrimonial i traça conveni amb diferents institucions per poder avançar en el camp de la investigació. Hi ha un conveni amb l'institut de patrimoni de la U.D.G. on gràcies a aquest han pogut comptar amb l'assessorament arqueològic necessari per desenvolupar els diferents aspectes de la vila. També estan potenciant la investigació històrica dels diferents documents que certifiquen la vila com a comtal i poder convertir Besalú amb un punt de referència a nivell medieval, implantant-hi un centre d'estudis medievals. Actualment estan en tràmit els papers per demanar que la nomenin Patrimoni de La Humanitat.

Per altra banda, a Besalú també hi trobem els seus inconvenients. Aspectes que dificulten la vida de la gent autòctona i la de l'arribada de visitants, ansiosos de conèixer el patrimoni cultural, però també disposats a deixar-s'hi molts diners (heu de pensar, que el qua fa enfadar a uns, alegre als altres, i al revés. Trobar un terme mig és complicat, i Besalú, mica en mica és el que està intentant fer.):

- Hi ha un accés restringit a les esglésies. Per problemes amb el bisbat només es poden visitar les esglésies acompanyats per un guia turístic. Molts visitants es neguen a pagar-lo ja que l'encant del poble, entre moltes altres coses, són les esglésies i el significat que elles comporten pel poble. Si els propietaris legals del funcionament de les esglésies, es neguen a facilitar l'accés públic per tal de realitzar-ne una visita, difícilment, l'ajuntament i l'oficina de turisme hi podran fer res.
- El concepte d'identitat també es pot veure amenaçat si se'n fa un mal ús. No hem de relacionar Besalú com un poble destinat a gestionar-se a través dels visitants, sinó que la identitat del poble no s'ha de veure afectada i ha de saber sobreviure juntament amb aquest aspecte.

- La proximitat de Besalú amb altres centres que també utilitzen la història per donar-se a conèixer, pot arribar a afectar, sobretot a la llarga, en el número de visitants. Un exemple clar és el de la vila comtal de Castelló d'Empúries.
- La degradació a que es veuen sotmesos gran part dels elements patrimonials, fa que es converteixi amb una amenaça a l'hora de valorar les inversions que calen destinar a aquest problema.
- Moltes botigues de souvenirs es dediquen a vendre productes típics d'Espanya. Sí és cert que la majoria venen productes fets de ceràmica, però la majoria de regals que et pots endur no tenen relació amb el que aniràs a veure al poble, un poble medieval ambientat com a tal i que conté un MIQVÉ jueu, entre altres coses.
- El pàrquing és un gran problema ja que no hi ha prou espai per abarcar la quantitat de visitants que hi arriben. Si béns amb autobús només t'hi pots estar tres quarts d'hora (idea molt bona per agilitar el trànsit), però tot i això, l'espai del que disposen per aparcar és molt reduït i has d'anar en un descampat del darrera on hi ha més lloc. El curiós del cas, és que per passar de l'entrada del poble al descampat més gran per aparcar, la mala col·locació dels autobusos, altres cotxes i grups de visitants et dificulten l'accés o la visibilitat del cartell que t'ho indica.
- Un element tant imprescindible com són els caixers automàtics, tot i que en el poble hi ha tot un seguit de senyalitzacions respecte on són els restaurants, la farmàcia..., no hi figura cap rètol que t'indiqui on es troben. Si resulta que estàs situat al centre del poble, has d'anar preguntant on es troben. Has d'anar fins a la sortida del poble a peu de carretera. Estaria bé que en el centre n'hi haguessin.
- Un altre tema complicat a tractar, és el de l'accés amb cotxe al centre de la vila per part dels veïns. Els carrers són molt estrets i l'accés amb cotxe és molt difícil. Tot i que a la plaça portxada no està permès aparcar-hi, molts espavilats hi deixen el cotxe tot el dia. El municipal no els hi posa multes i dona una imatge molt lletja al centre de la vila.

- La oficina de turisme només disposa de dues persones encarregades d'abastar informació al visitant i de realitzar les visites guiades. Molta feina si es té en compte que molts cops, l'oficina s'ha de quedar sola uns moments perquè no donen l'abast.

Amb aquest anàlisi realitzat a Besalú, però que es podria aplicar a moltes altres ciutats o pobles de la nostra província (no cal anar gaire lluny), hem pogut observar els diferents aspectes fonamentals en què es sol basar un element patrimonial, gestionat des d'una vessant tant social com turística.

En molts casos, la vessant turística dels elements es superposa als aspectes més patrimonials. Besalú aquest aspecte però, intenta portar-lo força bé, acontentant als habitants amb diferents beneficis a l'hora de rehabilitar o facilitant accessos al comerç del centre urbà. Amb tot això, i malgrat les amenaces que poden arribar a suposar l'increment turístic dels últims anys, es sol compaginar bé aquests dos aspectes. Pots observar una església de tipologia romànica, un barri jueu i un pont medieval, mentre et prens una coca-cola o un dinar (en la majoria dels casos, o plat combinat pel turista estranger, o cobert de 25-35 € pel turista més autòcton).

El que si trenca potser l'harmonia i la pau que et transmet el lloc, són les botigues de souvenirs. Només baixar de l'autobús i entrar al poble, dos botigues ens donen la benvinguda. Sembla que en lloc d'oferir-te els productes típics de la zona, o de donar-te una visió més culta i de oci dels elements que aniràs a veure, et mostrin els elements típics de l'Espanya que es venen a les botigues de Lloret (claus per atraure turistes estrangers).

La sensació rica i cultural que et vol aportar tot el poble a través dels seus monuments i de la serietat dels seus gestors, es veu trencada per l'abús turístic. Sembla que vagin de cares al negoci i no tant a mostrar-te un lloc únic. La tranquil·litat que les pedres et transmeten

queda torbada pels cartells amb anglès de FREE ENTRANCE i pel reguitzell de botigues que mostren els seus productes al carrer.

Això sí, al centre de la vila, la netedat i la manca de botigues de souvenirs ajuda a que aquesta idea de tranquil·litat, i sobretot en època no turística, t'arribi més ràpidament.¹³

I ja per acabar, i com a punt final de les meves reflexions, voldria puntualitzar que totes aquestes consideracions posades de manifest en aquest article, són encertades en l'aspecte patrimonial. El problema de tot, però, el té la societat en què vivim.

El comerç i l'economia és el motor del nostre dia a dia. Molts de nosaltres ens rebaixem a seguir uns esquemes marcats pel comerç tot i que en molts casos no entenem el vertader significat. Per Sant Jordi, s'explota el comerç del llibre i la rosa, el dia del pare i el de la mare es venen com dos dies de compres obligades, el Nadal ha perdut el sentit original per passar al consum desmesurat...

Aquesta és la conclusió a la que volia arribar. El consum marca les pautes. En els museus, el turisme, generador del consum, marca les pautes. I un cop arribats a aquest punt, només ens queda la postura d'assumir que és necessari o interessant que tants sectors s'hi beneficiïn i la d'intentar gaudir al màxim la diversitat de serveis que ens ofereixen. Potser no és la política de gestió dels museus i dels elements patrimonials el que caldria canviar, sinó la societat en què vivim i la manera que tenim tots plegats de valorar els béns materials.

"Sería mejor algunas veces quedarse con las cosas hechas por hombres excelentes un poco destruidas, que hacerlas retocar por quien sabe mucho menos"

G. Vasari

¹³ "Gestió del patrimoni històric" A.A.V.V. Edicions de la UOC. Col·lecció manuals 50. Barcelona 2001