

La cultura de les destinacions: teoritzar el patrimoni



Barbara Kirshenblatt-Gimblett
Universitat de New York

El patrimoni o herència cultural (cultural heritage) és una nova forma de producció cultural, una nova indústria que dóna valor al passat en el present. A través d'exemples dels Estat Units, Nova Zelanda, Suècia i França, l'autora analitza la comercialització de la cultura en museus i parcs temàtics, i en el turisme.

"Cultural heritage" is a new form of cultural production, a new industry adding value to the past in the present. Using examples from the US, New Zealand, Sweden, and France, the author analyzes the commercialization of culture in museums, theme parks, and tourism.

El patrimoni: una nova forma de producció cultural en el present que recorre al passat

El patrimoni no es perd ni es troba, no es roba ni es reclama. Tot i que s'ha realitzat un discurs de conservació, de preservació, de restauració, de reclamació, de recobriment, de recreació, de recuperació, de revitalització i de regeneració, el patrimoni produeix alguna cosa nova en el present que recorre al passat. Aquestes paraules suggereixen que el patrimoni és previ a la seva pròpia identificació, avaluació, conservació i commemoració. Segons el prospecte, "Descobriu una part important de la història... El passat us espera perquè l'exploreu a la costa centreeccidental" de l'Illa del Sud de Nova Zelanda. Si utilitzo la paraula *producció*, no vull dir que el resultat no sigui "autèntic" o que sigui del tot inventat. El que sí que voldria recalcar, però, és el fet que el patrimoni no es perd ni es troba, no es roba ni es reclama, sinó que és una forma de producció cultural en el present que recorre al passat.

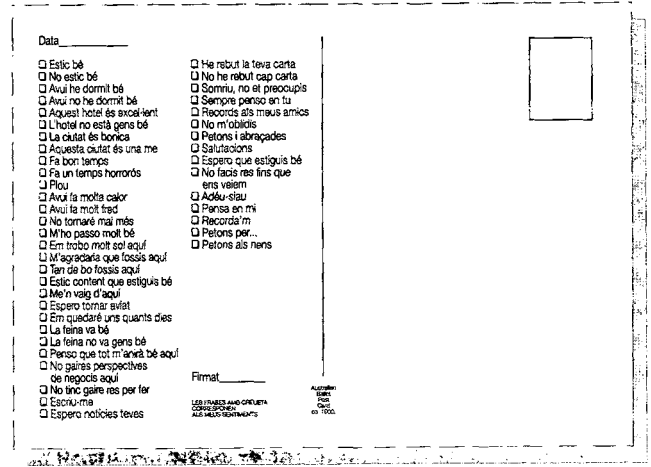
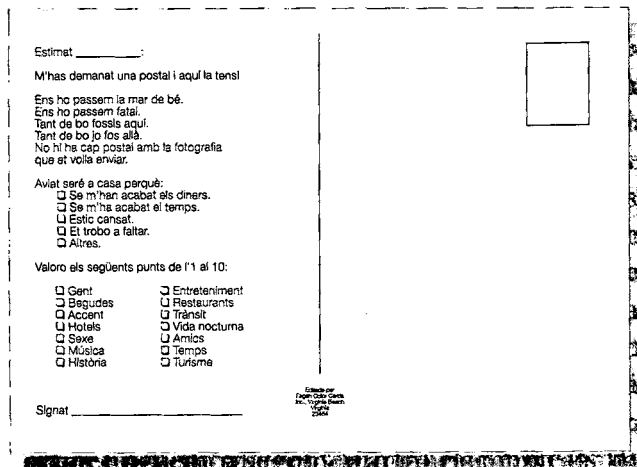
El patrimoni no només proporciona a edificis, recintes i maneres de viure —que, pel motiu que sigui, ja no són viables— una segona vida com a representacions d'ells mateixos, sinó que produeix alguna cosa nova. És a dir, si un passat colonial, un passat de missioners i aculturació forçada, amenaçava de provocar una "desculturació", la indústria del patrimoni no capgira gaire aquest procés, encara que el seu discurs de reclamació i de preservació faci aquestes reivindicacions, sinó que la indústria del patrimoni és una nova forma de producció cultural que produeix alguna cosa nova. No és possible tornar enrere. Si la indústria del patrimoni tal com la coneixem fos sostenible, no necessitaria ser protegida. El procés de protecció, "d'afegir-hi valor", parla en el present, i també al present, tot i que ho fa en funció del passat.

El patrimoni: una indústria de valors afegits

El patrimoni afegeix valor als béns existents que o bé ja no són viables (vides marcades per la subsistència, tecnologies obsoletes, mines abandona-

Traducció:
A. Ausió i R. Puppò
(Universitat de Vic)

Exemples de postals turístiques amb una estandardització de sentiments per als viatges turístics.



des, testimoni de les catàstrofes del passat) o bé que mai no han estat productius des del punt de vista econòmic —perquè una àrea determinada és massa càlida, massa freda, massa humida o massa remota— o bé que no són convertibles en beneficis, perquè es tracta de “recursos lliures, inherents i naturals” o propietats inalienables. Les organitzacions pro patrimoni garanteixen la supervivència dels llocs i els costums en perill de desaparèixer, perquè estan abandonats o perquè ja no funcionen o ja no es valoren. I aquesta supervivència es garanteix a través dels valors afegits que són el passat, l'exposició, la diferència i, sempre que sigui possible, la indigeneïtat.

El valor del passat

Gràcies a la indústria del patrimoni, “el passat és un país estranger”.¹ La idea de viatjar a través del temps es fa explícita en les invitacions que proposen: “Feu un viatge a través de la història” (Taranaki Heritage Trail) o “Passegeu pel camí dels records” (Howick Historical Village), ambdós a Nova Zelanda. I el mateix mot *històric* es pot interpretar com un indicatiu d'obsolescència: no és possible fer trucades des de la “històrica cabina de telèfons” a l'itinerari patrimonial (Heritage Trail) a Palmerston North. El rètol municipal informa que “Aquest edifici està protegit”, però actualment les finestres exposen una guia de béns im-

1. La frase prové de Hartley, L. P. *The Go-Between*. Londres: H. Hamilton, 1953.

mobles a càrrec de la companyia Harcourts, que és més antiga que la cabina. No cal dir que Harcourts, que funciona des de 1888, no forma part de l'itinerari patrimonial.

El valor de l'exposició

El patrimoni i el turisme són indústries en col·laboració l'una amb l'altra: el patrimoni converteix els llocs en destinacions i el turisme els converteix en viables, des del punt de vista econòmic, com a representacions d'ells mateixos. En una economia turística, els llocs esdevenen museus d'ells mateixos. Quan aquests llocs, edificis, objectes, tecnologies o maneres de viure ja no es conserven per si sols com ho feien anteriorment, "sobreviuen" —amb vista a l'interès econòmic— com a representacions d'ells mateixos. A Pensilvània, els projectes patrimonials estan vinculats amb la desindustrialització massiva d'aquest estat —es calcula que un 65% del sòl destinat a usos industrials continua abandonat— tot creant nous usos per als edificis abandonats i llocs de treball per als obrers industrials en atur, els quals fan de guia i expliquen la seva vida anterior a les mines o la indústria siderúrgica, ara convertides en patrimoni industrial.²

Les economies en decadència escenifiquen el seu propi renaixement, tot fent mostra del que temps era temps havien estat, cosa que fan, de vegades, a penes declarada la mort. A l'antiga Alemanya Oriental, el turisme entra a escena allà on se'n va la indústria pesada impulsada pel règim comunista. A Turíngia venen els vells bons temps de Luter i Goethe tot fent gala dels castells medievals, la Casa Consistorial que data del Renaixement i les esglésies.³ Al nord de Berlín, en una antiga base militar, "els vells mals temps" són el tema d'un museu i un parc temàtic.⁴ El museu presentarà la història política i social de l'Alemanya Oriental; el parc temàtic en re-crearà la vida comunista. "El personal que atendra el públic serà malhumorat i poc servicial. Els únics productes en venda seran aquells que antigament es trobaven a l'Alemanya Oriental."

La caiguda del comunisme i el final de la guerra freda han creat un gran espai d'ambivalència, si no de repudi, que inspira una nostàlgia, una

ironia o una revaloració històrica incòmodes. I amb el pas de fabricar armes nuclears a desmuntar-les —i amb l'acabament de les prestacions de l'Estat per fabricar armes— Los Alamos recorre al turisme per tal de donar una empenta a la seva economia en decadència. Escòcia ha transformat "un búnquer subterrani, que havia estat un refugi nuclear per als ministres del Govern britànic", en un "museu nacional de la guerra freda". Els golfistes piquen suaument sobre la gespa, mentre que trenta-tres metres sota seu, "els turistes exploren les sales de control, d'informàtica i de comunicacions, els dormitoris i els estudis radiofònics nuclears, tots equipats amb artefactes autèntics".⁵ El turisme prospera gràcies a aquestes juxtaposicions sorprenents, gràcies al que es podria anomenar el surrealisme turístic, l'exotisme del que s'exposa dins el seu context de presentació.

El valor de la diferència

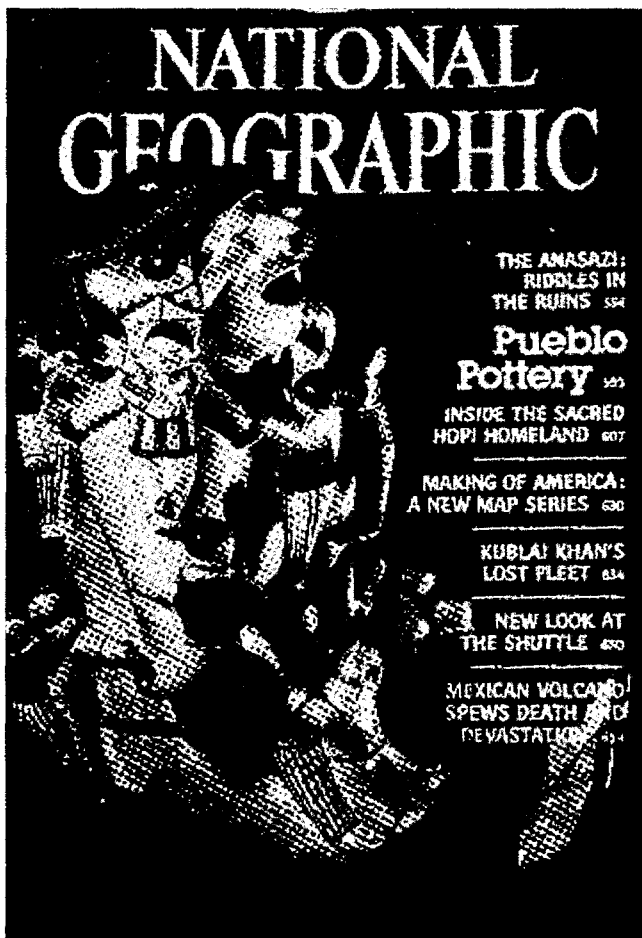
Perquè sigui capaç d'atreure turistes, un lloc s'ha de convertir en destinació. I per fomentar la competència les unes amb les altres, les destinacions s'han de poder diferenciar, raó per la qual el turisme requereix la producció de la diferència. És més: no interessa gens, a les destinacions remotes, que el turista arribi en un indret que no es diferencia del lloc que acaba de deixar o de qualsevol dels milers de destinacions que competeixen pel seu racó del mercat. Tal com afirma la Declaració Cultural del Govern de Queensland sota el títol "*The Business of Culture*" ("El negoci de la cultura"), "el Govern esperarà que el subvencionat sector de les arts garanteixi al públic el lliurament rendible dels productes i els serveis culturals característics de Queensland".⁶ Es tracta de "beneficiar-se de la diferència", tal com indica l'informe, com també beneficiar-se de l'"efecte vessament" (incidència favorable en l'economia) d'una "imatge positiva de Queensland".⁷

La manca de diferenciació és tot un problema per a la indústria del turisme. L'estandardització forma part de l'economia dels costos que requereix el turisme de gran volum. En primer lloc, la integració vertical dins el sistema turístic col·loca bona part de la infraestructura a les mans d'unes

La societat de consum està convertint el patrimoni en una important font econòmica: la retroalimentació és permanent i també es veu afavorida per grans campanyes publicitàries, publicacions, revistes de viatges, etc., que posen l'accent en el "viatge a través del temps".

quantos grans empreses nacionals i multinacionals: els principals beneficiaris són les línies aèries internacionals, i després els hotels. No és gens sorprenent, doncs, que els turistes passin la major part del temps a les mans de la indústria: als avions, als hotels, als autobusos i als restaurants. En segon lloc, aquesta indústria necessita compartir amb un producte de qualitat que satisfaci uns criteris universals, tot i la dispersió d'aquest producte per diferents indrets molt allunyats. En tercer lloc, és precisament la intercanviabilitat dels productes genèrics la que juga a favor de la indústria, de manera que sigui capaç de canviar ràpidament de destinació si el paradís en qüestió ja està ple, o bé es veu obstaculitzat per circumstàncies adverses com ara un tifó, malestars polítics, o fluctuacions de moneda. Per aquesta raó, entre altres, el discurs del màrqueting turístic és tan invariable que només cal introduir-hi el nom topogràfic per esbrinar quina escapada o quina meravella del món us heu comprat. "Van tardar més de 5000 anys a construir la destinació perfecta" On? "A Israel, en unes vacances amb la TWA".⁵ I un cop allà, envieu a casa una "postal genèrica" o marqueu les caselles d'una "postal per a ganduls".

Escapar-se no és el mateix que anar a un lloc, perquè les escapades són, per definició, sortides —més que no pas arribades— i la destinació en si resulta, en certa manera, arbitrària. La paraula *escapada* indica que l'empenta de fugir de casa és més forta que l'atracció cap a un lloc concret. "Sense aglomeracions, sense problemes." Però, on? Només per a aquells que decideixen "perdre's a Capricorn", a Queensland. Ja que es tracta d'un lloc genèric (mar, sol, sorra i sexe), el paradís es troba fàcilment tant a les Bahames com a Bali. Tenint en compte que l'"indiferenciat mercat de la platja és cada vegada més competitiu", la Declaració Cultural del Govern de Queensland proposa una estratègia turística cultural que "animarà els turistes a quedar-s'hi més temps, a gastar-hi més, i a tornar-hi en el futur": es tracta, en el fons, d'"augmentar la base turística".⁹



El patrimoni: producte local per exportació

El turisme és una indústria d'exportació entre les més importants del món. A diferència d'altres indústries d'exportació, el turisme no exporta béns

2. James Dickinson, carta a l'editor, *New York Times*, 17 de desembre de 1995, pàg. A12.

3. Kinzer, Stephen "Luther and Goethe Breathe Life into a Dead Land". *New York Times* (20 de maig de 1993), pàg. A4.

4. Kinzer, Stephen. "For East German Theme Park, the Bad Old Days". *New York Times*, 9 de novembre de 1993, pàg. A4.

5. Holden. "When All the Fun Is Getting There". L'obsolet búnquer Kessler de Harnekop de l'Alemanya Occidental es va obrir al públic després de la reunificació alemanya.

6. *Building Local, Going Global*, 9.

7. *Ibidem*, 17.

8. Anunci, *New York Times*, 22 de novembre de 1987.

9. *Building Local, Going Global*, 23.

El turisme té com a característica la importació de turistes que consumeixen béns i serveis locals a partir de la vivència i l'ús dels elements propis de cada cultura.



per al consum, sinó que importa turistes, perquè consumeixin els béns i els serveis locals. A diversos països, com és el cas d'Egipte, el turisme és una de les principals fonts d'ingressos provinents de l'estranger; a llocs com Utah, és la indústria principal i, a les Illes Verges, en depèn el 70% de l'economia.

El patrimoni és un dels mitjans a través del qual els llocs es converteixen en destinacions. El patrimoni és una manera de produir "presència". Però per molts turistes que passen per Auckland, Wellington, Christchurch o Dunedin, aquestes ciutats es queixen que no deixen de ser portes d'accés. Els turistes hi passen per arribar a les zones turístiques dels afores en lloc de quedar-s'hi durant uns quants dies. I encara que pugui resultar avantatjós per aquells que promocionen la pesca com a passatemps als pantans d'Auckland, el somni de Ben Wilson "del dia que Auckland tingui monitors de pesca situats a la ciutat per rebre els turistes estrangers directament a l'avió o a l'hotel, pujar-los en un helicòpter i portar-los de dret a les preses perquè hi somiïn truites", això darrer representa un malson per a les indústries turístiques metropolitanes.¹⁰ Un fullet informatiu adreçat als visitants intenta atreure els turistes cap a la desolada costa occidental de l'Illa del Sud de Nova Zelanda: "Hokitika... un lloc per quedar-s'hi més d'un dia".

Protegit per la llei i amb el suport del turisme,

el patrimoni es converteix en un instrument de redensolupament urbà. Salem, Massachusetts, ha intentat "durant tota una dècada [...] augmentar la seva economia industrial i comercial regional, que estava en decadència, amb un turisme més dinàmic". S'han invertit dos-cents milions de dòlars en aquesta petita ciutat de trenta-vuit mil habitants per tal de treure profit dels sis-cents edificis que daten dels anys 1600. Kevin J. Foster, cap del National Maritime Initiative, del Park Service, preveu que "Salem —que a finals del segle XVIII i principis del XIX era un centre mercantil destacat— podria generar molt més interès turístic".¹¹ Així mateix, pel museu de la immigració —situat a la petita illa d'Ellis Island tocant a Manhattan— hi passaran més turistes que no pas immigrants que van desembarcar en aquesta illa quan, a principis del segle XX, era el punt de control d'immigrants.

Una de les principals característiques del patrimoni és la relació problemàtica dels seus objectes amb els instruments de la seva exposició

La indústria del patrimoni produeix alguna cosa nova, i els seus instruments són indispensables en aquest procés. Els grups de dansa, actors i músics, les cooperatives d'artesanía, els centres cul-

En molts indrets turístics, s'han creat rutes turístiques en què els turistes són obsequiats amb representacions de balls tradicionals. Representació dels Kenneth Morris Men (Gran Bretanya).



turals, els festivals d'art, els museus, les exposicions, els enregistraments, els arxius, els mitjans de comunicació indígenes i els programes culturals no només fan mostra del patrimoni, la seva continuïtat i la seva vitalitat en el present, sinó que, com a instruments, també afegeixen valor a les formes culturals que representen, que ensenyen, que mostren, que fan circular i que posen al mercat. L'èmfasi es posa sobre les tradicions per si soles, com si els instruments utilitzats per presentar-les fossin invisibles o no tinguessin importància. I aquí precisament hem de buscar l'explicació d'aquells que s'oposen a la col·locació dels teixits maoris al National Qualifications Framework de Nova Zelanda, tot afirmant que tal cosa podria "malmetre els mètodes tradicionals de transferència del coneixement", i per tant, tenir efectes negatius sobre la cohesió comunitària.¹²

La designació d'espais patrimonials, la re-creació històrica i la conservació cultural són instruments amb una història que deixen el seu propi rastre en els llocs que senyalen com part del patrimoni. Quan un lloc queda designat diverses vegades —cada vegada per un motiu diferent— i s'utilitza per més d'una finalitat —fins i tot en un sol moment— el resultat és un palimpsest patrimonial. El Centre George Gustav Heye del National Museum of the American Indian, Smithsonian Institution, situat a l'Alexander Hamilton US Custom House (*edifici de la duana*), al sud de Manhattan, n'és, tal com indica el seu nom, un bon exemple. L'arquitectura *beaux arts* i la seva iconografia, que data del tombant de segle, palesen una relació ambigua amb els murals de Reginald Marsh que adornen la gran rotonda, els quals es van realitzar durant la crisi econòmica dels anys trenta com a part d'un projecte laboral de l'Estat. Actualment, a l'entrada, els visitants trien entre anar al museu o a l'Audiència Nacional de Fallides, que ocupa el mateix edifici. El centre de recursos del museu està situat a l'oficina del caixer, amb el seu rètol encara intacte.

És el llenguatge commemoratiu el que, avui dia, vincula el lloc on hi ha aquest museu amb "l'extrem sud del Wiechquaakeck Trail, una antiga ruta comercial algonquina".¹³ Una placa que va col·locar la Holland Society l'any 1890 com-

memora el Fort Amsterdam, que va ocupar el lloc des del 1626 fins al 1790. Una altra placa, que es va col·locar l'any 1991, ret homenatge a Alexander Hamilton, el nom del qual es va donar originàriament al Custom House. El museu no elimina els estrats dels esdeveniments històrics importants ni intenta crear una relació més estreta entre la història del patrimoni de la qual és responsable i la història que representen aquest edifici i aquest lloc. Les ironies surten a les bones o a les males, elusives davant de qualsevol resolució fàcil entre la forma d'intercanvi que simbolitza el Custom House, les "propietats inalienables" que hi són exposades, els mercats, passat i present, pels artefactes elaborats pels indígenes nord-americans, i la fundació no lucrativa que representa el mateix museu.

D'aquesta manera, certs instruments, com ara la designació d'espais patrimonials (*landmarking*), associen les produccions del patrimoni amb el present, alhora que mantenen vives les reivindi-

10. South, Bob. "Water Low, Trout High". *Southern Skies* [Ansett, Nova Zelanda] (agost de 1994): 44.

11. Diesenhouse, Susan. "\$200 Million in Projects to Build Tourism". *New York Times* (1 agost 1993), secció Real Estate, pàg. 5.

12. Wynn Te Kani, carta, *Kia Hiwa Ra National Maori Newspaper*, agost de 1994, pàg. 4.

13. Vegeu, per exemple, el pamflet *The George Heye Center of the National Museum of the American Indian, Smithsonian Institution, at the Alexander Hamilton US Custom House*. Nova York: National Museum of the American Indian, 1994.



cacions de cara al passat. Per tant, és important analitzar no només què produeixen aquests instruments, sinó també com ho fan. De quina manera els *taonga* (tresors maoris), adquireixen o perden valor, en funció de si s'exposen en una galeria d'art o un museu d'història natural o bé en un *marae* (lloc de reunió maori)? I de quina manera afecta el seu valor l'ensenyament del teixir a l'estil maori a l'escola? O el fet de pintar sobre tela els pintubis, en lloc de fer-ho sobre el propi cos, per aleshores fer circular el seu treball artístic al mercat internacional?¹⁴ O "els dansaires irlandesos tradicionals", quan actuen a la "Ruta Medieval de l'aeroport de Shannon"? O els pagesos, quan es reuneixen pel Campionat Mundial d'Arades a Dunedin? O les ovelles, quan es posen en fila dalt d'un escenari? O els esquiladors, quan "exhibeixen" la seva feina?

La representació del patrimoni tendeix a fusionar els seus efectes amb els instruments emprats en la seva realització. De totes maneres, les representacions patrimonials comparteixen una característica important —i que potser és la que les defineix— que és precisament l'exotisme de la "tradicció" en el context de la seva representació. Aquesta estranyesa provoca un efecte més brechtà, més allunyat que no pas mimètic, i converteix la interfície en un lloc crític per a la producció de significats que no coincideixin amb el missatge del "patrimoni". La interfície —festivals tra-

Els esports d'aventura s'han convertit en l'actualitat en un dels reclams més importants del sector turístic, la qual cosa està fent que moltes àrees del món condicionin el seu desenvolupament a aquesta activitat.

dicionals, exposicions a museus, poblats històrics, concerts, postals— són formes culturals per si soles, i són transmissors de significats molt poderosos. I és probable que altres missatges —de reconciliació, de multiculturalisme o biculturalisme i de desenvolupament, o sigui, que no es refereixin al patrimoni— es codificaran també a la interfície.

En part, això explica la raó per la qual les exposicions al National Museum of the American Indian prenen una forma determinada i deceben els nombrosos visitants que esperaven aprendre molt més sobre la història dels objectes exposats i sobre la manera de viure que representen. Efectivament, l'exposició compta amb molts objectes esplèndids de l'enorme col·lecció Heye, però resulta que s'hi exposa molt més que els objectes de l'exposició.

En primer lloc, la mateixa infraestructura del museu és visible, incloent-hi la plantilla, formada en gran part per indígenes nord-americans, que controlen la forma i el contingut de les exposicions. Els rètols són firmats i, en molts casos, hi ha més d'un rètol per a cada objecte. Els autors s'hi identifiquen pel nom, la professió i (en el cas dels indígenes) la tribu. Però gairebé mai no s'identifiquen les fotografies, cosa que diu molt sobre la seva situació dins l'exposició: les persones representades en són l'objecte, però no en són els autors.

En segon lloc, l'exposició *All Roads are Good* ("Tots els camins són bons") presenta l'elecció de vint-i-dos indígenes nord-americans convidats a examinar la col·lecció i escollir-ne objectes per a l'exposició. La seva elecció no necessàriament s'ajustava a la seva "identitat", sinó que aquests comissaris convidats, tot passejant lliurement per la col·lecció, van anar concretant la seva proposta, que era alhora molt personal i contemporània.

L'anunci del museu que proclama "Coneixeu els autèntics nadius de Nova York" exemplifica l'afirmació que va fer Jonathan Mane-Wheoki, al congrés sobre els museus d'Austràlia l'any 1995 a Brisbane, i segons la qual "els museus tracten de les persones i no de les coses".¹⁵ El que s'exposa, sobretot, és la presència, la vitalitat, i la supervivència dels mateixos indígenes nord-ameri-

La indústria del turisme té com a característica la ràpida intercanviabilitat si els factors genèrics de l'oferta canvien per desordres, guerres, desastres naturals, etc. Taxis a les Filipines amb ofertes diverses (sexuals...).

cans. El que descobreixen els visitants en aquestes galeries és el significat actual dels objectes exposats per als indígenes nord-americans. Es tracta de l'estratègia del museu davant de la marginació històrica exemplificada per la representació etnogràfica i la mateixa col·lecció.

El patrimoni es representa a través d'un procés que descarta el que es mostra

L'exposició contribueix a marginar o descartar (*foreclose*) allò que es mostra. La destrucció de les formes culturals sota el pretext de conservació té precedents en la Reforma Protestant, la Revolució Francesa, la formació d'imperis colonials, el naixement d'estats nació i la reforma del judaisme durant el segle XIX, per esmentar-ne alguns casos. Tot i els anhels dels utopistes, el món imaginat sota la bandera del patrimoni no deixa de ser un camp de batalla, tot i que el combat en qüestió no és sagnant, ni les condicions són equiparables amb tot conflicte.

Paradoxalment, recordar obre el pas a l'oblit, igual que la compilació dels errors condueix a la seva rectificació. Per a l'arribada oficial d'Enric II a Rouen, l'any 1550, diversos poblats brasilers creats a propòsit van afrontar els francesos degudament abillats per combatre en un simulacre de setge i consegüent triomf francès. Les anàlisis de Steven Mullaney sobre aquest fet no se centren tant en el que s'hi va re-crear sinó en el que s'hi va esborrar: "A Rouen, l'interès i el coneixement etnogràfics eren autèntics, sorprenentment profunds i sumptuosament detallats; malgrat tot, però, l'objectiu no era entendre la cultura brasilera sinó portar-la a l'escenari, paradoxalment, per a la seva pròpia consumació".¹⁶ Mullaney afirma, a més, que l'interès per la cultura brasilera manifestada a Rouen servia "una finalitat ritual més que no pas etnològica i el ritu en qüestió s'organitzà, al cap i a la fi, al voltant de l'eradicació del seu propi pretext". Aquest tipus de representacions —prosegueix Mullaney— són assaigs, en el sentit teatral de la paraula, i s'han d'entendre dins una dramaturgia de poder que primer posa de manifest allò que "relega a l'oblit".¹⁷



Els llargs processos d'"evolució cultural", les revolucions violentes, els programes sistemàtics de reforma i els processos d'absorció deixen enrere tot el que han rebutjat. Les zones de repudi, on es poden trobar les restes de tot un procés de revisió cultural, formen una mena de *geniza*. Així, l'Europa catòlica va convertir-se en objecte de fascinació per als protestants que desitjaven veure què havia rebutjat la Reforma.

De la mateixa manera, l'intent de reformar la vida jueva mitjançant el rebuig de les pràctiques tradicionals va crear un àmbit important de deixalles culturals, que tornaria a aparèixer com a "folklore".¹⁸ Durant els primers anys del segle XIX, *Sulamit*, una petita revista en alemany molt coneguda adreçada a lectors jueus, va publicar una columna titulada "Galeria d'abusos de mala educació, costums xocants i rituals absurds dels

14. Vegeu Myers, Fred R. "Representing Culture: The Production of Discourse(s) for Aboriginal Acrylic Paintings". A: Marcus, George E.; Myers, Fred R. (ed.) *The Traffic in Culture: Refiguring Art and Anthropology*. Berkeley i Los Angeles: University of California Press, 1995, 55-95.

15. Anunci, *New York Times*, 27 d'octubre de 1995, pàg. A26.

16. Mullaney. *Strange Things, Gross Terms*, 48.

17. Ídem. *Ibidem*, 48, 49, 52.

18. Aquest debat s'ha extret de l'article de Kirshenblatt-Gimblett, Barbara. "Problems in the Early History of Jewish Folkloristics". A: *Proceedings of the Tenth World Congress of Jewish Studies*, Jerusalem, 16-24 d'agost de 1989, secció D, vol. 2: Assaf, David (ed.) *Art, Folklore, and Music*. Jerusalem: World Union of Jewish Studies, 1990, 21-31.



*L'oferta d'"indigeneïtat",
ja sigui natural o no,
condiciona en moltes
ocasions l'atractiu dels
llocs com a destinacions
turístiques. Carnaval a
Trinitat Tobago.*

punta de pistola, sinó mitjançant un procés eluciddat per Norbert Elias segons el qual "es considera tot pas endavant en la consciència del sentiment de la vergonya com una millora en la 'bona educació' i la 'civilització'".²¹ El burlesc etnogràfic provoca un sentiment de vergonya quan s'arriba als límits de la seva pròpia creació. Aquesta alienació engendrada per l'art de la retòrica mobilitza el desig del lector d'abandonar els costums establerts i interioritzar noves formes de sensibilitat i comportament.

En reduir l'àmbit del que es podia considerar normatiu, els crítics dels rituals i costums tradicionals van ampliar, a la vegada, el camp del no normatiu. El que no es feia per vergonya, es convertia en objecte d'anàlisi, col·lecció i exposició. Cinquanta anys després, el blasme que veiem a *Sulamit* deixaria pas a la nostàlgia i els mateixos costums nupcials que havien estat objecte de burla serviren de crítica de la respectabilitat jueva:

Només hi ha una peculiaritat que crida l'atenció sobre els casaments jueus dels últims temps: en lloc de l'antiga tendència a l'alegria natural i religiosa que sorgeix del fons del cor, ara veiem massa sovint l'elegància encarcerada d'un saló. Tan sols en alguns llocs s'han mantingut fermes les antigues formes, naturals i afortunades, contra la tendència general a sublimar i a refinar el que ens ha llegat l'antiguitat. En aquest sentit, és molt interessant el relat d'un turista francès sobre un casament jueu celebrat no fa gaire a Alsàcia. Heus aquí els "Marshaliks" —desapareguts ja fa temps dels nostres casaments— que encara diverteixen els convidats amb els seus discursos improvisats curulls de girs sorprenents. Els vestits, tan singulars i tan venerablement antics, desafien la supremacia universal de la moda francesa i, a més, aquest home de món provinent de París, que va presenciar l'escena i ara l'explica, ens diu que no va poder evitar imaginar-se que seia a la taula amb uns convidats del segle passat que s'havien aixecat de la tomba.²²

El turista se situa a la vora d'una tomba oberta, però no ho fa amb una pala a la mà per enterrar les antigues tradicions, sinó amb un bolígraf per prendre'n nota.

jueus". Tractant del que es podria anomenar el burlesc etnogràfic —i que Mona Ozouf anomena "etnologia de la vergonya"— l'autor comença contraposant la simplicitat i la naturalitat de la vida bíblica amb el ritualisme estrambòtic dels rabins.¹⁹ Aleshores, incita els lectors a adoptar l'estètica i els costums refinats dels jueus cosmopolites. En parlar dels costums nupcials, per exemple, l'autor s'oposa a les activitats dels matrimoniers perquè sembla que facin cas omís dels desigs de la jove parella i se centrin en les vulgars transaccions financeres. L'autor posa en dubte l'ús d'una llengua incomprendible, l'hebreu-arameu, per a una cosa tan important com una cerimònia nupcial. Se sent ofès per l'espectacle públic de les processons acompanyades de música que es fan a l'aire lliure, ja que els nuvis queden exposats públicament en un pati immund. Segons ell, són preferibles els costums refinats dels jueus a Leipzig, els quals celebren les cerimònies nupcials discretament a la sala més bonica de la ciutat.²⁰

En aquest cas la Reforma no es promulga a

El procés de negació de les pràctiques culturals es capgira una vegada ha aconseguit arcaïtzar els “errors”; de fet, a través d’un procés d’arcaïtzació, que és una forma de producció cultural, allò que es repudia pren el transvalor de patrimoni. La paraula *folklore* ens indica una transformació dels errors en arcaïsmes i la seva transvaloració —un cop inofensiu— en tant que objectes de recollida, preservació, exposició, estudi i, fins i tot, nostàlgia i recuperació.²³ Segons John Comaroff: “El *folklore* [...] és una de les paraules més perilloses de la llengua anglesa” perquè sovint amaga “un populisme sense reflexió”, o coses pitjors com per exemple el parc temàtic Splendid China a Florida.²⁴

La documentació i l’exposició tenen un paper en la desaparició del que mostren, tant si es tracta de fomentar l’aversió en aquells que encara interioritzen les noves normes, com de justificar el genocidi —a tall d’exemple, els nazis, que preparaven l’exposició d’una raça extingida—, o de demostrar una millora, com en el cas d’un poblat mostra (*model village*) maori sanejat per a l’exposició. Aquests assaigs culturals, que Mullaney compara amb els assaigs de proves i indicis que s’exposen en un tribunal de justícia, vinculen “l’exposició del que serà objecte d’esborrament, de repressió o de nous mètodes de control més rigorosos”.²⁵ Aquest és el principi que motiva l’exposició sobre les drogues al Justice and Police Museum a Sydney, on es llegeix en un rètol el text següent: “Per raons jurídiques i ètiques, no s’especifica la composició d’aquest laboratori. La seva finalitat només és indicar les substàncies químiques i l’equipament utilitzats en les diverses etapes de la producció d’amfetamines”. Després de contestar les preguntes d’un noi sobre el material relacionat amb les drogues exposades, una mare em va expressar en veu baixa la seva preocupació: “Com més els expliques, més interès tenen”. S’ha d’ensenyar només el suficient com per descartar el tema.

A Birmània oriental, l’intent recent per part de les autoritats birmanes de treure del seu domicili una minoria ètnica de dones dites “dones girafa” i portar-les a viure a Rangun, en un poblat mostra d’interès turístic, fa que l’exposició estigui im-

plicada en la desaparició del que es mostra. Un grup d’oposició birmà va protestar contra el trasllat forçat de “la minoria ètnica provinent de més de dos-cents pobles de Thandaung, a les muntan-

19. En el seu llibre tan conegut, *Festivals and the French Revolution*, trad. Alan Sheridan (Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1988), Mona Ozouf afirma que la revolució no solament comporta el rebuig de l’antic ordre cultural, sinó també la creació sistemàtica d’un règim amb experiència social, en el qual les noves formes de festivitat havien de tenir un paper molt important en l’educació i la transformació dels ciutadans. Aquest procés va provocar el que ella anomena una “etnologia de la vergonya”, la qual ha funcionat com a instrument de la “militància repressiva” de la revolució (218, 223). Les explicacions negatives dels costums tradicionals van mesurar l’èxit de la revolució en funció de la supressió del que rebutjava i el potencial rebel d’allò que persistia.

20. Fränkel, David. “Gallerie schädlicher Misbrauche, unanständige Convenienzen und absurder Ceremonien under der Juden—1) Ueber die jüdischen Heurathsstiftungen und Hochzeitsfeste”, *Sulamit* 1, núm. 1 (1806):222-245.

21. Elias, Norbert. *The History of Manners*. Vol. 1: *The Civilizing Process*. Trad. Edmund Jephcott. Nova York: Pantheon, 1982, 101.

22. Perles, Joseph. “Jewish Marriage in Post-Biblical Times: A Study in Archeology”. A: *Hebrew Characteristics: Miscellaneous Papers from the German*. Nova York: American Jewish Publication Society, 1875, 68. Aquest article es va publicar per primera vegada l’any 1860.

23. A Anglaterra, el terme *folklore*, inventat l’any 1846, es referia a les “reliquies” en una societat de comportaments civilitzats, la qual tenia els seus orígens en les primeres fases de l’evolució cultural. A la resta del continent, el terme *folklore* o els seus equivalents aproximats (*Volkskunde, traditions populaires*) es referien a la puresa de la cultura nacional preservada en rabeigs rurals fora de l’abast cosmopolitzador de la metròpoli.

24. Citat per Gray, Judith; Taylor, David. “Cite Unseen”: *American Folklore Society Newsletter* 21, núm. 4 (1992): Els que s’oposen al parc temàtic Splendid China de Florida el defineixen com “una campanya publicitària per part del govern comunista xinès per tal d’eliminar la identitat cultural dels no xinesos”, inclosos els uigurs, els tibetans, els mongols i els miaos. Splendid China representa escenes idíl·liques i encantadores de rutes populars, temples i monestirs, mentre que el govern comunista xinès, en realitat, està reprimint, si no destruint, la cultura i la religió de les seves minories ètniques. Vegeu “Citizens Against Chinese Propaganda”, <http://www.afn.org/~afn20372>.

25. Mullaney. *Strange Things, Gross Terms*, 52-53.

yes del nord de l'estat de Karen", inclosos "els membres del grup ètnic de Padaung, en què les dones es posen anells de metall al voltant del coll per tal d'allargar-lo. Algunes "estaran obligades a viure en un poblat mostra —que s'està construint a prop de Rangun amb el motiu de «l'any de visitar Myanmar» que se celebrarà l'any que ve"— i que els dissidents descriuen com un "zoo humà ètnic". No és la primera vegada que les padaungs es promocionen com una atracció turística", ni tampoc és la primera vegada que els éssers humans són exhibits en un zoo.²⁶

Segons un projecte per al "New Luxor", "els 100.000 veïns de Qurna, que actualment viuen per damunt i enmig de les antigues tombes, els trauran finalment d'aquesta zona arqueològica i els portaran a Al-Taref". Per tal d'animar els turistes a quedar-s'hi més temps —encara que no sigui per mil i una nits, sinó almenys per "sis nits egípcies"— els promotors tenen previst construir un camp de golf i "un poblat mostra que representi els diferents aspectes de la vida egípcia: la cultura faraònica, la beduïna, la nubiana i les altres cultures rurals".²⁷

Els bosquimans, que els primers pobladors havien "derrotat fins gairebé exterminar" i actualment amb una població molt reduïda, van ser expulsats del Parc Nacional Kalahari Gemsbok l'any 1970 perquè "la direcció va decidir que no agradava als turistes veure bosquimans amb cara de famèlics. Segons nombrosos empresaris, l'absència del materialisme per part de la tribu feia que no se'n poguessin refiar; a més, es menjaven massa animals". Vint anys després, varen portar quaranta bosquimans provinents d'un suburbi al Parc Natural Kaggga Kamma, al nord de la Ciutat del Cap, on els turistes els poden veure per 7,00 dòlars (dels quals 1,50 dòlars estan destinats als bosquimans). Els activistes bosquimans esperen reclamar la seva terra ancestral, una part al Parc Nacional Kalahari Gemsbok, la qual consideren indispensable per a la seva supervivència i manera de viure.²⁸

Els recintes culturals tenen una llarga història. Els poblats mostra, els museus a l'aire lliure i els parcs temàtics són el llegat dels poblats exòtics a les exposicions internacionals del segle XIX. El De-

partament de Turisme i Balnearis, l'any 1992, inspirat segurament per aquests exemples, va presentar la proposta d'un poblat mostra dels maoris que, de bell antuvi, es va idear en termes museològics:

Com a atracció adicional a Rotorua, penso que s'hauria de crear un *pa* (fortalesa) o un *kain-ga* mostra maori a la reserva de Whakarewarewa, entre els dipòsits de l'aigua i l'escola indígena. En aquest indret hi ha una gran extensió de terrenys de naturalesa substanciosa, com també unes llacunes d'aigua dolça i d'altres d'acció termal. Les meves propostes preveuen la construcció d'un *runanga* (casa d'assemblea), un *pataka* (magatzem d'aliments) —amb escultures a l'antic estil maori— i diverses *whares* (cases) molt còmodes; com també un cobert que es construirà a prop de l'escola, on s'ensenyarà als nens indígenes l'art d'esculpir i a les nenes la confecció de les estores tradicionals, i amb una tanca a l'estil maori tot al voltant.

Més endavant, s'hi podria afegir també un *pa* fortificat mostra, prop del qual viurien famílies indígenes prèviament seleccionades; d'altra banda, la higiene hi seria una característica important. Els pobletans es dedicarien a l'elaboració d'escultures i estores per vendre i, d'aquesta manera, s'hi guanyarien la vida. Així, els maoris aprendrien dos oficis importants i els turistes tindrien l'oportunitat de veure una reproducció de la vida dels maoris d'abans. El cost del projecte no superaria les 500 lliures.²⁹

El poble en qüestió es va construir, però mai no es va arribar a habitar. Malgrat tot, la llarga història de la implicació dels maoris en el turisme va passar a formar part del lloc. Així, vora el camí cap a la vall de les aigües termals, s'han immortalitzat els guies i els cèlebres actors tradicionals (*performers*) en forma d'escultures a dalt dels pals *totara*. A més, "les actuacions culturals", adreçades als turistes, s'han reconfigurat i ofereixen visions com ara el "programa de l'estil clàssic antic" i, així mateix, tenen una funció nova dins les comunitats maoris. Algunes persones fins i tot atribueixen al turisme la persistent vitalitat i transformació creativa de les actuacions dels maoris, com també de les seves escultures i els seus tei-

El turisme pot provocar una dissociació i contradicció reals entre la interpretació del sector cultural i els interessos turístics que cerquen oferir nous somnis als turistes. Taller públic de ceràmica a Barcelona durant les festes de la Mercè.



xits, tot i que algunes pràctiques (l'escultura i el teixir) i alguns tipus d'actuació (*wero*, *haka*, *poi*) s'han convertit en icones, mentre que hi ha altres àrees que pertanyen a la història i a la cultura contemporània dels maoris que no s'han presentat als turistes.³⁰ Gairebé un segle després, i amb unes despeses considerables, Rotorua planeja la construcció d'un "poblat maori viu i interactiu" com a part del "programa de desenvolupament que costarà 10 milions de dòlars i comptarà amb una galeria moderna per a artistes contemporanis maoris [i] un centre d'interpretació geotermal."³¹

Actualment, es fan esforços per augmentar la participació dels maoris en la indústria del turisme, tant en la seva planificació i política com en la iniciativa empresarial. El turisme relacionat amb els *marae*, que funciona a petita escala des dels anys setanta, es planteja més clarament com a motiu de debat. Resulta preocupant que, amb la dedicació de bona part de la vida quotidiana a l'exposició de la cultura maori als turistes, l'autèntica vida als *marae* quedi reduïda a ocasions molt comptades.³²

El patrimoni posa a prova l'alienabilitat de les propietats inalienables

Els indígenes s'apoderen de la disposició, el tractament, l'accés, la possessió i la interpretació del seu patrimoni —tant si es tracta d'artefactes com d'actuacions (*performances*)—, de l'espai que habiten i de la seva manera de viure. Una nova generació de professionals dels museus afronten de

manera proactiva l'administració, l'exposició i la interpretació de la propietat cultural en aquests llocs. Aquests canvis tenen conseqüències importants per al turisme, que sovint defineix la singularitat del seu producte en funció de la indigeneïtat, tant la natural com la cultural.

Segons Raymond Williams, "[Una] cultura, mentre viu, no és mai reductible als seus artefactes", tot i que això és el que tendeixen a fer els museus.³³ En prometre "ressuscitar" els seus

26. Citat per Reuters en un resum d'interès humà (setembre de 1995) que circulava per Internet.

27. Saad, Rehab. "New Luxor' Nights", *Al-Ahram Weekly* (7-13 de març de 1996): 14.

28. Daley, Suzanne. "Endangered Bushmen Find Refuge in a Game Park", *New York Times*, 18 de gener de 1996, pàg. A4.

29. Citat per Awekotuku. *Sociocultural Impact of Tourism*, 107-108.

30. *Ibidem*, 22. Vegeu també Bell, Leonard. *Colonial Constructs: European Images of Maori 1840-1914*. Auckland: Auckland University Press, 1992. A Bali, els turistes que paguen per assistir a les incineracions fan possible que es puguin fer incineracions més luxoses i freqüents del que seria possible. A Neah Bay, Washington, els indis makahs recorren al museu, una atracció turística dins la seva reserva, per ressuscitar l'art de la pesca de la balena.

31. New Zealand Tourism Board. *New Zealand Tourism Investment and Development Opportunities* (abril de 1994), 5.

32. Awekotuku. *Sociocultural Impact of Tourism*, 186-187, parla de tres *marae* rurals que es van convertir en llocs de reunió turístics durant el 1978 i el 1979 i de la preocupació dels maoris per aquest desenvolupament.

33. Williams, Raymond. *Culture and Society, 1790-1950*. Nova York: Anchor Books, 1960, p. 343.

exemplars antiquats mitjançant la representació, el producte dels museus sembla viu —com el de les pompes fúnebres— però cal no confondre'l amb la força vital i el treball de la supervivència. Per als tangoes, no es tracta d'una segona vida com a peces de museu.

Està en joc el retorn dels lligams vitals dels tangoes que mai no van morir, sinó que van ser retirats de l'entorn vital. Alguns, d'origen desconegut, seran orfes per sempre més, fet que es fa palès a la instal·lació permanent dels tangoes al Manawatu Museum a Palmerston North, Nova Zelanda. La relació dinàmica dels objectes de la col·lecció amb la gent i les comunitats autèntiques s'exposa de manera emocionant a la galeria inicial. A quatre passes, els artefactes, sobre els quals se sap molt poc, estan exposats per separat. Aquests objectes aïllats fan de recordatori punyent de les circumstàncies en què es van adquirir, i de la seva alienació.

La força vital dels tangoes no depèn de les tècniques d'animació, sinó de la viva transmissió del coneixement i els valors culturals. El que importa no és la vivacitat de l'experiència d'un museu, sinó la vitalitat i la supervivència d'aquells per a qui aquests objectes són tangoes. Aquesta supervivència depèn de la propietat cultural intangible que viu a través de l'actuació. Per poder-se transmetre, s'ha de posar en actuació. Aquest és l'origen de la seva vida, i també de la seva vivacitat.

El folklorista Barre Toelken recorda el desconcert dels estudiants de la Universitat d'Oregon que es van matricular a una assignatura per aprendre a fer cistells, a càrrec de la Sra. Matt, una indígena nord-americana que provenia d'una tribu del nord de Califòrnia. El grup es va reunir diàriament durant diverses setmanes en què ella els va ensenyar cançons i els alumnes anaven preguntant quan començarien a fer cistells. "Això és el que fem", contestà ella. Cantaven cançons mentre recollien plantes. Taral·lejaven tonades i pensaven en les paraules mentre estovaven els materials amb la boca, perquè les paraules anaven "adreçades als mateixos materials". Quan, per fi, cap al final del curs, van "començar" realment a muntar un cistell, ella els va dir: "Tot plegat, no acabeu de veure-ho clar. Se us escapa el

més important: un cistell és una cançó que es converteix en visible."³⁴

Un aspecte clau de les produccions patrimonials és la seva virtualitat, tant en la presència com en l'absència de realitats

Tot i les afirmacions al contrari, el patrimoni i el turisme mostren el que no es veu —excepte a través seu— cosa que dóna moltíssima importància al problema de la "realitat" i al paper de l'"experiència" en tant que la seva mesura. L'atavisme d'alguna cosa genuïna o autèntica, encara que mai no s'arribi a materialitzar, es veu en els casos on el problema de l'autenticitat no ve al cas o que no aclareix l'assumpte en qüestió. Prenem, per exemple, el cas dels pelegrinatges. El pelegrí més ambiciós pot optar per seguir un itinerari arreu del subcontinent indi. Alternativament, pot recórrer a peu un circuit dins una sola regió, o dins una ciutat, o un temple, o en un mapa en miniatura de l'Índia, o bé, si vol, a través del seu pensament, de manera purament contemplativa. Es poden seguir les últimes passes de Jesucrist a qualsevol lloc, cosa que explica les processons de viacrucis del Divendres Sant arreu del món. I efectivament, ningú no pregunta si els llocs d'aquests viacrucis són autèntics. De manera que m'estimo més plantejar la qüestió en funció de les realitats i les virtualitats: es tracta d'una al·lucinació compartida que es troba en una relació equívoca amb les realitats.³⁵

Tant el patrimoni com el turisme tracten d'allò que és intangible, absent, inaccessible, fragmentari i dislocat. I aquestes característiques pertanyen al mateix món vital, cosa que explica l'atractiu —i també la impossibilitat— de la plena realització que prometen els nombrosos mons i terres que s'exhibeixen, tant als museus com als parcs temàtics. Els museus esperen que les recreacions dels hàbitats naturals no siguin només simulacions intel·ligents d'alguna cosa en un altre lloc, que no siguin només substituïts per no haver de viatjar a llocs inaccessibles, sinó que han de posar al descobert alguna cosa sobre la naturalesa del que es mostra, alguna cosa que la visi-

De vegades, la incapacitat dels mateixos llocs turístics per explicar el que són fa que les recreacions interpretatives defineixin amb nous sentits la seva realitat. Font d'aigua calenta a Lanzarote (Canàries).



tant no sigui capaç de descobrir per ella mateixa al lloc real. Han de mostrar més del que, altrament, es veuria. Les guies solen parlar del que no es veu... de persones, esdeveniments i llocs d'anys enrere. Donen vida a un paisatge fantasma sobreposat al que és objecte de la mirada.

El llibre *AA Book of New Zealand Historic Places* depèn íntegrament del poder de la informació per crear interès pels llocs, especialment per a aquells als quals els manquen notables atributs visuals. "Alguns edificis o llocs que apareixen en aquest llibre poden semblar, a primera vista, poc interessants" o "poden decebre a l'hora de fer un esforç per visitar-los".

La metàfora organitzadora de l'experiència d'aquests llocs és discursiva, i es basa en el llenguatge i el procés de la lectura: "Per un viatger informat, el paisatge és un llibre d'història obert. No li és difícil aprendre la manera de desxifrar les seves pàgines borroses i indistintes i, per tant, sap "llegir" fàcilment el paisatge humà d'una manera que incrementa l'interès i el plaer dels viatges per Nova Zelanda."³⁶

De totes maneres, tal com recalca la guia, la informació no és suficient. És la imaginació la que dóna vida als llocs:

Molts llocs històrics [...] només es viuen de veritat si els turistes utilitzen la imaginació. Aquest és el cas sobretot als llocs "prehistòrics", on podem aprendre moltes coses sobre la vida dels maoris a Nova Zelanda abans de l'arribada dels europeus: No sempre és fàcil imaginar-se com vivia la gent, i com treballava —o pescava— en un lloc concret fa centenars d'anys, si tot el que es veu actualment és una sèquia i un marge coberts d'herba, un terraplè amb prou feines perceptible o un munt de petxines molt antigues. De totes maneres, és important fer un esforç per imaginar-se com eren aquests llocs quan els habitaven altres generacions passades.³⁷

Des d'aquest punt de vista, les atraccions turístiques construïdes amb propòsits específics poden preparar els visitants perquè utilitzin la imaginació quan acudeixen als llocs reals: "Cap poble dels miners d'or de la costa occidental no s'havia assemblet mai a un barri de barraques, però anarhi pot ajudar a despertar la imaginació d'aquells

que més tard visiten pobles abandonats on hi havia hagut grans mines d'or."³⁸

El caràcter reconfortant de la hipervisibilitat —encontres viscuts realment o virtual— és fràgil. No tot el que és objecte del coneixement o de la comprensió és accessible a través dels sentits. Mentre que la comercialització del patrimoni promet experiència —i, concretament, no només a través de la vista i l'oïda, sinó també a través del tacte, l'olfacte i el gust— els intèrprets del patrimoni sovint situen la veritat en les coses que no es veuen, en el cor invisible del lloc en qüestió. El seu desig clar de fer que els llocs semblin reals i vívids indica que aquests llocs no aconsegueixen fer-ho per si sols. La incapacitat dels llocs per narrar la seva pròpia història autoritza el mateix projecte d'interpretació.³⁹ Tampoc no són suficients la implicació sensorial o la comprensió intel·lectual. El llibre *Getting Started: How to Succeed*

34. Toelken, Barre. "Seeing with Both Eyes". *Native Arts Issues* 81 i 82 (1982), 10.

35. Sobre l'autenticitat, la invenció i la simulació, vegeu Hobsbawm, Eric; Ranger, Terence. (ed.) *The Invention of Tradition*. Cambridge: Cambridge University Press, 1983; Baudrillard, Jean. *Simulations*. Trad. Paul Foss, Paul Patton i Philip Beitchman. Nova York: Semiotext [e], 1983; i Eco, Umberto. *Travels in Hyperreality: Essays*. Trad. William Weaver. San Francisco: Harcourt Brace Jovanovich, 1986.

36. Wilson, John. (comp.) *AA Book of New Zealand Historic Places*. Auckland: Landsdowne Press, New Zealand Historic Places Trust, 1984, 6. Aquest llibre, que encara està disponible, ofereix un punt de referència útil per definir el present. El text es va preparar a càrrec del cap de publicacions del New Zealand Historic Places Trust.

37. *Ibidem*, 7.

38. *Ibidem*, 10.

39. Vegeu Tilden, Freeman. *Interpreting Our Heritage*, 3a ed. (Chapel Hill: University of North Carolina Press, 1977), el qual, per als intèrprets en procés de formació, continua tenint la funció de manual dels llocs que pertanyen al patrimoni nord-americà.

in *Heritage Tourism*, publicat pel National Trust for Historic Preservation i amb el suport d'American Express, subratlla la importància de fer accessibles "els recursos del patrimoni des del punt de vista emocional", o, "tal com ho expliquen els promotors: «junt amb la rosa es ven l'emoció»."⁴⁰

El Museu de Sidney, a Austràlia, en lloc de tematitzar el que no hi ha i re-crear la residència del governador, construïda l'any 1788 pel governador Phillip, pren com a tema no només el lloc on està situat, sinó també la seva naturalesa com a museu.⁴¹ El Museu de Sidney s'exposa ell mateix, o sigui, els seus mètodes, els fragments d'evidència que s'han desenterrat d'aquest lloc, el procés d'adaptació amb el lloc i la història. Un lloc que hi té certa relació és la Caserna Hyde Park, on hi ha una gran vitrina amb rates vives al costat de la caixa enregistradora. Aquí, a les rates, se'ls ret homenatge com a guardians de la història, ja que va ser dins els seus nius, que es troben entre les bigues, que s'han preservat moltes dades històriques. Evidentment, no es tracta dels nius de les rates d'ara, però observant com fan el niu i com hi amaguen les coses es pot aprendre molt.

Aquests dos museus aprofiten les limitacions dels llocs reals per descobrir el seu caràcter. Tal com explica el llibre *AA Book of New Zealand Historic Places*, "A través de la nostra història, la gent ha deixat molts senyals sobre el paisatge de Nova Zelanda, alguns més discernibles que altres. En alguns casos, no hi ha cap senyal visible, però l'indret resulta històric perquè coneixem algun esdeveniment important que hi ha ocorregut".⁴² Aquesta és, precisament, la raó per la qual tant els museus com el turisme comercien, en gran part, en la virtualitat, tot i que afirmen que tracten en la realitat, és a dir, en llocs, coses i experiències reals. Els autors del llibre *AA Book of New Zealand Historic Places* ja ho tenen clar: la "presència" no es dona sinó que es produeix.

La producció d'una presència sense realitats depèn cada vegada més de les virtualitats. Considerem el cas de l'abadia de Sant Pere i Sant Pau (1088-1804) a Cluny, França, una església que té les dimensions de dos camps de futbol i que va caure en desús amb la decadència de l'important orde monàstic de sant Benet, de què havia estat el

nucli. El poble no es va adonar del gran valor del que havien destruït fins després de l'aprovació de la legislació per protegir-ne les restes a finals del segle XIX. Robb Walsh, un escriptor sobre temes de viatges, va observar fa poc que "L'any passat, 700.000 turistes van venir a visitar Cluny i l'església ja no hi és". Tal com explica, "[L]'única cosa que s'imposa més que l'espai buit on antigament hi havia l'església és el llegat de la seva destrucció [...] Igual que una persona a qui li han amputat un membre i que encara sent el membre fantasma, el poble de Cluny encara nota la seva església fantasma". Què hi troben els visitants? "Les torres del creuer i les bases del pilar interior, els fonaments de la immensa església buits i al descobert". Però també hi troben una església virtual:

A pocs metres de l'excavació, hi ha un museu dedicat a l'església. A l'interior, miro en vídeo la re-creació animada i en tres dimensions, feta per ordinador, que mostra algunes imatges de l'estructura des de tots els angles mentre, de música de fons, sonen uns cants gregorians. Surto a l'exterior i contemplo de nou el buit. Encara tinc tan fresca la imatge de la maqueta informàtica que sembla que vegi l'enorme edifici. No sóc l'únic que veig aquesta il·lusió òptica: tothom que surt del museu sembla reaccionar de la mateixa manera una vegada fora. És com si tinguéssim una al·lucinació col·lectiva en què apareix un edifici que ja no existeix.⁴³

El museu és una part integrant del lloc. El museu fa per al lloc el que no pot fer per a ell mateix. No és un substitut del lloc sinó que forma part de la interfície interpretativa que, altrament, no es veuria. Serveix virtualitats en l'absència de realitats, produeix efectes al·lucinatoris. A partir de l'excavació i la reconstrucció històrica, i amb la col·laboració dels visitants, el museu re-crea obertament l'església al lloc precisament on hauria de ser... però ja no hi és. En això consisteix també la bellesa del museu de Sidney, el qual descobreix la veritat del lloc tant en la poètica dels documents com en els "fets".

Igual que els museus, el turisme també es basa en la dislocació, és a dir, en fer moure la gent —i fins i tot els llocs— d'un indret a l'altre. Prenem per cas Luxor... a Las Vegas, és clar:

El Luxor Las Vegas, que es va estrenar el 15 d'octubre [de 1993], és una piràmide de trenta pisos revestida d'uns 44.500 m² de vidre. La temàtica egípcia de l'hotel queda reflectida en la decoració de les 2.526 habitacions i el casino de més de 30.000 m². Els clients van en barca pel riu Nil des de la recepció fins als ascensors, que s'enfilen per la piràmide tot formant un angle de 39 graus. També hi ha un obelisc que projecta un espectacle de llum làser a l'atri central de la piràmide; set restaurants temàtics i un gran espai multioci que ofereix "aventures" interactives d'alta tecnologia en el passat, el present i el futur. El preu d'una habitació doble al Luxor, situat al núm. 3900, Las Vegas Boulevard South, oscil·la entre els 59 i els 99 dòlars.⁴⁴

Estranya més el fet d'anar des de la recepció fins als ascensors en barca pel riu Nil que no pas encabir el Temple Dendur dins el Metropolitan Museum of Art de Nova York? que no pas viatjar a Luxor, Egipte? Travel Plans International proposa navegar "pel llegendari Nil en una embarcació que eclipsa fins i tot la gran barca d'or brunyit de Cleopatra [...] Es tracta d'una nau per a quaranta-quatre passatgers que sembla tot un iot, elegida especialment pel seu equip luxós i íntim. Cada cabina té vistes panoràmiques gràcies als seus finestrals, com també tota la comoditat i el confort de dutxes privades, control climàtic individual i televisió." El que *Travel Plans International* (1988) no diu és que uns quants anys més tard "el turisme a Luxor va desaparèixer gairebé del tot a causa de la violència."⁴⁵ Els militants islàmics col·locaven bombes als monuments faraònics, tant per fer fora els turistes com per destruir els rastres d'idolatria.

Aneu a Las Vegas i viviu Egipte. Aneu a Estocolm i viviu tot Suècia al museu a l'aire lliure de Skansen. Aneu a Elancourt, als afores de París, i viviu l'esplendor de France-Miniature, on hi ha maquetes en miniatura de l'Arc de Triomf, la catedral de Notre-Dame i els Alps. Allotgeu-vos a l'Acapulco Motel a Auckland, o al Sahara Guesthouse and Motel a Dunedin, o al totalment genèric Heritage Motor Inn, estil Tudor fals, a Rotorua. A Christchurch, al Parc Orana, on els guepards, els rinoceronts i les girafes van d'una ban-

da a l'altra, "el Serengeti Restaurant us ofereix vistes espectaculars de les planes africanes" a tan sols vint-i-cinc minuts del centre de la ciutat. L'International Antarctic Center us convida: "Viviu l'Antàrtida aquí mateix. És molt millor que anar-hi".

Cada vegada més, viatgem a les destinacions reals per viure els llocs virtuals. Aquest és un dels molts principis que donen llibertat al turisme per tal d'inventar una infinitud de productes nous. Tal com afirma el manual *The Business of Tourism*, publicat fa poc, "la bellesa del turisme rau en el fet que el nombre de productes que es poden enginyar per atreure els turistes és pràcticament il·limitat".⁴⁶ Mana el mercat. A Nova Zelanda, es pot escalar la paret de l'hotel o "passar la nit a la presó —per un sojorn a pagès que marca la diferència—", segons diu l'anunci, a l'Old Te Whaiti Jail. Reformat com a allotjament, la històrica presó llueix amb orgull i sentit de l'humor la iro-

40. Green, Joslyn. *Getting Started: How to Succeed in Heritage Tourism*. Washington, D.C.: National Trust for Historic Preservation, 1993, step 3, sense numeració de pàgines.

41. Artistes com Marcel Duchamps, Marcel Broodthalers, David Ireland, Hans Haacke, Joseph Kosuth, Fred Wilson, David Wilson i els creadors anònims del Salon de Fleurus —així com també algunes institucions com el Karl Ernst Osthaus Museum a Hagen, Alemanya— ja fa temps que enfoquen el seu treball sobre el museu, la seva història i els seus costums. Vegeu, per exemple, *The Label Show: Contemporary Art and the Museum*, al Museum of Fine Arts, a Boston, el 1994; i Bronson, A.A.; Gale, Peggy. (ed.) *Museums by Artists*. Toronto: Art Metropole, 1983. Fa molt poc, però, que els mateixos museus (i altres institucions que no siguin les galeries d'art finançades públicament) han començat a crear exposicions que analitzen d'una manera crítica les seves pròpies convencions. Amb aquest procés, apareixen nous enfocaments per a l'exposició i el museu com a institució.

42. Wilson, J. *AA Book of New Zealand Historic Places*, 7.

43. Walsh, Robb. "Phantom Church of Cluny". *American Way*, 27, núm. 19. (octubre 1994): 15.

44. *New York Times* (7 novembre 1993), Travel section, pàg. 3.

45. Hedges, Chris. "The Muslim's Wrath Doesn't Spare the Mummies". *New York Times* (23 juliol 1993), pàg. A4.

46. Holloway, J. Christopher. *The Business of Tourism*. 4a ed. Londres: Pitman Publishing, 1994, 147.

nia de la seva segona vida com a part del patrimoni. El Cowshed Cafe es ven com “l’únic restaurant de Nova Zelanda que una vegada havia funcionat com a estable per vaques lleteres (que bèstia!)”.⁴⁷ L’Elephant Hotel a Atlantic City és “l’únic elefant del món on podeu entrar-hi i sortir-ne viu”.

En la mesura que funcionen per l’interès públic i amb fons també públics, els museus tenen una responsabilitat envers el seu “producte”, cosa que els diferencia dels productes lúdics impulsats pel mercat, la principal responsabilitat dels quals és la rendibilitat. Els museus són responsables de donar forma i espai als interessos vinculats amb la vida pública de les comunitats que serveixen.⁴⁸ Aquesta diferència és suficient per fer aturar en sec fins i tot a Disney. Els que segurament s’haurien beneficiat econòmicament de la situació del nou parc temàtic projectat per Disney, a prop de Haymarket, Virgínia, es van desil·lusionar terriblement en saber que Disney havia descartat aquell lloc. Aquesta decisió resulta no només de les enèrgiques protestes de les organitzacions i les famílies de la regió que estaven preocupades per l’aglomeració i la contaminació, sinó també de l’oposició dels historiadors que afirmaven que “el projecte profanaria alguns llocs propers, escenaris de batalles durant la Guerra de Secessió nord-americana, com ara la de Bull Run.”⁴⁹

La campanya que va portar a terme l’associació Protect Historic America “afirmava que el projecte, que havia d’incloure batalles virtuals i una excursió de ràfting a la *Lewis and Clark*, no només destruiria alguns llocs importants de la Guerra de Secessió, sinó que també banalitzaria i esterilitzaria la història nord-americana.”⁵⁰ La història segons Disney —la *distòria* o la història segons Mickey Mouse, com en diuen alguns— no destaca precisament pel seu rigor.⁵¹ Ni tan sols la col·laboració d’alguns historiadors importants per ajudar l’empresa no arribava a inspirar prou confiança perquè Disney posés en marxa la màgia de la virtualitat tan a prop dels llocs dels fets reals. Manassas National Battlefield —amb les seves “solemnes muntanyes, estàtues i cases de pedra autèntiques”, i amb els seus fulls i curtmetratge

sobre la Guerra de Secessió juntament amb una excursió a peu— atreu en un any el nombre de visitants que Disney esperava tenir en quatre dies: uns 130.000. “No hi ha gaire res d’emocionant per a una criatura”, es lamentava el cap de la Comissió Històrica de Haymarket i defensor del projecte de Disney.⁵² El problema va més enllà del rigor historiogràfic, més enllà de produir emocions lúdiques. Tal com s’afanyen a observar els crítics, l’afluència de turistes als parcs temàtics de Disney està disminuint, en gran part perquè cada vegada hi van menys visitants estrangers.

A prop d’aquest indret, a Colonial Williamsburg, es va produir una acalorada polèmica arran de la reconstrucció d’una subhasta d’esclaus. De manera que Williamsburg, amb la seva respectabilitat com a indret històric ja consolidada, va posar a prova els límits de la virtualitat. El seu objectiu no era treure partit de la glòria de la batalla ni de l’emoció del ràfting, sinó mobilitzar la indignació moral i despertar les reflexions crítiques sobre un punt vergonyós de la història nacional. Però es temia “el perill de desvirtuar l’educació tot reduint-la a una activitat purament lúdica” o que “la re-creació fos poc acurada o que hi predominés el sensacionalisme per a fins lúdics”. Christy S. Coleman, que va supervisar el departament responsable de la reconstruïda subhasta d’esclaus, “va afirmar que la gent només podria comprendre la degradació i la humiliació dels negres en sentir-se com a objectes, mitjançant una demostració i un debat oberts. Va comparar el dolor que senten els negres davant del fet de les subhastes d’esclaus amb el dels jueus davant de l’Holocaust i va dir que si els museus es construïen per mostrar els horrors dels uns, també era permès fer l’esforç de mostrar els horrors dels altres.”⁵³

La paraula “mostrar” suggereix que les tècniques d’exposició són neutrals, tot i que no ho són. Resulta impensable que l’US Holocaust Memorial Museum a Washington DC pogués reconstruir l’assassinat en massa. Al Museu de la Tolerància de Los Angeles es re-crea una cambra de gas on passen vídeos, cosa que reflecteix el seu enfocament teatral (més que no pas testimonial) de cara a l’exposició. També ha causat polèmica la

qüestió de l'escaiença d'exposar-hi els cabells dels que van morir a mans dels nazis; d'altra banda, aquesta qüestió s'insereix en el debat sobre l'exposició de les restes humanes. Els jueus devots s'oposen per principi ètic a l'exposició de fotografies de víctimes despullades, humiliades i esfereïdes, especialment per respecte als que encara avui dia hi reconeixen els seus familiars. Aquests debats fan que es plantegin els límits del que es pot mostrar, fins i tot en el cas que els objectius siguin correctes. També posen de manifest les sensibilitats —i les insensibilitats— culturalment específiques de cara a l'exposició, com és el cas del parc temàtic nazi a Wolf's Lair, a Polònia.⁵⁴

La *distòria*, si més no fins ara, tracta de la història tal com hauria d'haver succeït, és a dir, la història ideal, i també idealitzada. I en la mesura que el producte turístic és "l'expressió concreta" de les "imatges més atractives possibles", el turisme també comercia en la *distòria*.⁵⁵ Però el món perfecte projectat a través de les virtualitats del turisme pot entrar en contradicció amb la realitat de les directrius empresarials i la infraestructura del lloc en qüestió: no fa gaire que van demandar el Walt Disney World Hotel a causa de la seva norma lingüística segons la qual els empleats havien de parlar "sempre en anglès".⁵⁶

La dependència del turisme en el suposat dret il·limitat a una hedonocràcia de somnis convertits en realitat està en plena contradicció amb el que, en el sector cultural, s'entén com "acció", tot i que aquest sector no està tampoc immunitzat contra la *distòria*. Si el mercat no té consciència (*conscience*), llavors quin és el paper —i el destí— de la indústria de la consciència de si (*consciousness*)? *Welcome to Australia*, el llibre d'informació per a clients del Brisbane Hilton, dedica una pàgina a "La història vista d'un cop d'ull". Comença l'any 1606 amb el primer document escrit d' Austràlia —provinent del vaixell holandès Duyfken— i fa un repàs d'una sèrie de flotes, descobriments, poblaments i guerres. En aquesta cronologia, no hi ha cap indicació de presència aborigen abans del cas Mabo ("Mabo contra l'estat de Queensland [núm. 2]", 1992), el qual va dictar un procés de reconciliació. De manera que es tracta d'una exposició de certes concepcions

descartades de la indústria de la consciència de si.

Què s'ha fet de les velles idees? Han anat a parar al turisme... aquest museu de la indústria de la consciència de si.

47. Anunci, *West of the Alps* 7 (1994): 2.

48. La qüestió del públic del museu és molt complicada. Vegeu Karp, Ivan; Kreamer, Christine Mullen; Lavine, Steven D. (ed.) *Museums and Communities: The Politics of Public Culture*. Washington, D.C.: Smithsonian Institution Press, 1992. Sobre la relació de les galeries d'art amb el seu electorat, vegeu l'obra de Vera Zolberg, Paul DiMaggio i Howard Becker.

49. Janofsky, Michael. "Town 'Devastated' by Loss of Project". *New York Times* (30 setembre 1994), pàg. A12.

50. Hofmeister, Sally. "Disney Vows to Seek Another Park Site But Analysts Ask Whether Company Should Go On with Project". *New York Times* (30 setembre 1994), pàg. A12.

51. Vegeu Smoodin, Eric (ed.) *Disney Discourse: Producing the Magic Kingdom*. Nova York: Routledge, 1995; projecte sobre Disney, *Inside the Mouse: Work and Play at Disney World*. Durham: Duke University Press, 1995; Sorkin, Michael. "See you in Disneyland". A: Sorkin, Michael (ed.) *Variations on a Theme Park: The New American City and the End of Public Space*. Nova York: Noonday Press, 1992, 205-232; Fjellman, Stephen M. *Vinyl Leaves: Walt Disney World and America*. Boulder, Colo.: Westview Press, 1992; Wallace, Michael. "Mickey Mouse History: Portraying the Past at Disney World". A: Leon, Warren; Rosenzweig, Roy. (ed.) *History Museums in the United States: A Critical Assessment*. Urbana: University of Illinois Press, 1989, 158-180.

52. Wines, Michael. "A Disneyland of History Next to the Real Thing". *New York Times* (12 novembre 1993), pàg. A4.

53. Janofsky, Michael. "Mock Auction of Slaves: Education or Outrage?". *New York Times* (8 octubre 1994), pàg. 7.

54. Krist, Gary. "Tragedyland". *New York Times* (27 novembre 1993), pàg. A19.

55. Hodson, Jean. *Tourism Potential of the Manawatu—Prospects for Agricultural Tourism*. Palmerston North, Nova Zelanda: City Planning Department, Palmerston North City Council, 1983, 3.

56. Lewin, Tramar. "Suit Accuses Hotel at Disney World of 'English Only' Policies". *New York Times* (13 octubre 1994), pàg. A23.