

LA DIFUSIÓN DEL PATRIMONIO ISLÁMICO: CONSIDERACIONES DESDE LA ACTUALIDAD¹

Juan de Dios BORREGO

Rosa María FUENTES

Ana DEL MORAL

Universidad de Córdoba²

Resumen

Con nuestro trabajo intentaremos analizar no tanto los mecanismos más efectivos para la puesta en valor y difusión del patrimonio islámico, sino de qué manera éste y la sociedad interaccionan, qué beneficios se obtienen, sobre quién recaen y en qué medida, qué aspectos se difunden mayormente y qué intereses priman en la divulgación de esta parcela de la cultura.

Zusammenfassung

Mit unserer Arbeit versuchen wir, nicht nur die wirkungsvollere Mechanismen für die Aufwertung und die Verbreitung der islamischen Kunstschätze zu untersuchen, sondern auch was für eine Wechselwirkung zwischen Diese und die Gesellschaft gibt, welcher Nutzen erlangt wird –und auf wen fällt er–, wie breiten sie bestimmte Aspekte besonders aus und was für eine Interesse in der Bekanntmachung dieser Kulturseite den Vorrang hat.

¹ Desde el principio tuvimos un especial interés por exponer no sólo nuestra visión acerca de la difusión del patrimonio islámico en la actualidad sino, fundamentalmente, del impacto que se produce en la sociedad cuando existe este deseo o este intento de transmitir. Nunca comprendimos –y seguimos sin hacerlo– la superficialidad con la que la investigación continúa tratando este tema o su exacerbado interés por otros aspectos “de carácter más científico” en detrimento de un estudio a fondo de su dimensión social. Quizá fue esta sensación de olvido y marginación la que nos incitó a llevar a cabo el análisis que hoy presentamos. Nos sentimos obligados a reflexionar y, por ello, decidimos afrontar esta tarea con un trabajo de elaboración propia, acogiéndonos a unos parámetros más característicos del ensayo que de la publicación científica o, en cualquier caso, intentando conjugar ambas formas de expresión con la finalidad última de establecer un proceso de comunicación –esperamos justificar de esta forma la ausencia de referencias bibliográficas en determinados apartados–.

² Este artículo constituye el desarrollo de un tema expuesto en las *II Jornadas Cordobesas de Arqueología Andaluza. Arqueología de Al-Andalus. Los Palacios Islámicos*, celebradas en la Facultad de Filosofía y Letras de Córdoba entre los días 13 y 16 de noviembre de 2001. Realizamos este estudio bajo la dirección del Prof. Dr. Desiderio Vaquerizo, a quien reiteramos nuestro agradecimiento. Del mismo modo, no podemos obviar el constante apoyo del Prof. Dr. Ángel Ventura, cuyas indicaciones nos han sido de gran ayuda. Asimismo, queremos expresar nuestra más sincera gratitud a Rafael Carmona Ávila y Rafael Nieto Medina por su desinteresada colaboración. Finalmente, estas líneas nos ofrecen la oportunidad de agradecer la inestimable disponibilidad del Seminario de Arqueología de la Universidad de Córdoba, tanto en ésta como en muchas otras ocasiones.

INTRODUCCIÓN

Generalmente consideramos significativo el patrimonio por su valor artístico y estético, o como algo revestido de un simbolismo y exotismo que tiene poco que ver con lo que realmente representa. En este sentido, el tratamiento del patrimonio islámico se muestra como caso paradigmático. Ejemplos representativos del mismo como Madinat Al-Zahra evidencian que el gran público lo aprecia gracias a esas espléndidas mentiras basadas en realidades históricamente distorsionadas. En el siglo XVII historiadores árabes como el argelino Al-Maqqari construían Historia con relatos de este tipo; en el día de hoy la sociedad que se interesa por la cultura islámica le sigue prestando demasiada atención a ese mundo de leyendas que la envuelve. En una línea similar, la Alhambra de Granada se revela como una muestra aún más desenfadada de ese obstinado empeño por ofrecer al visitante una grata evocación de lo que fue el ahora Monumento Nacional o, en todo caso, una fiel materialización de la obra de Washington Irving. Es terrible aceptar hasta qué punto estas “deformidades” son socialmente aplaudidas y asimiladas³.

El desconcierto ante la pervivencia de esta concepción heredada nos ha llevado a contemplar las consecuencias de lo que consideramos un problema de base. De este modo, hemos abordado nuestro trabajo desde una puesta en relieve de la escasa concienciación social existente en relación con los problemas derivados del patrimonio arqueológico en general y del ambiguo papel que la legislación desempeña en la alternativa de incentivar económicamente el mismo patrimonio que queda completamente desprotegido bajo sus confusos resortes. A partir del análisis de este tipo de carencias, hemos tratado de reconsiderar las distintas vías que actualmente canalizan la difusión del patrimonio islámico, los diversos factores que confluyen en esa realidad y la manera de afrontarla desde la Administración pública y desde el sector privado –respectivamente y de manera conjunta-. Para todo ello hemos optado por ceñirnos al ámbito andaluz con el propósito de fijar un punto de referencia al que remitirnos con ejemplos y argumentos concretos.

LA AMBIGUA REALIDAD ARQUEOLÓGICA: UN PROBLEMA DE BASE

La falta de concienciación social que, aunque indirectamente, tanto daño ha hecho y aún sigue haciendo al patrimonio arqueológico, forma parte de una amplia problemática cuya raíz no es fácilmente detectable –en el caso de que se tratara de una sola raíz-. ¿Cuántas veces hemos leído que todos los problemas de este patrimonio tienen como vía principal

³ Quizá el lector echará de menos las alusiones que no hacemos en torno a la difusión de un monumento tan emblemático como la Mezquita de Córdoba. La complejidad del edificio, con numerosas intervenciones a lo largo de la Historia, ha condicionado incluso diversas denominaciones para referirse al mismo: “Mezquita de Córdoba”, “Mezquita-Catedral” y, finalmente, “Catedral de Córdoba, antigua Mezquita”. No es menos compleja la gestión del monumento por ser responsabilidad no sólo de la Junta de Andalucía, sino fundamentalmente del Cabildo Catedralicio –con todo lo que ello implica-. Esta peculiaridad hace difícil discernir si se trata de un monumento o de un lugar única y exclusivamente destinado al culto católico; lo cierto es que no ofrece al visitante ningún mecanismo de difusión, pero sí le obliga a pasar por el trámite de la taquilla.

de solución la educación de la población porque sólo la concienciación conduce a una verdadera preocupación por el mismo? Siendo así, hemos de suponer que esa labor educadora no es responsabilidad exclusiva de los profesionales de la Arqueología, sino que incumbe a un sector social mucho más dilatado en el que también tienen cabida el sistema educativo, las instituciones públicas con competencias en materia arqueológica, las asociaciones culturales y los representantes políticos de cada población.

Las reformas educativas emprendidas a finales de 1997 por el Ministerio de Educación que concedían competencias autonómicas en el enfoque de las asignaturas humanísticas y en la redacción de los libros de texto bajo el amparo de la LOGSE⁴, revelaron bastante polémica porque tanto los nacionalismos regionales como el gobierno central deseaban explicar su propia versión de la Historia. Desde entonces, de manera inevitable, el Estado ha ido cediendo de forma progresiva las competencias sobre educación a todas las Comunidades Autónomas, siendo Andalucía una de las primeras en recibirlas y, al mismo tiempo, una de las regiones donde el retraso educativo se hace más evidente en cuestiones como la educación en materia de patrimonio arqueológico (DE LA FUENTE, 2000: 35). La Arqueología sólo aparece abocetada en dos asignaturas de la actual Enseñanza Secundaria Obligatoria⁵, dependiendo de la elección del libro de texto y del interés de cada profesor el hecho de que en clase se trate someramente o desaparezca por completo.

Nos remitimos a la enseñanza secundaria porque, debido a cuestiones puramente pedagógicas, no parece conveniente incluir la Arqueología en lo que venía denominándose hasta fechas recientes Educación General Básica, dado que la comprensión inicial del “tiempo histórico” se desarrolla a partir de los doce o catorce años (FERNÁNDEZ OCHOA, 1990: 11-12). En cambio, no podemos obviar que en el ámbito universitario —donde, en teoría, se espera del alumno que trascienda algo más allá de las relaciones *causa-efecto*— la presencia de la Arqueología sigue quedando reducida al mínimo, partiendo de la propia inexistencia de una titulación específica. Ello puede comprobarse una vez más en la organización de los planes universitarios que entraron en vigor en 1999, caracterizados por un desequilibrado porcentaje de asignaturas, la desconcertante inexistencia de práctica arqueológica o la habitual desconexión entre investigación y docencia (BARROSO *et alii*, 1999: 30). Los nuevos planes de estudio muestran la falta de vertebración de la Arqueología como resultado, por un lado, de las limitaciones que imponen las directrices ministeriales y, por otro, de la inercia y tradición de cada universidad, estancadas éstas en gran medida a causa de eternas luchas interdepartamentales (RUIZ ZAPATERO, 1998).

⁴ Ley Orgánica 1/1990, de 3 de octubre, de Ordenación General del Sistema Educativo (BOE nº 238, 4 de octubre 1990).

⁵ Concretamente, *Patrimonio Cultural Andaluz*, optativa de tercero de ESO y, especialmente, *Historia*, asignatura obligatoria del primer curso que trata los primeros compartimentos históricos hasta la época medieval sin prescripción de que cuestiones relacionadas con el patrimonio arqueológico tengan lugar en el planteamiento de la asignatura (DE LA FUENTE: 2000, 35).

En consecuencia, la formación global ofrecida a los alumnos resulta incompleta tanto de cara a su futura actividad profesional como, en la línea de lo que venimos exponiendo, en relación a la proyección social de los conocimientos adquiridos, entre los cuales echamos especialmente de menos la presencia de aspectos concernientes a deontología profesional, formas de comunicación y divulgación, marketing y muchas otras claves para afrontar la Arqueología de nuestro tiempo. Mientras el sistema educativo español, en lenta evolución a todos los niveles, sigue basándose en la letra, la teoría, el examen escrito y el manual único -total ¿para qué leer dos libros que dicen lo mismo?-, una realidad muy distinta espera a los estudiantes fuera de las aulas.

En lo que respecta al papel desempeñado por las instituciones públicas, si hemos de remitirnos al caso específico de nuestra Comunidad Autónoma, nos encontramos con que desde la Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía y, en concreto, desde la Dirección General de Bienes Culturales, no se ha logrado nada más allá de teorizar acerca de la manera de intervenir en el patrimonio arqueológico desde que tuvo lugar la transferencia de competencias con la aprobación del Estatuto de Autonomía, algo ciertamente positivo si en la práctica se vieran reflejados más de diez años de reflexión⁶.

Precisamente, el *Modelo Andaluz de Arqueología*, cuya configuración comienza en la década de los ochenta, partía con la idea inicial de desligar el patrimonio arqueológico de las concepciones derivadas del tradicional concepto de obra de arte y su restringido uso en el ámbito del comercio de anticuarios o el progresivo crecimiento de las colecciones particulares (SALVATIERRA, 1994: 4). Destacaba una preocupación, al menos teórica, por la conservación del patrimonio excavado y otra mucho más concreta por la difusión de los resultados enfocada a acabar con el absoluto desconocimiento que, hasta el momento, imperaba en la sociedad acerca de la realidad arqueológica.

En el seno del nuevo régimen democrático, la ideología de cada investigador tuvo escasa incidencia en el desarrollo inicial del modelo, pero pronto los intereses políticos comenzaron a trazar los esquemas de actuación. Si a ello sumamos la imposición dictatorial de los intereses privados, tenemos como resultado que la Arqueología urbana se ha convertido en una mera operación comercial, donde lo más valorado por el promotor que corre con los gastos de la “inoportuna excavación”⁷ es la pérdida de toda noción ética por parte

⁶ Con la aprobación de los Estatutos de Autonomía tuvo lugar en cada Comunidad Autónoma española la transferencia de competencias en materia arqueológica que permitiría el lógico desarrollo de una normativa propia en cada caso. Andalucía se acogió al nuevo sistema en diciembre de 1981, asumiendo la Consejería de Cultura las transferencias de funciones y servicios relacionados con el patrimonio arqueológico en enero de 1985. *Otorgamiento de autorizaciones para la realización de actividades arqueológicas en la Comunidad Autónoma de Andalucía* (BOJA nº15, 15 de febrero de 1985).

⁷ Decreto 19/1995, de 7 de febrero, por el que se aprueba el *Reglamento de Protección y Fomento del Patrimonio Histórico de Andalucía*. Art. 48: *Con carácter previo a la autorización de actuaciones en Zonas Arqueológicas y Zonas de servidumbre Arqueológica, así como en Conjuntos Históricos en los que el planeamiento urbanístico o las instrucciones particulares que les sean de aplicación establezcan medidas de protección arqueológica, deberá realizarse por el promotor de las obras la actividad arqueológica necesaria para la protección del Patrimonio Arqueológico que pudiese existir en el subsuelo.*

de determinados pseudoarqueólogos (BORREGO *et alii*, 2001: 73). ¿Qué labor de concienciación emprende la Administración pública propiciando que la práctica arqueológica se entienda como un freno para el desarrollo urbanístico de cada ciudad? ¿Consiente episodios tan lamentables como el vaciado de multitud de yacimientos sin ningún tipo de control arqueológico y pretende, al mismo tiempo, que los ciudadanos califiquen su propia actuación de deplorable? ¿qué valores pretende inculcar a la población andaluza con una actitud que ha llevado a situaciones de auténtica tensión social?

Y de cualquier gabinete político, que no responde a otra dinámica fuera de las leyes de la oferta, la demanda y los intereses propios ¿Qué podemos esperar? ¿Que apueste por el patrimonio arqueológico cuando, por el momento, la mayor parte de sus votantes no lo valoran y, por tanto, no lo solicitan?

El despertar de la conciencia social está en tantas y tan diversas manos que esa educación como vía de solución -llamémosla concienciación o sensibilización-, esa intención de atacar el problema desde unas bases tan desdibujadas, es tan difícil de activar que la sociedad del consumo y el bienestar -donde, a pesar de todo, todavía hay lugar para un cambio cualitativo en la imagen del patrimonio arqueológico- ha optado por la alternativa de estimular económicamente un hipotético aprecio por los vestigios históricos que, al parecer, resulta casi imposible lograr con incentivos intelectuales, éticos y emocionales. A partir de aquí surgen los nuevos modelos de gestión y difusión enfocados al hecho de que revierta en la sociedad parte del esfuerzo que ésta dedica a la investigación y mantenimiento de los restos arqueológicos.

Y aunque desde la legislación patrimonial no se aluda de forma explícita a la labor de difusión -algo que, además de poner de manifiesto una de las muchas carencias de la normativa, resta importancia a la puesta en valor y la tiñe de arbitrariedad-, existen ciertos mecanismos a través de los cuales toda persona física o jurídica puede comenzar a impulsar esta divulgación y beneficiarse por ello.

La *Ley de Patrimonio Histórico Español*⁸ dispone en el Art. 70 que los contribuyentes del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas tienen derecho a la deducción sobre la cuota equivalente al 20% de las inversiones que realicen en relación con los bienes declarados de interés cultural.

Por otra parte, la *Ley de Fundaciones e Incentivos Fiscales a la participación privada en actividades de interés general*⁹, más allá de las desgravaciones estipuladas por la legislación patrimonial, establece una serie de beneficios para las entidades que inviertan en patrimonio -declarado bien de interés cultural o no-, entre ellos la exención de varios impuestos entre los que figura el de sociedades, bienes inmuebles, actividades económicas y

⁸ Ley 16/1985, de 25 de junio, del Patrimonio Histórico Español (BOE nº155, 29 de junio de 1985).

⁹ Ley 30/1994 de Fundaciones e Incentivos Fiscales a la participación privada en actividades de interés general (BOE nº282, 25 de noviembre de 1994).

transmisiones patrimoniales¹⁰. A todo ello hemos de sumar el reconocimiento social que tan positivamente repercute en la imagen pública de los inversores en cuestión, los cuales obtienen, por tanto, una compensación añadida (VERDUGO Y OTERO, 1995).

Apostemos entonces por la participación del sector privado en actividades relacionadas con el patrimonio¹¹ pero tengamos en cuenta, al menos, que con esta actitud nos adentramos en el terreno de las contrariedades, de las sugestivas ventajas y los desafortunados inconvenientes.

Es cierto que la iniciativa privada supone una aportación de medios que incrementan las posibilidades de la función pública, permitiendo llevar a cabo una serie de actividades que, dadas las limitaciones presupuestarias, de otra forma serían inalcanzables. No olvidemos, en cambio, que los poderes públicos pueden aprovechar la existencia de este mecenazgo para disminuir sus aportaciones económicas.

Por otra parte, el dinero privado ofrece una mayor disponibilidad, se puede utilizar de manera rápida y permite obviar parte de los problemas que supone la burocracia, dotando a la cultura de una mayor autonomía e independencia. Pero este tipo de financiación será de mayor o menor envergadura en función de la prosperidad de las empresas involucradas, dándose lugar, de este modo, a una desastrosa normalización de la inestabilidad de inversiones y frenándose el desarrollo del propio modelo de gestión patrimonial que se intenta activar por estos medios.

Finalmente, la cultura entra en contacto con un grupo de la sociedad que ve las cosas de manera diferente a la Administración pública y esto, por supuesto, es positivo. No obstante, cualquier empresa patrocinadora llegará a centrarse en la búsqueda de manifestaciones espectaculares que se vendan bien, con el fin específico y último de obtener corrientes de opinión favorables en la comunidad donde está establecida.

Pero la legislación patrimonial parece temblar desde sus propias bases, y aunque establezca toda una serie de felices conexiones con otras normativas —como en el caso de la citada *Ley de Fundaciones*—, vuelve a plantear un enorme surtido de contradicciones tales como institucionalizar la imprecisión¹² en lo que afecta al patrimonio arqueológico al tiem-

¹⁰ La regulación de normas tributarias queda desarrollada en el Título II.

¹¹ Con relación a este tema nos remitimos a la *Reunión de Sintra de 1987*, documento donde se trata con especial interés el reparto de responsabilidades entre el sector público y el privado, concibiéndose esta estrategia como la fórmula ideal de financiación de los múltiples gastos ocasionados por la conservación y difusión del patrimonio.

¹² En primer lugar, desde la *Ley del Patrimonio Histórico Español* —Art.40.1- el patrimonio arqueológico se define como todo aquello “susceptible de ser estudiado mediante metodología arqueológica”. Por otra parte ¿quién es arqueólogo según ley? Por lo establecido en la *Ley del Patrimonio Histórico Andaluz* —Art.53-, y el *Reglamento de Actividades Arqueológicas* de la Junta de Andalucía, el único requisito para realizar actividades arqueológicas es acreditar titulación académica de Licenciado y formación arqueológica o paleontológica. La licenciatura no se especifica y, aunque se hiciese, no existe en todo el país un título de Licenciado en Arqueología que certifique de hecho los conocimientos necesarios que la ley pretende exigir. Por último, todas las medidas de protección del Patrimonio Histórico Español se aplican a los bienes inventariados, algo que vuelve a poner de manifiesto toda una serie de vacíos legales en relación al patrimonio no emergente y, por tanto, aún sin documentar.

po que se trata de incentivar las actuaciones que se lleven a cabo en favor del mismo: mientras la impunidad en los atentados contra el patrimonio arqueológico está a la orden del día, se nos habla de estimular las inversiones en protección, conservación, restauración y difusión de aquello que se encuentra completamente desprotegido y desprovisto del amparo de una legislación clara.

LA FASCINANTE IMAGEN DE AL-ANDALUS: UN LASTRE PASADO EN EL PRESENTE

En la sociedad del recién inaugurado siglo XXI, el mundo de la información y de las comunicaciones se nos muestra con un poder capaz de alcanzar objetivos verdaderamente sorprendentes. Si bien esto ha supuesto un enorme avance en cualquier terreno, el aspecto negativo emerge en el momento en que esa información es intencionadamente manipulada con el fin de obtener cualquier tipo de beneficio.

Por diversos motivos que enseguida analizaremos, en el campo de la difusión del patrimonio en general y del patrimonio islámico en particular, la información ofrecida no siempre se ha caracterizado por la objetividad y el rigor científico, apoyándose frecuentemente en soportes frágiles de contenido y sumamente atractivos con la intención de captar la atención de un público mayoritariamente no especializado. En cambio, hoy día, ofrecer el patrimonio de forma atractiva no está necesariamente reñido con el hecho de aproximar y hacerle comprensible al ciudadano esa parcela del pasado (GONZÁLEZ MÉNDEZ *et alii*, 2000: 75).

Si ahondamos en el origen de esa distorsión informativa inherente a la cultura islámica y al patrimonio que ésta ha generado a lo largo de la Historia –siempre asociados al exotismo y a la leyenda como herencia directa de las fuentes literarias–, veremos cómo las causas son varias y que este problema no se circunscribe únicamente al patrimonio islámico. Sirva de referencia la propia concepción de la Arqueología presentada por los estudios de Winckelmann como una historia del arte griego y romano reducida a la estricta valoración de la obra artística (GUTIÉRREZ LLORET, 1997: 26-28), y aunque en la siguiente centuria se dieron pasos agigantados con el nacimiento de la Arqueología científica, la corriente romántica estableció una serie de clichés relacionados con esta disciplina –tesoros, leyendas, exotismo, aventura...– que lejos de aportarle la exhaustividad y rigurosidad pretendidas, ayudaron sobremanera a difundir en la sociedad una imagen de la misma sumamente superficial.

Esta imagen sesgada que de la Arqueología se divulgó a través de la literatura decimonónica, adquiere más protagonismo si cabe cuando nos centramos en el patrimonio islámico. Ya los círculos ilustrados españoles empezaron a mostrar un especial interés por los restos del glorioso Al-Andalus, con la intención de “integrar ‘lo arabesco’ en la historia nacional” (GUTIÉRREZ LLORET, 1997: 70), lo cual despertó una fiebre coleccionista por todo lo que rezumara orientalismo. Más adelante los románticos implantaron definitivamente

te la imagen exótica de España, atrayendo así a un gran número de artistas extranjeros que se servían de hermosas leyendas para dar forma a sus obras¹³.

En este sentido, el papel desempeñado por las fuentes árabes fue sumamente decisivo; numerosos textos relacionaban la arquitectura islámica con placeres sensoriales en un contexto de luces, sonidos y olores. Prueba de ello son los escritos de historiadores como Al-Maqqari acerca de la ciudad palatina de Madinat Al-Zahra. Este autor extendió una leyenda en torno al origen de la construcción del califa Abd al-Rahman III que ha permanecido hasta nuestros días por encima de los aspectos políticos, económicos y sociales, que fueron los que verdaderamente motivaron su levantamiento (RUBIERA, 1988: 14).

Toda esta serie de factores quedarán continuamente materializados en las numerosas restauraciones decimonónicas, llevadas a cabo sin ningún criterio arqueológico e inspiradas en un romanticismo literario que las hacía infinitamente atractivas al público. La Alhambra de Granada se muestra como ejemplo significativo de un monumento manipulado por toda una saga de restauradores que han obviado sistemáticamente su evolución histórica.

Entre ellas destaca la de los Contreras, especialmente Rafael¹⁴ que, sin poseer el título de arquitecto, fue nombrado en 1847 “restaurador adornista” de la Alhambra. Sus intervenciones más conocidas se centraron en la Sala de las Camas del Baño Real¹⁵ –tras la cual la obra quedó desvirtuada y parcialmente inventada- y la construcción de una cúpula en un pabellón del Patio de los Leones, al mismo tiempo que dotó de platillo y surtidor a la fuente en 1835 (NAVASCUÉS, 1999). A pesar de que estos postizos fueron eliminados en gran parte por los restauradores que le sucedieron¹⁶, la obra original se vio profundamente alterada.

La labor llevada a cabo por arquitectos como R. Velázquez Bosco, L. Torres Balbás o F. Hernández a lo largo del siglo XX, siguiendo criterios menos arbitrarios, continuó respondiendo a un afán reconstructivo que, más que la propia comprensión de cada monumento, intentaba crear una escenografía no siempre ceñida al rigor histórico (BORREGO et alii, 2001: 76).

En este contexto comenzaron a ponerse de moda, sobre todo en ambientes aristocráticos y burgueses, las fotografías souvenir realizadas en estudios plagados de decorados

¹³ Este tema ha sido tratado en numerosas publicaciones de distinto carácter, desde revistas de corte divulgativo – NAVASCUÉS PALACIO, P. (2001): “Recorrido artístico por la España romántica”. *Descubrir el Arte*, 30. Arlanza Ediciones. Madrid, pp. 40-49- a monografías –AAVV(1995): *La Imagen Romántica del Legado Andalusi*. Ed. Sierra Nevada 95, Granada.- y otros estudios específicos. En el caso de Córdoba nos remitimos a LÓPEZ ONTIVEROS, A. (1991): *La imagen geográfica de Córdoba en la literatura viajera*. Publicaciones del Monte de Piedad y Caja de Ahorros de Córdoba. Córdoba.

¹⁴ Su labor se centró en expandir, por medio de un taller de vaciados y reproducciones, la decoración ornamental de las yeserías que revestían las paredes de las distintas estancias del monumento; estas piezas adquirieron un enorme valor en el mercado de coleccionistas.

¹⁵ Estancia que la investigación atribuye al sultanato de Ismail o al de Yusuf I, en cualquier caso, una obra de la primera mitad del siglo XIV.

¹⁶ L. Torres Balbás, conservador de la Alhambra entre 1923 y 1936, eliminó las falsas yeserías que realizó R. Contreras.

orientales y exóticos, no muy alejados, en lo que al concepto se refiere, de las actuales galerías fotográficas en la línea del estudio situado en la Alhambra (Fig.1). En realidad, no resulta difícil comparar una obra nazarí rehecha en los siglos XIX y XX con un decorado de cartón piedra. Al visitante no se le ofrece una información completa de la verdadera historia del monumento y, en cambio, se le cobra por acceder a un lugar de ensueño donde hacerse una bonita foto por el mismo precio que en un estudio de fotografía. Con este tipo de industria construida alrededor del patrimonio islámico se contribuía antes y se sigue contribuyendo ahora a la divulgación de una imagen superficial del mismo y a todas luces falsa. Lo entendamos así o no, esto es lo que brinda el monumento más visitado de España. ¿Esto es lo que entendemos por turismo cultural y difusión del patrimonio?

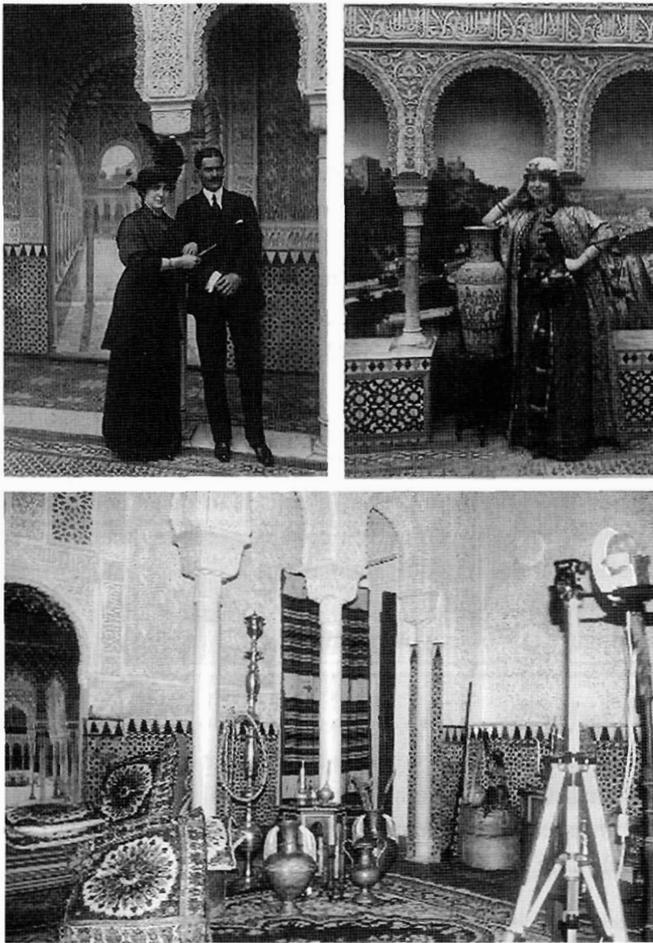


Figura 1.- Fotografías souvenir de principios del siglo XX. Actual galería fotográfica de la Alhambra. Foto: Ana del Moral.

Una alternativa a esta oferta cultural dentro de las últimas tendencias en materia de difusión del patrimonio, son los llamados Centros de Interpretación. Estas instalaciones suelen ubicarse próximas o incluso dentro de conjuntos monumentales como en el caso de la Alhambra y yacimientos arqueológicos como la ciudad hispano-musulmana de Vascos en Navalморalejo, Toledo. A través de exposiciones temporales y permanentes se trata de que el visitante, con la ayuda de paneles explicativos, fotografías, piezas originales o reproducciones, maquetas, videos, talleres y bibliotecas pueda conocer el significado, contexto y evolución del lugar (GONZÁLEZ MÉNDEZ *et alii*, 2000: 77). De esta manera se está transmitiendo una información objetiva, basada en la investigación y desprovista, por lo tanto, de cualquier sesgo subjetivo y fantasioso.

Siguiendo con el ejemplo de monumentos como la Alhambra, cuya evolución constructiva a lo largo de la historia y posterior fiebre restauradora conducen al visitante a la incompreensión del edificio, la puesta en marcha de mecanismos de difusión de este tipo habría de traducirse en una gran afluencia de público, sin embargo, la realidad es distinta, probablemente porque las señalizaciones brillan por su ausencia tanto en los planos que facilitan del Conjunto como dentro del propio recinto¹⁷. Para encontrar una explicación a esta situación nos hemos de topar de nuevo con el elemento económico, es decir, la Alhambra se vende por sí sola, sin la ayuda de elementos que faciliten la comprensión del monumento, ya que parece ser que al visitante sólo le interesa ver materializadas sus expectativas plagadas de encanto y ensoñación.

En una línea del todo opuesta a los citados centros, comienzan a tomar protagonismo en el marco de la oferta turística los parques temáticos. Estos parques se publicitan como espacios donde el ocio aparece revestido de cultura, divulgando los aspectos más significativos de una etapa histórica concreta; son en definitiva, una nueva realidad virtual acorde con los nuevos tiempos. El problema radica en que la difusión del patrimonio islámico se utiliza, en la mayoría de los casos, como vehículo para obtener beneficios económicos y no como un fin; en este sentido, hay que apuntar que detrás de estos grandes proyectos se encuentran empresas privadas que, de algún modo, reciben el apoyo de instituciones públicas, contemplando entre sus objetivos prioritarios el fomento de empleo o el desarrollo local.

Un ejemplo, todavía en proyecto, lo constituye el futuro parque *Al ManSur*, centro histórico-cultural y de ocio que se ubicará en la localidad de Almodóvar del Río, Córdoba. Toda la empresa girará en torno a la reconstrucción de una ciudad árabe del siglo X, recreando para ello arquitecturas, ambientes y costumbres del Califato cordobés de nuevo basadas en las fuentes de los historiadores¹⁸.

¹⁷ El centro de interpretación de la Alhambra de Granada se encuentra ubicado en el sector noroeste del Palacio de Carlos V.

¹⁸ Toda la información acerca de *Al ManSur* puede ser consultada en <http://www.puquio.com> (Fecha de consulta: 8 de enero de 2002).

Pero no deja de ser algo paradójico que se pretenda invertir en el patrimonio islámico de Córdoba por medio de reconstrucciones cuando las auténticas huellas dejadas por la presencia islámica en la capital de Al-Andalus se están borrando o, lo que es más grave aún, están sometidas a una sistemática destrucción. Por tanto, la información objetiva que se desprende de las intervenciones arqueológicas y de sus posteriores investigaciones parece no interesar a las instituciones públicas ni a las privadas, las cuales optan por apoyar iniciativas que siendo más costosas, transmiten a la sociedad una imagen deformada de la cultura islámica. La destrucción del llamado “arrabal de poniente” de nuestra ciudad es un claro exponente de esta lamentable y contradictoria situación¹⁹.

ISLAM CINCO ESTRELLAS: UN CONSUMO ABUSIVO PUEDE PROVOCAR INDIFERENCIA

Está ocurriendo algo muy curioso en nuestra sociedad: mientras los profesionales de la Historia y la Arqueología se desviven teorizando sobre cómo rentabilizar el patrimonio en general, resulta que la imagen del patrimonio islámico se está vendiendo sola; se está vendiendo y está ayudando a vender productos que no siempre tienen algo que ver con esta cultura.

Que las agencias de viajes se publiciten por medio del patrimonio islámico no es algo descabellado, al fin y al cabo lo incluyen entre sus ofertas. Lo sorprendente es que las



Figura 2. Iconos islámicos en logotipos de empresas. Composición: Juan de Dios Borrego.

¹⁹ Un ejemplo de esta contradicción lo encontramos en los siguientes titulares de varios artículos de prensa publicados en el *Diario Córdoba*: “Los restos del arrabal de Poniente pasarán a los Jardines de Ronda” (9/8/2000); “Comienza la retirada de una parte del arrabal de Poniente” (10/8/2001); “Los restos trasladados del arrabal son irrecuperables” (11/8/2001); “El arrabal destruido era el más extenso de la Córdoba Omeya” (14/8/2001).

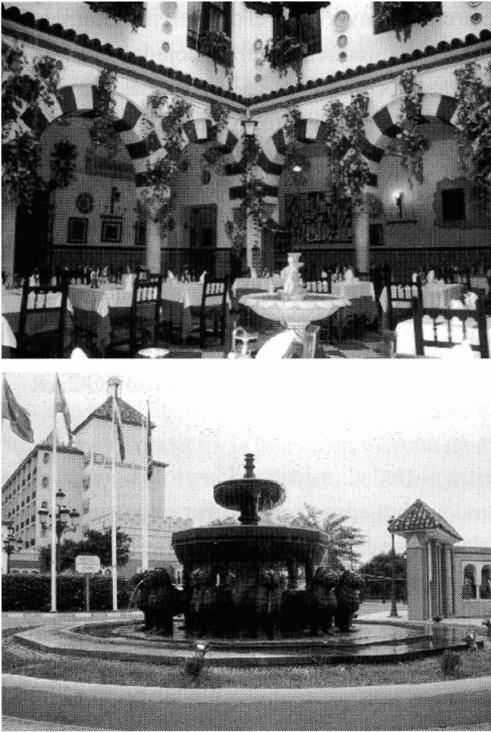


Figura 3. Restaurante de la Judería de Córdoba. Entrada de un hotel en las afueras de Sevilla. Fotos: Ana del Moral.

heladerías utilicen esa misma imagen, del mismo modo en que lo hacen clínicas podológicas, academias de estética, carpinterías, empresas de mudanzas, ascensores, ordenadores, azulejos, plásticos y toda una serie de comercios cuyos productos nada tienen que ver con los logotipos que le sirven de carta de presentación²⁰ (Fig.2). Hasta la Universidad de Córdoba ha escogido las dovelas blancas y rojas para darse a conocer, e incluso un detalle del mihrab de la Mezquita ha servido de imagen a tres ediciones de unas Jornadas de Arqueología Cordobesa donde la fase islámica apenas tuvo presencia, a diferencia de las que han servido de marco a esta publicación.

La industria del ocio constantemente se anuncia mediante iconos de este tipo; nos referimos a bares, restaurantes y hoteles que además dotan a sus establecimientos del inconfundible sabor islámico, algunos con más o menos gusto, otros con ostentosas arquerías y los más decididos no escatiman en decoración (Fig.3). Tam-

bién existe toda una red de locales que asumen la esencia árabe como modo de vida y además de recrear arquitecturas crean embriagadores ambientes orientales para hacer un negocio seguro; tal es el caso de las cada vez más numerosas teterías, que a veces amplían su oferta mucho más allá del mundo de las infusiones.

En la misma línea irrumpen con fuerza las instalaciones que ofrecen baños a distintas temperaturas con masaje y aromaterapia incluidos; en este campo destaca la empresa granadina *Al Andalus*, cuyo producto estrella es el Hamman, el baño árabe. Se trata de una empresa con amplitud de miras y con variedad de servicios: teterías, restaurantes, red de alojamientos, rutas de leyenda y una multitud de proyectos, como la ampliación de sus instalaciones, la construcción de nuevos hoteles y su expansión ya materializada a otras ciudades como Toledo, Málaga y Córdoba. Y todo gracias al patrimonio islámico, que

²⁰ Basta consultar las Páginas Amarillas o cualquier guía telefónica de ciudades como Córdoba o Granada para corroborar lo expuesto en estas líneas.

utilizan como instrumento hasta la saciedad.

Pero también hay quien se sirve del auténtico patrimonio islámico para obtener beneficios económicos; integraciones arqueológicas como la llevada a cabo en la pizzería “San Marco” de Sevilla, son una manera de atraer clientes que disfrutan de una comida al mismo tiempo que contemplan unos baños árabes del siglo XIII. Y hay restaurantes como “El Aljibe”, ubicado en la localidad de Priego de Córdoba, que dan un paso más en el camino hacia la rentabilización, empleando para ello verdaderos mecanismos de difusión, modestos pero muy efectivos, donde además de contemplar los restos del aljibe integrados, los clientes pueden obtener una completa información del mismo elaborada por el Servicio Municipal de Arqueología.

Nos interesan fundamentalmente estos dos ejemplos porque muestran cómo la sociedad puede convivir con el patrimonio que le es propio, concretamente con el islámico, a través de iniciativas privadas y utilizando la integración arqueológica como reclamo cultural y de ocio; en el primer caso, sin contemplar el uso de elementos encaminados a la difusión de los restos, y en el segundo, en cambio, dotándolos de una infraestructura mínima dirigida a su puesta en valor.

Pero la integración arqueológica no siempre es viable por razones evidentes: si lo que pretendemos es hacer convivir los restos del pasado con el desarrollo de las ciudades contemporáneas no debemos olvidar que no todos ellos pueden ser conservados. Como consecuencia de ello, existen diferentes “criterios” para estipular si “conviene” integrar o no determinados restos arqueológicos en función de la “entidad” de los mismos. Pero el valor de “entidad” es difícil de calcular; ninguna manifestación cultural ha de ser infravalorada con respecto a otra —lo que no quiere decir que en terreno de la práctica esto no ocurra—.

De todas formas, estamos convencidos de que el problema es considerablemente más complejo, pues aunque perdure la concepción de que una mezquita tiene más trascendencia que una casa musulmana, ambas construcciones han sufrido por igual el impacto de la pala excavadora andaluza. Y por mucho que la teoría de la integración arqueológica responda a motivos de entidad, valor histórico, artístico o incluso estético, en la práctica constructiva —en la realidad del progreso económico y la expansión urbanística— es complicado determinar si un palacio tardorromano o un arrabal islámico son de mayor entidad que un moderno tren de alta velocidad.

No se trata sólo de valorar cualitativamente el patrimonio arqueológico susceptible de ser integrado, sino en qué medida el promotor de la obra que serviría de contexto a la citada integración estará dispuesto a llevar a cabo la misma y, fundamentalmente, a favor de qué intereses se pronunciará la Administración con competencias en materia arqueológica.

A pesar del potencial arqueológico islámico en una ciudad como Córdoba, la propia Administración sólo ha promovido la integración de una casa califal y el mihrab de una

mezquita en la Estación de Autobuses inaugurada en 1998. Esta intervención, a pesar de sus deficiencias en cuanto a mecanismos de difusión se refiere –inexistentes por el momento–, sigue siendo, por desgracia, una de las pocas excepciones que confirman la desoladora regla en la batalla por conservar los restos arqueológicos, no sólo en nuestra ciudad, sino en el resto de la Comunidad Autónoma andaluza. Recordemos el triste episodio en que se vio envuelta desde su hallazgo en 1987 la espectacular muralla de época islámica de la Plaza de la Marina, en Málaga, demolida en su mayor parte bajo el consentimiento del Ayuntamiento de la ciudad y finalmente integrada en un aparcamiento subterráneo (DAROCA, 1997) en medio de numerosos enfrentamientos políticos que le costaron el puesto al Director General de Bienes Culturales y un expediente sancionador al Ayuntamiento malagueño por parte de la Junta de Andalucía (SALVATIERRA, 1994: 8-9).

EL SUPERMERCADO DE AL-ANDALUS

Como hemos visto, la incapacidad de las distintas administraciones para hacer frente a todas las responsabilidades que adquieren con el patrimonio, ha propiciado que cada vez más se haga presente la participación de la sociedad en actividades relacionadas con el mismo.

En este sentido empiezan a proliferar distintas asociaciones culturales normalmente vinculadas a otras instituciones a las que sirven de apoyo y, en un contexto más amplio, surgen Fundaciones que adquieren una mayor dimensión por su enorme capacidad para recaudar fondos, tanto públicos como privados, con los que llevar a cabo proyectos de gran envergadura²¹.

Producto oferta: El Legado Andalusi

En este marco y en relación con nuestro tema encontramos la *Fundación El Legado Andalusi*²² (AAVV, 1995b), dependiente de la Junta de Andalucía e impulsada por las consejerías de Turismo y Cultura entre otras instituciones²³. Esta iniciativa, que partió para promocionar la ciudad de Granada con motivo de la celebración del Campeonato de Esquí Alpino de 1995²⁴, se ha convertido en la iniciativa cultural más ambiciosa emprendida en

²¹ Queremos destacar el importante papel desempeñado por las Asociaciones de Amigos de los Museos, para los que sirven de instrumento dinamizador y de nexo de unión con la sociedad en general (HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, 1994: 281-282). Éstas, al igual que las Fundaciones, sirven de elemento canalizador de todas las personas interesadas en el patrimonio.

²² Parte de la información que se expone ha sido extraída de <http://www.legadoandalusi.es> (Fecha de consulta: 11 de Diciembre de 2001).

²³ *El Legado Andalusi* se encuentra dentro de un Plan General de Patrocinio y Mecenazgo que cuenta con el apoyo del Gobierno de España, el Ministerio de Asuntos Exteriores a través de la Agencia de Cooperación Internacional, el Gobierno de Marruecos, la Unesco, el Consejo de Europa y numerosas instituciones públicas y privadas.

²⁴ Dicho campeonato que tenía previsto celebrarse en Sierra Nevada fue aplazado a 1996 por causas meteorológicas.

nuestra comunidad autónoma en los últimos años, surgiendo como una nueva corriente de difusión y rentabilización que toma de nuevo al patrimonio islámico como referente.

Entre sus principales objetivos pretende la promoción del turismo cultural, respondiendo así a una creciente demanda que, cansada de la tradicional oferta de sol y playa, busca una nueva alternativa de ocio y descanso a la ya existente. En esta nueva propuesta la pervivencia del pasado islámico, el contacto con la naturaleza y las manifestaciones artísticas, entre otras, se incluyen ahora dentro de un mismo paquete turístico donde parece posible que ayer y hoy convivan en armonía (CORTÉS, 1999: 207-208).

El mecanismo de engranaje de todo esto lo conforman las *Rutas de Al-Andalus*, eje vertebrador de todo el proyecto; siete caminos²⁵ que, tomando siempre a la capital nazarí como punto de encuentro, recorren distintas poblaciones unidas por el hecho de haber compartido cierto pasado común. Las Rutas, planteadas siguiendo muy diversos motivos²⁶ pero siempre presentadas como recreación de un hecho histórico real, recorren más de doscientos pueblos de Andalucía huyendo de los recorridos turísticos tradicionales y potenciando así el turismo rural o de interior (AAVV, 1995b: 27-147). En cambio, otros itinerarios culturales superan el marco nacional y cumplen en un ámbito político otra de las metas del Legado Andalusi: estrechar lazos de unión y cooperación con países de la cuenca sur del Mediterráneo²⁷ (FERNÁNDEZ MARTÍN, 2000: 189-190).

Pero de esta manera, a través del reclamo de una supuesta “recuperación” de la cultura de Al-Andalus, no se intenta sino atraer a un número elevado de visitantes para venderles hoteles, restaurantes, gastronomía típica, artesanía local y folklore de los distintos pueblos por los que se transita, a la vez que se espera que generen otras necesidades. Por tanto, partiendo del patrimonio, se organiza una especie de “Xacobeo andaluz” (ÁVILA, 1995:113), con cuyo peregrinaje se persigue el desarrollo socioeconómico de Andalucía, donde industria turística y actividad comercial se conjugan en sus zonas más aletargadas sirviendo de instrumento dinamizador y propiciando de esta manera el desarrollo local y la consecuente creación de empleo. En este sentido el patrimonio islámico sirve de máscara a una iniciativa

²⁵ Las *Rutas de Al Andalus*, en origen once, actualmente están compuestas por las siguientes: Ruta de Ibn Al-Jatib (Murcia-Granada), Ruta de Al-Mutamid (Lisboa-Sevilla), Ruta de las Alpujarras (Almería-Granada), Ruta de Al-Idrisi (Algeciras-Granada) Ruta de los Nazaríes (Jaén-Granada), Ruta del Califato (Córdoba-Granada), Ruta de Washington Irving (Sevilla-Granada). Hoy por hoy solamente se encuentran señalizadas las dos últimas, siendo la de los Nazaríes la próxima en ponerse en marcha.

²⁶ El nexo de unión de los pueblos que jalonan las rutas lo constituye la importancia de sus monumentos —de cualquier época y estilo—, su situación, datos históricos de los mismos, referencias de antiguos viajeros románticos cargadas de tópicos y prejuicios y relatos literarios o legendarios.

²⁷ Los itinerarios culturales, por traspasar las fronteras de varios países, se diferencian de las *Rutas de Al-Andalus* precisamente por su dificultad para ser montadas turísticamente. Hasta el momento se han planteado tres: de los Omeyas, del Mudéjar y de los Almorávides y Almohades. Este último ya está disponible gracias a un acuerdo entre El Legado y la Unesco en 1998. Se divide en siete caminos: tres a lo largo de la península y cuatro en el Magreb, atravesando Senegal, Mauritania, Malí, Marruecos, Argelia, Túnez, España Portugal (CARREÑO Y CORTÉS, 1999).

cuyos fines no se ajustan estrictamente a la promoción de esta cultura sino a la consecución de logros puramente económicos.

Por un motivo u otro *El Legado Andalusi* se compromete a crear, donde no haya, la infraestructura necesaria para atender a los visitantes y facilitarles cualquier tipo de información, ya sea sobre la historia, los monumentos, etc. o sobre los demás servicios del lugar; un punto de recepción, donde además se puede obtener el sello de un simbólico pasaporte que acredite la realización de una determinada ruta. No obstante, en la práctica este compromiso sólo se ha visto cumplido en aquellas poblaciones que ya disponían de una oficina de turismo propia, y se traduce en un simple despliegue de guías y folletos más allá de los cuales resulta imposible obtener una mayor información acerca del patrimonio que esté extenta de las leyendas, los platos y las bodegas que lo endulzan²⁸.

En un plano distinto, además de los diferentes itinerarios, este proyecto genera toda una serie de “productos culturales” en torno a la civilización de Al-Andalus: la elaboración de inventarios y catálogos –como el Catálogo Monumental del Reino Nazarí realizado por la Universidad de Granada–, trabajos de restauración²⁹, la celebración de exposiciones por distintas ciudades de Andalucía enfocadas a diversos temas –como *El esplendor de los Omeyas Cordobeses*, de la que trataremos a continuación–, congresos, espectáculos de música, teatro o danza y publicaciones de carácter literario, divulgativo y científico.

En resumen, se trata de una iniciativa que utiliza al patrimonio islámico y la trillada tolerancia de las tres culturas –musulmana, cristiana y judía– como instrumento para vender monumentos de cualquier periodo de la historia, parajes naturales, fiestas tradicionales y gastronomía típica.

Esta estrategia en absoluto sería criticable si no se desatendiera como se desatiende esa parte del patrimonio que no interesa incluir en la oferta turística por su lamentable estado de conservación³⁰, si no se tomara a la ligera el hecho de transmitir al visitante una información de calidad o cuanto menos verídica³¹, si no saltara a la vista que el trazado de los

²⁸ Los puestos de información dependen directamente de las obligaciones adquiridas por las arcas de los Ayuntamientos de cada municipio, por lo que muchas veces, en el caso de pequeños pueblos no se contemplan como un elemento básico. Como una solución de consenso se han establecido puntos alternativos por parte de empresarios –bares, restaurantes, hoteles, etc.–. De esta manera, llegar a completar el pasaporte, en realidad un instrumento estadístico y de control de viajeros, constituye una aventura por sí sola.

²⁹ No tenemos constancia de ninguna restauración llevada a cabo de manera directa por esta fundación. Pensamos que al depender de la Junta de Andalucía, deja que sea ésta la que a través de sus distintas Consejerías realice estos trabajos.

³⁰ Durante nuestro periplo por distintos puntos de la geografía Andaluza pudimos comprobar cómo a escasos kilómetros de Priego de Córdoba –incluido dentro de la Ruta del Califato (SAIZ PARDO, 2000)–, se dejaba caer en el olvido el único puente califal al sur de nuestra provincia, alzado sobre el río Palancar y concretamente situado en las lindes del término de Carcabuey. A pesar de haber sido restaurado recientemente a causa de sucesivas crecidas que hicieron peligrar su cimentación, su estado de conservación actual dista mucho de ser el deseado, al mismo tiempo que su puesta en valor es inexistente.

³¹ Entre las páginas de la *Las Rutas de Al Andalus. Guía de viaje*, nos podemos encontrar aseveraciones tales como la fundación griega de Cástulo, Linares (PUÉRTOLAS, 1995: 144)

itinerarios viene marcado por la red de carreteras nacionales y comarcales y no por ningún camino histórico real, si no fuera tan evidente que la herencia del Legado Andalusi en cada pueblo consiste básicamente en un cartel a la entrada, otro a la salida y un tercero en la plaza del Ayuntamiento. En definitiva, no sería tan criticable si no se subestimara como se subestima a la persona que decide embarcarse en el recorrido de estos itinerarios y si no se volviera a utilizar al patrimonio islámico como un medio en lugar de como un fin.

Producto estrella: El esplendor de los Omeyas Cordobeses

Ya con cierta perspectiva y aunque sea de forma sucinta, no podíamos dejar pasar la oportunidad para tratar sobre el máximo exponente cultural del 2001, calificado por la prensa como “El año de los Omeyas”.

Iniciativas públicas y privadas³² también se han unido con motivo de esta sonada exposición, todo un acontecimiento de trascendencia internacional que vino a instalarse en



Figura 4. Publicidad de *La ciudad de los Omeyas* en el Alcázar de los Reyes Cristianos de Córdoba. Foto: Braulio Balseras.

³² La organización de esta exposición, celebrada en Madinat Al-Zahra del 3 de Mayo al 30 de Septiembre de 2001, corresponde a la Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía a través de la *Fundación El Legado Andalusi*, con la colaboración del Ministerio de Educación y Cultura, la Agencia Española de Cooperación Internacional, el Instituto del Mundo Árabe y diferentes países que forman parte del Itinerario Cultural de los Omeyas. Asimismo contó con el respaldo de los distintos organismos locales: Ayuntamiento, Diputación Provincial y el patrocinio de la entidad financiera *CajaSur*, a través de su Obra Social y Cultural.

³³ *Las Andalucías, de Damasco a Córdoba*, se celebró en el Instituto del Mundo Árabe del 27 de noviembre del 2000 al 15 de Abril del 2001.

Madinat Al-Zahra aprovechando el éxito cosechado en París³³. La muestra, que ha tenido grandes repercusiones tanto para la promoción del Conjunto Arqueológico como para el resto de la ciudad a nivel turístico, sirvió de *leitmotiv* para programar toda una serie de actividades en torno a la cultura andalusí: ciclos de conferencias, escenificaciones, espectáculos musicales, cinematográficos y ecuestres, que complementaron de forma paralela a un evento que, sin lugar a dudas, traspasó los límites de la ciudad palatina (Fig.4).

Sin embargo, existen varios factores por los que *El esplendor de los Omeyas Cordobeses* no puede calificarse como la extraordinaria exposición de la que tanto han hablado los medios de comunicación. En un primer plano, la promoción del yacimiento, que se establecía como el principal objetivo de la muestra, se consiguió con más de medio millón de visitantes, pero podríamos decir que este éxito ha sido más un producto de marketing –una imagen que se ha querido vender-, que una oferta de calidad.

Su mayor atractivo lo constituía el deleite de poder admirar un gran número de piezas que regresaban a su lugar de origen, así como la contemplación de otras obras exquisitas procedentes de Oriente; sin lugar a dudas, restos materiales a través de los cuales poder imaginarse con un hálito de vida la ciudad de Madinat Al-Zahra³⁴. Ciertamente un marco ideal e inigualable, pero que no disponía en absoluto de una infraestructura adecuada para atender ni a las necesidades de las piezas ni a las de una masiva afluencia de público. Por estos motivos, y conociendo la línea de actuación mantenida dentro de la dirección del Conjunto Arqueológico (VALLEJO, 2000), pensamos que las circunstancias a las que se tuvo que hacer frente respondieron en gran medida a imperativos de románticos deseos políticos.

Desde la década de los ochenta se ha estado trabajando intensamente en la puesta en valor de Madinat Al-Zahra, huyendo de cualquier actividad que fuese perjudicial o banal para el yacimiento, y pensando asimismo en la futura construcción de un centro de interpretación capaz de hacer frente a toda las carencias de espacio que padece y de acoger exposiciones de esta índole junto con otras actividades culturales (VALLEJO, 2000: 12-13). Ahora bien, si hemos podido esperar tantos años para intuir los resultados de estos trabajos ¿tan interminable se hubiera hecho la espera durante varios años más para contar con estas instalaciones³⁵? Bajo nuestro punto de vista, se ha actuado de manera precipitada y no se ha apostado por una difusión eficaz para el Conjunto.

³⁴ Para el contenido de la exposición así como para el proyecto museográfico nos remitimos al catálogo de piezas de la misma: CORTÉS MARTÍNEZ, I. (Coord.) (2001): *El Esplendor de los Omeyas Cordobeses: La civilización Musulmana de la Europa Occidental. Catálogo de piezas*. Junta de Andalucía. Consejería de Cultura a través de la Fundación El Legado Andalusi. Granada.

³⁵ El futuro Centro de Interpretación, cuyo proyecto ya ha sido aprobado, se sitúa extramuros de la ciudad, en un terreno donde, constatada la ausencia de vestigios arqueológicos, se espera el inicio de su construcción. Las carencias actuales –a las que esperamos ponga remedio– aluden a espacios de almacén, talleres, presentación, explicación, aparcamiento, etc.

Por lo tanto, la celeridad con que se llevaron a cabo los preparativos descuidó un aspecto tan fundamental como la necesidad de una infraestructura básica que acogiera la muestra de manera adecuada; un descuido en los propios planteamientos de la muestra que terminó condicionándola de principio a fin.

La primera consecuencia a la que nos referimos fue la ausencia de un espacio expositivo, falta determinada por la propia fisonomía del yacimiento y por la que se tuvieron que acondicionar la Casa de los Visires y el Salón Rico mediante complejos sistemas de cubrición y cierre de carácter reversible. En la práctica esta medida derivó en la creación de dos ámbitos diferenciados e inconexos, que se convirtieron, si les sumamos el tácito interés existente por compaginar la exposición con la visita al yacimiento, en dos compartimentos estanco entre los cuales el visitante erraba sin rumbo fijo.

Por el contrario ambas “sedes” sí dispusieron de una estructura común ordenada geográfica y cronológicamente; una disposición que hubiera permitido una lectura histórica y evolutiva si el contenido de los paneles no se hubiera reducido al simple enunciado de nombres, fechas, lugares y Museos de procedencia –parca información que abandonaba las piezas a su mera contemplación estética-. Dejando aparte el proyecto museográfico, existieron otros problemas como: el asfixiante calor, la ausencia de letrinas –exceptuando las del siglo X–, un exiguo aparcamiento o la falta de una información general acerca de venta de entradas, accesos, transportes y demás servicios, que quedan aquí en un segundo plano.

No obstante, lo que consideramos más grave es que, ya finalizada la exposición y después del impulso que se ha pretendido dar al Conjunto Arqueológico, cualquier persona vuelva a verse en la obligación de recorrer varios kilómetros a pie si desea acceder a él, pues el transporte público que lo comunicaba de forma directa con la ciudad ha desaparecido por completo.

Pero más allá de todo esto, lo que nos resulta absolutamente inconcebible es que la importante cantidad de dinero invertida en la precaria infraestructura creada para “dar esplendor a los Omeyas” no repercutió de ninguna manera en las necesidades del día a día de la propia Madinat Al-Zahra.

Esta falta de planificación continúa demostrando que preferimos *pan para hoy y hambre para mañana*. Por todo ello, una vez más nos cuestionamos si verdaderamente se piensa en el patrimonio o en el gran público a la hora de materializar un evento como *El esplendor de los Omeyas Cordobeses* o si es el prestigio de los promotores y patrocinadores lo que se presenta como objetivo primordial.

Es entonces cuando volvemos a hablar de negocios con el patrimonio islámico, puesto

que la publicidad que se ha realizado de la exposición no sólo ha promocionado a Madinat Al-Zahra y a la ciudad de Córdoba, sino, principalmente, a las entidades implicadas en ella.

Desde su atalaya califal, la consejera de Cultura de la Junta de Andalucía ha sabido compaginar el impulso de la muestra y su imagen política de una forma extraordinaria. Con palabras tan conmovedoras como las siguientes: “Esta exposición es un canto a la solidaridad en un tiempo en que la convivencia en paz sigue siendo un bien frágil y escaso”³⁶ consiguió dotar a “Los Omeyas” de otra serie de valores relacionados con asuntos políticos actuales.



Fig. 5. Publicidad contradictoria. Foto: Ana del Moral.

³⁶ Palabras textuales de Carmen Calvo Poyato extraídas de un suplemento especial del *Diario Córdoba* del 3 de mayo de 2001, con motivo de la inauguración de *El esplendor de los Omeyas Cordobeses*.

También nos asombra su misma capacidad para deformar una realidad que podría haber empañado el brillo del evento; de esta manera consiguió presentar un robo frustrado definiéndolo como un ejemplo de la eficacia de los sistemas de seguridad. En cambio, la prensa recogía lo siguiente: Los ladrones “... no pudieron ser detenidos y para entonces habían cortado la corriente que suministraba energía tanto a los focos que iluminaban el recinto como a los infrarrojos que hacían saltar las alarmas. La noche siguiente volvió a repetirse el suceso y una vez más los supuestos delincuentes huyeron antes de ser detenidos”³⁷. Según fuentes de la Consejería de Cultura “este menor incidente pone de manifiesto que el sistema de vigilancia funciona perfectamente”³⁸.

Del mismo modo, la entidad financiera *CajaSur* ha dejado suficientemente claro su papel de patrocinador único para crear corrientes de opinión favorables, aunque cometa la desfachatez de utilizar la imagen de la Arqueología como lastre del progreso y freno para el desarrollo económico en una de sus últimas campañas publicitarias –todo ello a escasos metros de distancia- (Fig.5).

Así son las cosas y así se las hemos contado.

CONCLUSIONES

Aunque en la sociedad impere todavía una idea un tanto deformada de la cultura islámica, gracias a los avances de la investigación arqueológica contrastada y de su consolidación como método científico, vamos consiguiendo desmitificar las fuentes literarias y valorarlas en su justa medida. Contamos con una información cada vez más precisa que está logrando configurar una verdadera Historia de Al-Andalus, pero prácticamente restringida a una élite fuera de la cual sólo los “locos de la Historia” tienen cabida.

En consecuencia, nos preguntamos por qué las distintas administraciones públicas que asumen el mandato constitucional de “promover y tutelar el acceso a la cultura a la que todos tenemos derecho” no utilizan esta información en su obligación de diseñar nuevos modelos de gestión y difusión del patrimonio islámico.

No es de extrañar, por tanto, que la sociedad siga anclada en concepciones desfasadas y que su demanda cultural se reduzca a una mera recreación visual donde la industria del ocio llega a adquirir un inusitado protagonismo.

Con ello, el patrimonio islámico queda desplazado a un segundo plano que en numerosas ocasiones lo conduce a un irritante abandono, un completo olvido e incluso a su propia destrucción. Resulta cuanto menos contradictorio que se desatienda de esta manera el patrimonio islámico y que al mismo tiempo la iniciativa privada suela utilizar su imagen como

³⁷ *Diario ABC Córdoba*, 3 de junio de 2001, p. 55

³⁸ *Diario Córdoba*, 3 de junio de 2001, p. 77

medio exclusivo para obtener beneficios de índole económica.

A nivel comercial la imagen del patrimonio islámico es sinónimo de calidad y a nivel cultural también está muy presente, tanto en la oferta turística como entre las preferencias del gran público. Por eso, sería interesante que instituciones públicas y privadas se concentraran ahora en la conservación de este patrimonio y en aportarle justamente lo que le hace falta: continuidad en la investigación y una difusión de calidad científica, desde el rigor arqueológico hacia el rigor histórico; una difusión desprovista de adornos, colorido, decorados, leyendas y evocaciones. Para ello, COORDINACIÓN es la palabra que buscamos y la acción que necesitamos.

BIBLIOGRAFÍA

- AAVV (1995a): *La Imagen Romántica del Legado Andalusi*. Ed. Sierra Nevada 95, Granada.
- AAVV (1995b): *El Legado Andalusi*. Granada, *El legado Andalusi*. Sierra Nevada 95.
- ÁVILA GRANADOS, J. (1995): "Las Rutas del Legado Andalusi." *Historia y Vida*, 331, pp. 113-119.
- BARROSO, M. E. et alii (1999): "Estudiantes y Arqueología: situación ante un futuro problemático". *Arte, Arqueología e Historia*, 6. Córdoba, pp. 29-33.
- BORREGO DE LA PAZ, J. D. et alii (2001): "Arqueología Cordobesa: Historiografía Local del siglo XX". *Arte, Arqueología e Historia*, 8. Córdoba, pp. 68-81.
- CARREÑO, C. Y CORTÉS, I (Coords.) (1999): *Itinerario Cultural de los Almorávides y Almohades: Magreb y Península Ibérica*. Junta de Andalucía, Consejería de Cultura. Sevilla.
- CORTÉS MARTÍNEZ, I: (1999): "Metodología e interpretación patrimonial del web de la Fundación El Legado Andalusi." *Boletín del IPHA* 29. Sevilla, 207-210.
- CORTÉS MARTÍNEZ, I. (Coord.) (2001): *El Esplendor de los Omeyas Cordobeses: La civilización Musulmana de la Europa Occidental. Catálogo de piezas*. Junta de Andalucía. Consejería de Cultura a través de la Fundación El Legado Andalusi. Granada.
- DAROCA BRUÑO, J. L. (1997): "Integración de restos arqueológicos en el interior del aparcamiento de Plaza de la Marina. Málaga". *Boletín IAPH* 21. Sevilla, pp. 71-74.
- FERNÁNDEZ MARTÍN, M^a. M. (2000): "El Itinerario Cultural como recurso Turístico. Una propuesta transnacional." *Boletín del IPHA* 32. Sevilla, pp. 189-195.
- FERNÁNDEZ OCHOA, C. et alii (1990): *Arqueología. Enseñar desde las raíces de la Historia*. Instituto de Estudios Pedagógicos Somosaguas.
- FUENTE FRECHOSO, M. A. de la (2000): "Arqueología y educación: fundamentos para una propuesta". *Arte, Arqueología e Historia*, 7. Córdoba, pp. 32-36.
- GONZÁLEZ MÉNDEZ, M. et alii (2000): "Turismo intelectual y arqueología: la aprehensión

lúdica del pasado.” Boletín del IAPH, 32. Sevilla, pp. 74-80.

GUTIÉRREZ LLORET, S. (1997): *Arqueología. Introducción a la historia material de las sociedades del pasado*. Universidad de Alicante. Alicante.

HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, F. (1994): *Manual de Museología*. Editorial Síntesis. Madrid.
Ley 16/1985, de 25 de junio, del Patrimonio Histórico Español (BOE nº155, 29 de junio de 1985).

Ley 1/1991, de 3 de julio, de Patrimonio Histórico de Andalucía. (BOJA nº59, 13 de julio de 1991).

Ley 30/1994 de Fundaciones e Incentivos Fiscales a la participación privada en actividades de interés general (BOE nº282, 25 de noviembre de 1994).

LÓPEZ GUZMÁN, R. Y VALLEJO TRIANO, A. (2001): “Lujo y esplendor en la Córdoba omeya.” *Descubrir el Arte* 27. Arlanza Ediciones. Madrid, pp. 10-18.

LÓPEZ ONTIVEROS, A. (1991): *La imagen geográfica de Córdoba en la literatura viajera*. Publicaciones del Monte de Piedad y Caja de Ahorros de Córdoba. Córdoba.

NAVASCUÉS PALACIO, P. (1999): “La Alhambra, cómo es y cómo fue”. *Descubrir el Arte*, 8. Arlanza Ediciones. Madrid, pp. 114-116.

NAVASCUÉS PALACIO, P. (2001): “Recorrido artístico por la España romántica”. *Descubrir el Arte*, 30. Arlanza Ediciones. Madrid, pp. 40-49.

Otorgamiento de autorizaciones para la realización de actividades arqueológicas en la Comunidad Autónoma de Andalucía (BOJA nº15, 15 de febrero de 1985).

PUÉRTOLAS, A. (Coord.) (1995): *Las Rutas de Al Andalus: Guía de viaje*. Ediciones El País/Aguilar de Ediciones/Sierra Nevada 95. Madrid.

Reglamento de Protección y Fomento del Patrimonio Histórico de Andalucía (BOJA nº43, 17 de marzo de 1995).

RUBIERA, M. J. (1988): *La arquitectura en la literatura árabe*. Ediciones Hiperión. Madrid.

RUIZ ZAPATERO, GONZALO (1998): “Enseñando Arqueología... ¿hay algo que decir?”. *Arqueoweb* (www.ucm.es/info/arqueoweb/principi.htm) Departamento de Prehistoria de la Universidad Complutense de Madrid. Fecha de consulta: 21 de diciembre de 2001.

SALVATIERRA CUENCA, V. (1994): “Historia y desarrollo del Modelo Andaluz de Arqueología”. *Trabajos de Prehistoria* 51. Madrid, pp. 1-13.

SAIZ-PARDO DE BENITO, J. (Coord.) (2000): *Ruta del Califato: de Córdoba a Granada*. Junta de Andalucía. Consejería de Cultura a través de la Fundación El Legado Andalusi. Granada.

VALLEJO TRIANO, A. (Coord.) (2000): *Madinat al-Zahra 1985-2000, 15 años de recuperación*. Junta de Andalucía, Consejería de Cultura. Córdoba, pp. 9-13.

VERDUGO, J. Y OTERO, M. T. (1995): “El estímulo a la participación privada en actividades de interés general. El patrocinio y mecenazgo en España ante la nueva Ley de Fundaciones” *Cuadernos de Investigación Cultural, 1*. Junta de Andalucía. Sevilla, pp.23-35.