

## ¿DE QUEN É O OURO DOS NOSOS ANTEPASADOS? OS “BENS CULTURAIS” E OS SEUS MODELOS POLÍTICOS

Mar Llinares García  
José Carlos Bermejo Barrera  
*Universidade de Santiago de Compostela*

**Resumo:** Analízanse tres modelos políticos de bens culturais e as súas relacións co territorio, facendo especial referencia ó caso galego. O primeiro deles é o modelo mercantil globalizado, que concibe o ben cultural como unha mercadoría da industria do turismo e do lecer, destinada a un consumidor cosmopolita. O segundo é o modelo tradicional galego, no que os depósitos arqueolóxicos son considerados como unha fonte de riqueza imaxinaria e marabillosa. O terceiro é o modelo político comunitario, que destaca a necesidade de integrar os bens culturais no marco dos valores políticos, sociais, históricos e estéticos.

**Palabras clave:** Bens culturais, mercadoría, turismo, valores.

**Abstract:** Three political models of cultural goods will be analyzed here and their connections with the territory, referring specially the Galician case. The first one is the globalized mercantilist model, which considers the cultural good as a merchandise of the industry of tourism and leisure, intended for a cosmopolitan consumer. The second one is the Galician traditional model, where the archaeological sites are considered an imaginary and wonderful source of wealth. The third one is the community political model, which stands out the need of incorporating the cultural goods into the framework of the political, social, historical and aesthetic values.

**Keywords:** Cultural goods, merchandise, tourism, values.

Ó longo dos últimos decenios estendeuse por toda Europa a denominación “bens culturais” ou “bens de interese cultural” (BICs). En torno a estes termos xerouse toda unha retórica acerca dos seus usos sociais e políticos e acerca da súa suposta rendibilidade económica, que é denominada cun novo termo: “posta en valor”, un galicismo que penetrou con gran facilidade nas linguas española e galega, e que agacha unha especie de mala conciencia, posto que mediante el se reivindica o interese económico dos bens culturais, pero dando a entender simultaneamente que neses “bens” tamén se agacha algún outro tipo de valor.

O obxecto deste traballo será analizar como en Galicia se manexan tres modelos de codificación simbólica dos “bens culturais” que forman parte do patrimonio arqueolóxico e histórico artístico:

- 1) o modelo mercantil globalizado;
- 2) o modelo galego tradicional;
- 3) o modelo político comunitario, que é o que será reivindicado ó final do texto.

Comezaremos pola análise do primeiro deles, co fin de sacar á luz a súa inconsistencia. E é que en realidade se trata dun suposto modelo económico en cuxa defensa ninguén puido achegar suficientes datos cuantitativos, e moito menos un modelo económico.

### **Modelo mercantil globalizado**

Poderíamos sintetizar a doutrina que se tenta desenvolver por parte dos defensores deste modelo na definición seguinte: existe un tipo especial de bens que son os chamados “bens culturais”. Eses bens son da mesma natureza que as demais mercadorías, e polo tanto están regulados polas leis do mercado. O Estado debe favorecer a produción de “bens culturais”, que acostuman estar baixo a súa protección legal, co fin de favorecer o desenvolvemento económico nacional e rexional. Os bens culturais poden favorecer o desenvolvemento do turismo, e consecuentemente forman parte do sector terciario. Pero como a súa explotación debe levarse a cabo selectivamente e mediante uns supostos criterios estéticos, os bens culturais poden axudar ó logro do desenvolvemento sostible.

A continuación iremos analizando todos e cada un dos compoñentes desta definición, co fin de sacar á luz a súa incoherencia, así como a ausencia de todo tipo de bases empíricas que poidan soste semellante presentación.

En primeiro lugar non é certo que os “bens culturais” sexan mercadorías. Chámase mercadoría a un obxecto ou produto que circula nun mercado. A un nivel abstracto pódese entender o mercado como a interacción entre dous factores: a oferta e a demanda. Na oferta xerárianse unha cantidade determinada de mercadorías que serían consumidas na demanda. Cando todas as mercadorías producidas se consumen o mercado está en equilibrio.

No mercado ideal un vendedor ofrece unha mercadoría a un comprador, e se logra vendela obtén un beneficio, ou plusvalía, xa que consegue amortizar os custos de produción da mercadoría e a eles engade unha marxe de ganancia. Este modelo non pode aplicarse de xeito ningún ós chamados bens culturais, polas razóns seguintes.

Chámase “ben cultural” a un obxecto ou conxunto de obxectos de diferente natureza, que posúe un valor simbólico, que se enmarca baixo a etiqueta de “cultura”, neste caso o adxectivo que define o ben cultural. O valor cultural dun ben pode ser de diferente tipo: estético, histórico, intelectual, social ou político. Se non existise ningún deses valores o obxecto sería un ben sen máis, pero non un ben cultural.

Ademais disto, os bens culturais caracterízanse porque están suxeitos a unha especial protección xurídica, regulada por leis chamadas de “Patrimonio cultural”. Se non existise esa protección, como non existiu ata o século XIX, eses bens circularían libremente nos mercados de antigüidades ou curiosidades, e serían o centro do interese dos coleccionistas privados, os únicos que existiron en Europa ata a constitución do Estado-nación.

A protección xurídica dos bens culturais ten como obxecto *limitar a súa libre circulación como mercadorías*, e ademais diso supón a inversión dunha serie de cantidades de diñeiro público no financiamento de institucións dedicadas á conservación deses obxectos, en pagamentos ós traballadores ou funcionarios encargados desas funcións, e en todo tipo de gastos que a conservación deses obxectos poida requirir.

De acordo co modelo mercantil globalizado, a situación sería diferente. En primeiro lugar teríamos unha realidade incontrovertible, que sería o **mercado**, fronte ó cal o Estado debería intervir só minimamente. O Estado sería o xestor dos bens culturais, de acordo cun criterio empresarial, e non o protector dos mesmos. O uso da palabra **xestión** tampouco é un uso inocente, pois tras dela se agacha a idea de que todo suxeito social e político se move cunha lóxica empresarial, desenvolvendo estratexias máis ou menos adecuadas, en función da súa intelixencia (e en menor medida dos seus recursos).

Esa xestión dos bens culturais tería unha dobre cara. Por unha parte sería un labor de protección xurídica (función especificamente estatal), pero por outro lado, dado que o Estado e o mercado identifícanse practicamente, desa xestión terían que derivarse necesariamente uns **beneficios**. Eses beneficios poderían ir destinados a dous tipos de suxeitos. Por unha parte, aqueles que forman parte da **comunidade política** sobre a que asenta e á que serve o Estado, e en segundo lugar, a outro tipo de persoas que poderían ser considerados como **consumidores externos**, que serían por definición aquelas persoas que viaxan por motivos non mercantis, senón de lecer; é dicir, serían basicamente os **turistas**.

A comunidade política non pode ser considerada como consumidora prioritaria dos bens culturais polas razóns seguintes. En primeiro lugar o Estado detrae do seu orzamento o diñeiro necesario para a conservación dos “bens culturais”. Se eses bens fosen consumidos pola comunidade política basicamente, a súa rendibilidade sería moi baixa. Iso sería así porque, ou ben esa comunidade non necesitaría desprazarse para os consumir, ou faría desprazamentos a curta distancia, e eses desprazamentos xeran escasos beneficios turísticos, que son os únicos beneficios tanxibles dos bens culturais. Pode darse ademais o caso de que as “viaxes culturais” formen parte do proceso educativo (os destinados ós escolares) ou de protección social (os destinados a xubilados). En ambos os dous casos a inversión estatal necesaria para favorecer o *consumo* dos bens culturais aínda sería maior, co cal a súa rendibilidade tendería a cero, ou mesmo sería negativa.

Por esta razón os defensores deste modelo necesitan inventar un **consumidor masivo ideal**: o turista cultural, do que se espera que amortice as inversións públicas necesarias para a conservación deses bens, e que xere beneficios económicos para o conxunto da comunidade política ou nacional. O sorprendente é que ninguén poida achegar datos acerca da rendibilidade das inversións públicas no desenvolvemento económico a un nivel simplemente estatístico, e nin moito menos se poidan ofrecer ecuacións que permitan planificar a rendibilidade desas inversións, como debería ocorrer nunha auténtica economía de mercado.

No caso galego utilízase ás veces como modelo económico o chamado fenómeno “Xacobeo”, e o seu suposto impacto anual no PIB galego. Porén, por unha parte non se analiza cal podería ser a rendibilidade das inversións públicas que o Xacobeo podería supor se se levasen a cabo noutros sectores produtivos. E ademais se obvia que ese fenómeno é singular e irrepetible, posto que combina un compoñente relixioso-tradicional (o Xubileo e o logro das Indulgencias), un compoñente deportivo e competitivo (o Camiño de Santiago como fazaña atlética), e un compoñente turístico libre e inducido (o turismo de Congresos, financiado con diñeiro público ou empresarial, e alleo ás duras realidades e flutuacións do mercado turístico real).

Por suposto debería ser obvio, pero non o é, dada a retórica na que se moven os defensores galegos deste modelo, dicir que o prestixio da Catedral de Santiago deriva da suposta presenza do corpo dun Apóstolo. E un Apóstolo non é un “ben cultural” que se poida producir para o “mercado”.

Se reducimos o modelo mercantil globalizado á súa dinámica núa, teríamos o seguinte: temos un Estado, cuxa lexitimidade deriva dunha poboación que forma unha comunidade política. Ese Estado inviste unhas cantidades de diñeiro na conservación ou o descubrimento duns “bens culturais”: monumentos ou obras de arte, e depósitos arqueolóxicos. Sponse que eses bens han de ser consumidos por turistas externos, que son os únicos que poden garantir a rendibilidade económica. Pero eses turistas invisten diñeiro na industria hosteleira, cuxos beneficios corresponden a empresarios privados basicamente, e que paralelamente ó favorecer o consumo contribúen ó incremento na produción de determinados tipos de mercadorías (as que consume a industria hosteleira).

Consecuentemente poderemos afirmar que o Estado galego (ou a comunidade autónoma) financia co diñeiro público a industria hosteleira e a industria inmobiliaria, que é unha parte dela, co que privilexia a un determinado tipo de empresarios fronte ó interese común. Nun modelo económico de mercado os empresarios hosteleiros e os construtores deberían ser os que financiasen a conservación e o descubrimento dos novos “bens culturais”. Se non o fan é por dúas razóns. Primeiro porque xa o fai o Estado, e en segundo lugar porque saben perfectamente que as principais magnitudes económicas do turismo teñen moi pouco que ver coa cultura, e moito coa industria do lecer.

Poderíamos ilustrar todo isto a través dun modelo xeográfico no que tomásemos como base unha **unidade espacial**, que no caso galego podería ser unha parroquia ou Concello.

Imos supor, para simplificar a análise, que ese Concello se decide a escavar un depósito arqueolóxico ou varios que poden ser obxecto de interese turístico (o que só ocorrerá se o depósito ten algo de espectacular que poida ser apreciado nunha breve visita). Aquí teríamos unha inversión pública, que sumaría os custos da escavación (salariais e de todo tipo), e os custos da conservación do depósito. Ese depósito tería que xerar nun tempo determinado uns beneficios superiores ós custos, beneficios destinados a quen investiu o capital inicial, ou sexa ó Estado.

Dado que os beneficios que xera o turismo céntranse na hostalería e a construción (comidas, aloxamentos, custos de viaxes e edificacións varias), o Estado tería que recuperar, vía impostos, ou sexa a través de IVA e o IRPF basicamente, o que investiu na escavación e conservación dese depósito. Agora ben, iso considerando a existencia dun **turista cultural puro**, que practicamente non existe, pois o turismo se leva a cabo durante as vacacións e como parte do lecer. O impacto do turismo cultural puro no PIB

debe pois ser claramente diferenciado do impacto do turismo de lecer – ou de sol e praia – se pretendemos ser minimamente rigorosos. O turismo cultural puro, formado por excursións de escolares ou viaxes de xubilados, ou organizados por Concellos, está financiado polo propio orzamento público, e consecuentemente debería ser excluído deste cálculo.

Ninguén ata agora levou a cabo un estudo cuantitativo deste tipo, pero o sentido común e o coñecemento da realidade rural galega deixa entrever que en todo caso a rendibilidade sería claramente negativa.

Se o Estado non cobre os seus gastos nin se beneficia a comunidade política, neste caso do Concello, ¿quen son, pois, os verdadeiros beneficiarios?

En primeiro lugar os empresarios hosteleiros e os construtores, que non invisten nada na conservación dos bens culturais (porque saben que non son rendibles). E en segundo lugar os que poderíamos chamar os *novos xestores* do patrimonio.

¿Quen son eses *novos xestores* do patrimonio cultural? En primeiro lugar non un tipo específico de empresarios que se moven no mercado libre. Hai mercados libres de arte, como as grandes galerías, pero eses mercados están regulados polas súas propias leis, e non necesitan de excesiva protección estatal, xa que son mercados mundiais, e ademais esa protección frearía o libre xogo dos prezos. Os nosos xestores non viven no duro mundo deses mercados, senón acubillados polas ás das administracións públicas.

O diñeiro investido polo Estado na conservación e desenvolvemento do patrimonio cultural repártese entre os funcionarios e traballadores que fan deste labor honrado o seu medio de vida, e entre os empresarios e traballadores daquelas empresas que son subsidiarias destas actividades que enxendra o diñeiro público. O capital estatal que se inviste no patrimonio cultural é un capital que nun principio crea riqueza e emprego, de acordo cun modelo keynesiano, pero nese proceso de inversión pode haber unha serie de trampas. A saber : 1- o crecemento patolóxico do corpo social e funcional que xira en torno ó mundo do “patrimonio cultural”, e 2- as empresas parasitarias do diñeiro do patrimonio cultural.

1- É unha lei sociolóxica que os grupos sociais desexan reproducirse no tempo, mantendo ou incrementando o número dos seus membros. Iso ocorre con grupos como os funcionarios de diferente tipo relacionados co patrimonio cultural, ou cos profesores das universidades e organismos de investigación que traballan neses campos. Por esa razón tentarán atraer diñeiro público en prol da propia reprodución dos seus grupos, recorrendo falsamente ó interese común, ou ó desenvolvemento económico (se profesan unha ideoloxía mercantil globalizada). Teñen que recorrer a ese interese, nunca cuantificado, porque non poden sacar á luz os seus propósitos, tan comprensible psicolóxicamente como indefendibles socialmente, se se rebordan certos límites.

2- En torno ó mundo do patrimonio cultural xérase actividade empresarial de diferentes tipos. Esa actividade é subsidiaria do diñeiro público, que é quen custea as obras de restauración e mantemento de edificios, ou distintos procedementos de conservación e investigación. Os empresarios beneficiarios desas actividades defenden lexitimamente os seus intereses, pero tamén estarán tentados a esaxerar o interese das súas actividades. Iso é así por unha lei simplemente económica (o incremento dos beneficios, ó que tende o mercado pola súa propia dinámica), e por unha lei psicolóxica: a ansia de enriquecemento persoal. Os empresarios non poden exhibir ó nu o seu interese persoal, e por iso han de recorrer ó interese común e ós beneficios económicos supostos que xera a industria do patrimonio cultural.

En comunidades políticas ou nacionais con escaso desenvolvemento industrial, como Galicia, nas que o peso do orzamento do Estado na economía é enorme, as empresas tenden a ser excesivamente subsidiarias do diñeiro público, e a administración pode adquirir unhas dimensións desproporcionadas. Por iso pode darse unha auténtica carreira de captación de fondos públicos por parte de funcionarios e empresarios, para o seu propio beneficio, pero aludindo ó interese común.

Se ademais se concibe ó patrimonio cultural dentro do modelo da **sociedade do espectáculo**, xa tipificada por Guy Debord (Debord, 1999), e crese que é necesario construír **grandes acontecementos culturais**, como os centenarios e aniversarios, que esixen grandes inversións públicas, e que funcionan co modelo:

- 1) conmemoración;
- 2) construción do acontecemento;
- 3) celebración do mesmo con: a)- campaña mediática, b)- gran exposición; c)- edición de textos e propaganda;
- 4) impulsos ó turismo cultural;

entón pode darse unha auténtica carreira pola consecución de fondos públicos necesarios para poder desenvolver todo un sistema deste tipo.

Os beneficiarios destes fondos serían as empresas que consigan os contratos das licitacións públicas e os funcionarios estatais ou profesores (non esquezamos que estamos dentro da industria da cultura), que conseguen incentivos económicos legais en sobresoldos, e que paralelamente poden desenvolver algunha actividade empresarial, que tamén pode ser legal.

Estes serán os defensores do mercado e da rendibilidade que non existe, e os que loarán a figura do turista como novo destinatario da industria da cultura. O turista, como sinalou Dean MacCannell (MacCannell, 1999) aparece como unha nova versión da **clase ociosa** analizada a comezos do século XX por Thorstein Veblen (Veblen, 1963). O turista é un viaxeiro, que sae do seu país porque posúe recursos e que quere adquirir prestixio consumindo bens culturais, en maior ou menor medida. O turista de Veblen, un millonario norteamericano de principios do século XX, viña a Europa a adquirir prestixio e a consumir os bens culturais e o pasado europeo, podendo realizar ademais grandes inversións en arte.

O novo turista masivo que estes ideólogos propoñen non pode realizar inversións en arte, senón só consumir folletos e *souvenirs*. Dispón de moito menos tempo e inclúe o seu consumo cultural no marco dun breve tempo de lecer, moi diferente ó ano, ou anos, que podían pasarse en Europa os viaxeiros de Veblen. Suponse que da súa chegada, non se sabe como de beneficiosa para el, se derivarán beneficios para as comunidades políticas que viven nos territorios onde xacen os bens culturais, neste caso Galicia, que ha de esperar a estes turistas como novos mesías.

Creemos que eses beneficios non foron cuantificados, e mesmo que non existen. Por iso tentaremos esbozar dous modelos diferentes do patrimonio cultural galego. O primeiro deles é o modelo tradicional, asociado ás comunidades campesiñas, que está practicamente extinguido, pero que tivo un enorme valor, e o segundo será o modelo que tentamos defender. Trátase dun modelo político comunitario (ou nacional), cuxos beneficiarios serían os membros da comunidade política, e que parte da reivindicación do concepto de cultura.

### Modelo campesiño tradicional.

As comunidades campesiñas galegas tradicionais, estruturadas en torno á aldea e a parroquia, posuíron un modelo de interpretación do que agora sería denominado patrimonio cultural que estivo unido a un sistema de apropiación do territorio e que foi inseparable dunhas estruturas sociais e familiares, duns sistemas económicos e unha cultura material, que só poden ser comprensibles no marco dunha rede simbólica de valores morais, políticos e ideolóxicos que, enmarcados no *Lebenswelt* ou mundo vital do campesiñado galego, formaron unha cultura perfectamente diferenciada, unida a unha determinada lingua.

Unicamente nese mundo vital pódese comprender o sentido que o agora chamado “patrimonio cultural” tivo para o campesiño ou o mariñeiro galegos. Fóra dese mundo unicamente pode ou ben desenvolverse un discurso antropolóxico que tente explicalo e comprendelo, ou ben realizar unha manipulación desa cultura con fins políticas, gabando desde un mundo urbano e letrado unha cultura á que un é alleo pero da que se supón que é a base sobre a que constrúe a comunidade política. Neste caso procederáse a unha cousificación non só dos elementos materiais tanxibles: casas, aveños, traxes, ferramentas, senón tamén dos supostos elementos lingüísticos e simbólicos que definiron esa cultura, catalogando o que se veu en chamar “patrimonio inmaterial”, denominación que é unha auténtica aberración conceptual (Prats, 1997; Bermejo e Llinares, 2006).

A continuación ofrecemos un esquema da apropiación do patrimonio cultural de tipo arqueolóxico, tal e como se levou a cabo na cultura popular galega. Centrarémonos nel porque outros tipos de patrimonio, como o relixioso monumental (igrexas, esculturas de santos...), estaba enmarcado no mundo vital do campesiño, do mesmo modo que a súa casa ou os seus aveños, que el non identificaría como “bens culturais”, senón como instrumentos útiles. Só un erudito alleo ó mundo campesiño apreciaría como “bens culturais” esas casas e ferramentas.

Na apreciación dun “ben cultural” ha de se dar un proceso de **estrañamento**. Cando se define un ben cultural nun territorio debemos ser conscientes de que é algo diferente, algo singular, ó que debemos outorgarlle un sentido (Kemp, 1991).

O campesiñado galego apreciou, desde hai séculos, o carácter estraño de moitos restos arqueolóxicos, como os castros e os megalitos. Procedeu a outorgarlles sentido, non dentro dun discurso de tipo arqueolóxico, histórico ou folclorista, senón integrándoos no seu espazo propio. Ese espazo era un espazo culturalmente codificado mediante unha rede de valores simbólicos, como veremos a continuación.

Unha comunidade campesiña galega vivía nun territorio propio, do que se apropiaba mediante o **traballo** (Marx, 1999; Simmel, 1978), un traballo co que soubo explotar cunha gran racionalidade todo tipo de recursos. Esa comunidade campesiña sempre soubo o que era a **escaseza de bens**, e se cadra por iso quixo achar unha **riqueza imaxinaria** (Shell, 1985) nuns castros e unhas *mámoas* (túmulos megalíticos) habitadas por uns seres diferentes a eles mesmos. Os castros e *mámoas* eran percibidos como construcións, como elementos obviamente “culturais”, pero non procedentes da tradición propia, non identificados como produto da cultura propia, concibida en certo sentido de forma intemporal (sempre igual a si mesma). Así que o que para a cultura letrada son depósitos arqueolóxicos foron adxudicados pola cultura tradicional galega a construtores míticos, antigos, con poderes máxicos e posuidores de grandes cantidades de ouro, que nunca daban gustosamente: os mouros e as mouras (véxanse algúns relatos no apéndice).

Poderíamos dicir, e isto non sería unha ironía, que o campesiñado galego soñou con se facer rico co ouro duns seres estraños ós que conseguiu codificar nun complexo marco de valores sociais e familiares, propios da súa cultura, un sistema cultural completo no que o “ben cultural”, o “patrimonio”, é o sistema mesmo.

Os soños dos campesiños galegos non foron o resultado da súa ignorancia, nin da súa falta de formación, senón do seu sufrimento e da súa pobreza. Os soños dos campesiños galegos foron, como algún vez dixo Karl Marx, a esperanza dun mundo sen esperanza, o corazón dun mundo sen corazón e o espírito dun mundo sen espírito. Os soños dos campesiños galegos foron os soños dignos dun pobo digno e traballador. O campesiñado galego non converteu ós seus “bens culturais” en fetiches do prestixio ou a riqueza, e sempre soubo distinguir a realidade da ilusión, aínda que soubese que para vivir era necesario ter algún tipo de ilusión: “Como apareza ou tesouro ou meu fillo vai ser algo, porque eiquí ten que haber camións e bicicletas de ouro e ou meu fillo ha pasear montado nelas” (Castro de Guitara, O Saviñao; López Cuevillas e Fraguas, 1955).

A lectura que se pode facer deste modelo resulta bastante clara: os campesiños galegos sabían perfectamente que sen traballo non hai riqueza. Pero tamén sabían por experiencia que mesmo con traballo, e moi duro, hai pobreza. Coñecían tamén de primeira man a opción contraria: a obtención de riquezas sen traballo, por parte dos rendeiros. ¿Que era o que lles daba estas riquezas? As propiedades, que lles proporcionaban rendas (a costa do traballo dos campesiños) e beneficios. Ouro, en suma, obtido sen esforzo.

A representación mítica deste aspecto concreto da mitoloxía popular galega (que non debe separarse de todos modos da análise do sistema global), nos ofrece polo tanto unha visión que pode articularse en dous espazos. Por un lado está o espazo real, onde existe o desexo de riqueza sen traballo. Por outro, está o espazo imaxinario, onde a moura posúe ouro encantado gardado nos castros ou os túmulos megalíticos. O campesiño pode non emprender o desencantamento por medo ó que está arredor do ouro (as trabes de alcatrán, ou de veneno). Pode tentalo, pero o desencantamento practicamente sempre fracasa. Este fracaso é o que o devolve á realidade.

Os que pretenden converter en mercadorías fetiches a eses bens culturais son os beneficiarios da inversión pública en “bens culturais”, que a cambio deste modelo tradicional, propio, integrado e coherente, aínda que recorrendo falsamente a el, pretenden ofrecer ó pobo galego, ó que gobernan, unha simple riqueza – que ó final tamén é imaxinaria –na que se perderon os valores estéticos, históricos e simbólicos que conforman unha cultura.

O seu modelo polo tanto é substancialmente distinto do que rematamos de ver. Pártese dun presente no que a política cultural promete inmensas riquezas recorrendo a un pasado. Este pasado convertido en “patrimonio” sería a forma de cumprir o desexo de riqueza case sen traballo. Esta riqueza prométese a toda a comunidade política. Os turistas ávidos de contemplar o “patrimonio” e os “bens culturais” serían os novos mouros posuidores de ouro encantado. Pero o desencantamento de novo fracasa, e os donos da riqueza non van ser os membros da comunidade posuidora do “patrimonio”, senón os xestores, empresarios, técnicos e funcionarios que transforman o que foi un elemento vivo dunha cultura completa en “bens culturais” susceptibles de ser explotados.

Como eses funcionarios, profesores e empresarios viven no marco da **sociedade do espectáculo**, consecuentemente pasan a concibir a cultura popular galega como



un sistema de obxectos destinados a unha exhibición para aqueles que, vindo de fóra, poden traer a riqueza. Os antano posuidores dun mundo propio pasarían a ser actores nunha pantomima allea.

A cultura popular galega practicamente desapareceu, debido ás transformacións xeográficas, económicas e políticas dos últimos dous séculos. Ese mundo vital desapareceu, e en moitos casos só pode xa ser obxecto fragmentario de estudo. Aínda que se mantivese, se se pretendese integrar nunha cultura letrada e nun marco político, tería que ser enormemente transformado. A diferenza fundamental estaría na forma e nos axentes desa transformación: desde dentro ou desde fóra, pola acción dos propios creadores desa tradición ou por imposición. Por iso é necesario propor un modelo político comunitario, dentro do marco galego, no que os “bens culturais” poidan adquirir un sentido que sexa válido para o conxunto da comunidade, e no que eses bens sexan definidos polos seus valores específicos.

### **Modelo político comunitario**

Pódese definir unha comunidade política como un conxunto amplo de persoas que, tendo unha serie de características en común, como poden ser unha mesma lingua, un determinado tipo de institucións e costumes que lle son propias, uns sistemas de valores simbólicos, un determinado tipo de pasado co que se identifican, viven nun territorio específico, no que son gobernados por un poder político que controla fisicamente ese territorio.

O control do territorio só é posible se existe unha rede de comunicacións que o fagan accesible en todos e cada un dos seus puntos, con maior ou menor celeridade, e se nese territorio se aplica un sistema xurídico (civil e penal) propio e un sistema fiscal, á vez que funciona un mercado, que sexa común a todo o territorio. Este mercado, á súa vez, pode estar integrado noutro mercado, ou mercados máis amplos.

Toda comunidade política vai unida a un **Estado**, que é quen aplica as normas legais, controla o sistema fiscal, e pode estar presente en calquera parte do territorio.

A estrutura esencial do estado deséñase nunha Constitución, propia de cada Comunidade política. Unha Constitución é a sistematización dos dereitos fundamentais dos cidadáns dun Estado e unha Comunidade política. Pero ese sistema de dereitos non pode existir se paralelamente non se plasma nun sistema de **valores** nos que crean os membros desa comunidade.

Ditos valores han de ser, en primeiro lugar, os valores políticos democráticos, pero eses valores non poden funcionar nunha forma abstracta, tal e como os concibiu Jürgen Habermas co seu *patriotismo constitucional*.

O patriotismo constitucional de Habermas só é comprensible no marco dunha realidade pasada, como o foi a República Federal Alemana. Habermas tiña que xustificar a existencia do seu país, dividido en dous polos resultados da Segunda Guerra Mundial, rompendo así coa tradición nacional alemana. Ademais de iso, como nesa tradición existía a idea de *Sonderweg*, camiño especial da modernización alemana, no que sempre estivo presente unha certa tendencia antidemocrática e autoritaria, consecuentemente este filósofo pretendeu xustificar a existencia dun país que non asumía a súa propia historia, e cuxa existencia podería mesmo ser posta en dúbida, posto que unha estrutura constitucional sen comunidade política limitada só podería ser unha estrutura cosmopolita.

Posteriormente mesmo se confundiu ese certo cosmopolitismo co cosmopolitismo do mercado (xa dixo Marx que o capital non ten patria), creándose así o sistema de: mercado globalizado = constitución cosmopolita = pensamento único, no que gustan desenvolverse os defensores do modelo mercantil globalizado dos bens culturais.

Unha constitución é, pois, indisoluble dunha comunidade e dun sistema de valores culturais, que dan sentido á existencia desa comunidade. Dentro dese marco xurídico é onde se crea a noción de “ben cultural”, ben protexido xuridicamente, e que esixe gasto público porque está dotado dun valor específico.

Un ben cultural pode ter valores estéticos, históricos, intelectuais, sociais ou políticos. Pero un “ben cultural” é ante todo un **símbolo**, un símbolo da existencia dunha comunidade política, que pode ser compartido por outras, ou por persoas a nivel individual, pois é unha creación do xénero humano.

Un ben cultural só é secundariamente unha **mercadoría**. Unha mercadoría non pode ser por si mesma un ben cultural. Un ben cultural pode ser unha mercadoría ou non selo, ou ben pode ser unha mercadoría protexida xuridicamente, co cal teríamos que o valor mercantil estaría limitado por valores extramercantís.

Un ben cultural non é un ben consumido, non só por non ser case nunca un ben funxible, senón pola súa propia natureza. **Un ben cultural é un ben valorado ou apreciado**. A valoración dun ben cultural non é posible se non se coñecen e non se comparten diferentes sistema de valores. Non podemos apreciar a música se non a sabemos distinguir doutros sons, o que ocorre no caso dunha estraña enfermidade cerebral. Debemos ter á nosa disposición no noso cerebro unha información e uns códigos que nos permitan localizar, definir e apreciar a música. Non se pode apreciar a música se non temos algunha cultura musical e non gozamos esteticamente dela. Así pois para apreciar a música é necesaria algunha **educación** musical, sexa codificada ou adquirida máis ou menos espontaneamente.

Do mesmo modo podemos dicir a nivel xeral que a apreciación dos bens culturais esixe dúas cousas: coñecementos e asunción de determinados sistemas de valores.

Os bens culturais non son consumidos senón asimilados e gozados. Para que iso poida ser así é necesario un proceso de educación, unha educación non só entendida como un proceso escolar, senón como un proceso social e político global, o que en alemán se chamou *Bildung*, ou proceso de configuración humana.

O destinatario da educación dun país é a súa comunidade política: os seus cidadáns. Por iso deberíamos dicir que os bens culturais deben estar orientados ós cidadáns das comunidades políticas. Eles deben saber apreciarlos, comprendelos, e só así sería posible conservalos, posto que non é posible aplicar leis nas que ninguén cre, e unha lei non pode funcionar se é simplemente coercitiva. Por esa razón, calquera política de conservación do patrimonio só pode ser eficaz se a comunidade política interioriza os valores específicos e simbólicos do patrimonio cultural.

Se do que se tratase fose de estimar o seu valor económico como mercadorías, en calquera momento poderían ser desprazados por outras mercadorías de maior valor, o que é lóxico, se temos en conta que o valor monetario se mide cuantitativamente e non cualitativamente, como ocorre no caso dos bens culturais.

Os “beneficiarios” dos bens culturais han de ser os cidadáns de cada comunidade política. A propia existencia deses bens é indisoluble dun proceso de educación, e non dun proceso de exhibición. Eses bens poden xerar algún tipo de beneficios,

basicamente turísticos, pero eses beneficios non son os específicos dos bens culturais, porque as grandes magnitudes do turismo funcionan dacordo con outra lóxica.

Por outra parte planificar economías baseándose no turismo, como se pretende facer en Galicia, é suicida, en primeiro lugar porque a demanda turística é moi variable e inestable e depende das modas. Se iso se tenta facer no caso do chamado turismo cultural a aberración é aínda maior, xa que non se pode producir en serie o singular e irrepetible, como a Catedral de Santiago, e o fomento dese turismo depende máis do incremento do nivel educativo que das simples técnicas da mercadotecnia pura e dura.

Debemos defender os valores políticos e os valores comunitarios cando falamos dos bens culturais. En primeiro lugar porque son os seus valores específicos, en segundo lugar porque non é certo que sexan xeradores de inmensas riquezas. E por último para evitar caer na confusión terminolóxica, nunca inocente nin ben intencionada, dos que falan do interese común para defender o seu interese particular, e dos que falan da cultura do seu pobo e dos seus valores para rematar falando indirectamente de si mesmos, posto que eles se consideran non só os portavoces, senón tamén os máis eximios creadores e produtos desa cultura, cuxos valores pretenden converter nun ouro como o que celosamente gardaban en mámoas e castros as desaparecidas mouras, fieis compañeiras do sufrimento e o traballo do pobo galego.

### Apéndice

“Cóntase que nos anos antigos, no fondo dos castros, aparecía todas as noites unha muller moi guapa cunha tenda moi bonita, que era toda de follas. Un día pasaba por alí un home, e a muller preguntoulle:

- Que queres da tenda?
- Unha peineta - díxolle el.
- Dobláchesme o encanto - respondeulle ela.

Ao día seguinte, vólvelle aparecer en forma de cóbrega. Ela tórnalle a preguntar:

- Que queres?
- Unha tixeira - díxolle el.
- Dobláchesme o encanto - respondeulle ela.

O terceiro día apareceu en forma de muller, e pasou un home ao que lle dixo:

- Que queres da tenda?

El respondeu que estaba namorado da tendeira. Antes de decir estas verdades, quedou todo convertido en ouro” (Castro de Toiriz, Silleda; Llinares, 1990).

“No castro viviron os mouros ou un exército, pois o castro está atrincherado e disque nunha leira que hai cerca da porta si pisamos con forza fai un ruído como de campás, pois hai dúas vigas, unha de ouro e outra de alquitrán pero ninguén quere ir buscá-la de ouro porque si ó collé-la romperá a de alquitrán morrería. Por enriba desta viga de ouro pasaban os carros” (O Castrillón, Carballo; Aparicio, 1999).

“Din que os antergos da Casa do Patrón empezaron a enriquecerse repentinamente. Entón a muller preguntáballe ao home a qué se debía, pero el non podía decirllo. Todas as noites, o home saía co cabalo sen decir a onde; pero, despois de moito preguntarlle, acaboulle por contalo á muller, e desde ese intre cerráronselle as portas, pois a el díxéranlle que non llo contara a ninguén, senón xamais lle darían nada” (Castro de Piñeiro, Silleda).

“Un home da Laxe falou unha vez cun home que era maragato, que lle preguntou de onde era. O da Laxe díxolle que era de aquí. Entonces o maragato preguntoulle se sabía onde estaba Castra Monaz (*sic.*); ao responderlle que si, díxolle: “¡Ay Castra Monaz, Castra Monaz! ¡Qué rico eres, India de España!” (Castro Montaz, Silleda).

## BIBLIOGRAFÍA

- Aparicio Casado, B., 1999, *Mouras, serpientes y otros encantos. Mitología popular gallega*, Sada, O Castro.
- Bermejo Barrera, J.C., e.p., “*Flatus uocis: xenealoxía dunha palabra sin sentido: patrimonio*”, *A Trabe de Ouro*.
- Bermejo Barrera J.C. e Llinares García, M., 2006, *O Valor da Arqueoloxía*, Santiago, Lóstrego.
- Bresson, A., 1979, *Mythe et contradiction*, París, les Belles Lettres.
- Debord, G., 1999, *La sociedad del espectáculo*, Valencia, Pre-textos (París, 1966).
- Kemp, A., 1991, *The Estrangement of the Past. A Study in the origins of Modern Historical Consciousness*, Oxford, Oxford University Press.
- López Cuevillas, F. e Fraguas Fraguas, A., 1955, “Los castros de la tierra del Saviñao”, *III Congreso Arqueológico Nacional*, Zaragoza.
- Llinares García, M., 1990, *Mouros, ánimas, demonios. El imaginario popular gallego*, Madrid, Akal.
- MacCannell, D., 1992, *The Tourist. A New Theory of the Leisure Class*, Berkeley, University of California Press.
- Marx, K., 1993, *El Capital. Crítica de la economía política*, México, F.C.E. (1867).
- Prats, Ll., 1997, *Antropología y patrimonio*, Barcelona, Ariel.
- Seaford, R., 2004, *Money and the Early Greek Mind*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Shell, M., 1985, *Dinero, lenguaje y pensamiento. La economía literaria y la filosófica desde la Edad Media hasta la Época Moderna*, México, F.C.E. (Berkeley, 1982).
- Simmel, G., 1978, *The Philosophy of Money*, Londres, Routledge and Kegan Paul (Berlín, 1907).
- Veblen, T., 1963, *Teoría de la clase ociosa*, México, F.C.E. (Nueva York, 1899).