

La fabricación de monumentos antiguos en la Era del turismo de masas

The production of Antique Monuments in the age of mass tourism



Agustín Cócola Gant

Doctor en Historia del Arte. Investigador en la Facultad de Arquitectura Ludovico Quaroni de la Universidad de Roma, La Sapienza.

Resumen

A finales del siglo XIX el turismo comenzaba a desarrollarse en las ciudades que habían conservado sus edificios históricos. Tanto en Estados Unidos como en Europa comprendieron que, por un lado, era posible fabricar la antigüedad que atraía al visitante; y, por otro, que los turistas salían igual de satisfechos aunque sólo visitaran reconstrucciones o copias. La fabricación moderna de monumentos antiguos como medida de promoción urbana tiene una historia, y en este texto nos proponemos estudiar las bases de su origen, así como analizar diversos ejemplos de edificios reconstruidos en el mundo occidental desde finales del siglo XIX hasta 1970.

Palabras clave: Restauración. Monumentos. Turismo. Parque temático. Autenticidad.

Abstract

At the end of the nineteenth century modern tourism was beginning its development in cities where historic buildings had been preserved so far. This prompted the consciousness, both in Europe and the USA, on the possibility to artificially produce those features of the antiquity attractive for visitors and on the fact that tourists were equally pleased albeit knowing they were visiting copies or reproductions. This paper aims to study the particular history of the modern creation of ancient monuments as a sort of urban promotion, analyzing the bases of its origins and providing some examples of rebuilt monuments in western society from the end of the nineteenth century to 1970.

Keywords: Restoration. Monuments. Tourism. Theme park. Authenticity



Agustín Cocola Gant

Es doctor en Historia del Arte por la Universidad de Barcelona (2010), y autor del libro *El Barrio Gótico de Barcelona. Planificación del Pasado e Imagen de Marca* (2011). Su investigación se ha basado en estudiar los orígenes de la restauración monumental como instrumento para la construcción de la identidad nacional y como medida de promoción urbana. También se ha interesado por la regeneración de centros históricos en la sociedad post industrial, publicando diversos artículos sobre el tema.

Contacto: acogant@gmail.com

INTRODUCCIÓN

En el contexto de la Revolución Francesa nacía la expresión monumento histórico, así como todas las instituciones que se encargarían de su reconstrucción y de su presentación como símbolos de la identidad nacional. La restauración monumental se desarrollaba como una herramienta para conmemorar una historia común y, siguiendo el método de Viollet-le-Duc, por toda Europa se reconstruían catedrales y otros edificios góticos¹.

Desde finales del siglo XIX, en cambio, la reescritura de la historia, o en este caso la representación de la historia monumental, iba ya acompañada de otro incentivo: la posibilidad de convertir el pasado en una medida de promoción urbana. Motivada por la trayectoria del turismo, la industria del monumento sustituía la celebración tradicional de la historia, y su habitual función política comenzaba a ser absorbida por las leyes del mercado. Riegl vislumbraba este proceso en el que los edificios ya no eran únicamente apreciados por sus valores conmemorativos (monumento histórico), sino por las huellas del paso del tiempo (monumento antiguo). En este sentido, introducía la expresión “valor de antigüedad” (Riegl, 1987:30) como el nuevo valor predominante, y anunciaba consecuencias imprevisibles ante su sencilla difusión y aceptación.

En un principio el turismo comenzaba a desarrollarse visitando espacios donde apreciar dicho valor de antigüedad. Pero en muchos casos, los espacios serían creados expresamente para que fuesen visitados, por lo que la antigüedad del producto podía ser recreada, intensificada o directamente inventada. La atracción que provocaba el monumento antiguo dio lugar a que si a principios del siglo XIX sólo se tuvieron en cuenta los objetos del pasado que podían simbolizar la nación, posteriormente se recuperaron todos aquellos elementos o edificios capaces de promocionar un lugar determinado. Encontramos ejemplos de este fenómeno desde finales del siglo XIX, cuando la restauración monumental comenzaba a ser justificada como medida para la creación de destinos y, por lo tanto, financiada por una incipiente industria turística.

Si los nacionalismos comprobaron que la verdad histórica es secundaria en el éxito de la tradición inventada, los promotores urbanos descubrieron que el turista salía igual de satisfecho aunque solo visitara reproducciones y fuese consciente de ello. MacCannell apuntó que el turista solicita experiencias auténticas, lo que no significa que los restos del pasado que visite deban ser los “originales” (MacCannell, 2003:30). En este contexto, el artículo expone diversos casos de reconstrucciones de monumentos antiguos que fueron motivados para atraer visitantes. Aunque la explotación turística del patrimonio se ha multiplicado en los últimos años, el artículo analiza el origen de este fenómeno para evidenciar, por un lado, que no sólo es un proceso exclusivo de la actual sociedad de consumo y, por otro, que la técnica de la restauración en estilo, si bien era criticada en cartas y recomendaciones internacionales, al mismo tiempo era promovida por la industria turística para la creación de destinos aparentemente antiguos. En este sentido, el texto pretende contribuir a esclarecer el concepto de autenticidad, cuyo significado puede parecer contradictorio según se aplique a la historia vista como documento o la historia entendida como medida de promoción urbana.

¹ Para un análisis más detallado de este tema ver el primer capítulo de (Cocola Gant, 2011^a).

1.- LA CITÉ DE CARCASSONE

Las intervenciones que Viollet-le-Duc (1814-1879) comenzó a dirigir en 1840 se encontraban ligadas a la estructura creada por Guizot para la construcción del nuevo Estado Nacional. En Carcassonne, sin embargo, una ciudad fortificada medieval, serviría para potenciar el turismo en la zona, siendo los comerciantes los mayores interesados en restaurar la Cité.

Entre 1846 y 1864 Viollet había restaurado la catedral de la ciudad (Saint Nazaire), pero desde aquella fecha hasta su muerte se encargó de toda la ciudadela². La fortaleza, aunque de origen romano, se había ampliado en los siglos XIII y XIV. A partir del siglo XVII dejó de cumplir su función militar, por lo que comenzaron a construirse viviendas sobre la muralla y poco a poco fue convirtiéndose en una cantera de materiales, llegando al siglo XIX en un estado de completo abandono. El proyecto de Viollet restituía el perímetro completo de la muralla y reconstruía todas las puertas, así como las torres y los tejados. Para la imagen de la arquitectura militar de la alta Edad Media, tomó como modelo los castillos y murallas conservados en el norte del Loire, pero que no se correspondían con la tradición del Languedoc. En Carcassonne los tejados eran de tejas, aunque Viollet los reconstruyó de pizarra, otorgándole una verticalidad que nunca tuvieron. Al mismo tiempo, con el fin de obtener una imagen ideal del siglo XIII, eliminó todos los añadidos posteriores, como las viviendas comentadas. [Ilustración 01]



Ilustración 01. Carcassonne. Torre de Saint Nazaire antes y después de la restauración en la década de 1890

Una vez finalizada la restauración, a finales del siglo XIX los comerciantes comenzaron a editar postales turísticas para promocionar la ciudadela y atraer visitantes, ingleses en su mayoría. Al mismo tiempo, desde entonces se creó todo un mercado de productos medievales inventados que eran presentados como recursos pintorescos. Pasteles, artesanía, vestidos, etc., configuraban los artículos de las ferias que se crearon, que desde 1908 fueron, además, amenizadas con representaciones teatrales en la calle, de estética y temática medieval. En una zona en donde el desarrollo industrial fue limitado, el invento de la tradición se aplicó para potenciar el turismo, sector del que aún hoy vive la ciudad.

En 1903 Aloïs Riegl publicaba *El culto moderno a los monumentos*, en donde introducía el concepto “valor de antigüedad”. Más allá de los monumentos históricos, los cuales son

² Tras la muerte de Viollet, la obra fue continuada por Boeswillwald durante 20 años.

conmemorativos y, por lo tanto, poseen algún tipo de significado ideológico, existe otra categoría que se definiría como “monumento antiguo”.

El valor conmemorativo en este caso no forma parte de la obra en su original estado de génesis, sino de la idea de tiempo transcurrido desde su surgimiento, que se revela palpablemente en las huellas que éste ha dejado (Riegl, 1987:30).

Es decir, no se valora el significado del monumento, sino únicamente su apariencia antigua, distinguida por una mera impresión sensorial. Debido a que para su reconocimiento y disfrute no es necesario recurrir a ningún tipo de conocimiento, el valor de antigüedad:

Aspira a llegar no sólo a las personas cultivadas (...), sino también a las masas, a todas las personas sin distinción de su formación intelectual. En esta pretensión de validez general, que tiene en común con los valores del sentimiento religioso, se basa el profundo significado, de consecuencias no previsibles por ahora, de este nuevo valor conmemorativo de los monumentos (Riegl, 1987:31).

Según Riegl, la sencilla apreciación que toda persona puede hacer del valor de antigüedad significaría la posibilidad de un disfrute democrático y universal de los monumentos (Castillo Ruiz, 1998), aunque en realidad, esa misma característica comenzaba a ser explotada por la industria turística, la cual era consciente de la fascinación por todo aquello que denotase historia. Cuando Riegl hablaba de “consecuencias no previsibles” se refería a la potencialidad de los monumentos en el marco de la educación cultural de las personas, si bien, en el marco de la explotación comercial del patrimonio, la consecuencia sería que el visitante también disfrutaría, aunque la antigüedad fuese un añadido moderno.

El monumento pasaba de cumplir una original función política para asumir una nueva función en el marco de la promoción urbana, pero este cambio no afectaba a la manera en la que era reconstruido y, en realidad, la restauración en estilo continuaba siendo el método de intervención más acertado. Si la historia entraba a formar parte de lo consumible, y si el interés hacia la arquitectura del pasado consistía en poseer un ambiente pintoresco, no existía mejor solución que la construcción de lo que ha sido denominado como “falso histórico”, ya que la autenticidad material del documento no estaba relacionada con el masivo consumo del producto.

2.- LA GRAND PLACE DE BRUSELAS

Desde mediados del siglo XIX, la mayoría de las grandes ciudades europeas adaptaron sus centros históricos a las nuevas condiciones de la industrialización, abriendo grandes avenidas que eliminaban el trazado medieval y todos los edificios que allí se encontraban, y cuyo ejemplo más conocido es el París de Haussmann. En este sentido, el proyecto de reforma interior afectaba al centro de Bruselas desde 1879, pero como alternativa a la destrucción con la que se realizaba, el alcalde de la ciudad, Charles Buls, publicó en 1893 *Esthétique des villes*, en donde planteaba la necesidad de modificar la línea recta de las nuevas avenidas si con ello se conseguía salvar un monumento. Su idea principal consistía en conciliar la necesidad de circulación y de higiene con la estética y el embellecimiento de las ciudades.

A pesar de que las operaciones de reforma interior destruían el trazado antiguo, paradójicamente fueron aprovechadas para restaurar los principales monumentos urbanos, e incluso en muchos casos las nuevas avenidas creaban perspectivas visuales que los resaltaban. En el caso de Bruselas, tanto la modificación del plan de reforma como la restauración de su centro principal, la Grand Place, fueron justificadas por Buls como operaciones de embellecimiento que aumentarían el atractivo turístico de la ciudad. Smets afirma:

No podemos negar que esta voluntad de adornar la ciudad tenía también un objetivo comercial y turístico. Por la experiencia de sus múltiples viajes, Buls sabía claramente lo que le faltaba a Bruselas para atraer a los extranjeros. En 1886 se comunicaba con A. Dansaeck, presidente de la Unión Sindical, para sugerirle una serie de medidas encaminadas a hacer la capital más atractiva. Le pidió, entre otras cosas, organizar una comisión especializada, formada sobre la oficina de turismo existente en Viena, que serviría para atraer a un mayor número de extranjeros que vendrían a Bruselas a gastar el dinero que destinan en sus viajes (Smets, 1995: 102-103).

En este sentido, Buls reguló la primera organización de atracción turística de Bélgica, formando la asociación *Bruxelles-Attractions* en 1887. Su principal objetivo fue promocionar y embellecer la ciudad, para lo cual pedía constantemente la restauración de la Grand Place. Al mismo tiempo, uno de sus mayores logros fue organizar la Exposición Internacional de Bruselas de 1897.

De origen medieval, la Grand Place es el centro comercial y administrativo de la ciudad y, como en muchas capitales europeas, el hacinamiento y la humedad habían provocado su deterioro. En este estado, la intervención de Buls consistió en reordenar las fachadas de la plaza eliminando las partes no antiguas (generalmente añadidos del siglo XIX) para posteriormente decorarlas con detalles ornamentales según modelos de la arquitectura típica de la ciudad. Los propietarios se vieron obligados a unificar sus puertas y ventanas, así como a añadir balaustradas, pilastras y remates para resaltar la verticalidad de los edificios.

La intervención más destacada afectó, sin embargo, a la *Maison du Roi*, edificio gótico tardío del siglo XVI y que con el paso del tiempo había sido profundamente transformado. Siguiendo las teorías de Viollet-le-Duc, el objetivo consistió en restituir la forma original del edificio eliminando las adiciones posteriores que lo desfiguraban. La imagen más antigua que se conocía era de finales del siglo XVII, cuando el edificio ya había sido en parte transformado. A pesar de que no se sabía con certeza cómo habría sido originariamente, Buls sostenía que era conveniente “completarlo según el proyecto adoptado por sus fundadores en la época de su construcción primitiva” (Smets, 1995:110). La obra comenzó eliminando los añadidos, y al encontrar los restos de un arco gótico se interpretó que el edificio debería haber estado rodeado por una galería similar, con lo que se reprodujo su forma por todo el perímetro. Al trabajar sobre hipótesis, el resto de elementos decorativos góticos de la cubierta fueron copiados de edificios conservados del siglo XVI. [Ilustración 02]



Ilustración 02. Grand Place de Bruselas. Maison du Roi antes y después de la restauración, 1892-1896

Por otro lado, en una esquina de la plaza también se reconstruyó una pequeña casa conocida con el nombre de *Maison de l'Etoile* y que había sido demolida en 1852. Aunque el edificio se conocía debido a la existencia de fotografías, Buls propuso “reconstruir esta casa en su estilo primitivo (...), completando lo que en otra época no se construyó por motivo de economía” (Smets, 1995:99).

De esta manera, las obras en la Grand Place se realizaron entre 1892 y 1896. Buls consiguió recuperar su supuesta forma original pero, sobre todo, consiguió decorar un espacio que a partir de entonces fue el centro de atracción turística de la ciudad. Al mismo tiempo, justificó el dinero invertido con la nueva imagen sugestiva que la ciudad poseía, afirmando que:

A menudo los ayuntamientos se sienten inclinados a demoler restos de antiguas construcciones porque se imaginan que su conservación no posee suficiente interés para justificar el gasto de su restauración. Pero olvidan que si, tomados aisladamente, cada construcción puede ofrecer poco interés, su conjunto contribuye al aspecto pintoresco de la capital (Buls, 1894:23).

Simular una historicidad desconocida hasta entonces no pasó desapercibido, y por eso Buls fue llamado en su época “fabricante de antigüedades” (Smets, 1995:96). Al igual que Riegl, comprendió que lo antiguo atrae turismo, y por eso afirmaba que lo más importante de un edificio es su valor pintoresco, representado en su pátina como acumulación del paso del tiempo (Smets, 1995:207).

3.- EL BARRIO GÓTICO DE BARCELONA

El origen de la reconstrucción del antiguo Barrio de la Catedral y su posterior transformación en el actual Barrio Gótico también está relacionado con la reforma interior de la ciudad. El proyecto para la apertura de la vía Layetana había sido presentado en 1879, si bien las obras no comenzaron hasta 1908. Durante aquellos años diferentes profesionales advirtieron que el proyecto no solo destruía el trazado medieval, sino que además daba la espalda a los principales monumentos urbanos. En 1901, el arquitecto y político Puig i Cadafalch afirmaba que:

Hay que estudiar desde un punto de vista artístico la reforma (...). Es necesario hacer lo que Buls ha hecho en Bruselas con la Grand Place: no destruir, sino reedificar, retornar las cosas a su primitiva belleza (Puig i Cadafalch, 1901).

Desde 1908, y después de cinco años de demoliciones, una avenida longitudinal dividía en dos la totalidad del centro histórico. Desde el comienzo de las obras, el Ayuntamiento conservaba restos de construcciones históricas destacables antes de que fueran destruidas. El sistema de conservación de monumentos establecía que la mejor opción para conservar estos elementos era su custodia y exhibición en un museo. Sin embargo, ante la cantidad de piezas y materiales antiguos que se iban depositando en almacenes municipales, ya que incluso se desmontaron fachadas enteras, en 1908 el arquitecto Jeroni Martorell proponía que “cerca de la Catedral podría reconstruirse todo aquello [componiendo] un conjunto que sintetice el arte de la vieja Barcelona” (Martorell, 1908). La idea de formar un conjunto con materiales antiguos en los alrededores de la catedral hay que relacionarla con las propias obras de la fachada del edificio, que como en otras tantas ciudades europeas, en Barcelona fue completada entre 1887 y 1912. [Ilustración 03]

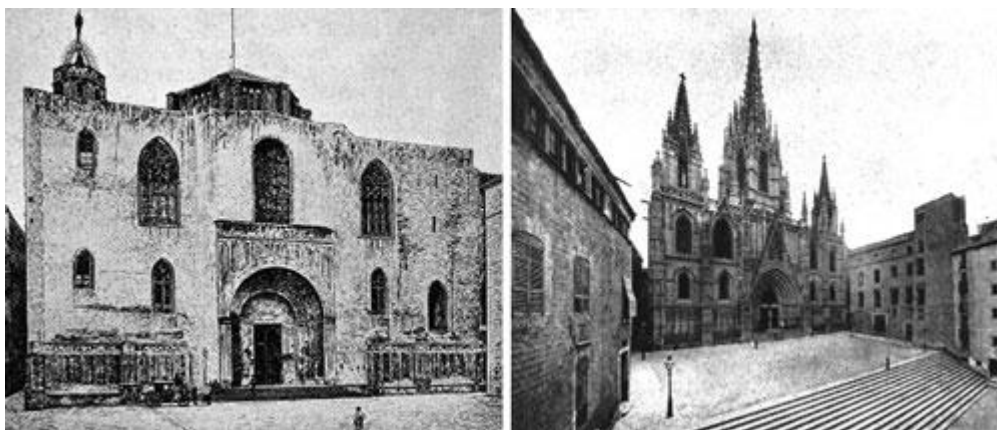


Ilustración 03. Fachada de la catedral de Barcelona en 1895 y en 1913

En el debate surgido sobre qué hacer con los elementos antiguos seleccionados, en 1911 el político Ramón Rucabado proponía directamente que con todo ello se debería construir un barrio gótico (Rucabado, 1911). En una época en donde el catalanismo por primera vez gobernaba tanto el Ayuntamiento como la Diputación, la idea coincidía con el estudio de la Edad Media catalana que diferentes instituciones culturales impulsaban por aquel entonces. En realidad, la idea de Rucabado no hacía más que sintetizar lo que diferentes corporaciones artísticas, empresariales y políticas venían exigiendo desde el inicio de la reforma interior: eliminar las viviendas degradadas que abundaban en la zona y sustituirlas por construcciones neomedievales. Al mismo tiempo proponía crear un recinto delimitado por puentes colgantes neogóticos, trasladar a esta zona las fachadas que se habían desmontado, así como eliminar las aceras, el tráfico y decorar el entorno por medio de una escenografía historicista.

En una época en donde el turismo urbano comenzaba a ser explotado en el resto de Europa, la justificación para este tipo de reconstrucciones resultaba explícita, y el mismo Martorell señalaba que “lo que pudiera costar de más, si algo fuese, sería un capital que reeditaría interés crecidísimo; los turistas, los extranjeros, tendrían mayores motivos para venir a Barcelona a dejar su dinero” (Martorell, 1911). De hecho, en 1908 se había creado la Sociedad de Atracción de Forasteros (SAF), institución que tenía como principal objetivo

promocionar Barcelona como destino del sur del Mediterráneo (Palou, 2012). Si el turismo se desarrollaba en ciudades donde la arquitectura del pasado se había conservado, poseer un centro histórico monumental se planteaba como una condición previa si se pretendía colocar la ciudad en el mapa del destino internacional. De esta manera, la SAF aconsejaba constantemente comenzar con la reconstrucción del barrio de la Catedral, así como con cualquier otra obra de embellecimiento urbano. En el mismo sentido, en 1932 Antoni Muntanyola afirmaba sobre Cataluña en general que:

Sería ilusorio pretender fundamentar nuestro futuro turístico sobre este interés de carácter histórico-arqueológico. En primer lugar, porque la mayoría de las joyas de nuestros monumentos no ofrecen, o aún no les hemos dado, el carácter espectacular que el turismo reclama (Vidal Casellas, 2006:217-218).

Uno de los mayores logros de la SAF, así como de políticos y empresarios locales, fue impulsar la Exposición Internacional de 1929. Los comentarios de la SAF hacían referencia a las ventajas y al provecho que la ciudad podía sacar de la exposición, y a todas las obras que se podrían emprender para preparar el certamen. Como consecuencia, tras dos décadas de debates y sugerencias, en 1927 comenzaban las intervenciones de lo que a partir de entonces se conocería como Barrio Gótico, “aumentando los encantos que siempre ha tenido Barcelona y enriqueciéndola para que su fama y su prestigio se afiancen ante los numerosos extranjeros que vendrán con motivo de la Exposición Internacional” (Barcelona Atracción, 1928). En una época en donde los empresarios locales comenzaban a comprender las ventajas del marketing urbano, un comentarista de la exposición afirmaba sobre Barcelona:

Introduzcamos en el mercado internacional esta nueva marca de turismo y no dudéis: si la nueva marca se elabora bien y se lanza públicamente el producto se venderá y el negocio estará asegurado (Serra, 1929).

Las obras en el Barrio Gótico se alargaron aproximadamente hasta 1970. En su conjunto fueron dirigidas por el arquitecto municipal Adolf Florensa, contabilizando un total de cuarenta intervenciones (Cocola Gant, 2011a; 2011b). En su libro *Nombre, extensión y política del Barrio Gótico* resumía en tres puntos su manera de actuar: restauración de restos conservados, traslados de edificios a la zona y armonización del entorno con elementos neomedievales. El objetivo de estas obras puede resumirse en una frase suya:

Esta cantidad de monumentos, en un espacio tan restringido, dan como resultado un ambiente de una densidad histórica y emocional tremenda, que sobrecoge al visitante sensible y le produce impresiones inolvidables. Por esta razón su visita se ha convertido en imprescindible para todo turista (Florensa, 1950:629).

En última instancia, definía de otra manera el valor de antigüedad y su potencialidad para atraer turismo.

Una de sus obras más destacadas fue la restauración del conjunto del Palacio Real en la plaza del Rey. Hay que tener en cuenta que el centro histórico era un espacio degradado y abandonado por la inversión inmobiliaria desde que la burguesía marchó al moderno y más equipado ensanche, por lo que en el centro habitaba la población con menos recursos de la ciudad. En este sentido, todas las propuestas que se presentaron incluían eliminar las

viviendas degradadas que existían para sustituirlas por construcciones neogóticas o para trasladar en su lugar otros edificios antiguos. Esta última fue la opción adoptada en la plaza del Rey, cuando en 1928 comenzaron a derribarse unas viviendas del siglo XIX para posteriormente colocar en su lugar la llamada casa Padellàs, edificio del siglo XVI que había quedado al otro lado de la vía Layetana rodeado de construcciones modernas. Tras las obra, Florensa afirmaba que la casa “fue tan bien recibida por los otros edificios, que realmente parece que haga siglos que están juntos” (Florensa, 1950:631). [Ilustración 04]

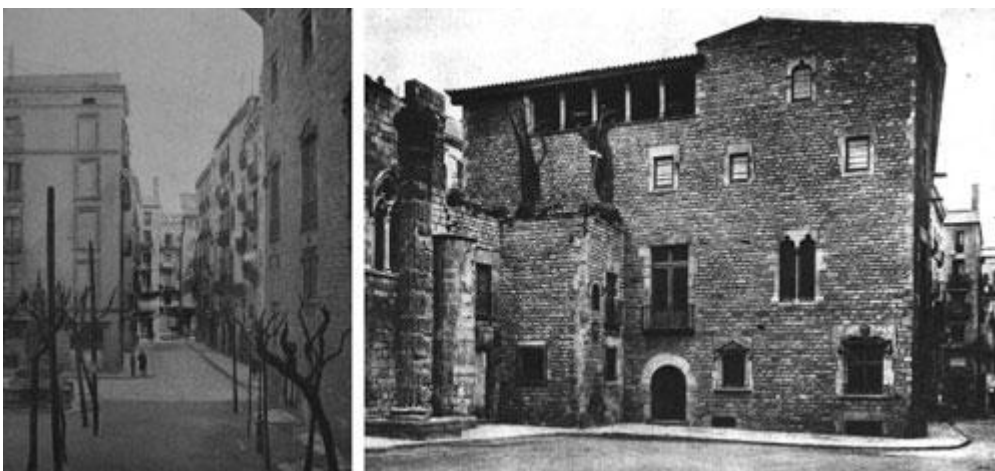


Ilustración 04. Plaza del Rey en 1927 y en 1943. Derribo de unas viviendas para colocar en su lugar la Casa Padellàs. Excepto la ventana inferior derecha, el resto de los vanos así como la galería superior son nuevos

El Palacio Real fue modificado en todas sus fachadas y patios. Cabe destacar la introducción de catorce ventanas coronelles, elemento típico de la arquitectura gótica meridional, en donde no había pruebas de su existencia anterior. Todos los elementos posteriores al siglo XVI fueron eliminados de la fachada y del patio principal para construir un conjunto gótico ideal con materiales nuevos o procedentes de derribos. Los elementos renacentistas o neoclásicos eliminados se reubicaron en otros puntos del palacio. [Ilustración 05]

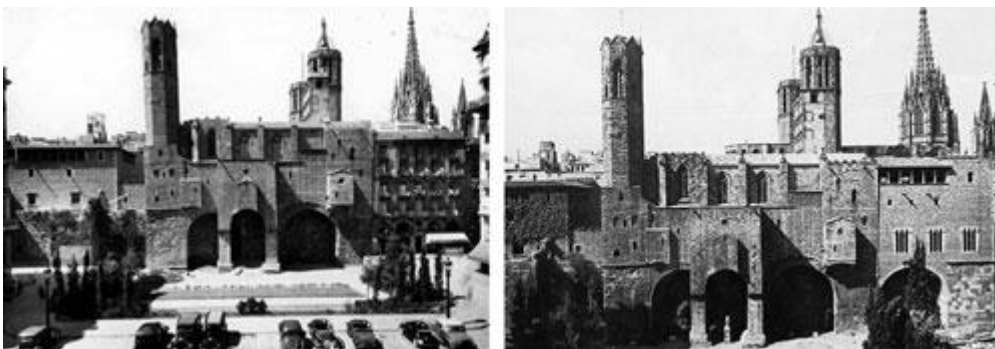


Ilustración 05. Una de las fachadas del Palacio Real en 1943 y en 1960. A la derecha se encuentra la fachada posterior de la trasladada Casa Padellàs. A la izquierda se han derribado unas viviendas del siglo XIX y fueron sustituidas por la reproducción ideal de una casa típica medieval catalana

Las intervenciones que Florensa dirigió durante casi 40 años fueron muy numerosas. En la plaza de San Felipe Neri, por ejemplo, trasladó dos fachadas del siglo XVI que habían sido desmontadas con la apertura de la vía Layetana. Intervino sobre la muralla romana, sobre todos los edificios más emblemáticos de la calle Montcada o incluso creó fachadas neomedievales en construcciones del siglo XVII. El objetivo de la “conservación” de la

ciudad antigua se presentaba como un instrumento para dotar a la ciudad de un reconocimiento histórico-artístico que nunca había tenido. En la creación de esta imagen de marca, el derribo de construcciones vulgares potenciaba la acumulación de elementos antiguos, ya que como diría el propio Florensa, “a pesar de algunas críticas, es evidente que con estos trabajos el prestigio histórico y monumental de Barcelona ha ganado mucho” (Florensa, 1964:21).



Ilustración 06. Palacio Berenguer de Aguilar (actual Museo Picasso) en 1955 y en 1964. Introducción de una galería neogótica a imitación de otra conservada en una de las caras del patio

Desde 1927, el Ayuntamiento no fue la única institución encargada de potenciar las obras. El proyecto había sido asumido por todos los sectores, y tanto la Iglesia como la Diputación de Barcelona reconstruyeron propiedades que tenían en el barrio. Destaca la restauración de las Casas de los Canónigos, comprada por la Diputación y primera obra realizada en 1927, así como el puente que une dicha casa con el Palacio de la Generalitat. Obra neogótica inaugurada en 1928, el puente fue tan excesivo que todas las corporaciones culturales lo criticaron, a excepción de la Sociedad de Atracción de Forasteros, que consideraba las obras como una oportunidad para que Barcelona aumente su “categoría artística y hasta su prestigio de antigüedad”, afirmando que su estructura “entona perfectamente con el carácter de las construcciones antiguas que están inmediatas a él” (Barcelona Atracción, 1928:188). Además, en 1934 la SAF difundía el puente por medio de su revista de tirada internacional *Barcelona Atracción*, titulado la imagen como “las antiguas edificaciones de la calle del Obispo” (Barcelona Atracción, 1934).

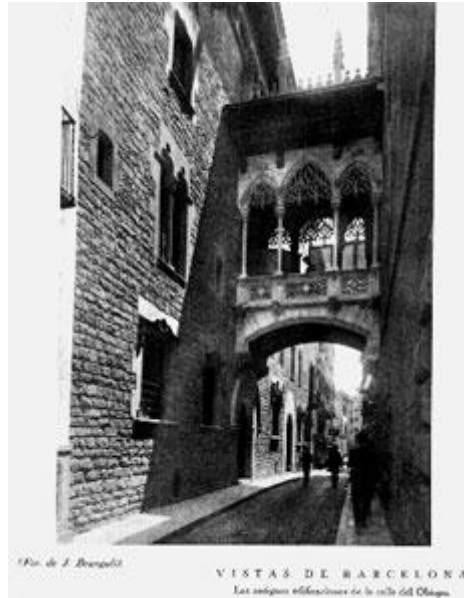


Ilustración 07. Puente neogótico inaugurado en 1928, obra de Joan Rubió. La fachada de la izquierda corresponde a la restaurada Casa de los Canónigos, en donde todas las ventanas de estilo medieval son nuevas



Ilustración 08. Fachada principal de la Casa de los Canónigos antes y después de la restauración, realizada por Jeroni Martorell entre 1927 y 1930

4.- ROMA Y LA TOSCANA

El gobierno de Mussolini (1922-1943), como todo nuevo orden establecido, necesitó reorganizar el pasado como legitimación simbólica de su poder. A partir de 1922, arqueólogos e historiadores comenzaron a investigar sobre los orígenes de Roma, impulsando la *romanità* como el valor precedente de la nueva raza fascista. En realidad, el pasado que recreaban había sido definido a fin del siglo XIX durante el *Risorgimento* y el apogeo del nacionalismo italiano. Al mismo tiempo, se esforzaron en presentar a Mussolini como el sucesor de Augusto, buscando una continuidad entre el esplendor del imperio romano y el nuevo gobierno. Este esfuerzo ideológico tuvo como consecuencia toda una serie de reestructuraciones urbanas que aislaban los monumentos de la antigüedad derribando su entorno, para posteriormente rodearlos de nuevas obras fascistas. De esta manera, se hacía visible la representación de Mussolini como el único capaz de recuperar la gloria del antiguo imperio.

Una obra destacada de esta tendencia fue la liberación de las construcciones añadidas al Mausoleo de Augusto, creando la plaza que existe en la actualidad. De la misma forma, a partir de 1930 unieron el Coliseo con el Palacio Venecia -lugar donde Mussolini realizaba sus mítines- formando la actual avenida Dei Fori Imperiali, para lo cual derribaron todo el trazado medieval que se encontraba en medio. Además, esta actuación tenía como objetivo realzar “lo romano”, sobre todo revalorizando la función simbólica del Foro, con lo que se eliminaron algunas construcciones añadidas en épocas posteriores, mientras que otras fueron cambiadas de lugar, como la iglesia de Santo Biagio e Rita, que fue traspasada desde el Capitolio hasta el Teatro Marcelo.

La transformación del pasado monumental, si bien se inició como recurso ideológico, también fue motivada como preparación ante los cuatro millones de personas que visitaron Roma en 1937 con motivo de la celebración de la *Mostra Augustea della Romanità*. En este sentido, el llamado *Quartiere Rinascimentale* fue reorganizado desde 1931 con el fin de resaltar espacios emblemáticos como Campo dei Fiori o Piazza Navona. Creando callejones o pequeñas plazas, “el trazado urbano representaba un decorado para proyectar mejor el espectáculo de los monumentos conservados” (Medina, 2004:13).

Identidad nacional, turismo y restauración en estilo son tres elementos que no pueden separarse de las políticas urbanísticas aplicadas durante el fascismo en diferentes ciudades de la Toscana. Lugar destacado desde el *Grand Tour*, en Florencia y Siena más de seis mil extranjeros tenían allí una segunda residencia, en su mayoría ingleses, franceses y norteamericanos. De hecho, la fachada de la catedral de Florencia, construida en 1887, fue pagada en parte por la alta burguesía extranjera, así como la nueva fachada de la iglesia de Santa Croce. En una época en donde la reforma interior reorganizaba la ciudad antigua, el turismo internacional exigía salvar “el área pintoresca” (Medina, 2004:6), mientras que al mismo tiempo impulsaba la reconstrucción de castillos renacentistas abandonados³.

Durante el gobierno de Mussolini, el caso más destacado de creación de un espacio histórico fue la ciudad de Arezzo. Impulsadas por la actividad turística que disfrutaban otras ciudades vecinas, las autoridades locales se esforzaron para que Arezzo apareciera como destino aconsejado en los boletines de la asociación turística *Ente per le Attività Toscane*. El pasado no sólo fue un recurso pintoresco, sino que también fue utilizado para potenciar la identidad local y el orgullo ciudadano. Por este motivo, se seleccionó la época en la que Arezzo fue una ciudad-estado independiente, anterior al dominio florentino desde finales del siglo XV.

Entre 1926 y 1936 los principales edificios de la ciudad fueron transformados según la imagen ideal que habrían tenido en los siglos XIII y XIV, basándose en el estilo de la época, pero no en documentos conservados. De las más de quince restauraciones que se contabilizan, destaca la casa donde había nacido Petrarca. En la intervención se introdujeron elementos típicos de la arquitectura del siglo XIII, como *loggias*, aleros y torres, ante lo cual, un artículo en la revista *Valorizzazioni turistiche* señalaba que “quién sabe si en un futuro no lejano Arezzo emergerá como el más fuerte competidor de San Gimignano” (Medina, 2004:132). La

³ Una gran parte de la burguesía extranjera residía en las afueras de la ciudad, donde fueron construidas varias mansiones neorenacentistas. En otros casos compraron ruinas y las reconstruyeron, como el Castello Vincigliata o el Castello de Poggio, y al igual que había hecho Viollet-le-Duc en Pierrefonds, no se diferencian los restos originales de los fragmentos traídos desde otras ruinas, ni tampoco las partes completamente nuevas.

torre de la catedral también fue completada, así como su fachada entera. En otros casos, como en el Palazzo Pretorio, se introdujeron puertas y ventanas medievales, eliminando las modificaciones que se habían realizado en el siglo XVIII.



Ilustración 09. Arezzo. Palazzo dei Priori antes y después de la restauración en la década de 1930



Ilustración 10. Arezzo. Palazzo Lappoli antes y después de la restauración en la década de 1930

En el estudio realizado por Medina Lasansky, la autora analiza intervenciones en la Toscana hasta finales de la década de 1950. Además de la restauración en estilo, también se recurrió a trasladar edificios o partes de ellos, así como a armonizar el entorno de los nuevos monumentos, generalmente otorgando subvenciones a los propietarios para que conviertan sus fachadas en edificios de piedra. Al mismo tiempo, en esta época fue cuando se crearon los festivales medievales que hoy definen las fiestas propias de cada ciudad, surgiendo el de Arezzo en 1931 a imitación de otros festivales recién recuperados como *il calcio storico* de Florencia (1930) o *il palio* de Siena (1928).

5.- PARQUES TEMÁTICOS EN ESTADOS UNIDOS

La historia de los parques temáticos no puede entenderse sin la influencia del país en donde surgieron. Este tipo de atracciones turísticas se caracterizan por potenciar espacios pintorescos mediante la fabricación de ambientes antiguos. Se parte de la base de que existe una demanda de productos históricos, y con el fin de atraer a este sector de consumidores se recrean espacios donde gozar de un supuesto valor de antigüedad. Las recreaciones más difundidas en la actualidad suelen ser pura fantasía, como es el caso de Disneyland. Sin embargo, los primeros ejemplos conocidos fueron reconstrucciones de pueblos abandonados, o incluso se trasladaron edificios que iban a ser derribados en Europa y que la nueva cultura norteamericana conseguía salvar.

País sin historia urbana medieval, comprobaron que el visitante salía igualmente satisfecho de una visita a edificios antiguos aunque éstos sólo fueran reconstrucciones o copias. Es la explotación del valor de antigüedad por antonomasia, y sin tabúes. Mientras que en la vieja Europa la historia como recurso había originado la demanda turística, en Estados Unidos, conscientes de que existía la demanda, inventaron el recurso. Antes de la Primera Guerra Mundial aparecieron los *Open Air Museums*, espacios en donde se coleccionaban y exhibían diversos edificios históricos traídos de cualquier lugar del mundo. Uno de los más conocidos en la década de 1920 fue el de Greenfield, iniciativa de Henry Ford al comprar casas rurales inglesas que estaban en desuso y trasladarlas a Estados Unidos. En la actualidad, en Norteamérica existen más de un centenar de este tipo de museos, multiplicados a partir de la década de 1950 cuando se adquirieron construcciones históricas europeas en estado de ruina por la guerra. El traslado se justificaba como la mejor manera de conservarlas, aunque cuando se traslada un edificio, como vimos con la Casa Padellàs, generalmente se completa según su estilo ideal, por lo que materiales considerados inapropiados son cambiados, extraños elementos pueden ser eliminados o partes perdidas reconstruidas. Hoy día, el edificio antiguo más visitado de Miami es el monasterio de Santa María la Real, del siglo XII, aunque trasladado desde Segovia. En este caso fue comprado en 1925 por un empresario con el fin de decorar su villa privada, si bien la obra nunca se realizó y las piedras estuvieron guardadas en cajas hasta que en 1964 se reconstruyó en su ubicación actual.

Por otro lado, en 1926 John D. Rockefeller Jr. propuso recrear la ciudad colonial de Williamsburg, destruida en el siglo XVIII. Creó la *Colonial Williamsburg Foundation*, que compró las 1200 hectáreas que formaban los restos de la ciudad con el fin de reconstruirla en su totalidad. Restauraron 88 edificios de origen colonial a su estilo primitivo, construyeron otros 400 en el mismo estilo que los originales y trasladaron edificios coloniales de otras ciudades para colocarlos en el nuevo centro histórico de Williamsburg. Debido a que la temática del parque era el siglo XVIII, el espacio se ambientó con música, vestidos y comida de la época, creando festivales temáticos que celebran la independencia y la primera constitución del país⁴.

Los autores que han estudiado este tipo de parques temáticos, coinciden en que su construcción se desarrolla gracias a la aplicación de tres procedimientos o herramientas que se

⁴ Para más información sobre el caso de Williamsburg (Brown y Chappel, 2004 y Ashworth y Tunbridge, 1990:142-146).

repiten en cada caso⁵: el principal recurso es la restauración en estilo de los restos conservados, reconstruyendo los edificios según el modelo ideal de la arquitectura tradicional de la ciudad; también se recurre al traslado de edificios originales o partes de ellos, generalmente traídos desde otra ciudad o barrio; por último, se recrea el entorno con la eliminación de edificios sin apariencia antigua y se sustituyen por otros nuevos en estilos históricos.

7.- CONCLUSIONES

La preocupación por el pasado monumental después de la Revolución Francesa ha pasado por dos fases. Una etapa inicial en la que los nacionalismos comenzaron a reeditar la historia, y una segunda etapa en la que dicha historia fue puesta en valor como medida de promoción urbana. Estas dos fases no se contradicen, y en la mayoría de los casos, potenciar la identidad de un lugar así como crear un destino turístico se han llevado a cabo contemporáneamente. De hecho, tanto en Barcelona como en la Toscana, el pasado recuperado por la industria turística fue el que los nacionalismos habían definido como el auténtico pocos años antes. Estas etapas tampoco son absolutas, y existen más casos de reconstrucciones monumentales en otro tipo de contextos, como pueden ser catástrofes naturales o guerras, en donde la decisión de qué y cómo reconstruir favorece la creación de determinadas memorias colectivas, así como el olvido de otras (Hernández Martínez, 2007). Pero debido a que, en general, el uso del pasado después de la creación de los estados nacionales satisface a escala planetaria el consumo turístico, la diferencia radica en que las obras estudiadas solo pudieron ser puestas en marcha ante la certeza de que la inversión sería recuperada con el consumo de los futuros visitantes.

El cambio de una fase a otra implica una mutación semántica del monumento. Si en la tradición inventada se otorgan significados simbólicos a los objetos conmemorados, dicho significado puede cambiar constantemente, de modo que cuando el pasado deviene sólo mercancía, pierde por completo su función semántica para convertirse en un simple rincón pintoresco. La industria del monumento no tiene necesidad de guardar relación con algún mensaje político. Se separa de la reescritura tradicional de la historia, y el monumento pasa a ser solo un emocionante objeto antiguo. Riegl advertía de la potencialidad del valor de antigüedad en relación a la democratización de la cultura, pero dicha potencialidad ha sido transformada para fabricar espacios que, si bien se presentan como centenarios, son completamente nuevos.

Tanto los nacionalismos como la historia convertida en recurso turístico han acudido a la misma herramienta en el momento que pudieron transformar los edificios, es decir, a la restauración en estilo. Seleccionar una época y borrar las etapas posteriores anula la heterogeneidad de la historia para presentar una continuidad inalterada que, en cualquier caso, es siempre ficticia. Y al mismo tiempo, si para promocionar una ciudad es ineludible poseer un atractivo centro histórico, la restauración en estilo crea expresamente valor de antigüedad, generando los espacios pintorescos que el turismo reclama. Sin embargo, este tipo de intervención comenzó a ser criticado incluso durante el siglo XIX, ya que destruía la posibilidad de que la obra continuase siendo un documento histórico. El caso italiano se hacía aún más evidente porque era el lugar donde habían surgido tanto las críticas como las teorías

⁵ Me refiero a (Ashworth y Tunbridge, 1990:154-155). Pero las mismas conclusiones se sacan de la lectura de (Mills, 2007 y Jameson, 2004).

más vanguardistas sobre restauración monumental. Estos hechos, aunque parezcan contradictorios, demuestran que las intervenciones no dependían ni de la normativa ni de las recomendaciones internacionales, sino de las leyes del mercado turístico que, como en todos los casos vistos, representó la principal motivación para realizarlas.

La ciudad histórica es una creación contemporánea que, al igual que el estudio de la historia en sí misma, puede ser revisada nuevamente por cada generación en función del tipo de actitud que prevalezca hacia el pasado. Sin embargo, ¿cuál es la diferencia entre un centro histórico reconstruido y un parque temático? Hemos visto que las técnicas utilizadas para cada caso son similares, es decir, restauración en estilo, traslado de edificios y recreación historicista del ambiente. E incluso el objetivo principal también es el mismo, llámese “valor de antigüedad”, “densidad monumental” o “área pintoresca” que se potencian para estimular su visita. En 1986, el ministro francés de turismo reconocía que:

Nuestro patrimonio se debe vender y tiene que ser promovido con los mismos argumentos y técnicas que han hecho posible el éxito de los parques de diversión (...) pasar del centro histórico como pretexto al centro histórico como producto (Choay, 1995: 232).

La cuestión no tiene una sola respuesta, y dependerá de la posición que ocupe quien se pronuncie. Lo único que compartirán con seguridad es una definición determinada del contradictorio concepto de autenticidad. Formalmente, según el diccionario de la RAE, auténtico significa “acreditado como cierto y verdadero por sus características” o “dar fe de la verdad de un documento”. Desde mi punto de vista, espacios como el Barrio Gótico de Barcelona o el centro monumental de Arezzo constituyen paradigmas de los llamados falsos históricos, y debido a las motivaciones por las que fueron construidos -crear espacios sugestivos para potenciar el consumo- pueden ser definidos como un parque temático. No son auténticos porque las intervenciones supusieron la destrucción de la historia que se había conservado y, por ejemplo, es imposible documentar de forma fehaciente la arquitectura medieval de Barcelona por medio de los edificios reconstruidos en el Barrio Gótico. Una ventana coronella puede dar información sobre el uso original del edificio o la posición social de sus propietarios, pero las 85 ventanas reconstruidas que dominan el barrio no dejan de ser un reclamo pintoresco (Cocola, 2011a).

El turismo es una industria que responde a la ética y a la estética del mercado, y para facilitar la visita, tanto si hablamos de centros históricos o de parques temáticos, se debe “reducir la complejidad y riqueza de la historia urbana a unas simples, reconocibles y vendibles características” (Ashworth y Tunbridge, 1990:54). En algunos casos, al poder reproducir edificios completos cuyos originales han perdido alguna de sus partes, los parques temáticos se otorgan más autenticidad que la propia historia, como el *Japanese Museum of Buildings*, en que la representación de la casa en la que nació Shakespeare es considerada más auténtica que la original, ya que la nueva reconstrucción es una fiel comparación con la de su estado primitivo en el siglo XVI (Oliver, 2001). Desde la industria turística se sostiene que “si la autenticidad es el exacto reflejo del pasado mediante su arquitectura, entonces una hábil reconstrucción puede ser más auténtica que unos restos esparcidos” (Ashworth y Tunbridge, 1990:24). Lo que demuestran estas afirmaciones es que para el mercado turístico un edificio será más auténtico cuanto mayor sea su apariencia de antigüedad, independientemente de que esa antigüedad sea una recreación. Esto es así porque se entiende que cuanto más histórico

parezca el producto, éste será más consumido, y porque el consumidor debe ser quien determine lo que es o no auténtico. La autenticidad, en este caso, no se refiere a la del documento histórico, sino a una experiencia auténtica (MacCannell, 2003:30), a la diversión que proporciona el espectáculo.

Como consecuencia de esta realidad, la profesora de urbanismo en Harvard, Susan Fainstein, propone como solución para la conservación de ciudades como Venecia o Florencia realizar copias exactas de sus principales monumentos en Estados Unidos, Japón o los Emiratos Árabes, ya que de esta manera los turistas de estas zonas no tendrían la necesidad de viajar hasta Europa y sobrecargar ciudades con miles de visitantes. En una entrevista titulada “La única solución para el turismo masivo es crear Eurodisneys”, asegura que “la emoción, la diversión e incluso por qué no, el placer estético que podrían obtener los turistas allí serían iguales que los que proporcionan los originales” (Fainstein, 2008). Los defensores de la comercialización del pasado recreado sostienen también que “el parque temático puede aportar una experiencia histórica más real que el propio sitio histórico, y en este sentido lo ha reemplazado” (Ashworth y Tunbridge, 1990:160). Es la ética del mercado, que esconde que si no se nos advierte, como consumidores presuponemos que la historia exhibida es la verdadera, y no una fantasía tipificada.

Riegl ya sospechaba en 1903 que el culto por el valor de antigüedad traería consecuencias imprevisibles, y que entraría en contradicción con el valor histórico, es decir, con la función documental del monumento. Si atendemos a la definición formal de autenticidad, la antigüedad recreada perdería credibilidad, y por este motivo desde el mercado turístico se propone que “la autenticidad del pasado debe ser reemplazada por un concepto más flexible” (Ashworth y Tunbridge, 1990:24). Por lo tanto, los límites entre el parque temático y el centro histórico reconstruido no pueden ser definidos con precisión. Existen intereses contradictorios que impiden un acuerdo: los de la historia en sí misma y los de la historia convertida en mercancía. En Estados Unidos, en ausencia de lo real, la representación se ha convertido en la cosa misma. Al disponer de una escasa historia monumental para exhibir, el consumidor sabe de antemano que visitará reproducciones, y los promotores lo reconocen sin tabúes. En la vieja Europa, sin embargo, aún parece inmoral admitir la supremacía de los valores del mercado. Aunque los nacionalismos despertaron el interés por el pasado monumental, las intervenciones sólo pudieron realizarse cuando la historia se convirtió en un recurso turístico, en un medio para colocar la ciudad en el mundo y promocionarla a través de su imagen de marca. Aún así, se suele ignorar este hecho escandalizador, y las actuaciones vendrían a ser una pura conservación del centro histórico. Pareciera que los turistas acuden porque existe un recurso que ha permanecido inalterado desde la Edad Media, y no porque el recurso haya sido creado para satisfacer la demanda turística.

8.- BIBLIOGRAFÍA

ASHWORTH, G. y TUNBRIDGE, J. (1990). *The tourist-historic city*. London & New York: Belhaven Press.

BARCELONA ATRACCIÓN (1928). “Obras de urbanización y embellecimiento”. *Barcelona Atracción*, 204, p. 188.

BARCELONA ATRACCIÓN (1934). “Las antiguas edificaciones de la calle del Obispo”. *Barcelona Atracción*, 282, p. 365.

BROWN, M.; CHAPPEL, E. (2004) “Archaeological authenticity and reconstruction at colonial Williamsburg”. En Jameson, J. (Ed.). *The reconstructed past. Reconstructions in the public interpretation of archaeology and history*. Oxford: Altamira Press, pp. 47-63.

BULS, C. (1894). *Esthétique des villes*. Bruselas: Bruylant-Christophe & Cie, (1ª ed. 1893).

CASTILLO RUIZ, J. “El nacimiento de la tutela como disciplina autónoma: Alöis Riegl”. *Boletín del Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico*, 22 (1998), pp. 72-76.

CHOAY, F. (1995). *L'allegoria del patrimonio*. Roma: Officina Edizioni, (1ª ed. 1992).

CÓCOLA GANT, A. (2011a). *El Barrio Gótico de Barcelona. Planificación del pasado e imagen de marca*. Barcelona: Ediciones Madroño.

CÓCOLA GANT, A. “El Barrio Gótico de Barcelona. De símbolo nacional a parque temático”. *Scripta Nova Revista electrónica de geografía y ciencias sociales*, vol. XV, 371 (2011B). <<http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-371.htm>>.

(Cocola Gant, 2011^a): “La invención del monumento histórico. De la Revolución Francesa a Ripoll”.

FABRE, D. (2001). “L'invention de la cité”. En GUILAINE, J.; FABRE, D. (Eds.). *Historie de Carcassonn*. Toulouse: Privat, pp. 242-252.

FAINSTEIN, S. “La única solución para el turismo masivo es crear Eurodisneys”. *La Vanguardia*, 6 de junio (2008), contraportada.

FLORENSA i FERRER, A. “La Barcelona que surge. Valoración del Barrio Gótico”. *Gaceta Municipal de Barcelona*, 19 de junio (1950), pp. 629-633.

FLORENSA i FERRER, A. (1958). *Nombre, extensión y política del Barrio Gótico*. Barcelona: Ayuntamiento de Barcelona.

FLORENSA i FERRER, A. “Restauraciones y excavaciones en Barcelona durante los últimos veinticinco años”. *Cuadernos de Arqueología e Historia de la Ciudad*, 6 (1964), pp. 5-36.

HERNÁNDEZ MARTÍNEZ, A. (2007). *La clonación arquitectónica*. Madrid: Siruela.

JAMESON, J. (2004). “Introduction. Archaeology and reconstruction”. En JAMESON, J. (Ed.). *The reconstructed past. Reconstructions in the public interpretation of archaeology and history*. Oxford: Altamira Press, pp. 1-18.

MacCANNELL, D. (2003). *El turista. Una nueva teoría de la clase ociosa*. Barcelona: Melusina, (1ª ed. 1976).

- MARTORELL, J. (1908). “Informe al alcalde de Barcelona”. Archivo Histórico de la Ciudad de Barcelona. Documentación Personal, Caja 9, Carpeta 20, Folio 137.
- MARTORELL, J. “Reforma interior de Barcelona. Exposición al Excmo. Ayuntamiento”. *La Cataluña*, 189 (1911), pp. 306-308.
- MEDINA LASANSKY, D. (2004). *The Renaissance perfected. Architecture, spectacle and tourism in fascist Italy*. Pennsylvania: Pennsylvania University Press.
- MILLS, S. (2007). “Moving buildings and changing history”. En MOORE, N.; WHELAN, Y. (Eds.). *Heritage, memory and the politics of identity. New perspectives in the cultural landscape*. Burlington: Ashgate, pp. 109-119.
- OLIVER, P. (2001). “Re-presenting and representing the vernacular: the open air museum”. En ALSAYYAD, N. (Ed.). *Consuming tradition, manufacturing heritage. Global norms and urban forms in the age of tourism*. London: Routledge, pp. 191-211.
- PALOU i RUBIO, S. (2012). *Barcelona, destinació turística. Un segle d'imatges i de promoció pública*. Barcelona: Vitel·la.
- POISSON, O. “La restauration de la Cité de Carcassonne au XIX siècle”. *Monumental*, 8 (1994), pp. 9-21.
- PUIG i CADAFALCH, J. “Barcelona d'anys à venir, III”. *La Veu de Catalunya*, 22 de enero (1901), p. 1.
- RIEGL, A. (1987). *El culto moderno a los monumentos*. Madrid: Visor, (1ª ed. 1903).
- RUCABADO, R. “Un barrio gótico en Barcelona”. *La Cataluña*, 189 (1911), pp. 308-311.
- SERRA i ROCA, J. “Les marques de turismo”. *La Veu de Catalunya*, 22 de diciembre (1929), p 5.
- SMETS, M. (1995). *Charles Buls. Les principes de l'art urbain*. Liège: Pierre Mardaga.
- VIDAL CASELLAS, D. (2006). *L'imaginari monumental i artístic del turisme cultural. El cas de la revista Barcelona Atracció*. Girona: Tesis Doctoral, Universidad de Girona.