



BARATARIA. Revista Castellano-
Manchega de Ciencias Sociales

ISSN: 1575-0825

info@revistabarataria.es

Asociación Castellano Manchega de
Sociología
España

Fernández Antón, Mercedes; Barbeito, Roberto-Luciano
EL PAPEL DE LOS MUSEOS MILITARES EN EL FOMENTO DE UNA "CULTURA DE LA
DEFENSA" DEMOCRÁTICA

BARATARIA. Revista Castellano-Manchega de Ciencias Sociales, núm. 7, 2005, pp. 63-
89

Asociación Castellano Manchega de Sociología
Toledo, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=322127617004>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica
Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

EL PAPEL DE LOS MUSEOS MILITARES EN EL FOMENTO DE UNA “CULTURA DE LA DEFENSA” DEMOCRÁTICA

Mercedes Fernández Antón*
Roberto-Luciano Barbeito**

RESUMEN

Este trabajo muestra que los museos militares españoles pueden llegar a constituir instrumentos de incalculable valor en el fomento de una cultura de la defensa democrática, y ello de dos maneras: en primer lugar, ampliando el conocimiento que la población tiene sobre la defensa, y así contribuyendo además a su reconocimiento social; en segundo lugar, estimulando la conformación de una identidad colectiva relativa a la seguridad y la defensa de España. A estas conclusiones se llega mediante un detenido examen de la bibliografía disponible sobre la cultura de la defensa y sobre la museística contemporánea, al tiempo que se incorpora un estudio de caso: el análisis de la experiencia acumulada en un empeño semejante por el Museo del Aire de Duxford (Gran Bretaña).

PALABRAS CLAVE

Sociología de la cultura. Sociología de las Artes. Seguridad y defensa. Fuerzas Armadas y sociedad. Museos militares. Cultura de defensa. Museo del Aire de Duxford.

ABSTRACT

This article shows that the spanish military museums can be of great value for the consolidation of a democratic culture of defense. There are two reasons that explain it: one, military museums can improve the knowledge that the population have about the defense, and improve it image as well; other, military museums can stimulate also the emergence of a collective identity on the defense among the

* Profesora de sociología de la Universidad Complutense de Madrid y miembro de la ACMS

** Profesor de sociología de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid y miembro de la ACMS

people of Spain. This study counts with a wide bibliography analysis about the notions of culture of defense and about contemporary museums. What is more, it is supported by the case analysis of the experience of the Imperial War Museum-Air Museum at Duxford, Great Britain.

KEY-WORDS

Sociology of Culture. Sociology of Arts. Security and defense. Armed Forces and society. Military museums. Culture of defense. Duxford-Imperial War Museum.

INTRODUCCIÓN

El presente artículo da cuenta de una investigación auspiciada por el Ministerio de Defensa y llevada a cabo, a finales de 2003 y principios de 2004, por un amplio equipo de científicos sociales de las universidades Rey Juan Carlos y Complutense. El texto que aquí se ofrece al lector constituye un resumen de los resultados de ese estudio, pero también se enriquece con los comentarios y debates sostenidos por los autores en diversos foros académicos¹. El objetivo primero de la investigación consistía en averiguar el papel que puedan desempeñar los museos militares en la gestación, difusión o transformación de una determinada “cultura de defensa nacional”. Luego, se proponía indagar igualmente el modo en que las actuales instalaciones museísticas del patrimonio militar español puedan contribuir al fomento de una “cultura de defensa” plenamente incardinada en los valores democráticos propios de una sociedad moderna y democrática cual la española. Este propósito tenía una justificación práctica primordial: la de servir para la toma de decisiones por parte de los gestores públicos². Para los autores, la investigación reunía, además, otros dos genuinos alicientes intelectuales. El primero, examinar la pertinencia de aplicar al patrimonio histórico-artístico militar los criterios de la nueva museística internacional, profundamente renovada en los últimos 20 años. Según ésta, un museo no es un simple espacio cerrado en el que se conservan, restauran, identifican, catalogan, documentan y exhiben materiales o colecciones; sino que también es un lugar de encuentro cívico que favorece la formación y consolidación de una determinada historia e identidad colectivas. Precisamente, el otro aliciente intelectual que animaba la investigación residía en la posibilidad de validar la hipótesis según la cual la “cultura de defensa” no expresa sólo el conjunto de conocimientos que sobre la defensa ha asimilado la población, sino que la cultura de defensa es (o ha de ser) expresión coherente de una más amplia identidad colectiva, en consonancia con los valores e intereses compartidos por toda la sociedad.

Para satisfacer los objetivos y las hipótesis de la investigación, se procedió, primero, a fijar el concepto *cultura de defensa* (o, mejor, de *la* defensa), bajo el supuesto de que debía quedar claramente establecido el significado de aquello que se entiende debe constituir la nueva misión de los museos militares. En segundo lugar, se elaboró un estudio de la evolución de la museística contemporánea, con atención muy especial a la situación que al respecto muestran los museos militares, particularmente los españoles. Por último, se llevó a cabo un estudio de caso, de naturaleza exploratoria, sobre la experiencia de un museo militar extranjero, con el propósito de conocer de modo directo con qué recursos museísticos se viene fomentando en otros países la “cultura de defensa”. Concretamente, se visitó y analizó con detenimiento el Museo del Aire de Duxford (Reino Unido), que es un centro asociado al célebre Imperial War Museum de Londres. La elección de Duxford obedeció a tres razones: (1) La notable memoria histórica y el elevado grado de identidad nacional que exhibe la sociedad británica, así como la alta valoración que presta a la defensa. (2) La explícita voluntad del museo de Duxford por contribuir, mediante la utilización de sus recursos museísticos, a fortalecer la memoria colectiva, el sentimiento de identidad nacional y la consideración de la defensa (como se verá, elementos todos ellos constitutivos de la “cultura de la defensa”). (3) El éxito de público general alcanzado por este museo.

Para las dos primeras partes de la investigación se estableció una estrategia documental y bibliográfica, acompañada de otra estrategia cualitativa basada en entrevistas en profundidad a gestores del patrimonio militar, a académicos, a mandos militares y a público general competente. Para la tercera parte se propuso la aplicación de otros medios cualitativos, como son: (1) la técnica de observación participante en el museo de Duxford; y (2) el análisis documental de los materiales, impresos y electrónicos, que constituyen los vehículos de comunicación entre este museo y el público. En cualquier caso, el examen del museo de Duxford se planteó como un elemento de contraste para orientar futuros trabajos de investigación. Este análisis buscaba en gran medida detectar qué mensajes se intentan transmitir al público y qué medios se emplean con tal fin. La idea era que esos mensajes son muy reveladores acerca de la naturaleza de la “cultura de defensa” que se quiere trasladar a los visitantes. Por esa razón se prestó especial atención a los elementos visuales que pudieran tener un alto valor simbólico. Las páginas que siguen ofrecen de manera muy resumida algunos de los contenidos y de las aportaciones más destacadas que resultan de la investigación en los tres apartados mencionados.

1. LA CULTURA DE DEFENSA. CULTURA: UN CONCEPTO POLISÉMICO Y AMBIGUO

Para comprender el alcance del concepto “cultura de (la) defensa” es conveniente precisar antes el sentido general del término “cultura”, así como dejar

constancia del tratamiento que de él se hace en las ciencias sociales. Una primera impresión sugiere que, si bien se trata de un vocablo muy recurrente tanto en el uso cotidiano como en el uso académico, su significado, sin embargo, es harto complejo. Esta complejidad procede en gran medida del origen de la palabra. Etimológicamente, “cultura” deriva principalmente del verbo latino *colo*, pero también de su participio perfecto, *cultus*, que puede actuar también como adjetivo. Ambos étimos son, de suyo, asaz polisémicos. En su acepción más básica, *colo* connota la “acción de cultivar, practicar o desarrollar algo” (verbigracia, una amistad), pero el uso más frecuente del término se fijó para referirse al tipo de acción humana que se ejercía sobre la tierra (labranza) con el fin de hacerla fecunda. De manera implícita, *colo* (en este sentido de “cuidado o cultivo de la tierra”) presume otra acción previa: la de instruir o ser instruido en los conocimientos y destrezas necesarias para desempeñar la labranza con el mayor provecho. Junto a este significado primordial, *colo* y sus voces derivadas, como la de *cultus*, eran corrientemente utilizadas en lengua latina para designar asimismo un conjunto de acciones o hechos diversos; a saber: “adornar” (el cuerpo), “celebrar” (un rito), “amparar”, “habitar” y, de manera más usual, “honrar” y “venerar” (a los dioses, a las costumbres, a los antepasados). De ahí que, en su sentido original, *cultus* (y, por derivación, “culto”) sea lo mismo una celebración comunal que una veneración divina o, también, alguien muy adornado. Asimismo, puede servir para referirse a alguien que ha sido muy instruido en algo o, simplemente, para dejar constancia de que algo o alguien ha sido profundamente transformado respecto a un determinado punto de partida.

El examen etimológico evidencia la notable polisemia del término “cultura”, pero también permite situar de manera más precisa su espectro de significados posibles. Una consideración principal que cabe deducir es que la noción de “cultura” se asocia estrechamente con la de “tecnología productiva”. Por eso mismo, y de acuerdo con una interpretación materialista, “cultura” expresa el conjunto de costumbres y prácticas colectivas relacionadas con el tipo de tecnología productiva predominante, así como el conjunto de creencias que sirven para justificar tales prácticas (o, al menos, que se corresponden con ellas). Desde este punto de vista, “cultura” remite, en definitiva, al peculiar estilo de vida de cada sociedad, como demuestra el hecho de que, a menudo, se maneje la palabra “civilización” a modo de sinónimo de aquella.

Si la “cultura” implica una cierta asimilación de conocimientos, destrezas y creencias, es claro que otra dimensión clave de la “cultura” lo constituye igualmente el proceso por el cual se asimilan tales conocimientos, destrezas o creencias. Y eso no es otra cosa que “educación” o, en un sentido más preciso, “socialización”. Ambos procesos constituyen dos requisitos indispensables para la supervivencia de cualquier sociedad, como atestigua la enorme cantidad (y variedad) de recursos que toda asociación humana, en cualquier época histórica, moviliza con el propósito de “socializar” o de “educar” a sus miembros. En el caso de las

sociedades modernas, se suelen distinguir tres medios fundamentales de “socialización” y “educación”: (a) medios *formales* (educación propiamente dicha, la que ejercen las instituciones de enseñanza), (b) medios *no formales* (las actividades formativas pero no programadas en un plan de enseñanza; por ejemplo, la visita en grupo a un museo); y (c) medios *informales* (el aprendizaje espontáneo que cada persona adquiere en el curso de su experiencia cotidiana al relacionarse con otras personas, dentro de los grupos y de las organizaciones).

La palabra “cultura” está tan cargada de sugerencias semánticas que la UNESCO, en su Declaración de México de 1982, consideró conveniente recapitular los diversos usos de este vocablo y proponer dos acepciones generales. La primera se refiere al acervo de conocimientos de que dispone una población para, mediante una adecuada instrucción, contribuir a la mejora y desarrollo de los individuos y de la sociedad en su amplitud. La segunda, entiende la “cultura” como el conjunto de aplicaciones técnicas de las que se vale una sociedad para producir, y establecer sus costumbres, normas, creencias y, en suma, sus estilos de vida compartidos.

2. LA “CULTURA” EN LAS CIENCIAS SOCIALES: CONCEPTO E INVESTIGACIONES

En las ciencias sociales, el concepto de “cultura” constituye una categoría cardinal, porque está en la base tanto de las preocupaciones como de las explicaciones sobre lo social y la sociedad. Aunque se trata de un concepto extraordinariamente debatido³, la antropología parece estar de acuerdo a la hora de consignar seis rasgos distintivos de la noción de “cultura”: la existencia de (1) conjuntos de conductas o prácticas aprendidas, no innatas; (2) modos de interpretar y de significar la realidad (es decir, cultura son también los valores, ideas o creencias que subyacen a la conducta manifiesta); (3) símbolos, erigidos mediante convenciones arbitrarias, pues no tienen por qué exhibir una conexión obvia con aquello que representan; (4) un todo estructurado, integrado, pautado, de manera que existe una interrelación entre conductas, instituciones, valores y creencias; (5) diferenciación, esto es, la cultura es un atributo de los individuos sólo en cuanto que miembros de un determinado grupo, y éste, a su vez, ha de presentar elementos comunes y diferenciales respecto a otros grupos; (6) dispositivos de adaptación y supervivencia para hacer frente a las tensiones que proceden tanto de las estructuras de personalidad, como del entorno social o natural. De manera que todo sistema cultural ofrece resistencia al cambio, pero también ofrece cauces que permiten ciertas transformaciones (en ocasiones radicales), si en ello va la supervivencia de la sociedad.

Para la sociología, cualquiera que sea la acepción de “cultura” que se maneje, ésta constituye asimismo una poderosa variable explicativa, al tiempo que un fundamental objeto de análisis. Una concepción muy seguida ha sido, en la

tradición marxista, la que identifica “cultura” con “ideología” (creencias que orientan la acción). Según este planteamiento, la “cultura” tiene siempre por misión servir a los intereses de clase. No obstante, el enfoque sociológico predominante de “cultura” no ha sido el marxista, sino el estructural-funcionalista estadounidense, en la estela del gran sociólogo T. Parsons. Bajo este prisma, “cultura” se define como el conjunto de pautas de orientación psicológica (cognitivas, afectivas y evaluativas) que mantienen los individuos hacia los objetos sociales, hacia los otros individuos y hacia sí mismos. Precisamente este es el paradigma del que se valieron Almond y Verba, a finales de los años 50 y principios de los 60, para poner en marcha sus investigaciones sobre la *cultura política*. Pretendían estos autores averiguar qué tipo de conocimientos, juicios, valores y afectos individuales resultaban más congruentes con las instituciones y estructuras políticas. A este magno propósito le antecedía una muy parsoniana presunción: que esas pautas de orientación psicológica relativas a la política derivaban directamente del proceso de socialización política al que hubiesen sido expuestos los individuos de cada sociedad. Como consecuencia de sus investigaciones, Almond y Verba (1963) propusieron la célebre noción de “cultura cívica” como el tipo de “cultura política” que más favorece una democracia moderna, sólida y duradera.

Tanto los conceptos de “cultura política” como de “cultura cívica” reúnen un extraordinario interés para cualquier examen que se pretenda realizar acerca de la *cultura de defensa*. La razón reside en que los estudios sobre “cultura política” constituyen seguramente la línea de investigación más seguida de cuantas han situado la “cultura” como variable fundamental de sus análisis⁴. Quiere eso decir que la investigación sobre la cultura de defensa dispone de un rico referente que seguir, tanto desde el punto de vista teórico como, sobre todo, metodológico⁵. Y el hecho cierto es que los escasos estudios que en España se han hecho sobre la “cultura de defensa” (valga decir que fuera de nuestro país tampoco abundan estos trabajos) se han inspirado, explícita o implícitamente, en los indicadores y conceptos propios de las investigaciones sobre “cultura política” (así, Barbeito, 2000, inédito; Díez Nicolás, 1999; Martínez Paricio, 2002, inédito; o Michavila, 2001).

3. ORÍGENES DE LA “CULTURA DE DEFENSA”

La expresión “cultura de defensa” es muy reciente. Su uso se difunde durante los años 90 en diversos países europeos, y en todos ellos obedece a una razón principal: el fin de la Guerra Fría. Con la caída del Muro de Berlín, el derrumbe del mundo comunista y el colapso de la Unión Soviética, surge un clima de distensión que aleja a la población europea de las preocupaciones sobre las necesidades de la defensa. A falta de un enemigo claro del que protegerse, los gobernantes temieron que sus respectivas sociedades dejaran de respaldar los costes económicos y

humanos que exige un moderno sistema de seguridad y defensa. El fomento de una sólida “cultura de defensa” dentro de la población de los países europeos se propugnó entonces como antídoto a ese temible escenario. Unos años más tarde, y en el contexto de la Unión Europea, la “cultura de defensa” también ha sido clamada como medio indispensable para alcanzar una genuina política de defensa común (Morillon, 2003). Desde este planteamiento, se piensa que el desarrollo de una “cultura de defensa” europea puede ser útil por dos motivos. En primer lugar, porque puede contribuir a la integración de tropas y mandos que proceden de tradiciones distintas, confiriéndoles un común acervo de valores. En segundo lugar, porque también puede servir para concienciar a la opinión pública europea respecto de la necesidad de una defensa compartida.

En el caso de España, la vindicación de una genuina “cultura de defensa” incorporaba un rasgo propio: la profesionalización de los ejércitos. En efecto, se pensó que la desaparición del servicio militar obligatorio (resultado a su vez de los pactos de gobierno de 1996 entre el Partido Popular y la coalición nacionalista Convergencia y Unión) podía aumentar el ya notable desentendimiento (cuando no manifiesto recelo) que la población española exhibía hacia sus Fuerzas Armadas. En un plano muy pragmático, y de manera muy particular, los gobernantes temían un insuperable problema de captación de soldados profesionales. Como remedio a estos y otros males, se patrocinó también aquí la idea de una “cultura de defensa” como instrumento fundamental para concienciar a la sociedad española sobre las exigencias de la seguridad y la defensa. Bajo estas presunciones cabe situar, desde el ámbito militar con proyección académica, los primeros intentos que tratan de justificar y de delimitar la utilidad y el sentido de la “cultura de defensa” (son los casos de Marchante, Ayuso y Ripoll, 1997; y de Laguna, 1998). Esta preocupación se materializa en la Directiva Nacional de la Defensa 1/2000, de 1 de diciembre, la cual dispuso (art. 3.3) que uno de los tres pilares de la Defensa Nacional había de ser la consecución de una *conciencia de la defensa nacional*, la cual requería, como paso previo, el desarrollo de una amplia y sólida “cultura de defensa”⁶.

4. SIGNIFICADOS DE LA “CULTURA DE DEFENSA”

A pesar del aparente éxito de la expresión *cultura de defensa*, lo cierto es que se trata de un concepto muy poco elaborado, bastante confuso, producto de la intuición más que de la reflexión teórica. Quizá es así porque se trata de una construcción muy novedosa, si bien, como se comenta más adelante, la buena estrella de este vocablo comienza a declinar, debido al empuje de otros conceptos y de otros intereses. Sea como fuera, es oportuno distinguir dos usos habituales de esta expresión, los cuales, aún estando emparentados, son muy distintos. Por un lado, la “cultura de defensa” expresa el conocimiento objetivo que la población dispone, o debiera disponer, sobre los asuntos relacionados con la defensa, tanto

sobre la organización militar y las misiones de las Fuerzas Armadas, como sobre las políticas de defensa o la naturaleza y dinámica de los conflictos bélicos. Es fácil advertir que este uso de la “cultura de defensa” coincide con el que subyace a la Directiva Nacional: la “cultura de la defensa” como ariete para la emergencia de una vasta “conciencia de la defensa”. Desde esta perspectiva, se presume que sólo a través de un genuino conocimiento sobre la defensa (“cultura de defensa”, propiamente dicha) es posible generar una plena toma de conciencia individual acerca de las necesidades colectivas de la defensa. Como corolario, se supone también que, sólo facilitando información completa y contrastada sobre la defensa, mejorará la actitud de la población hacia las Fuerzas Armadas y sus misiones. Nótese que, así entendida, la promoción de la “cultura de defensa” requiere de una activa política educativa, que ha de valerse de todos los canales disponibles (formales, no formales e informales). Explorar uno de esos canales fue precisamente lo que llevó al Ministerio de Defensa a auspiciar un informe sobre el tratamiento que recibía la defensa en los libros de texto de enseñanza secundaria. El informe se realizó, y extrajo conclusiones reveladoras, además de audaces, pero muy medidas, propuestas de acción política (Martínez Paricio, 2002, inédito). Sucede, sin embargo, que, ni ha sido dado a imprenta, ni parece que se hayan aprovechado sus consejos.

El segundo uso corriente de la expresión “cultura de defensa” alude al conjunto de prácticas, valores, creencias, afectos y símbolos que la población mantiene o pueda mantener respecto a la defensa. Se trata de una noción ciertamente más sociológica, y semejante a la que se maneja en el caso de los estudios sobre la “cultura política”, pero no por ello menos habitual. Lo más peculiar de este segundo uso que se hace de la “cultura de defensa” es que lo vincula con la existencia de una determinada “identidad colectiva”, que sería el resultado de la acumulación de experiencias históricas compartidas en relación con la defensa, las cuales contribuyen, al tiempo, a configurar una determinada “memoria histórica”. De manera que, así entendida, la “cultura de defensa” constituye una parte indisociable de un todo más amplio, como pueda serlo la “cultura política”, y, de hecho, se hallan muy vinculadas entre sí.

La investigación aplicada reunida en España sobre “cultura de defensa” ha incidido especialmente en esta segunda acepción, tratando de averiguar qué prácticas, creencias y símbolos expresa la opinión pública en torno a la defensa⁷. Vaya por delante que estas investigaciones están muy inspiradas por los estudios de “cultura política”, sobre todo por lo que respecta a la metodología seguida y, muy particularmente, en lo referente a la construcción de indicadores. Todos los estudios y bancos de datos disponibles inciden, por cierto, en examinar la “cultura de defensa” en términos de “identidad colectiva”. En cuanto a la información que se desprende de esas investigaciones, puede concluirse la presencia de una “cultura de defensa” escasa y fragmentada, en gran modo incluso polarizada, y eso tanto por lo que se refiere a la baja valoración de la defensa como por los sentimientos

profundamente contradictorios que mantiene la población española respecto a la identidad colectiva (Barbeito, 2000; Michavila, 2001). A este respecto, incluso se ha afirmado que en España existen tres *subculturas de la defensa*, las cuales debieran ser tomadas a modo de categorías clasificatorias con las que emprender cualquier ulterior análisis de la “cultura de defensa” española (Barbeito, *ibídem*). En cualquier caso, los analistas tienden a subrayar la enorme división que todavía hoy ejercen en nuestra “cultura de defensa” y también en nuestra “cultura política” dos hechos decisivos: las diferencias territoriales, por un lado; y la memoria de la guerra civil y del franquismo, por otro (Jordán, 2002). El gran reto, de cara al futuro, consiste precisamente en la capacidad de generar una “cultura de defensa” acorde con lo que se supone debe ser una genuina “cultura política democrática”, es decir, una “cultura cívica”. Ése bien pudiera ser el espíritu de un nuevo planteamiento acerca de la identidad colectiva que vertebre la hoy tan discutida nación española.

5. “CULTURA”, “OPINIÓN PÚBLICA” E “IMAGEN” DE LA DEFENSA

Con el propósito de contribuir al fomento de una “cultura de defensa” que sirva principalmente para respaldar las Fuerzas Armadas y sus misiones, Michavila (2001) examina las implicaciones prácticas de cada uno de los dos usos mencionados, y extrae una paradójica conclusión, de la cual es fiel reflejo esta cita: “la participación de los individuos en la defensa no es mayor cuanto más exacto y reflexivo sea tal conocimiento [sobre la defensa]. Más aún, la inquietud, la predisposición y el sentimiento de necesidad de la defensa puede ser más acentuado cuanto menos consciente se sea de esta inquietud” (Michavila, 2001: 2-3). El corolario de este razonamiento es que la ignorancia, y no el conocimiento, puede ser un mecanismo eficacísimo de estimulación de actitudes y conductas favorables hacia la defensa. Y, más aún que la ignorancia, el *temor* propiamente dicho. En consecuencia, se colige que las autoridades competentes debieran concentrar sus esfuerzos en políticas de comunicación que ofrezcan una imagen positiva de la defensa, más que en las políticas educativas.

La argumentación anterior merece al menos un mínimo comentario. El razonamiento expuesto por Michavila sugiere que las costumbres y las creencias (esto es, la “cultura de defensa” en su segunda acepción) son muy dúctiles al impacto de los mensajes simbólicos y emocionales que se puedan transmitir a través de la publicidad y la propaganda. No está claro que sea así. Desde luego no lo está en el corto plazo, y es sabido que la influencia de la propaganda queda delimitada precisamente por el grado de solidez de las costumbres y de las creencias ya existentes. Por lo demás, este razonamiento tiende a identificar “cultura de defensa” (en su segunda acepción) y “opinión pública” sobre la defensa. Si bien se trata de dos conceptos relacionados, y si bien ambos son igual de polisémicos y

complejos, lo cierto es que la literatura especializada advierte que tanto su naturaleza como alcance son radicalmente distintos⁸. Resumiendo mucho, y según lo visto hasta el momento, la segunda acepción del término “cultura” remite a los elementos estructurales y fundamentales de las costumbres y creencias de una sociedad, mientras que la “opinión pública” consiste en el conjunto de juicios, coyunturales y contingentes, que la población mantiene sobre los asuntos polémicos en un momento determinado. Y mientras la “cultura” es un decisivo condicionante de la “opinión pública”, no suele suceder lo mismo a la inversa, al menos no de manera inmediata. Además, y salvo que medie una repentina y traumática experiencia colectiva, las costumbres y las creencias son muy resistentes al cambio. La “opinión pública”, sin embargo, es extraordinariamente voluble a la coyuntura, pues resulta en extremo permeable a toda suerte de mensajes, imágenes o discursos (por ejemplo, los que se comunican mediante la publicidad y la propaganda). Esta variabilidad de la “opinión pública” es la que explica la existencia de “climas” o “corrientes de opinión”, los cuales, como es sabido, tan pronto aparecen como desaparecen, y resulta a la postre ingobernables⁹.

Pese a la concluyente distinción entre los conceptos de “cultura” y “opinión pública”, lo cierto es que, en los últimos años, las autoridades políticas tienden a pensar la relación entre la sociedad y la defensa más en términos de “opinión pública” que de “cultura”. Un detenido examen de otro documento oficial, la Revisión Estratégica de la Defensa (2003), corrobora esta impresión: por ningún lado aparece ya la expresión “cultura de defensa”. Sí se encuentran, sin embargo, numerosas alusiones genéricas a la sociedad y, de manera más precisa, se hallan referencias sobre la conveniencia de desarrollar políticas de comunicación con el fin de transmitir a la opinión pública una *imagen* positiva de la defensa. Esta misma evolución se observa en las convocatorias que el Ministerio de Defensa viene haciendo desde hace un lustro con el objeto de fomentar la “cultura de defensa”. En el texto de las últimas convocatorias se ha añadido a ese propósito básico el de impulsar las actividades que puedan contribuir a mejorar la “imagen” de la defensa y de las Fuerzas Armadas. Loable propósito, sin duda, pero no hay que ser muy perspicaz para percatarse de que tal empresa casa mejor con la más superficial noción de “opinión pública”, que con el más estructural concepto de “cultura de defensa”.

La razón del viraje entre lo expuesto en la Directiva Nacional de 2000, por un lado, y la Revisión Estratégica de 2003 y documentos posteriores, por otro, hay que buscarla en varios lugares. Una posible causa, coyuntural y, en todo caso, menos convincente, son los sucesivos cambios de dirección política habidos en el Ministerio de Defensa¹⁰. La causa principal, sin embargo, hay que buscarla en la irrupción de un nuevo y ubicuo enemigo: el terrorismo global, a raíz de los atentados masivos del 11 de septiembre de 2001, en Nueva York; del 11 de marzo de 2004, en Madrid; y del 7 de julio de 2005, en Londres. Es obvio que estos traumáticos acontecimientos han servido para *concienciar* a la población acerca de la necesidad

de respaldar firmemente los costes, económicos y humanos, que supone mantener un sólido sistema de seguridad y defensa. Y recuérdese que no era otro el fin que se proponía la Directiva Nacional de 2000 cuando impulsó el fomento de la “cultura de defensa” (conocimientos sobre la defensa) como medio para la emergencia de una correspondiente “conciencia de la defensa”. De manera que este nuevo contexto de inseguridad, impele al gobernante a relegar la preocupación por la “cultura de defensa” y a anteponer el despliegue de políticas de comunicación destinadas a respaldar una imagen positiva de la defensa y las Fuerzas Armadas, a modo de apoyo moral a quienes tienen la elevada misión de conferir seguridad en estos tiempos de amenazas. Por lo demás, se espera que estas políticas destinadas a favorecer la imagen de la defensa y de las Fuerzas Armadas contribuyan igualmente a animar la recluta de tropa profesional, una continua y mayúscula preocupación para las autoridades y los gestores de la defensa desde el fin del servicio militar obligatorio.

Para los propósitos de nuestra investigación, cualquiera que sea el concepto que se adopte sobre la cultura de defensa, parece una hipótesis plausible la que afirma que los museos militares pueden constituir un instrumento de primera magnitud para acercar a la población a los asuntos relativos a la seguridad y la defensa. Incluso en el caso de que las autoridades prefieran optar por políticas destinadas a favorecer una determinada “imagen” de la defensa ante la opinión pública. Como se va a ver, la nueva museística y el caso paradigmático del museo del aire de Duxford son evidencias elocuentes sobre cómo un museo militar puede contribuir no sólo a mejorar el conocimiento que la población tiene de la defensa, sino también a fortalecer la identidad colectiva y, a la postre, a favorecer la imagen que se tiene del personal, de las estructuras y de las políticas de la seguridad y la defensa.

6. NUEVA MUSEÍSTICA Y MUSEOS MILITARES

En el análisis del fenómeno museístico inciden en la actualidad muchas disciplinas y miradas profesionales. Historiadores, artistas y expertos en Bellas Artes, arquitectos, sociólogos, economistas, pedagogos, filósofos, comunicólogos y un largo etc., pueden abordar el museo como objeto de estudio desde alguna de sus múltiples facetas. La historiografía resulta particularmente interesante cuando no se limita a tediosas cronologías y descripciones, y nos ofrece, en cambio, y en el marco de sus contextos, la evolución de la institución museística, así como la mentalidad que la ha plasmado (Bolaños, 1997). Esta mirada puede entenderse como sociológica, porque un museo es sobre todo una mentalidad donde confluyen prácticas sociales, intereses políticos y formas de subjetividad.

Si los museos son uno de los frutos más característicos de la Ilustración y de su sentido pedagógico y cultural, vemos, en efecto, cómo sobre esta institución

no sólo recaen las controversias derivadas de los movimientos estéticos, sino también aquellas que son efecto de verdaderos cambios sociales, crisis de valores y de identidad de una comunidad nacional e internacional. Lejos quedan ya las famosas y radicales críticas de las vanguardias al museo como panteón o mausoleo, incluso las más recientes de los años 60 y 70 del pasado siglo que acusaban a las instituciones museísticas de incapaces de llegar al gran público y de incumplir sus fines y funciones sociales. Sin embargo, y paradójicamente, en las últimas décadas los museos han cobrado un auge extraordinario, tanto por su expansión cuantitativa como por su importancia simbólica, convirtiéndose en sedes de propuestas de todo orden, artísticas, ideológicas, tecno-científicas, de ocio, etc., aunque, a veces, alguna de estas iniciativas resultan en extremo banales. En ello tienen mucho que ver las exigencias de la industria cultural y el eco que de tales eventos hacen los medios de comunicación ante el gran público de la cultura de masas¹¹.

Es constatable que las actuales corrientes museísticas tienden a considerar el museo como una actividad. Incluso los museos más tradicionales, que optan por la estabilidad y que basan su prestigio en la conservación, estudio y presentación de su colección permanente, participan cada vez más de esta idea del museo como actividad¹². Para ello ofrecen una variación continua en la oferta del museo, lo que suele plasmarse en exposiciones temporales y aumento de los servicios: informativos, comerciales, pedagógicos, de investigación, etc. Así, el museo tradicional, inerte, unidireccional y velado por discursos ideologizados, está siendo sustituido por museos que buscan ser didácticos, dinámicos, bidireccionales y autoexplicativos¹³. Hasta el punto que, desde un planteamiento plenamente sociológico, también se ha abogado por el museo como ariete contra la desigualdad y la exclusión social (Sandell, 2002).

No es nuestro objetivo presentar aquí la evolución de los museos y las múltiples tendencias de la museística actual, pero sí resaltamos la falta de estudios sociológicos en España sobre los importantes cambios habidos y la complejidad actual de estas instituciones¹⁴. Países como Francia e Inglaterra, por citar sólo los ejemplos más cercanos, vienen desde hace más de dos décadas llevando a cabo la renovación de sus museos y legados patrimoniales, replanteándose sus fines y sus funciones sociales y suscitando intensos debates públicos y de expertos, todavía muy vivos (Witcomb, 2003). Cuentan, además, con algunos de los mejores museos militares europeos y mundiales¹⁵.

Un museo militar puede contener piezas artísticas, pero no es exactamente un museo de arte. Su acento está en su carácter histórico, simbólico y discursivo. Bien es cierto que esta misma función se proyecta hoy a los museos generales (Bosswell y Evans, 1999), pero, aún así, en el caso de los militares es un dato especialmente destacado. Este carácter se transmite no sólo a partir de piezas expuestas, sino también a partir de su vinculación a un paisaje, un nombre, un espacio geográfico o monumental. Lugares, nombres o símbolos ligados a la memoria

colectiva de una sociedad y conformadores de su identidad. Un museo militar es, por lo tanto, mucho más que un depósito de objetos: es un centro de interpretación de la historia, sea consciente de ello o no su público.

Si tratamos de analizar de qué forma influye un museo en los conocimientos, valores y actitudes de sus visitantes, y estamos ante un museo militar, lo fundamental a valorar es el mensaje final transmitido. En este sentido, creemos que las actuales tendencias y los museos de nueva generación constituyen una gran oportunidad para que los museos militares españoles se renueven, aunque nos consta la gran labor llevada a cabo estos últimos años al respecto en muchos de ellos. Pues se trata, en definitiva, de que muestren ese gran patrimonio que poseen de tal modo que resulten atractivos e imprescindibles para la formación de la ciudadanía en cultura de defensa.

Por museo de historia de nueva generación, puede entenderse más técnicamente lo siguiente: “Se trata de museos cuyos contenidos se estructuran en torno a conceptos e ideas... Las piezas suelen ser objetos del pasado, aquello que normalmente iría al desván a no ser que tenga algo que contarnos. Por lo tanto, los objetos ilustran las ideas y no al revés... los museos nuevos tienen siempre un lema y un tema, y desarrollan todas las facetas posibles. Esta es una primera característica. La segunda es que buscan cierta complicidad con el visitante. Suelen conseguirlo mediante recursos normalmente interactivos, visuales y utilizando todas las técnicas que permite la comunicación humana... Una tercera característica... es su voluntad didáctica entendida, no tanto como la obsesión de hacerse comprender por los niños y niñas de la enseñanza reglada, como por un público de amplio espectro. Esta voluntad comunicativa es una característica *sine qua non*” (Santacana, 2004). Estas tres características, que podemos resumir en *leit-motiv* o finalidad, complicidad y didactismo, en suma, comunicación, son las aportaciones de la nueva museística que deben ser aprovechadas por los museos militares si desean convertirse en un foco dinamizador de la cultura de defensa en España. De manera más abierta y específica, otros autores han propuesto, desde una perspectiva histórico-social, que los museos deberían, a través de sus múltiples recursos museológicos y museográficos, contar historias, y, entre ellas, muy principalmente las que contribuyan a esclarecer los orígenes y las dificultades, por ejemplo, de la identidad nacional (así, Boswell y Evans, 1999; Kavanagh, 1998 y 2000).

No obstante lo anterior, es importante destacar la estrecha relación entre cultura de defensa y patrimonio militar. Un museo militar debe ser un museo de historia, de conceptos y de interpretación de las vivencias colectivas, pero tampoco puede renunciar a mostrar piezas tangibles, muchas veces de alta tecnología (aviones, armas) de colecciones de objetos y documentos de toda índole. También los espacios, paisajes, monumentos y edificios forman parte natural y directa del patrimonio ligado a lo militar, y en muchos casos transmiten sustanciosos mensajes

por su valor simbólico, como se verá en el caso del museo de Duxford. Por ello, a diferencia de otras manifestaciones culturales, la gestión y conservación del patrimonio militar exigiría un sólido consenso más allá de determinadas coyunturas políticas. Una mala gestión, una política cultural errónea pueden destruir bienes de siglos, que forman parte de la identidad colectiva y de la cultura cívica.

En el caso de los museos militares españoles, cabe añadir que, hasta la fecha presente, han presentado dos características distintivas: por un lado, han sido más bien museos encargados de la colección y conservación de objetos y documentos destinados al consumo interno del personal de las Fuerzas Armadas, salvando en parte ciertas excepciones relativas, como son los casos de los museos del Aire, Naval y del Ejército. Por otro lado, y al menos hasta bien entrados los años ochenta, han contribuido a configurar una historia de la defensa afín a la idea de la victoria del bando nacional en la guerra civil de 1936-1939, de manera análoga a como lo habrían hecho asimismo el resto de los museos del patrimonio español respecto a la historia de España (Reuben, 2002). Por nuestra parte, cabe añadir que, si esta última afirmación fuese correcta, la deducción lógica es que se trataría de un lastre que habría que superar, si, como proponemos, se espera que los museos militares españoles contribuyan al fomento de la cultura democrática de defensa. Para alcanzar ese fin, también es necesario que los museos militares españoles se incorporen a la corriente más amplia de la nueva museística, tal y como ya vienen haciendo numerosos museos civiles durante la última década y, también en el terreno militar, como ya ha hecho en gran modo el Museo Naval. Precisamente de la necesidad de aprender de las experiencias más avanzadas en el terreno de la nueva museística aplicada al fomento de una genuina cultura de defensa a la altura de nuestro tiempo como sociedad democrática, surge la elección de Duxford como museo de referencia.

7. EL MUSEO DE DUXFORD

El museo militar de Duxford forma parte del sistema museístico del Imperial War Museum (IWM), fundado éste en 1917 con el fin de servir como recordatorio de la contribución de los pueblos del Imperio Británico al esfuerzo conjunto en la guerra y como homenaje al sacrificio realizado por millones de personas. Era también entonces el IWM escenificación de la gloria y del poder alcanzado en el pasado por el Imperio. Una ley de 1920 consagró oficialmente la creación del museo, que abrió ese mismo año sus puertas al público en el Palacio de Cristal londinense. En 1936 se trasladó a su sede central en Southwark, sufriendo una importante remodelación en 1954, momento en el que incorpora todo lo relativo a la II Guerra Mundial y otros conflictos bélicos posteriores. A partir de los años ochenta del pasado siglo se producen radicales transformaciones en la museística inglesa, y estas van a afectar también a los museos militares, lo cual se aplica de manera

muy destacada en el IWM y, todavía más claramente, en el centro de Duxford. Durante esa década, el IWM dará un giro copernicano al modificar sus estrategias museográficas y sus líneas ideológicas. Para lo primero, se incorporan las nuevas tecnologías y se concede un gran protagonismo a los elementos didácticos. Para lo segundo, se huye del discurso patriótico y militarista y se tratan los hechos históricos de un modo más científico, situando la guerra en su contexto social y cultural con una visión más holística (Hernández e Iñiguez, 2004: 22-23). En la Memoria del IWM se afirma que este museo desea ser: “El museo de la historia de todos, la historia de la guerra moderna y de las experiencias de la población durante la guerra y su época en Inglaterra y su Common Wealth” (Corporateplan 20026. pdf: 10).

Duxford está situado en la región de East Anglia, a sesenta millas al noreste de Londres, pero esta proximidad a la gran urbe no lo convierte en un museo urbano. Antes bien, se trata de una pequeña población rural, aunque influida por el ambiente universitario de Cambridge, de la que dista nueve millas.

El museo se crea en 1976, basado en un acuerdo con la Duxford Aviation Society, asociación civil dedicada a la preservación del legado aeronáutico británico y empeñada en mantener la histórica base aérea de Duxford. El museo quedó instalado en los hangares de esta base y dispone de una gran pista de aterrizaje, hasta el punto de que se puede llegar en avión particular a la misma base para la visita. El origen de la base se remonta a los años de la I Guerra Mundial y su existencia es inseparable del desarrollo de la aeronáutica en el Reino Unido. Sin embargo, su gran valor histórico y sentimental para los británicos reside en el papel desempeñado por la aviación durante la Batalla de Inglaterra. Decir Duxford es decir *Blite* (apócope de *Blite Krieg*), “guerra relámpago”, invasión de la Alemania nazi. Fue un momento heroico de la defensa de la nación, que llevó a W. Churchill a decir aquello de “nunca tantos debieron tanto a tan pocos”¹⁶. También será una de las bases aéreas principales de las utilizadas por las fuerzas aéreas norteamericanas durante la misma contienda. Desde la base de Duxford salieron buena parte de los bombarderos del ejército aliado, que causaron un millón de víctimas de civiles alemanes. A la Batalla de Inglaterra se le dedica precisamente una de las exposiciones principales del museo, en el hangar 4.

La extensión de la base alcanza cincuenta hectáreas, y su eje central es la gran pista de aterrizaje, de casi dos millas. En torno a ella se sitúan hangares e instalaciones diversas. La entrada se realiza hacia una amplia zona de aparcamiento. A la derecha se encuentra un doble hangar (el número 2). Se construyó durante la II Guerra Mundial y hoy día se utiliza como taller de restauración y reparación. A la izquierda se encuentra el hangar principal. Es una gran nave moderna de estructura cuadrangular que permite la entrada de luz natural. En la recepción y zona de taquillas se ofrece al visitante gran cantidad de información gratuita, así como otra de pago, cual libros, vídeos, mapas. Un panel en la pared nos transmite el saludo del Director, que nos da la bienvenida y nos desea feliz estancia. Debajo, en un

pequeño anaquel, hay formularios de retorno donde el Director nos invita a escribirle y darle nuestra opinión y sugerencias. Justo antes del acceso a la exposición, un mural con estantes estratégicamente situado soporta una colección completa de trípticos y folletos de todas las exposiciones permanentes y temporales del IWM. Los idiomas son el inglés, el francés y el alemán.

Desde que se accede a recepción aparecen por doquier tres grandes logos; el del IWM, el del Museo de Duxford y el del Museo del Aire Americano. Este último es un museo dentro del museo, y a él nos referiremos más adelante.

El análisis de los folletos y de los logos del museo resulta revelador acerca de los mensajes que se quieren transmitir al público, pues están rebosantes de contenido simbólico. De entre los muchos folletos, hay que destacar por su mensaje e iconografía: 1) Uno, dedicado a describir las colecciones del IWM. En él aparecen fotos, rostros de hombres y mujeres de la Commonwealth, civiles y militares, de todas las razas y edades. Son los protagonistas, activos o pasivos, de la II Guerra Mundial. En este folleto se otorga el protagonismo al pueblo, y se intenta una visión integradora de lo civil y lo militar. 2) Otro, que llama la atención por una composición fotográfica perturbadora. El título del folleto es “Holocausto”, y anuncia la exposición permanente dedicado al horror de la deportación hacia los campos de exterminio nazis. Esta exposición se ha convertido en la muestra estrella del IWM. La foto es una especie de collage artístico que representa los montones de objetos personales que quedaban tirados o de los que eran despojados sus propietarios en el momento de ser embarcados en los vagones de tren rumbo del exterminio.

Respecto a los logos, y en primer lugar, el del IWM es un rectángulo en vertical con tres bandas de colores horizontales, verde la mitad inferior, una banda más estrecha de rayas onduladas y paralelas azules sobre blanco, y azul la banda superior. Verticalmente, una gran doble X blanca sobre la anterior. La interpretación es elocuente, pues representan la tierra, el mar y el aire; las tres clásicas grandes fuerzas militares. Las diagonales o X blancas parecen los focos de la defensa antiaérea, que se reflejan para dibujar la “W” de “War” y la “M” de “Museum”. ¿Es ésta una manera de hacer permanecer en el recuerdo el fundamental papel defensivo de la fuerza aérea durante la “Blitz” o guerra relámpago sobre Londres? Al menos pudiera pensarse que es un modo de simbolizar la terrible experiencia colectiva que vivió el pueblo británico y que sin duda ha quedado impresa en la conciencia colectiva y en su cultura de defensa¹⁷.

El logo de Duxford es bien distinto. Es estilizado y sencillo: una punta de flecha, a modo de avión o cohete, sube hacia el cielo, dibujando tras de sí una estilizada estela en forma de ese. Tiene un simbolismo más bien tecnológico y moderno, superados ya los tiempos de guerra descarnada. En efecto, no pretende representar la guerra o lo militar, sino la tecnología aeronáutica que ha reunido una nación, la británica.

El logo del American Air Museum es bastante convencional; un rectángulo de fondo azul delimita un escudo o punta de ala con fondo blanco. Dentro de este escudo blanco, las rayas rojas y azules junto a las estrellas blancas de la bandera estadounidense. Sobre la bandera, una estrella negra en el centro, y como alas negras a su derecha y a su izquierda.

Los logos del IWM y el específico del museo de Duxford han sido pensados para no representar lo estrictamente militar, sino la participación conjunta de la población en la defensa y en el desarrollo tecnológico. Lo civil y lo militar son aquí dos distinciones convencionales: todos son pueblo británico. En cambio, el logo del American Air Museum es un escudo militarista, heráldico, convencional, símbolo de las Fuerzas Aéreas norteamericanas. Sin duda, los mensajes que desprenden los logos responden a dos culturas de defensa emparentadas, pero distintas, quizás por sus desiguales experiencias bélicas. Esa diferencia se proyecta sobre dos concepciones museísticas de lo militar que, aunque parecidas, en absoluto son equiparables.

8. EL ESPACIO EXPOSITIVO: MUSEOLOGÍA Y MUSEOGRAFÍA

Todo museo debe encontrar un equilibrio entre su proyecto y tema museológico, por un lado, y su concreción museográfica (Rico, 1999). Cuando se trata de exponer objetos enormes como aviones, la museografía debe ser especialmente estudiada, sobre todo para proporcionar buenas perspectivas, y no agotar a los visitantes. En Duxford el espacio museográfico es total, y está convenientemente tratado con información y reclamos visuales. No obstante, por razones de conservación, las colecciones importantes están a cubierto en los hangares, aunque hay también aviones de modo permanente sobre las pistas. Se trata, en este último caso, de piezas menores o propiedad de sociedades relacionadas con el museo. Por lo demás, la mayor parte de los aviones están en condiciones de vuelo, y se utilizan un par de veces al año en festivales aéreos a los que acuden decenas de miles de personas.

En este museo no tiene sentido la discusión sobre la pauta expositiva, si en torno a galería o a rotonda. Los hangares son exactamente eso, y el museo es una base aérea. Lo más destacable de la museografía de Duxford es que cada pieza y cada colección cuenta con espacio más que suficiente, puede ser observado desde varias perspectivas. Todas las piezas y colecciones disponen, además, de completos paneles informativos. A lo largo del hangar principal, un gran panel común expone la cronología e historia de la aviación. Las columnas con monitores ofrecen información audiovisual.

En el espacio museográfico de Duxford pueden distinguirse al menos los siguientes conjuntos de elementos:

- *El espacio integral de la antigua base:* las pistas, la torre de control, los centros de mando, barracones, hangares, paisaje.

La base en sí misma es considerada patrimonio a proteger, como símbolo de una época y de una nación.

- *Hangar 1*: Construido en 1976 como espacio “ad hoc” para el museo. Contiene las piezas más emblemáticas. Entre estas, el bombardero Lancaster, un JU-52, un Mosquito, un Vulcan, un hidroavión Sutherland y el prototipo del Concorde. Incluye la recepción, el punto de salida y la tienda. La semejanza con el museo de Cuatro Vientos (Madrid) es aquí clara.
- *Hangar 2*: Original de los años 30. Expone la colección de cazas británicos y norteamericanos de la II Guerra Mundial, entre ellos, los Hurrican, Spitfires, P-51 y Mustang.
- *Hangar 3*: Contiene una exposición permanente de material aeronáutico, naval, torpederos históricos, sistemas antisubmarinos. Incluye una muestra de guerra submarina.
- *Hangar 4*: Está consagrado a los esfuerzos en la defensa de Gran Bretaña. Su tema principal es la Batalla de Inglaterra. Aquí, el apartado audiovisual es más abundante. En los barracones anexos a este hangar se exponen en vitrinas colecciones de uniformes, fotos, medallas, objetos personales, etc., de ambos bandos de la II Guerra Mundial. El tratamiento visual es respetuoso con ambos, no se ignora o desprecia al contrario, y la información se sitúa en el mismo plano. Destaca el espacio dedicado al recuerdo de los voluntarios internacionales que participaron en la defensa de Inglaterra. Por su ubicación y contenido, este hangar es el principal del museo. Sus espacios audiovisuales invitan a descansar y a contemplar los documentales que se proyectan continuamente. Son excelentes, auténticos trabajos académicos, por lo bien documentados y el riguroso tratamiento que presentan. Siempre dejan clara la conexión histórica entre Duxford y la defensa heroica de la nación, y contemplan con rigor lo militar dentro de lo civil. El mensaje último de estos contenidos es mostrar el horror de la guerra y sus efectos sobre la población.
- *Hangar 5*: Dedicado a la conservación y restauración de materiales, con personal profesional y voluntario. Las asociaciones, entidades colaboradoras y patrocinadores garantizan la existencia del museo y su labor de conservación.
- *Torre de control y barracones*: En los barracones, que datan de la I Guerra Mundial, se ha instalado un restaurante. Otros barracones incluyen oficinas, así como espacios para familias con bebés, cafetería, áreas de descanso, etc. En este punto es

fácil comprobar que el público objetivo al que se dirige el museo no se restringe a los militares o afines, sino que mira decididamente hacia la población general, las familias, para que acudan a modo de jornada de ocio familiar.

- *Un espacio sectorial y especializado:* Es un barracón gestionado por radioaficionados que, entre otras cosas, se dedican a restaurar y conservar los equipos antiguos. Como curiosidad, cuentan aquí con un cañón de la base de Gibraltar.
- *Hangar 6:* Un magnífico edificio moderno diseñado por N. Foster. Es el American Air Museum en Inglaterra. Como ya se ha señalado, se trata de un museo dentro del museo, y representa de modo contundente los lazos que desde las dos contiendas mundiales unen a Gran Bretaña y a Estados Unidos. Viene a ser una suerte de agradecimiento y de prueba de buena voluntad. También es un ejercicio de poderío tecnológico y militar. El diseño está inspirado en un hangar tradicional, pero adaptado plenamente a los fines de un moderno museo de aviones. La luz natural que inunda el espacio, los aviones suspendidos del techo y grandes piezas originales, como un bombardero B-52, un B-29, un Liberator, un C-47, un B-25 Mitchell, etc., son las notas características de este museo. Una feria del libro militar se celebraba durante nuestra visita. Por su espectacular hangar, este museo causa un fuerte impacto. Los servicios que contiene duplican a los de Duxford, con su propia tienda, cafetería, exposiciones temporales. El efecto y el mensaje que produce sobre el visitante es bien diferente a las exposiciones de los otros hangares. En el hangar 4 quedaba claro que en la guerra se mata y se destruye: no se oculta este horror. Sin embargo, en el museo americano esto no aparece. Estamos tanto ante una concepción diferente de los museos militares, como ante una sensibilidad distinta frente al fenómeno de la guerra y de lo que de ésta y sus efectos se debe mostrar (Luke, 2002). Esta diferencia es patente si también se conoce el National Air and Space Museum en Washington.
- *Land Warfare Hall:* Dedicado a la guerra terrestre. Consiste en una nueva construcción de planta basilical con dos alas exteriores excavadas bajo el nivel del terreno. En estos espacios laterales se ha recreado un camino de trinchera. Se exponen aquí dioramas con material militar real. Este camino de trinchera recorre el frente occidental de 1914-1918. Entre las piezas destacan blindados ligeros y carros de combate. El pabellón

incluye la exposición permanente dedicada al desembarco de Normandía. El público puede ver y tocar los objetos, uniformes y armas de los soldados. Una sala audiovisual proyecta de continuo, por todo su espacio, imágenes de combates durante el desembarco. Todas las colecciones del Land Warfare Hall están tratadas cuidadosamente, con espacios, evitando la saturación e ilustrando con guías adecuadas cada microespacio. Bajo el cuerpo central de este pabellón, una zona de galerías presenta tres exposiciones permanentes: no hay puertas y la intimidad de la visita se logra mediante la disposición del itinerario entre galerías y murales, con salidas laterales a la zona de dioramas. Una de estas exposiciones se titula “la guerra olvidada” y se refiere a la guerra de la Commonwealth en el Pacífico, durante la II Guerra Mundial. Las otras exposiciones se refieren a la historia de dos regimientos: el Royal Anglian y el Cambridgeshire. Es un intento de preservar la memoria histórica y la identidad del ejército británico. Lo fundamental de este espacio es que sirve como lugar de encuentro de los veteranos, de sus familias y, por supuesto, de toda persona interesada, siendo así un lugar muy vivo. El mensaje de estas exposiciones sobre los regimientos va más allá de lo militar. Se destaca el aspecto humano y social de los soldados, especialmente su vida familiar. Se busca reforzar aquí los valores de sacrificio y entrega de estos soldados por el bien de la sociedad e intencionadamente se conecta la vida militar con la vida civil. A nuestro juicio, es una clara representación de la cultura de defensa vigente en una sociedad moderna, más que una exigencia histórica o museística.

9. EL ESPACIO SOCIAL DE DUXFORD: ALGUNAS REFLEXIONES

Una visita, en un día cualquiera, muestra con evidencia que en torno a las instalaciones físicas del museo existe una densa madeja de relaciones sociales. No se entra solamente en contacto con el personal profesional del museo. Encontramos voluntarios, guías y mecánicos profesionales, estudiantes de historia que hacen también de guías como parte de su formación, miembros de asociaciones diversas, aficionados a la aviación, veteranos del ejército. En muchas de las instalaciones aparece el nombre de tal o cual empresa patrocinadora. Los visitantes son de todo tipo, predominando los grupos familiares, de todas las edades, que acuden en su tiempo de ocio y esparcimiento, por curiosidad y diversión. El museo es, así, un punto de encuentro propicio para el fomento de una cultura de defensa en sentido muy amplio, y producto de una determinada política y gestión museísticas.

Los miembros de la asociación “Friends of Duxford” manifiestan su satisfacción por el alto grado de compromiso y diálogo logrado entre la dirección del museo y los objetivos de la asociación. Esta es de carácter civil y se considera aliada y colaboradora de la dirección, en pro de los intereses de todos. A este espacio social se debe en buena parte el éxito de este museo. Porque un museo moderno es un museo abierto a la sociedad, que trabaja en red, con múltiples relaciones asociativas (muchas civiles en este caso y ajenas gran modo a lo militar), conectadas a su vez con otras instituciones y organizaciones, no sólo culturales o académicas, sino también empresariales. Por su parte, el público, cada vez más formado y más exigente, demanda calidad, amenidad y canales de participación.

Como museo militar, el de Duxford es un caso ejemplar de museo que se inspira en una cultura cívica y amplia de la defensa, y que contribuye a su discusión y desarrollo mediante múltiples y muy originales recursos, tanto por lo que se refiere a la dimensión educativa de la cultura como a la más sociológica que la concibe en términos de identidad colectiva, sentimiento de pertenencia, prácticas y valores sociales compartidos. Mas no se trata de una cultura de defensa militarista. Antes bien, Duxford demuestra que es posible promover, desde un museo militar, una cultura de defensa plenamente democrática, guiada por ideas próximas a las desarrolladas por Habermas en su noción de “patriotismo constitucional” expuestas por Habermas. Es una cultura de defensa plenamente consciente de los horrores de la guerra, y cuyo norte es precisamente el de dejar constancia y agradecimiento del esfuerzo común de la población por defender los principios de su sistema político. El museo militar se convierte así en un actor de la cultura de defensa, cuyos fines básicos son informar, formar e investigar, pero también rememorar, y agradecer, y, a la postre, estimular determinados valores y sentimientos cívicos de pertenencia, y todo ello dentro de un entorno grato y entretenido. En definitiva, el museo de Duxford nos demuestra que es posible hacer sentir y comprender a la población los problemas de la milicia como parte de los problemas colectivos, y que es igualmente posible acercar con honestidad las variadas dimensiones del fenómeno bélico al conjunto de la sociedad, como una parte inevitable de su historia.

NOTAS

¹ De manera destacada, el Grupo de Trabajo sobre Sociología de la Cultura y de las Artes, dentro del VIII Congreso Español de Sociología (Alicante, del 23 al 25 de septiembre de 2004).

² Como se explica más adelante, el empeño por fomentar la “cultura de defensa nacional” mediante, entre otros instrumentos, un adecuado uso del patrimonio museístico militar, constituía, cuando se emprendió esta investigación, un objetivo prioritario de acuerdo a la entonces vigente Directiva Nacional de la Defensa (1/2000, de 1 de diciembre).

³ La sustancia de estos debates se puede seguir muy bien a través de diversos manuales y trabajos académicos. Entre otros, son de especial utilidad los de Alexander y Seidman, 1995; Ariño, 1997; Benedict, 2001; Douglas, 1996; Geertz, 1987 y 1994; Hauser, 1965; Kahn, 1980; Levine, 1977; Uña y Hernández, 2004.

⁴ Esta afirmación no resta importancia al notable impacto de otras líneas de investigación, como la abanderada por la Escuela de Birmingham, a finales de los años 70 y durante los años 80, encabezada por académicos de la talla de S. Hall, y cuyo interés evolucionó hacia los estudios sobre la “cultura popular”.

⁵ Hay que advertir, no obstante, de que la teoría y la práctica de la investigación sobre “cultura política” ha evolucionado extraordinariamente en las últimas dos décadas respecto a los planteamientos teóricos y metodológicos originales de Almond y Verba. Incluso estos mismos autores han revisado y matizado en gran modo sus aportaciones teóricas y metodológicas iniciales (véase Almond y Verba, 1979). Por lo general, hoy día se tiende a considerar la “cultura política” desde una perspectiva más global que la que manejaban los primeros trabajos. Tampoco se acepta ya que la “cultura política” constituya un mero conjunto de disposiciones psicológicas de carácter individual que responden sólo a un determinado proceso de socialización. Antes bien, hoy se concibe la “cultura política” como un complejo contexto de significados (variados y variables) que fraguan en el transcurrir cotidiano de la vida política de una sociedad. Por esa razón los investigadores dedican ahora más atención al estudio de los discursos, de los ritos, de las costumbres, de los gestos y de los símbolos que se utilizan en la vida política, ya sea por parte de las élites o del común. Este nuevo planteamiento también ha recuperado las técnicas cualitativas como instrumento privilegiado para el análisis cultural de la política. Una pormenorizada y muy penetrante revisión del estado actual de la investigación sobre cultura política, con especial cuidado en los debates teóricos y conceptuales, puede verse en Morán y Benedicto, 1997; y, sobre todo, en Morán, 1997. Vaya por delante, no obstante, que, si bien es verdad que la investigación sobre “cultura política” sigue disfrutando de gran consideración en el terreno académico, no es menos cierto que, en el terreno de los medios de comunicación y de la práctica política de los partidos, ésta viene siendo últimamente eclipsada por los estudios

(más contingentes y pegados a la actualidad inmediata) sobre opinión pública, agenda política y preferencias electorales. Desde el punto de vista de la competición electoral, el rápido examen de los elementos superficiales de la política (así la imagen que la población tiene de la coyuntura política), resultan en la actualidad mucho más rentables que el estudio detenido de la estructura de las creencias políticas.

⁶ Posteriormente, esta misma concepción de la “cultura de defensa” quedó recogida en el Plan Director de Cultura de Defensa (enero de 2002), que supuso a su vez la creación de la Dirección General de Relaciones Institucionales (27 de enero de 2002), dentro de la Secretaría General de Política de Defensa, como organismo encargado de planificar y coordinar las acciones y ayudas necesarias para la investigación y la divulgación de las cuestiones relativas a la seguridad y defensa.

⁷ Fue una continua preocupación para el Centro de Investigaciones Sociológicas a finales de los años 90 y durante los primeros años de la actual década. También han seguido con atención estos asuntos otros institutos de opinión pública, como el Centro de Investigaciones sobre la Realidad Social-ASEP, dirigido por Juan Díez Nicolás; Tábula-V, encabezada por Amando de Miguel; y el Incipe, bajo la dirección de Salustiano del Campo.

⁸ Hay muchos textos esclarecedores sobre el carácter de la opinión pública. Por su amplitud y perspicacia, recomendamos al lector el de C. Monzón (2000). Valga decir que, para este autor, el contenido del concepto “opinión pública” puede aprehenderse tomando en consideración las tres grandes temáticas que, bajo esa rúbrica, suele abordar la investigación aplicada; a saber: (1) los procesos de comunicación de masas; (2) los climas y las corrientes de opinión; y (3) los públicos que, en una coyuntura muy específica, sancionan positiva o negativamente cualquier tema objeto de polémica.

⁹ Un trabajo reciente, provocador y muy penetrante acerca de la extrema dificultad de controlar los procesos de comunicación, es el de E. Gil Calvo (2004), que se elabora en gran medida a partir del célebre trabajo de E. Noelle von Neumann sobre los “climas de opinión” que dan lugar, bien a la “espiral del silencio”, bien a la “espiral del ruido”. Por lo demás, esta intrincada dinámica de los procesos comunicativos viene anticipada por la clásica formulación weberiana sobre los “efectos no queridos” o “no intencionados” de la acción.

¹⁰ Este argumento resulta pertinente para explicar el cambio que se produce entre dos gobiernos del Partido Popular (el que se produce en el año 2000). Sin embargo, la política que viene aplicando el actual gobierno del Partido Socialista Obrero Español, en relación con lo que se comenta, es semejante a la que desplegó el último gobierno del Partido Popular.

¹¹ Sobre los debates de la nueva museística: Luke, 2002; McClellan, 2003; Montaner, 1990; Vergo, 1997.

¹² La idea del museo como actividad tiene mucho que ver con la necesidad de museificar el arte vivo. Véase al respecto las reflexiones de Checa, 2004, y Montaner, 2003.

¹³ Sobre la nueva museística, son de especial interés, entre otros, los siguientes trabajos: Luke, 2002; McClellan, 2003; Montaner, 1990; Vergo, 1997.

¹⁴ El estudio del museo desde un punto de vista sociológico se ha centrado habitualmente en la figura del visitante. El pionero trabajo de Bourdieu en los 60 ha sido el modelo a seguir (Bourdieu y Darbel, 1969). También merecen destacarse los trabajos de Hauser, 1965. En España, entre otros, Sánchez de Horcajo, 1997; y Pérez Santos, 2000).

¹⁵ Entre las distintas categorías de museos militares europeos con gran éxito de público hay que destacar: A) Los grandes museos militares nacionales: el sistema de museos del *IWM*-en el que se incluye el de Duxford- y el *Army Museum*, Gran Bretaña; el *Musée de L'armée*, Bélgica. B) Los museos de armas específicas (aviación, caballería, ...) o con un perfil tecnológico: Duxford, en aviación; *Maritim Museum* de Greenwich, Gran Bretaña; el *Musée des Blindes* de Saumur, Francia; o los buques históricos recuperados como los británicos *Victory* o *Belfast*, el griego *Averof* o el ruso *Aurora*. C) Arquitectura militar musealizada: refiriéndonos sólo al siglo XX, ciertos bastiones de la *Línea Maginot* y la *Línea Sigfrid*; el bunker de mando de Churchill en Londres; las fortificaciones del *Muro del Atlántico* en Normandía. D) Cementerios y monumentos conmemorativos: Memorial del Somme; los de Normandía; el canadiense de Beaumont-Hamel en el Somme. E) Museos monográficos y centros de interpretación: Flanders Fields, en Yprés, Bélgica; *Historial de la Grande Guerre*, Peronne. F) Museos de la resistencia; *Centre d'Histoire de la résistance et de la deportation*, Lyon; *Museo Storico* de Trento; Museo de la resistencia noruega, Oslo. G) Museos o Memoriales de los campos de concentración: Museo Judío de Berlín; los campos de concentración de Mauthausen, Dachau, Buchenwald. H) Campos de batalla: *Bastogne Historial Center*; *Musée du débarquement*, Arromanches. Se citan como ejemplos coincidentes en la línea descrita.

¹⁶ Sobre la Batalla de Inglaterra, un clásico: DEIGHTON, L., *Figther. The true story of the Battle of Britain*, Book Club, Londres, 1977.

BIBLIOGRAFÍA

- ALMOND, G. y VERBA, S.,(1970): *La cultura cívica*, Euroamérica, Madrid.
- (1970):*The Civic Culture Revisited*, Brown, Boston.
ALEXANDER, J. y SEIDMAN, S., (1995): *Culture and Society*, Cambridge University Press, Cambridge.
ÁLVAREZ, J.C., (1992): *Sociedad, Estado y patrimonio cultural*, Espasa, Madrid.
ARIÑO, A., (1997): *Sociología de la cultura. La constitución simbólica de la sociedad*, Ariel, Barcelona.
ASENSIO, M., (1998): *Educación cultural en una nueva estructura del museo*, Museo Nacional de Escultura, Valladolid.

- BARBEITO, R.-L., (2000): “La permeabilidad de la opinión pública ante la cultura de defensa nacional”, informe para el Grupo de Trabajo 4/1999 del Instituto de Estudios Estratégicos, Madrid, (inédito).
- BELTRÁN, M., (2001): “Estructura cultural y estructura social”, en VVAA., *Estructura y cambio social*, CIS, Madrid: 855-903.
- BENEDICT, R., (1978): *El hombre y la cultura*, Edhasa, Barcelona.
- BOLAÑOS, M., (1997): *Historia de los museos en España. Memoria , cultura y sociedad*, Trea, Gijón.
- BOSWELL, D. y EVANS, J., (1999): *Representing the nation: A reader. Histories, heritage and museums*, Routledge, London.
- BOURDIEU, P. y DARBEL, A., (2003): *El amor al arte. Los museos europeos y su público*, Paidós, Barcelona.
- BRAVO, M^a I., (1996): *El sistema de documentación de museos militares del Ministerio de Defensa*, Universidad Complutense, Madrid.
- CHECA, F., (2004): “La experiencia del museo”, en *Revista de Libros*, 88: 7-9.
- DEIGHTON, L., (1977): *Figther. The true story of the Battle of Britain*, Book Club, Londres.
- DÍEZ NICOLÁS, J.,(1999): *Identidad nacional y cultura de defensa*, Síntesis, Madrid.
- DOUGLAS, M., (1996): *Cómo piensan las instituciones*, Alianza, Madrid.
- GARCÍA BLANCO, A., (1988): *Didáctica del museo. El descubrimiento de los objetos*, Editorial de Torres, Madrid.
- GIL CALVO, E., (2003): *El miedo es el mensaje*, Alianza Editorial, Madrid.
- GEERTZ, C., (1987): *La interpretación de las culturas*, Gedisa, Barcelona;
- (1994): *Conocimiento local: ensayos sobre la interpretación de las culturas*, Paidós, Barcelona.
- HABERMAS, J. (1998): *Facticidad y validez. Sobre el derecho y el Estado democrático de Derecho en términos de teoría del discurso*, Trotta, Madrid.
- (1998): *Identidades nacionales y postnacionales*, Tecnos, Madrid.
- (1999): *Más allá del Estado nacional*, FCE, México.
- HAUSER, A., (1965): *Sociología del arte. Sociología del público*, Guadarrama, Madrid.
- HERNÁNDEZ, F., (1994): *Manual de museología*, Síntesis, Madrid.
- HERNÁNDEZ, F. e ÍÑIGUEZ GRACIA, D., (2004): “La guerra del siglo XX en los museos”, en *Didáctica de las Ciencias Sociales, Geografía e Historia*, 39: 22-23.
- JORDÁN, J., (2002): “Inmigración y cultura de defensa”, en CESEDEN: *Inmigración y seguridad en el Mediterráneo: el caso español*, Ministerio de Defensa, Madrid.
- KAHN, J.S., (1980): *El concepto de cultura. Textos fundamentales*, Anagrama, Barcelona.

- KAVANAGH, G., (1998): *Making Histories in Museums*, Leicester University Press, Leicester.
- (2000): *Dream Spaces. Memory and the Museum*, Leicester University Press, Leicester.
- LAGUNA, F., (1998): “Hacia una nueva conciencia de defensa nacional en España”, en *VI Curso Internacional de Defensa*, Academia General Militar-Universidad de Zaragoza, Zaragoza.
- LEVINE, R., (1977): *Cultura, conducta y personalidad*, Akal, Madrid.
- LUKE, T.W., (2002): *Museum Politics*, University of Minnesota Press, Minneapolis.
- MARCHANTE, A., AYUSO, A. y RIPOLL, F., (1997), “La nación española y su defensa”, en OEHLING, H., *La defensa de España ante el siglo XXI*, Colección Veintiuno-Fundación Canovas del Castillo, Madrid.
- MARTÍNEZ PARICIO, J. I., (2002): *Difusión de la cultura de la seguridad y la defensa en el ámbito de la enseñanza secundaria obligatoria*, Instituto Español de Estudios Estratégicos, Madrid, (inédito).
- MCCLELLAN, A., (2003): *Art and its Publics. Museum Politics*, Blackwell, Oxford.
- MICHAVILA, N., (2001): “¿Existe conciencia de defensa en España? Análisis de las encuestas del Centro de Investigaciones Sociológicas,” en *Boletín de Estadística del Ejército de Tierra*, 78.
- MONZÓN, C., (2000): *Opinión pública, comunicación y política*, Tecnos, Madrid.
- MONTANER, J.M., (1990): *Nuevos museos. Espacios para el arte y la cultura*, Gustavo Gili, Barcelona.
- (2003): *Museums for the 21st Century*, Gustavo Gili, Barcelona.
- MORÁN, M^a L. (Comp.), (1997): *Cultura y política*, monográfico en *Zona Abierta*, 77/78, Siglo XXI, Madrid.
- MORÁN, M^a L. y BENEDICTO, J., (1995): *La cultura política de los españoles*, CIS, Madrid.
- MOSTERÍN, J., (1993): *Filosofía de la cultura*, Alianza, Madrid.
- NÚÑEZ, M., (2001): “Los nuevos medios de comunicación y los cambios culturales y sociales”, en VVAA., *Estructura y cambio social*, CIS, Madrid.
- PÉREZ SANTOS, E., (2000): *Estudios de visitantes en museos. Metodología y aplicaciones*, Trea, Gijón.
- REUBEN, S., (2002): *Más allá del Prado. Museos e identidad en la España democrática*, Akal, Madrid.
- RICO, J.C., *Museos, arquitectura, arte. Los espacios expositivos*, Silex, Madrid.
- RIPOLL, F., “Defensa y opinión pública en España”, en OEHLING, H., (1997): *La defensa de España ante el siglo XXI*, Colección Veintiuno-Fundación Cánovas del Castillo, Madrid.
- SÁNCHEZ DE HORCAJO, J.J. et. al., (1997): *Sociología del arte. Los museos madrileños y su público*, Libertarias, Madrid.

- SANDELL, R. (Ed.), (2002): *Museums, Society, Inequality*, Routledge, London.
- SANTACANA, J., (2004): "Historia, museografía y didáctica. Conversaciones con Juan Santacana", en *Didáctica de las Ciencias Sociales, Geografía e Historia*, 39: 7-16.
- STEINER, G., (1992): *En el castillo de Barba Azul. Aproximación a un nuevo concepto de cultura*, Gedisa, Barcelona.
- UÑA, O. y HERNÁNDEZ, A., (2004): *Diccionario de Sociología*, ESIC, Madrid.
- VERGO, P., (1997): *The New Museology*, Reaktion Books, London.
- WITCOMB, A., (2003): *Re-imagining the Museum*, Routledge, London.