

Las leyendas regionales como intangibles territoriales

Eloy Martos Núñez *, Alberto E. Martos García **

RESUMEN: El artículo examina el concepto de leyenda como intangible territorial en diversas escalas, desde la local a la regional o nacional, y su relación con la construcción de mitos étnicos y la emergencia de tradiciones translocales. Para ello, se revisan la metodología de los estudios corográficos y las nociones de ecotipo y de paisaje cultural, así como la etnografía de los territorios simbólicos a la luz de conceptos como el clásico «*témenos*» y modernos como el «*mytho-moteur*» (Abadal, 1958). Se aplican estudios de casos que evidencian cómo es el Imaginario, en interacción con factores geohistóricos del lugar, el que a menudo acota y perimetrea un territorio a través de cauces como la fabulación legendaria y los ritos paralitúgicos, como procesiones o peregrinaciones. La conclusión es que las leyendas y los arquetipos de origen étnico y genealógico reescriben tradiciones que crean identidades y se pueden proyectar en ámbitos diferentes de la vida política o recreativa, con perfiles igualmente diferentes.

Clasificación JEL: J2; L83; Z1.

Palabras clave: intangibles; región; localidad; leyenda; mito.

Regional Legends as Intangible Values

ABSTRACT: The article examines the concept of intangible territorial legend at various scales, from local to regional or national level, and its relationship to the construction of ethnic myths and the emergence of translocal traditions. For this, the methodology of the studies and notions chorographic ecotype and cultural landscape and ethnography of the symbolic light of concepts such as the classic «*Temenos*» and modern as the «*mytho-moteur*» territories are reviewed (Abadal). Case studies that show how the Imaginary, interacting with geo-historical factors,

* Eloy Martos Núñez. Profesor Titular de Universidad. Departamento Didáctica de las Ciencias Sociales, de las Lenguas y las Literaturas. Facultad Ciencias de la Documentación y la Comunicación Universidad de Extremadura. emartos@unex.es.

** Alberto Martos García. Profesor Titular de Universidad. Departamento Didáctica de las Ciencias Sociales, de las Lenguas y las Literaturas. Facultad de Educación. Universidad de Extremadura. albertomg@unex.es.

Recibido: 03 de noviembre de 2014 / Aceptado: 26 de marzo de 2015.

the often narrows and perimetrea territory through channels such as the legendary fable and paralitúgicos rites such as processions or pilgrimages apply. The conclusion is that the legends and archetypes of ethnic origin and family traditions that create rewrite identities and can be projected on different fields of politics or recreational life, with equally different profiles.

JEL Classification: J2; L83; Z1.

Keywords: intangibles; region; city; legend; myth.

1. Introducción: leyenda, espacio y mitogénesis

La noción de *Imaginario* afecta a un vasto campo de estudios, abordados desde muy diversos paradigmas. El enfoque específico de la Antropología cultural lo relacionaría con el concepto de *patrimonio cultural intangible*, que pone en valor precisamente ciertos elementos *inmateriales*, como el mundo de las *leyendas*. Los mapas físicos muestran el territorio como un *continuum* espacial, pero a veces son precisamente estas ficciones las que, a partir de alguna singularidad local (accidentes geográficos y/o eventos magnificados), crean discontinuidades que generan memorias e identidades (trans) locales y gracias a las cuales atribuimos sentido a esas divisiones territoriales.

Por eso es importante estudiar los mecanismos ficcionales en la creación de estas historias, así como su ámbito espacial —desde su foco de creación (v. gr. un santuario) a sus áreas de irradiación— considerando el proceso de un modo dinámico. Un mismo patrón ficcional aplicado a una aparición mariana o al hallazgo de la tumba de un santo, puede dar lugar a una leyenda de ámbito circunlocal o bien generar una historia de difusión comarcal, regional o (inter)nacional. Difusión expandida al albur de factores de muy diversas índole, desde la legitimación política o religiosa a su posible plasmación como un *activo* turístico o de desarrollo local, según se aprecia en numerosas fiestas o eventos que las propias instituciones declaran de interés regional o nacional. Paisajes, santuarios y áreas de irradiación como las que subyacen a los mitos de Santiago de Compostela o de la Virgen de Guadalupe, serían ejemplos emblemáticos de estos mitos expandidos.

Por consiguiente, nuestro enfoque será el de considerar las leyendas no como un anecdótico, una «curiosidad» o un plus ligado a un territorio, sino como un fenómeno dinámico susceptible de fabular (*mitogénesis*) paisajes singulares, e incluso de actualizar sus contenidos según una relectura y una reescritura continuas de la tradición (*palimpsesto*; Genette, 1989). Así, en relación a los casos de Santiago de Compostela o de la Virgen de Guadalupe, sus marcos ficcionales han sido capaces de evolucionar desde sus raíces medievales o los «añadidos» renacentistas y modernos —en particular, los vínculos conocidos con determinadas instituciones y políticas— hasta nuevas lecturas casi (pos)modernas, promovidas por ejemplo desde el auge del ecologismo o el florecimiento de nuevas identidades culturales. Es por esto por lo que podemos hablar indistintamente de Santiago como símbolo de la cultura gallega o bien como ruta

cultural europea, al igual que Guadalupe, más allá de su valor como símbolo de la Hispanidad, ha emergido como representación de una identidad regional extremeña, pero también de un determinado ecopaisaje, ligado a las Villuercas. Así pues, cabe esperar una relación bidireccional entre *leyendas e imaginario colectivo*, por un lado, y *desarrollo / identidad territorial*, por otro lado, y una continua permeabilidad o interacción entre discursos diferentes, según constataremos a lo largo de este estudio.

Lo cierto es que el concepto de *Intangible* abarca un uso muy diverso en ámbitos diferentes, desde la cultura a la publicidad o al mundo de las marcas. En relación al patrimonio, *intangible* es sinónimo de inmaterial y se refiere a manifestaciones como las leyendas o las fiestas que modelan la memoria y la identidad cultural de una comunidad. En el ámbito económico, se habla de *intangibles* a propósito de bienes no físicos que se convierten en activos empresariales, tales como la marca o reputación del producto. Estos *activos* pueden ser también agregados a los territorios, es decir, convertirse en intangibles territoriales (Camacho, 2011), de tal manera que lleguen a configurarse como ventajas sostenibles y necesarias para la supervivencia y el crecimiento competitivo del territorio. Ahora bien, la reputación empresarial es un intangible susceptible de ser medido y gestionado conforme a estrategias de comunicación, mientras que los intangibles a que nos referimos son formas dialógicas (Bajtín, 1974) en que se construye un paisaje cultural dotándolo de un determinado perímetro, igual que hoy se delinea un parque temático. La idea es fácil, desde el punto de vista antropológico, puesto que hay discontinuidad entre el espacio profano y el sagrado.

Guadalupe o Santiago son dos ejemplos excelsos de cómo este «*témeno*» (en el concepto griego) o recinto sagrado se adelgaza o agranda conforme a los vaivenes históricos. De tal modo que lo que en su origen apenas pudo ser, respectivamente, un chozo con culto animal (taurofanía) al lado de una ribera, o bien una tumba remota señalizada por extrañas luces y cánticos, se van a hipertrofiar en forma de mitos expandidos, gracias a la sobreexposición de literatura piadosa o de otros intereses y privilegios, que al final los hacen irreconocibles respecto a historias que hay en la Península con el mismo patrón narrativo.

Por eso mismo, desde la reflexión antropológica, se han subrayado las convergencias y divergencias acerca de nociones como nación, territorio, regionalismo e identidad étnica en diferentes contextos (Nahmad, 2014). En esta misma línea de indagación antropológica con enfoque regional se han ido articulando diversas aportaciones (Viqueira, 2001). En particular, hay estudios que enfatizan la noción de *complejidad territorial* (Ther Ríos, 2006), y precisamente, a los efectos que nos ocupa, la irrupción de los intangibles como «*marcas*» de territorio nos obliga a una apertura epistemológica, pues gestionar los intangibles es en gran medida similar a lo que algunos autores describen como *gestionar la complejidad* (Morin, 1996; Lewín, 1992), a sabiendas de que, paradójicamente, a menudo es un cierto *caos* o desorden el que genera una construcción con las identidades aludidas.

Así, a los territorios considerados como paisajes míticos les pasa lo que ya Pausanias en su Viaje a Grecia constataba a propósito de muchas ciudades griegas y de

sus tradiciones: había contradicciones flagrantes, como que los cretenses hablaban de la tumba de Zeus, o que los chipriotas decían poseer la roca concreta desde la que Afrodita emergió del mar, lo cual recuerda a las disensiones en relación al propio significado de las Vírgenes Negras, o, en el caso de Santiago, las interpretaciones priscilianistas, alentada por ensayistas como Sánchez Dragó, quien nunca dudó de que las reliquias compostelanas se referían a Prisciliano, no al Apóstol.

Ciertamente, la herencia cultural —ortodoxa o heterodoxa— lo que proporciona son elementos sustanciales en la configuración tanto de una marca genérica como de productos concretos. Por citar otro ejemplo emblemático, el Teatro Romano de Mérida fue excavado a principios del siglo xx y solo desde 1933 alberga las representaciones del Festival Internacional de Teatro Clásico de Mérida, pero ha cristalizado como parte representativa de la Marca Extremadura, redescubriendo una tradición romana allí donde hasta el siglo xix lo que pervivía era una leyenda árabe («Las siete sillas»). Es decir, ha dado un «salto» esencial, pasando de ser una ruina o leyenda local a una dimensión translocal que ha *refuncionalizado* el espacio: el teatro se recupera para el espectáculo y se potencia como un *activo intangible* filorromano o filoheleno al hacerlo además un escenario redivivo de ficciones clásicas representadas.

Las leyendas, en todo caso, son una modalidad de la narración tradicional (*folklore*) que el propio Thompson (1989) califica de «tradición local», concepto no siempre unívoco, pues «local» podría ser lo mismo el ámbito de la *polis* griega que la alusión a un concejo o predio. Más útil sería reconocer que la leyenda se sirve, a diferencia del cuento o del mito, del *lenguaje de la vinculación* (Velasco, 1996), y esa correspondencia hacia parajes, eventos o personajes localizados es la que la ubica en un eje espacio temporal definido, que puede ser comarcal o incluso más amplio. Es el mismo caso de la Serrana de la Vera, cuyas andanzas se sitúan no solo en un municipio sino en una amplia zona del norte de la Vera y de Plasencia de Cáceres, de ahí la necesidad de un enfoque corográfico más amplio. Pues bien, sobre ese espacio discontinuo, aparece el mismo mecanismo ancestral de la sacralización de un territorio a partir de los procedimientos conocidos de crear un mito fundacional, establecer un centro y un área de irradiación o tutelar el espacio mediante una serie de «cuidadores» (etimológicamente, «fanáticos», cuidadores del «*fanum*»).

Es algo que se aprecia con claridad en el *mapa de devociones y santuarios* de la Península (Christian, 1976), donde se ubica el santuario, se le asigna un santero o ermitaño, y se traza su radio de influencia, muy variable, pues va desde lo más local o comarcal a áreas que rebasan la provincia e incluso la región. Suele suceder que un milagro localizado, como el del Cerro del Rodeo en Fregenal de la Sierra, da paso a un culto a una Virgen —en este caso la *Virgen de los Remedios*— que primero atrae a los pueblos circundantes, pero que luego se va extendiendo en anillos sucesivos hasta crear una zona de influencia regional o transregional incluso, al polarizarse en este caso, además, como advocación de los gitanos.

Otras veces el vehículo que consigue extender la devoción y amalgamar todas las manifestaciones en torno al culto es un *monasterio*, que es el caso también de Guadalupe, pero también el del convento franciscano de *La Virgen de Caños Santos*

(Pulido, 2006), que sigue el patrón básico (Honorio Velasco, 1996) del hallazgo casual de la imagen resplandeciente de la Virgen en un lugar con abundancia de agua. En este caso, además, se confirma la variante de la posterior magnificación del lugar del milagro a raíz de cenobios, conventos u otras edificaciones levantadas en su radio de influencia, lo cual hace que se vaya ampliando. Es lo mismo que sucede con *La Virgen de Caños Santos*, la *Virgen de Guadalupe* y otras muchas. Hasta tal punto que, a menudo, la creencia se expande y se convierte en un *imaginario regional*, de ahí que se hable, por citar un caso, de «mariolatría andaluza» (Molinié, 2004) a propósito de la *Virgen del Rocío*.

En todo caso, el patrón que subyace a Guadalupe es claro: la imagen es previa al templo, y a su aparición o hallazgo milagroso por un pastor o vaquero, le sucede la erección del templo y su consagración, y la institución de una fiesta conmemorativa. H. Velasco (1996:87) subraya acertadamente que estas leyendas apenas dan detalles de la fabricación de la imagen e insisten en cambio en la sacralidad del lugar, adonde vuelve la imagen cuando se la pretende desplazar. La luz, el pastor, las nieblas, los cánticos o la fuente, son signos taumatúrgicos recurrentes que aparecen en el origen de la leyenda de la Virgen de Guadalupe, y que vienen a señalar a la Virgen como un *genius loci* y fundadora de un espacio que luego va a conformar una tradición compleja como la del Monasterio de Guadalupe. Dicho de otro modo, la Virgen o los tesoros encontrados o los animales que señalizan —incluso monstruos— el lugar que guardan, todos vienen a ser elementos hierofánicos, partes en suma de un escenario sagrado, que no es en su origen el templo o la imagen tomadas aisladamente sino más bien el santuario al aire libre —el chozo al lado de la ribera— y, posteriormente, todo el conjunto. Incluso cuando hoy se visita la sacristía del Monasterio de Guadalupe, con todos los cuadros de Zurbarán y la ostentosa ornamentación, esta saturación de signos contrasta con la simplicidad del mito fundacional.

Así que a menudo las leyendas primitivas se hallan oscurecidas por la tradición escriturística de los clérigos u otros agentes cultos, que son quienes «fabrican» de forma interesada réplicas de leyendas *ad hoc*, esto es, adaptadas al imaginario jacobino, guadalupano, etc. Estas leyendas ampliadas subrayan motivos piadosos pero dejan *invisibles* ciertos elementos básicos del mito primordial, ahora puestos en valor gracias a las nuevas corrientes culturales: así, la proximidad con el agua, el paraje singular, el simbolismo de la barca de piedra o de la relación del pastor con la vaca, elementos en suma de ambos mitos que hoy pueden ser reinterpretados conforme a una sensibilidad actual más cercana, frente a la reiteración manida de milagros que llevan a cabo los compiladores clásicos.

Por otra parte, la reformulación del concepto de *genius loci* por la arquitectura moderna (Norberg-Schulz, 1994) acierta al subrayar la fenomenología del lugar, afirmando que el *genius loci* es una realidad viviente o, en otras palabras, viene a ser el espíritu del lugar y el alma del paisaje. Así entendido, este no sería un simple marco o decorado sino el lugar en esencia que *habitamos* y donde moramos. Con todo el significado que da Heidegger como forma de construir y concretizar el mundo en edificios, cosas u objetos investidos de sentido, precisamente a través de procedimientos como los símbolos que subyacen a estas historias. Así, aplicados a los casos

que venimos comentando, la forja del mito de Guadalupe o de Santiago se acelera cuando sus historias son apropiadas como «almas de un paisaje propio», esto es, son percibidas como paisajes singulares.

A nivel de estas historias, concretizar estos mundos de ficción supone inclinarse hacia ciertos elementos de la trama, preferir y desarrollar ciertos (sub)tipos o motivos narrativos, y poner en valor *ecotipos* o historias acuñadas en un marco local, las cuales van adoptando perfiles diferenciados susceptibles de tener mayor o menor éxito. Y es que una devoción, en sus avatares históricos, presenta «vaivenes» que pueden llevar lo mismo al olvido que a la expansión translocal más fulgurante. En ello es muy importante la labor de los *agentes* interesados, nos referimos a la Iglesia en su conjunto, a través de conventos, frailes o bien por la reputación propagada desde cenobios y otros focos. De hecho, siempre hay una complicidad especial entre el clero y estas imágenes, de modo que la figura folclórica del pastor, clave en estos relatos, no es más que un trasunto de los mediadores de la Iglesia. Vemos así un rasgo curioso: hay una *hibridación* entre las *creaciones de las élites*, en este caso la clerecía o la nobleza, y las *creencias de las clases subalternas*. De modo que, pese a los numerosos avatares que han incidido sobre el Camino de Santiago, la experiencia de la peregrinación se ha ido perpetuando precisamente gracias a los símbolos y el misticismo, y volvemos, pues, al sentido dialógico de la construcción de estos intangibles. Hasta el punto de que hoy la relectura ecologista u ocultista del Camino de Santiago no hace más que volver a estos referentes priscilianistas, o incluso anteriores, celtas.

Sea como sea, la fiesta instituida a raíz de los acontecimientos milagrosos es siempre translocal, porque normalmente genera un foco de irradiación más allá de los límites del municipio: de hecho, las ermitas suelen estar siempre en los extrarradios de un pueblo, a varios kilómetros incluso. De modo que la leyenda del patrón (o patrona) de una comunidad suele hallarse más allá de sus propios límites, lo cual provoca no pocos conflictos cuando es un pueblo u otro el que quiere apropiarse del santuario y de su numen. Lo importante es que la leyenda sea susceptible de ampliarse a un ámbito mayor, comarcal por ejemplo, como ocurre con la Serrana de la Vera, cuyas actuaciones van dejando vestigios en distintas localidades de las comarcas vecinas. Y, en un paso aún mayor, la leyenda es capaz de impregnar territorios más amplios, como en numerosas devociones marianas.

Todo ello nos lleva a un concepto híbrido y holístico que es el de *mitopaisaje* (Martos, 2015), que no es un simple paisaje cultural, sino aquel paisaje específico que es (re)modelado o (re)significado desde ciertos intangibles que son digamos (re) fundadores de ese mito. El *Camino de Santiago* sería un ejemplo sobresaliente de ello porque, como ruta cultural histórica y europea, ha unido territorios a partir de un Imaginario común, y los ha conectado no como simples hitos de un camino sino más bien como espacios *iniciáticos*, por tanto, intencionales, *hodológicos* (Lewin, 1952). Esto mismo va a ocurrir en el estadio final: el paso de las leyendas locales y comarcales a un alcance mayor, al rango provincial, regional y/o nacional. En el caso de Santiago, como en el caso del Rocío, la expansión de una devoción va en paralelo a la expansión de una romería o *peregrinación*, en conexión con otros factores histórico-culturales.

El otro ejemplo que venimos citando de Guadalupe es ilustrativo a todos estos efectos. El propio topónimo, relacionado sin duda con el agua, revela la vinculación de la leyenda a un lugar y una época, es decir, se levanta sobre un *cronotopos* (Bajtín, 1974), reconocible en otras leyendas medievales sobre vírgenes negras y en otras leyendas extremeñas donde también hay un enclave mágico-sagrado y un pastor (*La Fuente Sancha*, Aldea del Cano). El favor real de diferentes Reyes de Castilla, que transformó el santuario en monasterio, explica su irradiación actual, convertida en Patrona de Extremadura y de la Hispanidad. En el caso de Extremadura, a pesar de su vinculación inequívoca con una comarca cacereña, los elementos básicos de la leyenda, su relación con el agua, el pastoreo y el ganado, la relaciona con otro modelo identitario más unido a la cultura pastoril. Así pues, los factores tanto internos, en este caso la coherencia del ecotipo¹, como externos —el fuerte apoyo institucional, eclesiástico y político— explican la visibilidad de la tradición como para ayudar a dar identidad a un *supraterritorio*, incluso en casos como este donde el monasterio pertenece a otra provincia eclesiástica distinta a Extremadura.

Las leyendas conforman, pues, una identidad colectiva que se asume y se recrea por parte de un grupo de individuos, y que se vincula primero a un territorio «laxo», no siempre restringido a las divisiones administrativas, sino que suele abarcar áreas más grandes, como se aprecia en los citados mapas de devociones. Lo importante no es la *génesis* de una tradición, en toda su complejidad, sino que en el proceso de *re-cepcción* haya generado primero un consenso en fijar una versión canónica, y luego en irradiar un impacto relevante. O sea, un santuario es un lugar donde hay una imagen o una reliquia, pero donde lo que cuenta es la devoción de la gente (Díez Taboada, 1989), es decir, la forma de apropiación o hermenéutica de esa tradición, que es a fin de cuentas más relevante que el edificio o la institución. Por tanto, los intangibles —en el caso jacobeo la leyenda etiológica que dio lugar a la erección del santuario—, son los que acaban por modelar y dar sentido a distintos puntos del territorio, a sus topónimos y a sus enclaves, desde Iria Flavia a Lavacolla, convirtiéndolos así en lugares singulares «trenzados» a partir de la leyenda primordial del hallazgo de una imagen o cuerpo santo, cuyo patrón, por lo demás, no es nada original.

Además, los *mitopaisajes* no son estáticos: suele suceder que un mismo espacio sea foco de atracción en culturas y etapas diferentes (v. gr. santuario de *La Cabeza*, en Jaén), y la aparición y posterior peregrinación al lugar sagrado se constituye en una manera de (re)significar y (re)legitimar socialmente prácticas antiguas. Esto es común en el llamado catolicismo popular: las vírgenes y santos se asientan a menudo sobre historias y emplazamientos sagrados anteriores, pero lo que cuenta es tal vez la idea de M. Pidal (1963:130) acerca del *estado latente de la tradición*. Un ecotipo

¹ La noción Ecotipo de Von Sydow es en su origen un concepto naturalista. Se habla de ecotipos en relación, por ejemplo, a una población local de plantas o árboles que muestran diferencias respecto al conjunto de la especie, son denominadas entonces un ecotipo de esa especie. Siguiendo con la analogía, los Tipos locales de fantasmas pertenecen en efecto a la categoría o subespecie de «aparecidos» pero dan lugar a perfiles propios cuando en efecto se produce una configuración especial, como sucede con la Procesión de Difuntos, por citar un caso de todos conocido. Cabría decir que hay siempre una gran variedad de fuentes universales, es decir, del entorno más amplio, y procesos de comarcalización o localización.

«arraiga» en una zona y va emergiendo en diferentes etapas, con diferentes envolturas, pero con un cierto «aire de familia», que es lo que se aprecia en los diferentes avatares de «doncella salvaje» encarnados en La Serrana de la Vera, la Ojáncana y otros mitos similares de mujeres salvajes. Hasta el punto de que se produce una construcción colectiva de las nociones de identidad y de territorialidad, al señalar y «perimetrar» la aparición u otros prodigios en ese enclave sagrado, y al ampliar sucesivamente el radio de impacto de esta creencia. Es algo que ya ocurría en la mitología griega: el *perímetro* del Oráculo de Delfos comprendía ciertos hitos, como la Fuente Castalia, la Roca de la Pitonisa o el templo de Apolo. Sin embargo, llegó pronto a rebasar este marco local y se convirtió pronto en un centro religioso panhelénico, del mismo modo que Santiago rebasa el ámbito gallego o Guadalupe el extremeño.

2. La construcción de la memoria translocal: arquetipos y leyendas genealógicas y de orígenes étnicos

Debemos a algunos autores (Martínez Dacosta *et al.*, 2014) el estudio de cómo un grupo social —por ejemplo la nobleza castellana— construye una imagen, una memoria y una toma de conciencia a partir de las leyendas genealógicas y de otros textos tomados con una intención etiológica. Así, el emparentar con antepasados míticos, como Melusina, es un recurso prototípico de la mitificación propia de estas leyendas de linaje, el cual busca legitimar y avalar la antigüedad.

Al hilo de esta evidente función *política y propagandística* de esta clase de leyendas (Caro Baroja, 1991), podemos evocar ciertos patrones recurrentes, como es este uso particular de los ascendientes míticos: así, la dama de pie de cabra y el linaje de los Haro, tema que enlaza sin duda con otros muchos motivos peninsulares como la Mari vasca, leyendas portuguesas o las lamias o *xanas* del Cantábrico, parecidas a las *Glaistig* escocesas y réplicas de Melusina francesa. Si en el folklore europeo tenemos referencias múltiples a los «niños cambiados» por estos seres mitológicos, en estos casos, lo que hay es un emparejamiento con un ser sobrenatural como fuente del linaje. Por tanto, podríamos hablar de un *ecotipo mitogénico* acusado, aunque también haya leyendas de mujeres sobrenaturales en Lusiñán, Córcega y otros lugares, pero la fuerza de esta tradición es tal que llega hasta la leyenda becqueriana «*La cruz del diablo*» (1860).

Una de las funciones de estos ecotipos sería reforzar la identidad cultural local o regional, como en el caso glosado de la Virgen de Guadalupe, en su relación específica con la comarca de Las Villuercas, y más allá de su valor como icono de la Hispanidad. Como se aprecia en el ejemplo de la «*Doncella Salvaje*», tipo *Serrana de la Vera*, tales historias revisten siempre funciones concretas. Así, si en otros contextos —como «*El Libro de Buen Amor*»— la serrana hombruna sirve para contrastar lo rústico y lo culto, en la comarca de la Vera la figura asciende a una categoría de numen protector de las montañas, hasta el punto de que hoy, releída en clave pastoril o ecológica, es un trasunto de una identidad comarcal, que entra en conflicto con otras versiones donde es ajusticiada.

Ficcionalizar un suceso a través de una *leyenda de familia* es un ejemplo clásico de contextualización. Pues bien, siguiendo con la metáfora biológica, las leyendas locales serían como esa variante adaptada a un cierto entorno, es decir, que forman parte de un patrón más amplio pero a la vez se singularizan o perfilan de forma diferenciada. Adaptando, pues, el método de los *ecotipos* (*oikotypes*) de Von Sydow (1948), tratamos de perfilar unos *ecotipos* leyendísticos que conformen un núcleo de *Tipos/Motivos* dotados de suficiente consistencia y singularidad e implantados en un área de influencia (*corografía*) motivada y justificada desde un punto de vista geohistórico. Sin duda, definir un *ecotipo* es un ejercicio derivado del *comparatismo* pues solo podemos apreciar la singular y consistencia de un *ecotipo* a partir del conocimiento de un número amplio de versiones. La consistencia interna nos viene dada por un mismo lineamiento de *Motivos*, es decir, por itinerarios que se repiten hasta conformar series y *patrones*. La consistencia externa se obtiene de la ratificación de los nexos entre los territorios/épocas a los que se vinculan dichas opciones.

El concepto de *Tipo* es demasiado abstracto a menudo, nutre amplios catálogos e índices folklóricos, y tampoco es siempre determinante la diferenciación cuento/leyenda. En la práctica hay que estudiar las historias no solo como signos sino de forma pragmática, dentro de la comunidad, en relación a su transmisión y a otras relaciones que establece con otros códigos y usos (vestuario, música, patrimonio material). Además, hay diferencias según los géneros: los que componen *fabulats* son distintos de los que hacen *novellats*, anécdotas o chistes, se usan en otras ocasiones y ante distintas audiencias. Así, los cuentos cortos se diferencian de los cuentos complejos.

El *Ecotipo* es un tipo singularizado dentro de un entorno próximo, de una comunidad predeterminada dentro de unos límites más o menos lábiles, ya sea locales, comarcales o supracomarcales. Es decir, igual que un santuario se distingue según W. Cristhian (1976): «por la devoción de la gente y no por una característica histórica o artística inherente al edificio o institución», aquí también debemos decir que lo esencial es su acogimiento por una comunidad que se siente solidaria compartiendo una historia en común. Por eso hay que distinguir un núcleo de irradiación y unas áreas de influencia, que funcionan como ondas o anillos que se superponen. La vida local con sus poblados y concejos adheridos es una buena imagen de una comunidad que pivota en torno a un centro por un sentimiento de identidad y pertenencia, de ahí los topónimos legendarios como *Aguasantas*, *Fuentisanta*, *Fuentidueña*, etc. que dan una pista segura sobre el imaginario que comparte esa comunidad.

Un santuario es el punto focal, pero todo a su derredor, próximo y remoto, son sus zonas de proyección. Así, la *Serrana de la Vera* se ofrece como ejemplo de *ecotipo comarcal*: la leyenda irradia hacia varias poblaciones, al igual que ocurre con las leyendas marianas. Por consiguiente, *el área corográfica de una tradición es siempre variable*.

2.1. Las nociones de «provincia temática» y de «*mythomoteur*»

Aunque es común a todas las regiones de la Península ciertos rasgos (tales como la existencia de lugares concretos consagrados desde épocas ancestrales, como el *Cerro de los Santos*, o donde se va perpetuando un *genius loci*), debemos tratar de aplicar el concepto de «provincia temática» (Van Gennep, 1982) para averiguar si hay una cierta distribución geográfica de las leyendas. Van Gennep enunció este principio de forma muy acertada y sugerente:

«Existen regiones o aires temáticos que no responden ni a las regiones lingüísticas ni a las regiones étnicas ni a las culturales. Dicho de otro modo, la producción temática popular no depende de la lengua, ni de la raza ni de la civilización» (1982:42).

«No depende» quiere decir, a nuestro juicio, «no está predeterminada». Sí existe una correspondencia con lo que pudiéramos llamar *regiones geográficas* o naturales, por ejemplo, para Van Gennep, Europa Central o la Cuenca del Mediterráneo serían «provincias temáticas»². Así, podríamos decir con razón que el dragón es un mito pan-europeo, pues gran parte de Europa lo comparte bajo muchos avatares o variables, pero con patrones siempre reconocibles.

Efectivamente, los paralelismos de leyendas en el ámbito mediterráneo son notables y trascienden el país o la etapa histórica para convertirse, como quería Menéndez Pidal, y emergen en historias recurrentes que han estado en estado latente y que se van reactualizando en distintas culturas. Así, yendo de Sur a Norte o de Oeste a Este, la *ojáncana*, la *serrana de la Vera*, la *Reina Mora*, *Aisha Kandisha* o las *lamias* clásicas son todas genios vinculados de alguna manera a las aguas que se comportan como depredadores o guardianes de un tesoro. Esto no obsta para que las leyendas —y por consiguiente los *toponómicos* que se apoyan en ellas— circulen siempre de un lado a otro, lo que varía es el detalle, la singularidad que aparece en una zona y en otra no. Van Gennep (1982) pone como ejemplo el tema del *objeto maravilloso*, para aseverar que si bien es un tema ciertamente universal apoyado en una *cosmovisión* mágica que ha afectado a todos los pueblos, varía sustancialmente en su concreción por zonas.

En el caso concreto de la zona occidental de la Península, un *leit-motiv* sería la muerte y el culto a las *ánimas*, metamorfoseado en activo turístico y económico con eventos en torno a la *Santa Compañía*, *queimadas* y *conxuros*. La razón es que en la zona *Noroeste* de la Península hay una *cosmovisión indoeuropea*, sobre todo celta, que hace de lo *escatológico* el eje de numerosos mitos: las visiones, los difuntos paseando por la tierra y mezclándose con los vivos (cfr. fiesta de Samhain), el *Cazador Negro*... De esta eclosión de seres del *ultramundo* se alimenta la mitología galaica y

² De hecho, se habla, desde la ecocrítica, de biorregiones o de ecozonas, que en todo caso suponen siempre un enfoque holístico, pues son áreas que no solo se definen desde un parámetro (el territorio físico) sino desde varios. Por ejemplo, la Cuenca Mediterránea ha sufrido procesos de remodelación fruto de una dinámica histórica, no solo natural: la deforestación, el pastoreo y otros fenómenos puntuales (así, sabemos que para la Armada Invencible de Felipe II se talaron zonas de Cantabria o el sabinar de los Monegros, hoy una zona semidesértica).

astur, que sobrepasa en variedad a la del resto de la Península, y en todo caso le da un perfil *sui generis*, que la aproxima más a culturas celtas como la de Irlanda, según ha cotejado perfectamente Ramón Salinero (1987).

En cambio, en la zona centro y sur, en el arco mediterráneo, la influencia *oriental* ha sido una constante en todas sus proyecciones, desde la religión púnico-fenicia (que hizo subrayar a Marguerite Yourcenar —1999— el paralelismo entre Astarté y la Macarena de Sevilla) a las leyendas griegas que penetran hasta Cáceres, si aceptamos la explicación del Toro de San Marcos de Coria como un *remake* de los mitos cretomicénicos. Así, su concepción de la creación del mundo es semejante a la que se desprende de la imaginería egipcia y oriental, con el viaje del Sol por la bóveda celeste y sus consiguientes personificaciones, por ejemplo, la de oca o cisne solar.

Así que el concepto de *provincia temática* guarda relación con otra categoría, la de *ecotipo*, de Von Sydow (1948), que se centra en otra posibilidad: el desarrollo propio de materiales locales o comarcales, los cuales, comparados con otra producción folklórica, deben tener una fisonomía singular. El *ecotipo* no se refiere tampoco a un lugar limitado, puede afectar a unas zonas amplias de una *provincia temática*, como ocurre con el tipo de las *Damas blancas*, muy comunes en el Suroeste peninsular.

Si esto es así, si el concepto de *provincia temática* es más evanescente y no se acerca al de una realidad regional tangible, y si la filosofía del *genius loci* se aplica para identificar paisajes singulares más que territorios amplios, entonces cabe explicar la *relectura de apropiación* que los regionalismos históricos han dado a las leyendas de su zona en función de un concepto, como es el de *mythomoteur*, término acuñado por Abadal i de Vinyals (1958) y usado por Armstrong (1982) y Stmith (1999), para designar un *constructo de mitos, símbolos y memorias* que (re)construyen el origen de una comunidad. Es una ficción que necesita del asentimiento social, de ser compartida por aquella, al margen de su exactitud histórica, porque al fin y al cabo su objetivo es apoloético y *kerigmático* —se trata de proclamar algo— y para ello se usa el *mythomoteur*, bien desde una vertiente política, religiosa o dinástica.

Tales *neoleyendas* se forjan habitualmente revisitando leyendas históricas antiguas, construidas ya en los citados discursos genealógicos (Martínez Dacosta, 2014), y reconstruidas después con las ideas del Romanticismo y de los diversos nacionalismos. En su contexto más primitivo, en las leyendas antiguas, el héroe fundador o instaurador de un espacio sagrado se convertía en su deidad protectora o numen tutelar, y así lo tenemos por ejemplo en leyendas de fundación de ciudades, como Teruel o Tafalla. Su historia pertenecía al mito ancestral, etiológico o cosmogónico, y servía para conformar el arquetipo modélico que luego era repetido de forma ritual, de tal modo que su *agente de transmisión* eran los narradores tradicionales conocidos. De esta forma, la tradición de una comarca era la combinación de la tradición de varias de sus zonas. Tampoco los cuentos más viejos se encontraban en cualquier parte sino solo en un número limitado de lugares. Además de la esfera de especialización de estos agentes de la tradición, quienes cuentan con repertorios limitados, hay otra clase de restricción por el oficio: los leñadores, cazadores o pescadores tienen sus propias «*memoratas*», de forma que el abandono de un oficio o su transformación (v. gr. el

arriero, el leñador, el cazador...) corta a menudo la cadena de transmisión natural de las historias que circulaban en ese ámbito específico³.

Pero en el caso de las leyendas genealógicas y de orígenes étnicos ya hemos visto que la nobleza y otras élites se hacen cargo prontamente de su *reelaboración activa* y promueven una tradición no ya oral sino escriturística, culta, y de ahí surgen numerosos relatos polarizados en hechos bélicos, religiosos, dinásticos, sobre banderas, etc. Los mediadores o informantes no son los de los oficios citados, sino más bien las élites —como escribanos y letrados— que asumen por ende la tarea de (re)fabular estas narraciones con el fin de suministrar una identidad *ad hoc* y, por tanto, de dar cobertura a los mitos identitarios de alcance político, tal como hacen los cronistas del Renacimiento. Así, a diferencia de los *lugares de memoria* de Nora que surgen espontáneamente, en este caso la *memoria pública es deliberadamente construida con una intención apologetica*. El mito político que legitima a la comunidad se convierte por ende en un mecanismo de *internalizar ideologías*, sujetas a un control hegemónico, si bien las corrientes regionalistas tuvieron pronto el mérito de hacer un discurso incluso respecto a las clases subalternas, esto es, de reinventar la tradición de una manera hibridada con la cosmovisión popular más plebeya.

Nuestra convicción es que las leyendas regionales son en su mayoría fruto de esta dinámica del *mythomoteur*, que implica una idealización y relectura del pasado. Ciertamente, todo cuento o leyenda sufre un proceso de contextualización y de actualización que legitima estas nuevas lecturas, pero recuérdese cómo ya Pausanias, en su descripción de Grecia, atestiguaba que un mismo mito revestía versiones muy diferentes en las distintas *polis* que recorría. Lo cual quiere decir que las leyendas de alcance regional invocadas por diversos movimientos regionalistas o nacionalistas difícilmente pueden explicarse a partir de unas versiones canónicas, dada la disparidad de versiones, sino que más bien son neoleyendas muy cercanas al *fakelore* (Singer, 2000). Hemos citado varias veces Guadalupe o Santiago de Compostela, pero si ampliáramos la cita a otras patronas de comunidades autónomas —a saber, la Virgen de Covadonga, la Bien Aparecida, Montserrat, Valvanera, la Candelaria, la Virgen de los Desamparados, la Virgen de la Peña de Francia o la Virgen del Pilar— sería fácil concluir, por mitología comparada, que hay muchas más afinidades que diferencias. Como bien dice Propp (1968), la forma internacional es siempre más arcaica que la nacional. De hecho, nos da una serie de criterios esclarecedores:

³ La diversidad es grande, no solo porque distintas áreas ofrecen distintos repertorios sino porque un mismo tipo puede ofrecer subtipos específicos, ecotipos, en diferentes áreas. Por lo demás, las fronteras políticas no impiden la difusión de la tradición. Cuando un narrador importado introduce un ecotipo ajeno, entra en dinámica con el propio de la zona, y a veces se fusionan. Si es muy extraño, desaparece, pero si no, es aclimatado o convertido en un ecotipo propio. También subsisten ecotipos de un mismo tipo cuando ha habido desgajamiento de una población (indoeuropeos). Sucede también que, en las conquistas, la población indígena termina por imponer sus tradiciones, pues los conquistadores están más ocupados del momento (épica heroica), y no suelen estar en buenas condiciones de transmitir sus tradiciones. Por eso en Suiza la tradición es celta aunque el lenguaje sea alemán. En consecuencia, si un cuento o leyenda no ha sido comarcalizado o ecotipificado, puede ser indicio de ser reciente o de haber sido aprendido en literatura escrita. En Escocia e Irlanda la tradición es muy activa, porque hay contadores profesionales.

1. *La interpretación maravillosa de una parte del cuento es anterior a la interpretación racional.*
2. *La interpretación heroica es anterior a la interpretación humorística.*
3. *La forma aplicada lógicamente es anterior a la forma aplicada de una manera incoherente.*
4. *La forma internacional es anterior a la forma nacional.*

De modo que las *reelaboraciones de leyendas con alcance regional* se sitúan a menudo en el umbral más modernizador, al incidir más en lo racional, novelesco o local; es por ejemplo la diferencia que se observa entre la leyenda fundacional de la Virgen del Pilar, sin duda muy arcaica, y el milagro de Calanda, una neoleyenda apologética para promocionar el santuario. La relación con Santiago y los otros títulos sobrevenidos como Patrona de Aragón y Patrona de la Hispanidad denotan un Imaginario donde, como en el caso de Guadalupe, se enhebran la devoción local con acontecimientos translocales de la historia de España, como la fecha del descubrimiento de América. Así pues, los mitos *taumatúrgicos*, donde un dragón (y no una simple culebra, en clave racionalista) protagoniza una lucha (interpretación heroica) y que responde a un *patrón* internacional, son *indicios de antigüedad*, respecto a las versiones donde la serpiente es sustituida por otro personaje, más en clave local o incluso nacional, como ocurre con las diferentes versiones que diferentes ciudades, comunidades y países aplican a la leyenda del dragón y San Jorge, sesgándola en alguna dirección.

Precisamente, no olvidemos que Iberia era también llamada en tiempos prerromanos *Ofusa*, tierra de serpientes, y que esta a veces, como en otras partes del Mediterráneo —Cocullo en Italia—, se comporta como una aliada que ofrece dones, es decir, tiene un comportamiento positivo. Son leyendas gemelas de las de Guadalupe: agua, altar —en forma de cueva, chozo o ermita—, relación con un pastor...(en Valencia, la leyenda que cuenta V. Blasco Ibáñez sobre la Albufera y la Serpiente Sancha, esto es, «sancta»). Este es un ejemplo que avala la persistencia de un mito ofídico: hay que considerar la *teoría de la continuidad paleolítica*, que es particularmente aplicable a los enclaves de estos mitos y leyendas, pues siempre se dan en *perímetros* muy cercanos a aguas: puede ser un monte cercano, una cueva o «boca» (manantiales, fuentes, pozos...), la orilla o el mismo cauce o interior de las aguas.

Son lugares, que, tal como se observa en la cultura mesopotámica, albergan poblaciones y culturas con una gran *continuidad*, precisamente por su riqueza de recursos. Las riberas son sin duda enclaves de civilización, y, por tanto, de mitologías. Frente a la idea del *método histórico-geográfico* de encontrar filiaciones o «derivajes» entre un tipo y otro, debemos pensar también en la idea de la combinación abierta de secuencias de Motivos, que se corresponde muy bien con la forma fragmentaria de las leyendas. Recordar la leyenda de una fuente peligrosa por la acción de un hada *encantada* es siempre más fácil que retener todo el ciclo narrativo del *matador del dragón*. Serían unos mismos «atractores culturales» (Sperber 1996), un mismo hábitat y unas mismas predisposiciones emocionales lo que explicaría la pervivencia y diferenciación progresiva del mito. Así, la *xoana* griega y el Pilar del

Ebro compartirían una misma tradición anicónica⁴ para una expresión arcaica de la divinidad femenina.

A nuestro juicio, el *ecotipo*, pues, no es solo un subtipo acuñado en un contexto regional, digamos, sino *series recurrentes de Motivos* que entran en una conexión más allá de lo aleatorio. El problema es que el mito en sí está lleno de textos canónicos, de series con nombres propios y de textos que se interrelacionan de forma patente, al contrario de la leyenda, que son textos más bien fragmentarios, anclados o «in-corporados» a un emplazamiento, pero cuya serie o entronque con otros mitos o *Motivos* es algo más evanescente y difícil de concretar. De ahí su aparente naturaleza solamente local y el que el propio Thompson equipare la leyenda a un relato local, más que a un mito «encarnado». Acaso por eso las leyendas genealógicas (tipo *Melusina*) son leyendas pero no son tradiciones de un lugar. En resumen, el *ecotipo* es esa *serie que reconstruimos entre historias afines de territorios circunvecinos*, como puede hacerse con la serpiente en la parte occidental de la Península.

En cuanto a los perfiles contextuales, debemos recurrir al ámbito de la *corografía*. Una idea obvia es que las *áreas poblacionales más importantes gravitan en torno al agua*, ya sean mares, ríos, lagos o fuentes, porque la *continuidad* es allí más fácil de garantizar. Basándonos además no en la proliferación de mitos ligados a estas áreas, sino en las propias teorías históricas, podemos aseverar que las riberas son *núcleos civilizadores de primer nivel*. En efecto, según A. J. Toynbee (1991), en la génesis de una civilización hay que buscar la respuesta a una *incitación*. Tanto en Mesopotamia como en el valle del Nilo o en China, dicha respuesta fue la agricultura, el desecar y dominar zonas húmedas, y, en efecto, mitos del dragón aparecen como sustrato en zonas donde ha habido paludismo, como en Terni (Italia). En una *hermenéutica* que se aleje de todo lo mágico, los *genios* acuáticos de todas las culturas son esos *númenes* que reclaman sus derechos de posesión de una zona, que la guardan (*genius loci*) y que también representan a veces amenazas letales. Pero como esta *Domina Liqui* o estas Vírgenes o Patronas extienden sus dominios a un orbe mayor, esto es lo parece unir a estas Vírgenes con las Américas.

3. Los modos de difusión de los cuentos, mitos y leyendas

Siguiendo la teoría de Linda Degh (1965), en la tradición no hay una simple transmisión a un solo nivel o conducto, como suponían los románticos. Lejos de perpetuarse en una cadena sencilla, lo que pasa de una generación a otra es una historia que se transmite en diversos ámbitos y registros, desde la simple *conseja* al romance, desde la alusión suelta a la historia más o menos trabada, hasta llegar a una forma canónica, con sus variaciones, formas apócrifas, diversificación textual... Es lo que se llama la transmisión *multiconducto*, que se nutre del *dialogismo* o *polifonía* inherente a la leyenda. Todos hablan, todos comentan, hasta que ese *rumor* fragua

⁴ El aniconismo es la práctica de rehuir o simplificar la representación de las divinidades, en el caso que nos ocupa, la representaciones de divinidades mediante troncos, pilares, etcétera.

en versiones que van acuñándose con el consenso de todos, aunque también en ello exista la aportación individual de especialistas señalados (v.gr. narradores orales, párroco o persona de autoridad que aporta ciertos detalles o sesgos a lo oído, que luego se incorporará como tradicional). En especial, no se olvide que las *leyendas nuevas* son historias *ejemplares*, buscan mover a devoción o a probar algo (leyendas penitenciales o morales), de modo que la «mano» de una persona capaz de superponer este discurso *parabólico* casi siempre puede adivinarse, o conjeturarse al menos.

Tal como explica Martos (2010:131), tanto Lope de Vega como Vélez de Guevara literaturizan el romance de la *Serrana de la Vera*, y antes se producían sin duda intervenciones de agentes más anónimos, que suponen desviaciones respecto a la fábula más primitiva, por ejemplo, a la *conseja* simple que aún acredita Publio Hurtado. Es verdad, es un proceso complejo, contemporáneo y a la vez transgeneracional. De hecho, Abrahams (1993) habla de varias modalidades: de la orientación del discurso hacia lo lúdico (v. gr. adivinanza, duelo verbal, el chiste), la conversación (v. gr. el refrán, la alusión legendaria...) o la ficción, si bien estas categorías son parte de un *continuum*. Hoy, por ejemplo, las llamadas *historias de vida* o los relatos de turistas o incluso los comentarios en Internet sobre un hotel o un destino turístico, son géneros nuevos y pujantes de (re)significación de ciertas historias, y vienen a ser el equivalente moderno de las crónicas de los viajeros de los siglos XVIII y XIX; todas ellas vienen a hacer lo mismo, literaturizar una ficción, una experiencia.

En lo relativo a los *Tipos supuestamente autóctonos*, más que buscar una forma primera originaria y una zona puntual de origen, hay que buscar las áreas en las que funcionan los distintos *subtipos* y ver qué relaciones se establecen. Por ejemplo, la *Serrana de la Vera* como un subtipo de *giganta* del área norte y occidental de España, lo cual puede ayudar a trazar un perfil más correcto. Por tanto, el estudio (inter)comarcal es el enfoque acertado, y es lo que nosotros hemos pretendido al analizar las *Damas blancas* como *ecotipo* de la cuenca del Guadiana.

Otro tema son los mecanismos de perpetuación y reproducción cultural en peligro. Solo se transmite bien allí donde los narradores especialistas siguen teniendo auge; en la España actual, el narrador especialista ha decaído, ni abundan, tampoco las mujeres se dedican a contar historias ni a recordar experiencias; la aceleración histórica impide ese momento de calma o reposo en que cobra sentido el lenguaje ritualizado de la tradición. Los *mass media* son los nuevos oráculos de la experiencia y vehículos de la socialización (Martos, 2010). El enunciado también se resiente no solo de la pérdida de la memoria y la palabra tradicional, sino de la pérdida de la *semiosis ritual*⁵ que implicaba un cierto escenario: no se puede narrar un cuento de aparecidos en un contexto atípico. Ciertamente, la tradición ya contempla desde textos de interacción inmediata hasta textos con un emisor más definido y distante, que narra historias complejas (cfr. *Don Segundo Sombra*), que se acerca más a lo literario.

⁵ La semiosis ritual concierne al conjunto de signos que configuran un espacio mítico o de fabulación. Por ejemplo, el cuento oral actuaba en un espacio acotado, como el círculo, y en una determinada hora u ocasión (es lo que se llamaba «cuentos al amor de la lumbre»), desvirtuado ahora en las versiones mediáticas.

También es discutible mezclar textos recogidos de diversos informantes, hay que definir mejor los diversos grupos de personas y las subpartes de la colección o antología que cada uno conoce. De hecho, más que una tradición única a menudo lo que hay son muchas tradiciones, es decir, lineamientos distintos que podrían ser descritos como «redes sociales». Contrariamente a lo que se cree, no tiene excesiva importancia el grado de creencia del transmisor, aunque ello dé una tonalidad más o menos acusada si se aprecia distanciamiento, ironía, o, por el contrario, fervor. Sea la versión *naïf* de un santero o la réplica irónica de una persona culta, sea parte de un novenario o una versión que podamos considerar una *antileyenda* (cfr. Feijoo), lo que importa es la transmisión de la historia de la manera menos inconexa, con la mayor eficiencia posible.

A todo esto hay que añadir las relecturas interesadas que se hacen de los mitos y leyendas desde campos ajenos a la tradición o a la literatura, del tipo del turismo, la cultura mediática o la educación. Son ámbitos que han rescatado *corpus* de textos y vestigios legendarios para sus propios fines. Se subrayan, así, historias pintorescas, truculentas o de interés didáctico. Son usos legítimos, pero al margen del «ambiente vital» que conformaron dichas historias, donde lo que se narra no es una simple «curiosidad» o tipismo local sino una fiesta o un ritual sobre aguas santas, como en Orense con *Santa Marina*. En la antropología americana todo ello ha dado lugar a una reflexión profunda acerca del papel del *indigenismo*; en el caso específico de la antropología europea e ibérica en concreto, los agentes y fuentes acerca de la construcción de la antropología social han sido múltiples, desde regionalistas, cronistas, interrogatorios, viajeros o etnógrafos, como subraya Marcos Arévalo (1995).

4. Los intangibles territoriales y su proyección. La ficcionalización de tradiciones en sus dimensiones política, patrimonial y turística

El enfoque corográfico supone un énfasis en el entorno real e inmediato. El héroe fundador o instaurador de un espacio sagrado luego se convierte en su deidad protectora, en su *numen* tutelar. Su historia es el mito primigenio, etiológico o cosmogónico, el arquetipo modélico que luego es repetido en el ritual. Se observa en epónimos de carácter mítico, así el animal mítico da nombre a la comunidad a partir de una leyenda fundacional, como en *Teruel, Montoro, Turín...*

La señal mágica que revela el espacio sagrado se parece a la de muchas otras *or-dalias*: el animal, las luces o los cánticos, que señalan toda clase de epifanías, como la tumba de Santiago. La teofanía, revelación o manifestación *numénica*⁶ se puede

⁶ La hierofanía o epifanía se refiere al aspecto fenomenológico de la manifestación de lo sagrado, esto es, a la experiencia de lo sagrado con todos los signos que según R. Otto le acompañan: impresiones de asombro, sobrecogimiento o de otros efectos que precisamente revelan la singularidad de un enclave sagrado, desde una cueva a un santuario.

hacer mediante diversas clases de fenómenos o entes «sacralizados»: el rayo, nieblas, un cerro, una cueva, animales, etc. Los lugares altos —promontorios, cerros o muelas— eran lugares singulares para fundar estos espacios sagrados. En la *mitología comparada* vemos que estos lugares consagrados es una constante: *morabitos* en el Magreb o *huacas* en Perú, el concepto es similar.

Cabe decir que se observa un ancestral triángulo entre el lugar, el *numen* y el *hierofante*, que se aprecia perfectamente en las leyendas de las *encantadas*. Los relatos *teofánicos*, con apariciones de Dios o de seres angelicales que se nos narran con frecuencia en el Antiguo y en el Nuevo Testamento, son a menudo *cratofanías*. Dios se revela en su poder obrando algún prodigio, a veces con riqueza de detalles descriptivos, por ejemplo en lo alto de un monte o en forme de una nube, tal como se presentan en algunas leyendas del Monte Carmelo, que luego van a tener singular repercusión de cara a las leyendas de la *Virgen del Carmen*. La divinidad está al mismo tiempo presente y oculta.

Muchos de estos lugares sagrados y adoratorios están al aire libre, dispersos por el territorio, constituyendo santuarios naturales (cavernas, grutas, fuentes de agua...) que también es preciso saber releer y que hoy aparecen dispersos por toda la geografía peninsular, como los Pozos Airón. También las tumbas y necrópolis forman parte especial de este sistema de lugares sagrados. De hecho, las tendencias politeístas y más en concreto el *polidemonismo* —con sus *genios* y divinidades menores, que habitaban en los árboles, piedras, plantas y fuentes— fomentó esta dispersión, que luego se concilia con el monoteísmo de cristianos o musulmanes en sus respectivas áreas. Son prácticas, en todo caso, que no casaban del todo con el esquema de la religión grecorromana y de las religiones monoteístas que la sucedieron. Es el caso también de los bereberes y sus *khaloa*, y de los galaicos, tildados de *ateos* por Estrabón, porque no tenían imágenes de dioses. De igual forma, está el caso conocido del *Promontorio Sacro* del cabo de San Vicente, y su extraño ritual de las piedras volteadas y de las libaciones de agua, por tanto, es un modelo de santuario al aire libre, sin techo ni altar.

Más allá de la casuística, lo cierto es que hay entornos que adquieren una fisonomía singular, fruto de los siglos y la concurrencia de circunstancias naturales, históricas o , en todo caso, «experienciales». Lo que une el *Tesoro del Carambolo* a las leyendas de la Sevilla renacentista es que en torno a esa zona ribereña concreta del Guadalquivir se producen poblamientos sucesivos (Hispalis, Itálica...), de modo que cuando llegamos a una tradición concreta como la leyenda de la calle *Sierpes*, no hace falta recurrir al difusionismo o al calco respecto a otras leyendas de la Península. La diosa subterránea, *ctónica*, asociada al agua, está en la propia experiencia colectiva acrisolada en siglos, en los caños de Carmona (Sevilla) y en tantos otros hechos convergentes. Es, como decíamos, un «atractor» (Sperber, 1996), un escenario que moviliza una percepción de la realidad donde el agua es no solo un elemento fecundante sino bastantes más cosas. Todo ello está siendo hoy replanteado como parte de los *activos patrimoniales* usados en áreas como la cultura, la educación o el turismo. Los monumentos y vestigios serían expresión de un patrimonio (in) tangible, que se complementaría con una activa interpretación mitológica de esas historias, rituales,

costumbres o fiestas, de forma que puedan confluír los valores históricos, sociales, económicos y culturales.

Según Caro Baroja (1991), son más eficientes los arquetipos que las leyendas de origen étnico. Solo que los modernos arquetipos no se generan por ejemplo a través de *dictados tópicos* sino a través de un proceso de creación de estereotipos y de fabulaciones en torno al discurso del «otro». La alteridad es el blanco de esta nueva axiología popular, el discurso del «ellos» frente al «nosotros». De este modo, al adelgazar su vinculación con lo local, con lo singular del *genius loci* —ya sea una dama del agua u otro numen— se deslocaliza la historia, y se hace pues más apologética y abstrusa. Las leyendas maravillosas son lo contrario del arquetipo: su poesía rehúye la anécdota, la banalización, y en cambio potencia el símbolo. Solo que, tal como ocurre con Santiago, San Jorge y tantos otros, los patrones folklóricos concernidos son tan multilocales que apenas un arduo trabajo de integración de textos y de forzar conexiones permite crear un *corpus* textual y de interpretaciones que sirvan de apoyo a la creación de una identidad diferenciada.

En cambio, la gestión de estos intangibles que se derivan de la apropiación de tales leyendas por parte del turismo o de las industrias del ocio es mucho más eficiente que el discurso político, porque reposa sobre la idea de la *recepción* o experiencia del mensaje por parte del turista o espectador. Es algo que pone en valor el paradigma de la *comunicación interpretativa*⁷ (Costa, 2009), pues se pretende una *percepción activa* del receptor, y por tanto se huye de la estandarización del producto; lo apreciamos, por ejemplo, en la promoción de Irlanda como tierra de leyendas, buscando desde las leyendas más clásicas a usos más actuales, como *La Noche de Samhuinn* (Halloween) y otros festivales y *tours* alternativos. Vertebrar los intangibles en plural en intangible en singular —que suele ser la marca de la ciudad o la región— es la manera de fomentar un turismo dinámico, creativo y experiencial. De hecho, frente a los intangibles más estereotipados, aquellos que fosilizan una marca, lo cierto es que muchos otros son excéntricos, incluso absurdos, como vemos en el caso de las historias fantásticas y de terror, hoy de hecho, la moda de la novela negra (*Milennium*) que está promoviendo la lectura «gótica» de mitos locales, el necroturismo, etc., lo cual da fe de la segmentación del mercado, que casa con la propia polifonía (Bajtin, 1974) de las tradiciones locales.

La falsificación intencionada o *fakelore* (Singer, 2000), la banalización o la estereotipación son el peligro de la transmisión de las leyendas en el contexto del siglo XXI, si bien las prácticas de éxito a nivel tanto de grandes entidades como de pequeñas empresas confirman la importancia de los Imaginarios como memoria cultural pero también como *activo empresarial* vinculado a ciertos productos. Los

⁷ La comunicación interpretativa supone, por ejemplo, un elemento relevante en el marketing turístico, al subrayar el papel activo del receptor en la elaboración del mensaje, frente a la mera comunicación informativa. Un centro de interpretación mitológica debería, pues, suministrar claves, pues según M. Eliade el mito tiene un carácter paradigmático, es decir, es una acción que hay que repetir: el peregrino va a Santiago igual que el cuerpo del Apóstol se desplazó a Iria Flavia, aunque las motivaciones del turista puedan ser tan misteriosas como las que subyacen al mito original.

intangibles ayudan a generar identidades, pero identidad no significa anclarse en el pasado, pues incluso las historias más arquetípicas de una comunidad se actualizan en su recepción e interpretación por parte de diferentes públicos. Martos (2011) subraya a este respecto el valor de puente o de nexo que hace la ficcionalización de las tradiciones para convertir un bien cultural intangible —como son las leyendas— en un activo para la empresa turística, con lo cual enhebramos la doble dimensión económica y patrimonial a que aludíamos al principio del artículo.

Paradójicamente, es la globalización y el turismo en particular las fuerzas que están impulsando a redefinir estos nuevos imaginarios sociales (Castoriadis, 1989) de las narrativas y mitologías del paisaje, y a reescribir por tanto los territorios como si fueran *palimpsestos* (Genette, 1989). Así pues, los intangibles forman parte de este «magma de significaciones» de Castoriadis, a fin de configurar estos de una manera *dialógica* (Bajtín, 1974) en interacción con todos los factores sociales, políticos y económicos. Lo que Ther Ríos destaca como complejidad territorial y sustentabilidad no es más que el juego dinámico de estas fuerzas, alejado de los esencialismos y de los estereotipos socialmente extendidos, y que se puede expresar también en la metáfora heurística de Boisier, «*el vuelo de una cometa*», que se eleva impulsada por factores exógenos y endógenos. Los intangibles, sin duda, serían parte fundamental de este impulso, porque, a fin de cuentas, según la idea de Norberg-Schulz (1994), el «*genius loci*» —como resumen de esa narrativa (trans)local— vendría ser «el alma del paisaje», en cuya fabulación y configuración (cambiantes) colaboraría de algún modo toda la comunidad, a través de diversos agentes sociales y culturales.

Bibliografía

- Abadal, I. D. V., R. (1958): *Els primers comtes catalans. Biografies catalanes*, Serie Historica, I (Barcelona).
- Abrahams, R. (1993): «After New Perspectives: Folklore Study in the Late Twentieth Century», *Western Folklore*, 52, 379-400.
- Armstrong, J. A. (1982): *Nations before nationalism* (p. xii9), Chapel Hill, University of North Carolina Press.
- Bajtín, M. (1974): *La cultura popular en la Edad Media y Renacimiento*, Barcelona, Barral.
- Boisier, S. (1997): «El vuelo de una cometa, Una metáfora para una teoría del desarrollo territorial», *Revista EURE-Revista de Estudios Urbano Regionales*, 23 (69).
- Camacho, M. M. (2011): «Revisión de intangibles territoriales que contribuyen al avance socioeconómico», *Pensar la Publicidad, Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias*, 4 (1), 117-128.
- Caro Baroja, J. (1991): *De los arquetipos y leyendas*, Madrid, Istmo.
- Castoriadis, C. (1989): *La institución imaginaria de la sociedad* (vol. 2), Barcelona, Tusquets.
- Christian, W. A. (1976): «De los santos a María: panorama de las devociones a santuarios españoles desde el principio de la Edad Media hasta nuestros días», en C. Lisón (coord.), *Temas de la antropología española*, 49-105, Madrid, Akal.
- Costa, F. R. (2009): *Turismo e Património Cultural*, São Paulo, Senac.
- Degh, L. (1965): «Processes of Legend Formation», *Laographia*, 22, 77-87.
- Díez Taboada, W. A. (1989): «La significación de los santuarios», en C. Lisón (coord.), *La religiosidad popular*, 268-281, Barcelona, Anthropos.

- Genette, G., y Prieto, C. F. (1989): *Palimpsestos: la literatura en segundo grado*, Madrid, Taurus Ediciones.
- Harrison, S. (2003): «Cultural difference as denied resemblance, Reconsidering nationalism and ethnicity», *Comparative studies in society and history*, 45 (02), 343-361.
- Lewin, K. (1952): *Selected theoretical papers*, London, Tavistock Publications.
- Lewín, R. (1992): *Complejidad*, Barcelona, Tusquets Metatemas.
- Londoño Botero, R. (2009): «La Virgen de Chiquinquirá, símbolo de identidad nacional». *Revista Colombiana de Sociología* (32).
- Marcos Arévalo, J. M. (1995): *La construcción de la antropología social extremeña: (cronistas, interrogatorios, viajeros, regionalistas y etnógrafos)*, Cáceres, Universidad de Extremadura.
- Martínez, A. F. D.; Lasa, J. R. P., y de Durana Ortiz, J. R. D. (2014): *La conciencia de los antepasados: la construcción de la memoria de la nobleza en la Baja Edad Media*.
- Martos Núñez, E. M. (2010): «Leyendas tradicionales y leyendas urbanas. Una revisión conceptual», en *Tradición y modernidad de la literatura oral: (homenaje a Ana Pelegrín)*, 129-138, Cuenca, UCLM.
- Martos Núñez, E. M., y García, A. M. (2011): «Las narraciones como nexos entre el turismo y el patrimonio cultural», *Documentación de las Ciencias de la Información*, 34, 369-388.
- (2015): «Narrativas y mitologías del paisaje», *Intersecciones en Antropología*, 16, 1, 85-99.
- Molinié, A. (2004): «La Virgen del Rocío no tiene vergüenza: Aproximación antropológica a la mariolatría andaluza», *La antropología como pasión y como práctica. Ensayos in honorem Julian Pitt-Rivers*, Madrid, 105-120.
- Morin, E. (1996): *Introducción al pensamiento complejo*, Barcelona, Gedisa.
- Nahmad, S. (2014): «Convergencias y divergencias sobre nación, territorio, regionalismo e identidad étnica». *Desacatos, Revista de Antropología Social* (1-2), 91.
- Norberg-Schulz, C. (1994): *Genius loci: K fenomenologii architektury*, Praga, Odeon.
- Pidal, R. M. (1963): «El estado latente en la vida tradicional». *Revista de Occidente* (2), 129-152.
- Propp, V. I. (1968): *Morphology of the Folktale* (vol. 9), University of Texas Press.
- Pulido, M. J. (2006): «Nuestra Señora de Caños Santos “domina liqui”: hermandades, cofradías y devociones en un convento de franciscanos terceros de la serranía de Ronda», en *El Franciscanismo en Andalucía: la orden tercera seglar, Conferencias del XI Curso de Verano (Priego de Córdoba, 26 a 29 de julio de 2005)* (305-342), Asociación Hispánica de Estudios Franciscanos.
- Salinero, R. (1987): *La huella celta en España e Irlanda*, Madrid, Akal.
- Singer, E. A. (2000): «Fakelore, multiculturalism, and the ethics of children's literature». *Retrieved September, 11, 2007*.
- Smith, A. D. (1999): *Myths and Memories of the Nation* (vol. 288), Oxford, Oxford University Press.
- Sperber, D., y Sperber, D. (1996): *Explaining culture*, Oxford, Blackwell Publishers.
- Taboada, J. M. D. (1989): «La significación de los santuarios», en *La religiosidad popular* (268-281), Anthropos.
- Ther Ríos, F. (2006): «Complejidad territorial y sustentabilidad: notas para una epistemología de los estudios territoriales», *Horizontes antropológicos*, 12 (25), 105-115.
- Thompson, S. (ed.) (1989), *Motif-index of folk-literature: a classification of narrative elements in folktales, ballads, myths, fables, mediaeval romances, exempla, fabliaux, jest-books and local legends* (vol. 4), Indiana University Press.
- Toynbee, A. J. (1991), *Estudio de la historia*, 3, Madrid, Alianza editorial.
- Turner, V. W., y Turner, E. (2011): *Image and pilgrimage in Christian culture*, Columbia University Press.
- Van Gennep, A., y Ribera, R. V. (1982): *La formación de las leyendas*, Barcelona, Alta Fulla.

- Velasco, H. M. (1996): «La apropiación de los símbolos sagrados, Historias y leyendas de imágenes y santuarios (siglos xv-xviii)», *Revista de Antropología Social*, 5, 83.
- Viqueira, C. (2001): *El enfoque regional en antropología*, México, Universidad Iberoamericana.
- Von Sydow, C. W. (ed.) (1948): *Selected papers on folklore*, Copenhagen, Rosenkilde and Bagger.
- Yourcenar, M., y Zapata, M. (1999): *Memorias de Adriano*, Barcelona, Edhasa.