Problemáticas y posibles soluciones en torno a la gestión sostenible del patrimonio

POR **GLADYS GONZÁLEZ MARTÍNEZ**

El presente texto constituye un breve acercamiento teórico-crítico a las situaciones problemáticas asociadas a la gestión de los centros históricos. Se reflexiona acerca del papel que juegan la innovación y la creatividad en los modelos de ciudad, así como sobre posibles alternativas para lograr un desarrollo sostenible en estos espacios.

Asumir el estudio de las ciudades y sus habitantes, aguzando la mirada en aquellos aspectos subjetivos que las conectan y enfrentan, implica ante todo comprender la centralidad de la polis como escenario de socialización, satisfacción de necesidades objetivas y espirituales, búsqueda constante de soluciones a conflictos cotidianos y trascendentales y espacio donde los sujetos se construyen a sí mismos y dotan de significado su entorno.

El espacio público se convierte en el universo cercano, donde los seres humanos luchan por el acceso igualitario y generalizado a los bienes -de naturaleza material e inmaterial- necesarios para la vida, que determinan, con las peculiaridades culturales de cada zona del mundo, su dignidad.

Las contradicciones que se generan en estos procesos de lucha por la consecución de unas condiciones que hagan que valga la pena vivir indican también una forma de habitar y dialogar con la ciudad, así como el surgimiento creativo de nuevas iniciativas que movilizan la economía local. Estas iniciativas se identifican fundamentalmente con dos tendencias:
– La que asume la cultura como dimensión transversal de todas las prácticas sociales y propone un equilibrio entre intereses públicos y privados, a partir de evitar la excesiva orientación hacia el mercado de la producción simbólica, establecer mecanismos de regulación y reglamentación, elaborar estrategias que hagan efectivo el acceso igualitario a la producción y consumo cultural y sus beneficios e implementar la participación social en la propia concepción de las políticas públicas creativas.

Fundación Telefónica
Telefónica

– La que evidencia una conceptualización economicista de la cultura y ampara un marco desregulatorio que favorece al sector privado y propone la alineación con el comercio y el beneficio económico de entidades privadas o pequeños grupos, lo cual acentúa la desprotección de población vulnerable, la 'gentrificación', la 'tugurización', la desterritorialización, la 'parque-tematización' y la exclusión de la comunidad originaria para dar paso a las 'élites culturales', que impondrán y traerán el desarrollo y la modernidad.

Innovación y creatividad como garantes del desarrollo

Sin embargo, aunque estas dos derivas son comprobables a partir del análisis de las propuestas de desarrollo de muchas ciudades, en el caso de los centros históricos se identifica una marcada tendencia a comprender el legado patrimonial como activo cultural económico dentro de sus modelos de gestión patrimonial.

En este sentido, se comienza a identificar que las propuestas de ciudades creativas, modelos fallidos en muchos casos europeos y norteamericanos, están siendo exportadas como fórmula para la regeneración urbana donde el turismo cultural se presenta como vía segura para el desarrollo local. De aquí que en los últimos años en el mundo hayan tenido lugar numerosos talleres, cursos y seminarios sobre las bondades económicas de las industrias culturales y creativas, cuestión que sin menospreciar, es necesario mirar desde una perspectiva crítica para no reproducir esquemas que no están exentos de las consecuencias de los procesos de acumulación del capital, las desventajas tecnológicas y las dificultades de acceso a la producción, distribución y consumo de la ciencia y de los bienes simbólicos de las naciones de América Latina y el Caribe.

Como a Boaventra de Sousa Santos, «estamos enfrentando problemas modernos para los cuales no hay soluciones modernas. La búsqueda de una solución postmoderna es lo que denomino postmodernismo opositor […] Es necesario comenzar desde la disyunción entre la modernidad de los problemas y la postmodernidad de las posibles soluciones, y convertir tales disyunciones en el impulso para fundamentar teorías y prácticas» (2009, pp. 13-14).

Es necesario, entonces, un análisis crítico que visibilice las problemáticas de la implementación de estos modelos en los centros históricos, escenario preterido de las agendas investigativas nacional e internacionalmente pero que en el caso cubano adquiere relevancia por la determinación de preservar, rehabilitar y legar a futuras generaciones el patrimonio cultural de la nación a partir de procesos sostenibles y autosustentables.

Resulta evidente entonces la necesidad de refundar, o al menos reivindicar, los puentes que se establecen entre los campos estudiados como tradición desde las estructuras disciplinarias heredadas de la Ilustración y visibilizar las problemáticas relacionadas con la innovación y el desarrollo urbano, incluso más en el contexto de las sociedades individuales y desarticuladas (o se pudiera afirmar que articuladas a partir de otras lógicas capitalistas que cuestionan desde lo simbólico la relación 'valor de cambio-valor de uso' y proponen un ordenamiento mercantil-tecnológico que globaliza la exclusión y la desigualdad) que caracterizan lo que se comienza a conocer como capitalismo cognitivo.

Fundación Telefónica
Telefónica

El peligro de la asociación entre tecnología y desarrollo

En este escenario, en el que se presentan la innovación y la creatividad como elementos que garantizarán inexorablemente el desarrollo en las ciudades, vale recordar que, como a Jorge Núñez (1999, p. 99), «uno de los temas más complejos y relevantes que tiene que asumir hoy el pensamiento CTS (Ciencia, Tecnología y Sociedad) en América Latina es el de la interrelación entre innovación y desarrollo social», ya que la globalización neoliberal, legitimada también desde el capital simbólico y su fuerte asentamiento en el paradigma tecnológico dominante, puede conducir a la asociación entre tecnologías y desarrollo.

Esta asociación desconoce también que la globalización de los mercados, la competencia entre los grandes bloques económicos y la propia ideología neoliberal determinan la centralidad de la competitividad dentro de los proyectos de desarrollo de los gobiernos y autoridades locales. Esa competitividad que, a su vez descansa en una innovación que requiere en alguna medida de la tecnología, determina la desventajas que existen entre países ricos y pobres también en la escala de ciudad.

A esta situación se suma que según estudios de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), América Latina es la región más urbanizada del mundo (dos tercios de la población latinoamericana viven en ciudades de 20.000 habitantes o más y casi un 80 por ciento de la población vivirá en 2020 en zonas urbanas). Y aunque esta urbanización es considerada como una posible oportunidad para el desarrollo sostenible, alarma por su acelerado avance y suscita controversias metodológicas, teóricas y de políticas, de las cuales no se encuentran exentos los centros históricos. Al mismo tiempo, solo el 5 por ciento de los productos de las industrias culturales y creativas provienen de estas latitudes, con lo cual la distribución geopolítica de los beneficios provenientes de la producción mercantil simbólica sigue siendo desigual.

Ante estas realidades, es pertinente preguntarnos si la innovación y la creatividad en las ciudades, según los modelos de ciudades creativas, serán garantes del desarrollo de estas urbes históricas.

Centros históricos, ¿ciudades creativas?

En 1992, en la Cumbre de la Tierra organizada por Naciones Unidas y celebrada en Rio de Janeiro, se estableció una Comisión para el Desarrollo Sostenible, cuyo principal resultado fue la Agenda 21, donde se definía una estrategia general de desarrollo sostenible para todo el mundo. El término sostenible, criticado por algunos -que le otorgan una significación reformista-, incluye además de la dimensión medioambiental, también las de carácter cultural, social y económico.

Es en el marco de esta reflexión sobre la sostenibilidad y la ideología privatizadora del comercio ‘libre’ neoliberal donde aparecen el paradigma y el discurso de las ciudades creativas que se han expresado en grandes proyectos urbanos, «caros, ostentosos, simbólicos, de ‘autor’ (o mejor dicho de firma o marca), que se espera den una ventaja comparativa en la estampida competitiva entre ciudades» (Gaja, 2006, p. 32).

Fundación Telefónica
Telefónica

En este paradigma de ciudades creativas, en las que supuestamente se acomoda el valor de la sustentabilidad que aporta la cultura, en realidad, como afirman Landry y Wood (2003, p. 61), «más bien la creatividad se ajusta a una economía de experiencia en la cual el consumo es el principio de acumulación». De hecho, experiencia, comercio y *marketing* se juntan con un urbanismo orientado a «proporcionar escenarios donde consumidores y visitantes participan en eventos sensoriales omniabarcadores en sus actividades de compra, en sus visitas a museos y restaurantes o en negociaciones entre empresarios» (Landry y Wood, 2003, p. 62). De aquí que las mismas críticas que se pueden hacer en torno al concepto de sostenibilidad en términos de desarrollo, se le pueden adjudicar a las ciudades creativas y a la regeneración urbana.

Como comenta Yúdice, estas ciudades creativas son, en la mayoría de los casos, estrategias de crecimiento económico disfrazadas de bienestar social. Aunque no se puede desdeñar el crecimiento económico que se logra en estos modelos de ciudad, este solo es válido si viene acompañado de verdaderos avances en el bienestar, en el empoderamiento de la diversidad demográfica y «no sólo una representatividad simbólica, como se ve en el típico anuncio multicultural estadounidense que muestra el espectro cromático de diversos grupos étnicos tomando risueñamente Coca Cola o Pepsi» (Yúdice, 2009, p. 45). De aquí que las críticas a uno de los modelos de la economía creativa más celebrados, el de Richard Florida, señalan que se trata de ciudades donde se muestra una diversidad simulada y acotada.

En la formulación de Richard Florida, expuesta en *El auge de la clase creativa* (2002), un ambiente culturalmente atractivo a partir de la multiplicidad de grupos e inversiones culturales atrae a la clase creativa, que a su vez produce la propiedad intelectual que contribuye al desarrollo económico. Sin embargo, como puntualiza George Yúdice, aunque esta formulación parece captar la interanimación de las dimensiones culturales (la oferta de esparcimiento), sociales (diversidad) y económicas (desarrollo a partir de la propiedad intelectual), la propuesta de Florida en los entornos locales se traduce en la instrumentalización de estas dimensiones de la cultura, que no siempre lleva aparejado el desarrollo humano. Antes bien, tales propuestas conducen, por lo general, a procesos de ‘gentrificación’.

Competencia en desigualdad de condiciones

Asimismo, asumir que el dinamismo cultural de un territorio es potencial motor de desarrollo ha conducido, como plantea Zallo (2012), a una instrumentalización de la cultura y la comunicación que no permite apreciar las capacidades de transformación intrínsecas en ellas. De aquí que las ciudades compitan como territorios para captar todo el capital humano y económico, pero en escenarios de absoluta desigualdad entre ellas, ya que el dinamismo cultural de un territorio depende de muchos factores, como las inversiones culturales, las competencias profesionales articuladas en red que posean, la existencia de un espacio mediático autorreferencial o la transversalidad de temáticas que concurran en el espacio.

Esta desigualdad -determinada también por la división del mundo en países centrales y periféricos- que conduce a la validación del modelo dominante de valores culturales positivos donde las expresiones de la creatividad en espacios subalternos son muchas veces desvalorizadas frente a la producción simbólica global, se expresa en las pocas posibilidades

Fundación Telefónica
Telefónica

de innovar y crear que se verifican en los países de América Latina y el Caribe. Asimismo, en estos escenarios también se expropian las innovaciones a partir de leyes de derechos de autor y el carácter transnacional de la inversión, la producción y distribución de los productos de la innovación cultural.

Desconociendo estos aspectos, en muchos casos, en pos de tales modelos se construyen ciudades hacia afuera, ciudades exportables a partir de refinadas estrategias de *marketing* social instrumentales y reductivas de las riquezas culturales de los territorios, en la búsqueda constante de nichos de mercado simbólicos que atraen capitales pero que no articulan ni la participación ni proyectos de empoderamiento local.

En estos modelos, el espacio urbano y los ciudadanos son objetos de consumo insertos en lo que ha sido calificado como esa industria de la experiencia, en la que sin traspaso de propiedad se propone la experiencia cultural predeterminada y casi automatizada y a la cual tanto las autoridades gubernamentales como los actores sociales deben contribuir en función de generar mayores beneficios. De hecho, una de las grandes ausencias dentro de la literatura sobre economía creativa es la relacionada con la preocupación sobre la calidad de las condiciones del trabajo creativo. Como expresión del entorno neoliberal en el que surge el paradigma de la economía creativa, se precariza a los trabajadores cualificados que, una vez captados, están dispuestos a trabajar durante largas jornadas con una falsa idea de autonomía y emprendimiento.

De ahí que proliferen en el mundo ciudades escenográficas para turistas cuyos procesos de ‘gentrificación’ han despojado a los entornos urbanos de su vida cotidiana y aquellos modelos de ciudades creativas que siguen como doctrina o tabla de salvación los postulados de Richard Florida, que en muchos casos están destinadas a morir de éxito.

Afectación de la globalización a los centros históricos

Sin embargo, en varios centros históricos de América Latina y el Caribe se han diseñado e implementado políticas que, reproduciendo los modelos exportados de ciudades creativas, han repetido la historia de aquellos que asumieron las propuestas de Rostow. De aquí que la globalización neoliberal en el caso de los centros históricos y sus propuestas de desarrollo se caracteriza en torno a tres polos: la homogeneización, la ‘parque-tematización’, ligada al turismo de masas, y la ‘gentrificación’.

Como sistematiza Yen Lam en su artículo ‘Los centros histórico bajo la influencia de la globalización’ (2010, p. 9), estos polos se caracterizan por:
– Homogeneización. Todas las ciudades presentan su cultura, historia y origen de forma similar: las mismas calles comerciales, bancos, cámaras de vigilancia, un paisaje humano similar, aeropuertos, hoteles, restaurantes y bares parecidos, monumentos casi intercambiables entre sí (especialmente los de la gran arquitectura contemporánea), la misma pobreza de la experiencia en el espacio público, etc.; un espectáculo completamente previsible para el viajero cultural.
– ‘Parque-tematización’ (‘McDonalización’, simulación). Concentración de la oferta de la experiencia cultural prediseñada y reductiva, incluso reconstruida sin las ‘molestias’ de lo real.

Fundación Telefónica
Telefónica

– 'Gentrificación'. La diversidad (de habitantes, edificios nuevos y viejos, de usos), que es una de las razones de la vitalidad de las ciudades, está siendo erradicada de los centros históricos para convertirlos en guetos dorados para residentes ricos y turistas globales.

Esta situación no solo no se corresponde ni contribuye a la articulación de voces múltiples que determina el desarrollo propuesto por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), sino que resulta una de las causas de lo que Anthony Giddens califica como los problemas de la modernidad (vale acotar que hay muchas modernidades): el desanclaje y la desterritorialización.

De aquí que se impusiera la necesidad de desmentir que la economía y la cultura refieren a dominios opuestos (e incluso incompatibles) y de desestructurar la obsesión economicista que trató de introducir en el continente americano la idea de que lo importante son los factores macroeconómicos, a la vez que corregir el enfoque empresarial-mercantil desde el cual se proyecta el desarrollo de las ciudades creativas que asume la atracción del capital social y cultural como receta de éxito.

Asimismo, el concepto de capital social tiende a reforzar el triunfalismo occidental, al identificar las causas de la pobreza mundial con la falta de capacidad de las poblaciones del Sur de organizarse o desarrollarse culturalmente e infravalorar los condicionantes socio-histórico-políticos del desarrollo.
Desde el punto de vista del desarrollo local, la sobrevaloración de la impronta del capital social implica desconocer que el sentido de la ciudad se construye en las posibilidades que esta brinda al individuo para su desarrollo material y espiritual, con lo cual determina formas de socialidad específicas.

El lugar de la creatividad y la innovación en el desarrollo de los centros históricos

En relación a la escala local del desarrollo, es necesario reconocer la contribución de diversos enfoques que, si bien presentan algunas divergencias en su conceptualización, no deben ser contemplados como excluyentes.

Por un lado, se encuentran las formulaciones en torno al desarrollo endógeno, que presentan similitudes con la concreción a escala local del desarrollo sostenible, el cual surge ligado al concepto de territorio como elemento central del desarrollo y donde este se reconoce como un proceso «que surge de la capacidad de la población de un territorio para liderar su propio proceso de desarrollo, por medio de la movilización de su potencial endógeno y con el objetivo común de mejorar su nivel de vida» (Vázquez-Barquero, 1988, pp. 24-29).

Por otro lado, se encuentra el concepto de desarrollo local, más ligado al desarrollo económico, pero que destaca los valores territoriales de identidad, diversidad y flexibilidad.

A partir de lo anterior, el desarrollo local se ha asociado -con frecuencia, exclusivamente- con el desarrollo municipal y el desarrollo endógeno. Sin embargo, puede definirse como un complejo proceso de concertación entre los agentes, sectores y fuerzas que interactúan dentro de los límites de un territorio determinado, con el propósito de impulsar un proyecto común que

Fundación Telefónica
Telefónica

combine «la generación de crecimiento económico, equidad, cambio social y cultural, sustentabilidad ecológica, enfoque de género, calidad y equilibrio espacial y territorial, con el fin de elevar la calidad de vida y el bienestar de los que viven en ese territorio o localidad» (Enríquez, 1997, p. 45).

El desarrollo local no puede pensarse de manera aislada, ya que también supone la integración de los aspectos ambientales, culturales, sociales, institucionales y de desarrollo humano de ámbito territorial, regional, nacional e internacional. Los procesos de desarrollo local requieren de voluntad política para su éxito.

La pertenencia territorial, en sus distintas dimensiones (local, de barrio, regional), a la vez que permite establecer relaciones con lo nacional, transnacional y globalizado, resulta la base para el intercambio de significados, la construcción de códigos y la decodificación de significados que se producen en los distintos momentos de la socialización.

Sin embargo, no se puede obviar que los medios de comunicación y las nuevas tecnologías inciden en la visión de los actores y en su relación con el hábitat. Esto se debe a que, como se ha evidenciado históricamente, los sistemas de comunicación son eslabones estratégicos en la reestructuración y desarrollo de la ciudad, en las percepciones espacio-temporales del mundo.

La importancia de reforzar vínculos

En el caso de los entornos patrimoniales resulta esencial activar los vínculos entre la población y el entorno. Es necesario revalidar el espacio desde la gestión cultural, sobre todo en aquellos contextos en los que el deterioro de la infraestructura y las redes organizativas condujo a una marginación no solo de los usos de la ciudad, sino también de sus expresiones culturales[1].

De aquí que cuando se piensa en el papel de la cultura en la regeneración urbana, como afirma el estudioso George Yúdice (2009), no debería tratarse solo ni prioritariamente de la construcción de infraestructura ‘dura’, como museos, galerías y estadios, sino más bien de una infraestructura ‘blanda’, de ambiente acogedor, de la calidad de vida en las calles y espacios públicos; en tal sentido, «la cultura obra como un adhesivo para comunidades fragmentadas, sobre todo en tiempos y lugares de crisis económica» (Landry y Wood, 2003, p. 12).

El espacio público, más que un lugar físico es un ente simbólico ‘resemantizado’; pautado por las relaciones de poder que se legitiman en su estructura, determinado por las relaciones sociales que en él se establecen, adquiere una forma, función y significación social.

Las estructuras democráticas locales tienen la responsabilidad inmediata de velar por el bienestar ciudadano a partir de la creación, la protección y divulgación de la cultura, ya que en esta escala es verificable la relación entre economía local y cultura, en tanto generadora de empleo, conocimiento y autoestima. De ahí que las políticas culturales (entendidas también en su dimensión social-local, como génesis y mediación) deben suponer una intervención sobre el sistema cultural de la ciudad conformado a manera de ecosistema, donde se entrecruzan, conviven y recrean productos, mensajes y prácticas culturales provenientes no solo de los medios de comunicación, sino también de los discursos institucionales, los procesos

Fundación Telefónica
Telefónica

contraculturales, los valores nacionales, la memoria colectiva y los ritos religiosos y familiares.

Solo estas razones, aunque no son las únicas, bastan para transitar de una lectura 'capitalizada' de la Sociedad de la Información (SI) a cuestionar su vínculo per se con el desarrollo local e identificar cómo equilibrar los procesos de innovación y su apropiación social en el actual desigual contexto socio-político-económico, ya que, además, la información no contribuye por sí misma al entendimiento ni a la solución de los problemas sociales. Es preciso tener aptitudes para identificar, encontrar y cotejar la información útil. Los infinitos datos que proporcionan las TIC no sirven si no son procesados para convertirse en conocimientos que resulten de utilidad para satisfacer cualquier tipo de necesidad.

Necesidades relacionadas con la producción científico-técnica

Es entonces necesaria la ampliación del conjunto de seres humanos que se benefician directamente de los avances de la investigación científica y tecnológica, especialmente en materia de comunicación, la cual deberá no solo privilegiar los problemas de la población afectada por la pobreza, sino también asumir la desigualdad de las capacidades para la innovación científico-técnica. En este sentido, se identifican como necesidades:
– La planificación estratégica de la producción científico-técnica en función de la solución de problemáticas propias: formación de capacidades, rearticulación de redes para la gestión y socialización del conocimiento y de los resultados de la ciencia.
– La expansión del acceso a la ciencia y a las tecnologías, entendida como un componente central de la cultura.
– El control social de la ciencia y la tecnología y su orientación a partir de opciones morales y políticas colectivas y explícitas. Esto enfatiza la importancia de la educación y la popularización de la ciencia y la tecnología para el conjunto de la sociedad.

Desde luego, es necesario renovar los estatutos epistemológicos que sustentan la SI asociada a la concepción apolítica de las tecnologías, la información, la comunicación y el conocimiento, para transitar de la Sociedad de la Información a la Sociedad de la Dignidad; una Sociedad de la Dignidad donde se apueste por un proyecto de sociedad y un modelo de desarrollo humano sostenible; donde la información sea un bien público, la comunicación un proceso participativo e interactivo, el conocimiento una construcción social compartida en función de la satisfacción de necesidades propias materiales e inmateriales de los seres humanos y las tecnologías un soporte para todo ello, sin que se constituyan en un fin en sí mismas.

De las ciudades creativas se puede afirmar que, aunque de ellas se puede rescatar la idea de que la conexión, la organización y la capacidad del tejido social tienen potencialidades para brindar beneficios culturales, sociales, económicos y medioambientales, estos beneficios no se logran si no se toman en cuenta las desventajas en que se encuentran las ciudades históricas latinoamericanas y caribeñas en cuanto a la posibilidad de incluir en sus propuestas la diversificación de la base productiva, la creación de industrias creativas autorreferenciales, el acceso a las TIC y la protección de los productos propios de la creatividad local. Solo comprendiendo esta situación es posible planear estrategias para subvertirla.

De aquí que se considere que, en el caso de los centros históricos, la solución a los problemas

Fundación Telefónica
Telefónica

no radica en la aplicación de modelos de ciudades creativas. En estos espacios, donde existe un valioso legado cultural material e inmaterial en paradójica coexistencia con un marcado deterioro físico, social y cultural, la cuestión pasa por comprender que, más allá de la búsqueda de la competitividad de la ciudad como escenario de consumo, es necesaria la rehabilitación de su sentido original, como espacio central de satisfacción de necesidades vitales donde la comunidad portadora sea agente protagónico de los procesos de desarrollo social.

Sostenibilidad de la gestión de ciudades patrimoniales: turismo cultural

Como hemos venido argumentando, la ciudad es el espacio de satisfacción de necesidades materiales y espirituales de sus habitantes. Por ello, es necesario entronizar en la gestión de las ciudades patrimoniales aquellas actividades económicas que generen riqueza a partir de un presupuesto ético y comprometido con el desarrollo humano sostenible de la comunidad, que comprenda integralmente, en la rehabilitación patrimonial, todas las dimensiones existenciales de las personas.

En este sentido, y como fuente de recursos económicos, se presenta el turismo cultural, como promesa en el escenario de las ciudades patrimoniales, por lo general no poseedoras de industrias o recursos naturales explotables.

En esta actividad económica coexisten potencialmente efectos nocivos y positivos (desde el punto de vista económico, sociocultural y ambiental) para la vida de las comunidades y que, como variantes dentro de la industria turística en general, no se ven íntimamente ligados a los fenómenos de estacionalidad turística aunque se identifiquen con temporadas alta y baja.

Sin embargo, «el turismo es un incuestionable factor de desarrollo e intercambio humano y se ha convertido en una de las actividades económicas más importantes del siglo (Cruz, 2010, p. 122). Pero este es un sector complejo, del que no se deben olvidar sus potenciales efectos negativos, ya que su accionar tiene influencia en todos los elementos de la sociedad, al estar «estrechamente vinculado a otros sectores económicos como la agricultura, el transporte, el comercio, entre otros» (Cruz, 2010, p. 122).

Turismo cultural, ¿amenaza u oportunidad? Es por esto por lo que, independientemente de las posiciones que asuman los teóricos de esta nueva rama dentro de los estudios económicos para su definición (desde la oferta o desde la demanda), se puede afirmar que el turismo no debe ser comprendido como solucionador de los problemas del subdesarrollo, ni como una fuerza destructiva que de manera irrefrenable arrasa con la identidad y la diversidad de los pueblos destino.

Esta amenaza es reconocida en documentos como la *Carta del Turismo Cultural*, elaborada por el Consejo Internacional de Monumentos y Sitios Históricos (ICOMOS) en 1976, que a su vez reconoce al turismo como un hecho social, humano, económico y cultural y como uno de los fenómenos propicios para ejercer una influencia sobre el entorno del hombre y las huellas de su existencia, ando sobre la necesidad de armonizar la relación turismo y conservación del patrimonio para que se minimicen los efectos nocivos del uso y consumo intensivo, masivo y descontrolado de los monumentos y sitios históricos.

Fundación Telefónica
Telefónica

De aquí que en el octavo borrador de la *Carta del Turismo Cultural* (ICOMOS, 1999) se asume una postura más proactiva, que luego se concreta, entre otros, en el *Código Ético Mundial para el Turismo* (OMT, 2001), donde se expresa que: «El patrimonio natural y cultural, la diversidad y las culturas vivas constituyen los máximos atractivos del turismo. El turismo excesivo o mal gestionado con cortedad de miras, así como el turismo considerado como simple crecimiento, puede poner en peligro la naturaleza física del patrimonio natural y cultural, su integridad y sus características identificativas. El entorno ecológico, la cultura y los estilos de vida de las comunidades anfitrionas, se pueden degradar al mismo tiempo que la propia experiencia del visitante» (ICOMOS, 1999).

Por otra parte, el Código Ético Mundial para el Turismo de la Organización Mundial del Turismo (OMT) recoge en su artículo 4 que el turismo es un factor de enriquecimiento y aprovechamiento del patrimonio cultural de la humanidad.

Parece muy clara, entonces, la forma en que la actividad turística puede contribuir de manera sostenible a la preservación del patrimonio y a la mejora de las condiciones de vida de las comunidades en los entornos patrimoniales. Sin embargo, la realidad verificable en muchos centros históricos conduce a preguntarnos: ¿Cómo hacer efectivo y normativo este código de ética en un escenario donde la gestión turística no está siempre en manos de las autoridades públicas o privadas locales -e incluso las nacionales-, sino cada vez más aceleradamente en manos de grupos turísticos transnacionales (incluyendo infraestructura hotelera y de servicios), que acaparan la mayor parte de los beneficios que devenga la actividad turística?

En este sentido, se puede acotar que el espacio público y el patrimonio local sirven como reclamo para los visitantes que luego son absorbidos por la oferta trasnacional, dejando a las autoridades locales solo el beneficio punitivo de esa actividad, la mínima iniciativa local y la que se percibe a partir del cobro de entradas a instituciones culturales, no siempre públicas[2], cuestión esta que abre otro tema relacionado con la posibilidad de acceso de la comunidad a los hitos patrimoniales de su espacio.

Lograr el equilibrio, el gran reto

En este sentido, las ciudades y su medio ambiente urbano se enfrentan a un doble reto. En primer lugar, responder a las expectativas y necesidades de un número cada vez mayor de turistas, atraídos por su amplia gama de ofertas culturales, de negocios, compras, actividades de ocio, deportivas y de otro tipo. Esto implica que habrán de renovar y mejorar continuamente dichas ofertas para mantener su posición en el competitivo mercado turístico y los beneficios derivados del mismo. En segundo lugar, las ciudades tienen que conseguir que el turismo se desarrolle y gestione de forma tal que beneficie a la población residente, que no contribuya al deterioro del medio ambiente urbano, sino a su mejora.

Visto como una perspectiva económica atractiva para la mayoría de los gobiernos, que no solo conlleva beneficios económicos sino que redunda también en una mejora de la imagen del país y de las relaciones internacionales, la mayoría de los gestores públicos de los centros históricos apuestan por el turismo cultural, aunque no en todos los casos tienen en cuenta que las riquezas generadas por esta actividad económica deben tener un fin social y de rehabilitación

Fundación Telefónica
Telefónica

patrimonial que involucre a todas las áreas del desarrollo humano y que permita la articulación de la ciudadanía con su entorno vital en un modelo de desarrollo turístico comunitario.

De aquí que la OMT (2004) declarara como turismo sostenible aquel que establece un equilibrio adecuado entre las dimensiones ambientales, económicas y socioculturales, para garantizar su sostenibilidad a largo plazo.

La equilibrada comprensión del binomio patrimonio-turismo contribuye a: descubrir fuentes de financiamiento para el proceso de restauración, conservación y educativo; promocionar la comprensión y el entendimiento entre los pueblos; incrementar la sensibilización social y el esfuerzo ciudadano para conservar y mantener el patrimonio; generar nuevos espacios de uso y disfrute para el beneficio del visitante y el residente. También contribuye a la preservación y potenciación de los recursos; incide en la renovación de profesiones y oficios artesanales; posibilita el desarrollo económico de localidades, y fortalece el desarrollo de programas y políticas culturales.

Reconocer la dimensión económica del patrimonio

El reconocimiento de la dimensión económica del patrimonio y su empleo como recurso turístico puede generar proyectos de dinamización cultural beneficiosos para visitantes y locales, siempre que este binomio responda a una relación sinérgica y sostenible, solo posible, como sistematiza la investigadora cubana Niurka Cruz (2010, p. 127), a partir del cumplimiento de ciertos principios básicos en la gestión turística del patrimonio, tales como:
– Responsabilidad, con respecto al uso y manejo de los recursos.
– Respeto hacia los modos de producción y a la forma de vida de la comunidad.
– Autenticidad en la forma de elaborar y presentar el producto, procurando que este conserve sus condiciones originales, y en la forma de ofrecer al visitante una imagen más real al comercializar dicho producto.
– Educación, brindando información antes, durante y después del viaje y permitiendo la adquisición de nuevos conocimientos tanto para el visitante como para la comunidad receptora.
– Interactividad, ofreciendo experiencias en vivo, de contacto y participación con los recursos patrimoniales y sus anfitriones.
– Rentabilidad, brindando los recursos financieros necesarios para conservar, rehabilitar y proteger el patrimonio.
– Democracia, con respecto a la división de los beneficios que genera y a la toma de decisiones en todo el proceso de gestión turística del patrimonio.

Retos para lograr la sostenibilidad

Entre los retos a superar para que la gestión turística del patrimonio en los centros históricos esté orientada hacia la sostenibilidad del proceso de desarrollo, el enriquecimiento cultural y la mejora en las condiciones de vida de la comunidad, se encuentran: elevar el reconocimiento de la importancia de la actividad turística; incrementar la coordinación, complementariedad y colaboración de todos los actores involucrados en la gestión urbana; eliminar los límites territoriales de proyectos, generadores de dispersiones, reiteraciones y rivalidades; superar la debilidad teórica, metodológica, técnica y organizativa que caracteriza a la elaboración y la

Fundación Telefónica
Telefónica

gestión de proyectos turísticos patrimoniales; alcanzar un equilibrio entre las necesidades de la población local y las de los visitantes, y entender la dimensión lúdica del patrimonio y conjugarla con ingenio, respeto y autenticidad en la oferta turística, evitando su trivialización.

La industria turística demanda los recursos patrimoniales como factor diferenciador de la oferta turística, para elaborar nuevos productos; pero es necesario armonizar los objetivos de las políticas turísticas en los entornos locales con las políticas culturales que en ellos se desarrollen, para compatibilizar rehabilitación y salvaguarda del patrimonio, desarrollo humano local y turístico.

Asimismo, los sitios patrimoniales turísticos tienen que ser dinámicos culturalmente hablando y la autenticidad estribará en sentir que la ciudad está viva y vibrante de contemporaneidad, no en mostrar ciudades donde la miseria se oculta y se ofrece al turista un falso espectáculo o se ofrece la cultura como simulacro. Por ello, las ciudades deberán diseñar, implementar y evaluar políticas públicas tendentes a lograr una ciudad socialmente más justa y cohesionada y una vida cultural propia.

En este sentido, es necesario comprender el patrimonio como un sistema cultural integrado en la propuesta turística. El ofrecimiento de regiones culturales, interpretadas como sistemas integrados donde aparece lo singular entre lo múltiple en una suerte de itinerario cultural, sería una forma de rescatar la memoria entendida a partir de regiones histórico-culturales sobre soportes geográficos donde, como afirmó Octavio Getino (2009), la construcción del paisaje cultural posiblemente sea de lo más importante.

La cuestión radica en hacer valer todo el potencial positivo que se deriva de la gestión turística en función de contribuir, no solo al desarrollo sostenible de los entornos patrimoniales, sino también a lograr que la cultura pueda mantener su doble sentido: el universal, en cuanto establece relaciones entre el individuo y la totalidad de las experiencias de la humanidad de la que forma parte, y el particular, en cuanto sea contenedor del carácter específico que le corresponde y refuerza su dignidad.

Notas

[1] Se refiere especialmente al contexto del centro histórico habanero antes de la intervención rehabilitadora, aunque esta situación es verificable en otros sitios históricos.

[2] Observamos en muchos centros históricos no solo la presencia de grandes grupos hoteleros transnacionales que gestionan la actividad turística de la zona, sino que también proliferan servicios importados, tipo McDonald, Starbucks, Burger King, cadenas de tiendas y marcas, que rompen con la fisonomía urbana y constituyen una competencia difícil de superar por establecimientos e iniciativas económicas locales reguladas.

Bibliografía

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) (2011). *Población, territorio y*

Fundación Telefónica
Telefónica

desarrollo sostenible. Documento presentado en la Reunión de expertos, 16 y 17 de agosto.

– (1997). *La brecha de la inequidad: América Latina, el Caribe y la Cumbre Social.* Santiago de Chile: Naciones Unidas.

Cruz, N. (2010). Patrimonio y Turismo. ¿Binomio Sostenible? En A. Alfonso (Ed.), *Antología Recuperación Integral de Centros Históricos. III Curso Diplomado*, pp. 122-130. La Habana: Caminos.

Enríquez, A. (1997). Hacia una delimitación conceptual del desarrollo regional/local. En VV.AA., *Desarrollo regional/local en El Salvador: retos estratégicos del siglo XXI.* San Salvador: FUNDE.

Florida, R. (2002). *The rise of the Creative Class.* New York: Basic Books.

Gaja i Díaz, F. (2006). Urbanismo y sostenibilidad, ¿una contradicción en los términos? *Ingeniería y Territorio. Revista del Colegio de Ingenieros de Caminos, Canales y Puertos*, No. 75, 28-36.

Getino, O. (2009). *Turismo. Entre el ocio y el neg-ocio. Identidad cultural y desarrollo económico en América Latina y el MERCOSUR*. Buenos Aires: Ediciones CICCUS; La Crujía.

Giddens, A. (1993). *Consecuencias de la modernidad*. Madrid: Alianza.

ICOMOS (1999). Carta Internacional de Turismo Cultural. Documento presentado al 8º borrador, 12 Asamblea General.

Lam, Y. (2010). Los Centros Históricos bajo la influencia de la globalización. En A. Alfonso (Ed.), *Antología. Recuperación Integral de Centros Históricos. III Curso Diplomado*, pp. 83-88). La Habana: Caminos.

Landry, C. y Wood, P. (2003, marzo). *Harnessing and Exploiting the Power of Culture. A Report by Comedia for Liverpool City Council and Core Cities Group* [en línea]. Disponible en: *http://www.institutumeni.cz/res/data/004/000569.pdf*

Núñez, J. (2005). *Ciencia y bienestar Humano, del Programa Ilustrado al Programa Social*. Conferencia por el XV aniversario del CESBH de la UH. La Habana.

OMT (2010). Panorama del Turismo Internacional [en línea]. Disponible en: *http://es.scribd.com/doc/47891407/Panorama-OMT-del-turismo-internacional-edicion-2010* [Consulta: 2012, 10 de junio].

Sousa Santos, B. de (2009). *Pensar el estado y la sociedad: desafíos actuales.* Buenos Aires: Waldhuter Editores.

Fundación Telefónica

Telefónica

Tremblay, G. (2011). Industrias culturales, economía creativa y sociedad. En L. A. Albornoz (Ed.), *Poder, Medios, Cultura. Una mirada crítica desde la economía política de la comunicación*, pp. 109-138. Buenos Aires: Paidós.

Vázquez-Barquero, A. (1988). *Desarrollo local, una estrategia de creación de empleos.* Madrid: Pirámide.

Yúdice, G. (2009). *Comunicación y Cultura*. Documento presentado al Posgrado Virtual Gestión del Patrimonio Cultural.

Zallo, R. (2012). Una revisión de la economía de la cultura y unas notas sobre políticas culturales en España. En C. del Valle, F. J. Moreno y F. Sierra (Eds.), *Políticas de comunicación y ciudadanía cultural iberoamericana*. Barcelona: Gedisa.

Fundación Telefónica
Telefónica