

Fernando Carrión, editor

Desarrollo cultural y gestión en centros históricos

FLACSO - ECUADOR

© FLACSO, Sede Ecuador

Páez N19-26 y Patria, Quito – Ecuador

Télf.: (593-2) 232030

Fax: (593-2) 566139

ISBN: 9978-67-056-4

Coordinación editorial: Alicia Torres

Corrección de textos: Edmundo Guerra

Diseño de portada y páginas interiores: Antonio Mena

Impresión: RISPGRAF

Quito, Ecuador, 2000

Índice

Introducción	
El gobierno de los centros históricos	5
<i>Fernando Carrión M.</i>	
GESTIÓN Y DESARROLLO CULTURAL EN CENTROS HISTÓRICOS	19
Patrimonio cultural, multiculturalidad y mercado cultural en centros históricos	21
<i>Teófilo Altamirano</i>	
Etnografía e historia visual de una etnicidad emergente: El caso de las pinturas de Tigua	47
<i>Blanca Muratorio</i>	
Ciudadanía, democracia cultural y gestión de políticas en centros históricos. Las identidades cinéticas	75
<i>Julio César Bolívar</i>	
Estrategias de legitimaciones y discursos: La utilización de las políticas de rehabilitación de los centros históricos	85
<i>Stéphanie Ronda</i>	
Centros históricos y turismo en América Latina. Una polémica de fin de siglo	105
<i>Ciro Caraballo Perichi</i>	
El Museo de la Ciudad Reflexiones sobre la memoria y la vida cotidiana	121
<i>Eduardo Kingman y Mireya Salgado</i>	
INFORMALIDAD Y GESTIÓN EN CENTROS HISTÓRICOS	137
Más allá de la informalidad. Autogeneración de empleo en la modernización globalizada	139
<i>Juan Pablo Pérez Sáinz</i>	

Etnicidad e informalidad	155
<i>Marcelo F. Naranjo</i>	
Aproximaciones a las diferencias culturales en los centros históricos	165
<i>Marjorie Thacker</i>	
Centro histórico: relación social, globalización y mitos	179
<i>Fernando Carrión M</i>	
Replamamiento del casco central de Santiago de Chile: Articulación del sector público y el sector privado	193
<i>Pablo Contrucci Lira</i>	
DISEÑO Y MANEJO DE INDICADORES DE GESTIÓN PARA CENTROS HISTÓRICOS	211
Propuesta de indicadores sociales para el centro histórico de Quito	213
<i>Juan Ponce Jarrín</i>	
Hacia una nueva gestión ambiental urbana	247
<i>Sigrid Vásquez D</i>	

Centros históricos y turismo en América Latina. Una polémica de fin de siglo

Ciro Caraballo Perichi*

Tomar como tema de reflexión la relación entre el turismo y patrimonio está en el centro mismo de la atención mundial. Es el tópico escogido por el Director General de la UNESCO y el Secretario de la Organización Mundial del Turismo (OMT) para conmemorar este 27 de septiembre, día mundial del turismo. Hablar de turismo en los 'centros históricos' es, pues, un tema de moda, no sólo entre los especialistas, sino también en decenas de artículos de prensa, programas de radio y TV. En ellos se ve al turismo como una opción, cuando no la única, para salir de la crisis económica que afecta a los países latinoamericanos.

Y no es para menos. El turismo es el único sector del mercado mundial con crecimiento sostenido de más del 3,5% anual en las últimas dos décadas, con tendencias de crecimiento superiores al 4,5% en los dos últimos años. Por otra parte no sólo se ha incrementado el número de turistas, pasando de 70 millones de personas en 1970, a 625 millones el pasado año, sino también en algunos países el ingreso por cada turista. Los ingresos mundiales por turismo han tenido una tasa de crecimiento anual del 2%; sólo en 1998 significaron ingresos de 445 billones de dólares a los países receptores (OMT 1998).

Estos números entusiasman a cualquier político que le toque manejar una economía en crisis, más aun cuando se le informa que unos 45 millones de viajeros llegan por estos rumbos y que, además, nuestra geografía conforma uno de los destinos de mayor crecimiento. Un segmento turístico que se interesa en particular por el medio ambiente y los temas culturales. ¡Bingo!.... Las áreas

* Candidato al Doctorado en Manejo de Bienes Culturales, Universidad Central de Venezuela; Consultor de UNESCO para la Empresa del Centro Histórico, Quito.

protegidas por fin tendrán políticas claras en los programas políticos. Pueden servir como nueva fuente de divisas al mermado fisco nacional.

El hecho que los bienes patrimoniales generen, entre otros beneficios, ingresos a las arcas nacionales no tiene nada de malo. Países como Costa Rica y Guatemala cuenta con este rubro como principal aporte a su ingreso de divisas. Sin embargo, la visión para adecuar un 'centro histórico' al servicio turístico es, por lo general, cuando menos inmediateista: 'Limpiemos el centro de vendedores; indigentes; ladrones y vehículos contaminantes. Instalemos algún hotel de cinco estrellas, uno que otro puesto de ventas de flores, postales y artesanías, algunas tiendas bonitas y, de inmediato, esto se llenará de turistas y, por supuesto, el país de dólares'. El proceso, desafortunadamente, es mucho más complejo. En la simple ecuación anterior nadie mencionó la palabra 'producto turístico', lo cual es muy distinto a contar con 'atractivos'. Tampoco se cuantificó lo que se perdería en este proceso de cirugía plástica y menos se evaluó por cuanto tiempo estará de moda la opción seleccionada. ¿Alguien pensó en averiguar que opinaban de ello los habitantes y usuarios del sector?

Cuando en un proceso de aprehensión de la realidad, con la finalidad de conocerla, comprenderla, o intervenirla, acudimos a una palabra o frase establecida dentro de una categoría clasificatoria, lo primero que tenemos que tener presente es la multiplicidad de interpretaciones que dicha frase tiene en el ámbito disciplinar, así como sus transformación de sentido a lo largo de la historia, y más aun su variaciones semánticas entre los actores sociales. Los comunicadores conocen que el mismo término o el mismo símbolo, puede significar cosas absolutamente distintas para distintos interlocutores. El concepto de 'centro histórico' no escapa de este conflicto comunicacional, y no entenderlo así es posiblemente el origen de buena parte de los desencuentros que se producen entre los actores que intervienen, tanto en los procesos cotidianos, como en los planes de transformación de estos significativos espacios urbanos.

Si bien el concepto simbólico de 'centro' es propio de la urbanística, desde sus tempranos orígenes, el uso del término de 'centro', para referirse a la parte antigua de la ciudad, es de reciente data. Está directamente relacionado al rápido proceso de crecimiento urbano que se desarrolla desde el pasado siglo como fruto de la industrialización. Los nuevos espacios y actividades se generaban en las periferias de los poblados, a tiempo que se contraponían, formal y socialmente, al 'espacio otro', el 'centro', el cual había sido hasta poco tiempo atrás toda la 'ciudad'. En la mayoría de las ciudades el 'centro' hace tiempo que dejó de ser el centro.

La calificación de un espacio como ‘centro histórico’ es de más reciente data aún. Surgió con el desarrollo de las teorías urbanas de ‘zonificación’ propuestas por la modernidad, no sin grandes conflictos teóricos con algunos de los maestros. Le Corbusier, propugnaba la máxima asepsia de restos de edificaciones históricas pre construidos en la nueva trama urbana, ejemplo claro en el ‘Plan Voisy’ para París o las propuestas de los cincuenta para arrasar el centro de Bogotá, en el cual sólo quedaba en pie la Catedral.

El calificativo de ‘histórico’ se consolidó en un momento cuando la imagen urbana construida fue convertida en símbolo de las identidades colectivas, al asumirse el patrimonio edificado como ícono y representación del espíritu de una nación o una comunidad. Si bien edificaciones aisladas o conjuntos de edificios venían cumpliendo esa función desde el siglo XVII, el ejemplo más evidente de elaboración conceptual de un espacio urbano concebido como símbolo fundamental de la ‘identidad nacional’, segregándolo de su función social dinámica y cambiante para convertirse en reliquia histórica, fue la reconstrucción total del centro de Varsovia luego haber sido casi completamente destruido por los bombardeos de la Segunda Guerra Mundial. Un espacio urbano transformado en imaginario paradigmático de la identidad de un colectivo.

Este proceso de metaconstrucción teórica de un sector de la ciudad, con la invención de límites precisos, segregado del resto de la urbe, y definido a partir de su ‘valor histórico’ (calificativo asignado general y exclusivamente por el valor formal de sus edificaciones, más que por otros referentes socioculturales), ya se había iniciado a finales del siglo XIX. En ese entonces fue Francia el laboratorio de construcción de lo que podríamos llamar el primer Frankenstein urbano. Las acciones de reconstrucción que hiciera Eugene Viollete-le-Duc en Carcassonne, convirtieron las ruinas medievales de esa ciudad en la primera construcción idealizada de un espacio urbano ‘capturado y ‘congelado’ en su esencia histórica... por siempre jamás.

En América Latina, uno de los casos más tempranos de ‘congelación’ de este tipo fue la declaratoria de Ouro Preto en Brasil en 1933 (De Azevedo 1994).

El turismo, tal como lo conocemos actualmente -mayoritariamente *light* en lo cultural-, solo aparecería en escena un siglo más tarde de la acción de Carcassonne. Sin embargo, el término ‘centro histórico’ tiene para muchos turistas, planificadores y políticos una representación básicamente referida a ese tipo de entorno ‘congelado’; una imagen mucho más cercana a la experiencia del ‘Main Street’ en Disneyworld, que a la propuesta conceptual contemporánea de preservar todo aquel espacio urbano que posea una especial riqueza cultural –tan-

gible e intangible- además de una adecuada (siempre conflictiva y no siempre deseada) dinámica social.

¿De qué ‘centro histórico’ hablamos en Latinoamérica?

Para los especialistas de la arquitectura y el urbanismo latinoamericanos, el concepto de ‘centro histórico’ ha evolucionado en las últimas décadas de este siglo. De la visión monumentalista de los años cincuenta, que servía de marco a los apellidos y blasones de un sector de la sociedad, se pasó a la visión de conjunto que explicaba procesos, más propio de las ideas contestatarias de los años setenta. Del centro histórico ‘reconstruido’ en determinado estilo histórico, se pasó a la aceptación del espacio urbano con multiplicidad estilística. El fachadismo de camuflaje, fue barrido por las propuestas de restauración integral y de nueva arquitectura comprometida de los años noventa.

El concepto funcional de un centro histórico vacío, concebido como espacio-museo, fue sustituido por el concepto de la multiplicidad funcional, con la incorporación de vivienda como activador de la dinámica. Por último, hoy no hablamos de ‘un’ ‘centro histórico’, sino de ‘espacios de valor histórico’ dentro de la ciudad. Es decir, nos actualizamos continuamente, en el soporte teórico de la acción física de la ciudad.

¿El problema? Dar muchas veces por sentado que, dada la similitud formal e histórica en lo urbano y arquitectónico en nuestra región e incluso en un mismo país, al igual que la homogeneidad en las líneas básicas del proceso de desarrollo histórico de nuestras ciudades y poblados, toda propuesta para un centro histórico es replicable en otro. Nada más errado.

Los ‘centros históricos’ de América Latina (refiriéndonos por ‘centro histórico’ en este contexto del discurso solo los cascos fundacionales), si bien han sufrido, por lo general, un proceso bastante similar en su dinámica de cambios formales - dado que las propuestas teóricas de la arquitectura y el urbanismo irradiaban desde un mismo origen- la realidad socio histórica resultante es particular en cada uno de ellos. Sus actores sociales son sensiblemente diferentes en lo cultural. Es por ello que resulta difícil, sino imposible, generalizar propuestas.

Aun en aquellos elementos que se asumen como comunes, como la trama y las características formales y constructivas básicas, es necesario desarrollar categorías que ayuden a definir claramente cuáles son los componentes similares y cuáles, radicalmente diferentes.

La centralidad administrativa, amén de socialmente representativa, propia del período colonial y la temprana república, conformaron buena parte del espacio que hoy delimitamos como 'centro histórico'. Allí vivían y se cruzaban en su vida diaria peninsulares e indígenas; negros y mestizos; el comercio y la vivienda; el cementerio y los huertos. Para principios del siglo XX, la vivienda se desplazó a las afueras asumiendo, al igual que los parques y el cementerio, los modelos estéticos importados, básicamente, de Francia o Inglaterra. El 'centro' quedaba para las autoridades civiles y religiosas, las manufacturas, el comercio y los hospitales.

La modernidad sacudió las bases mismas de la urbe. Donde hubo recursos económicos el 'centro' se transformó casi totalmente, siendo reocupado por los edificios financieros y la vivienda en altura, quedando los testimonios edificados en siglos anteriores limitados a los edificios de gobierno, algunos templos, uno que otro teatro decimonónico y algún hospital convertido en museo. Los casos de Río de Janeiro (Brasil), Caracas, Maracaibo (Venezuela), Buenos Aires (Argentina), Santiago de Chile o Guayaquil (Ecuador), son representativos de este modelo.

Un segundo proceso se dio en aquellos casos donde la vida del centro de la ciudad siguió dependiendo de su realidad geográfica, en especial los caminos y los puertos, así como también en aquellos donde el desarrollo de la modernidad contó sólo con limitados recursos económicos. Allí, los impactos en el tejido urbano fueron relativamente limitados. El 'centro' permaneció vivo, con puntuales intervenciones en su trama y en sus monumentos. El sector urbano continuó siendo, por muchos años, el principal espacio de servicio de la ciudad, conviviendo, al mismo tiempo, con un proceso migratorio de sectores sociales marginados, que fue ocupando progresivamente los locales de las antiguas viviendas y los lotes vacíos. El sector moderno de la ciudad se desplazó de lugar, pero el 'centro' no perdió su sentido funcional. Este es el caso de las ciudades puertos, como La Habana (Cuba) y San Juan (Puerto Rico), situación similar, a pesar de no ser puerto, a la de Quito (Ecuador).

Otros 'centros históricos' quedaron relegados a servir de espacio administrativo y religioso de carácter simbólico, perdiendo competitividad su comercio y tugurizándose sus antiguos edificios. Este es el caso de Lima (Perú), Ciudad de Panamá, Santo Domingo (República Dominicana), Salvador (El Salvador) o Cartagena (Colombia).

Un cuarto modelo estaría conformado por aquellos poblados donde el impacto de la modernización fue tardío o sencillamente pasó de lado, por lo

que su trama, la mayoría de sus edificaciones históricas y buena parte de su estructura social tradicional permanece. Es este el caso de ciudades como Granada (Nicaragua), Coro (Venezuela), Cuenca (Ecuador), Oaxaca (México), Potosí (Bolivia) u Olinda (Brasil).

Indudablemente, tratar los proyectos de turismo en ‘centros históricos’ de manera genérica, es tan audaz como tratar de discutir la conservación de esos reductos sin tocar el tema del turismo. El hotel puede ser válido para Mérida, Yucatán; puede ser absolutamente contraproducente en Camagüey (Cuba) e innecesario en Trujillo (Perú). ¿Quién le explica esto a la *Holiday Inn*?

Más allá de las consideraciones de historia urbana de nuestras ciudades, fundamentales en el momento de pensar cuál es el turismo para estos espacios patrimoniales, la discusión contemporánea sobre proyectos turísticos en los ‘centros históricos’, debe prestar atención a un nuevo contexto, aquel que tiene como base la compleja realidad social contemporánea en cada uno de ellos. E. Kingman apunta esta complejidad creciente “...América Latina continúa siendo un lugar muy rico de expresión de la diversidad, pero ésta se manifiesta hoy más que nunca bajo la forma de identidades dinámicas, cambiantes y sujetas a las más diversas influencias” (Salman y Kingman 1999). Un contexto de análisis que nos lleva a pensar: ¿Un ‘centro histórico’ para quién?

La multiplicidad de actores y de intereses obliga a una detallada reflexión, más aún cuando el violento crecimiento del negocio turístico deja poco tiempo para la toma de posiciones, la elaboración de políticas y el desarrollo de proyectos que incluyan, en lo posible, los intereses de la mayor cantidad de actores sociales e intereses económicos. Demos un vistazo a las distintas corrientes que pueden estar interesadas en una transformación del centro histórico como destino de recreación y el turismo.

El habitante de la ‘otra ciudad’. La aventura en el patio trasero

En cualquiera de los casos, la nueva ciudad, es decir la ciudad de los últimos cincuenta años, ocupa un área entre 20 a 50 veces superior a lo que ocupa el llamado ‘centro histórico’. Es una ciudad socialmente segregada, con pocos espacios de interacción entre los distintos grupos, curiosamente siendo uno de ellos ese que llamamos ‘centro histórico’. La población del resto de la ciudad, en promedio, supera en una proporción cercana de 20 a 1 la población que aún habita en ese espacio urbano delimitado que llamamos ‘centro histórico’. Bue-

na parte de esa población considera el espacio urbano del 'centro' como extraño, cuando no ajeno y peligroso, pues difiere significativamente en lo estético y en lo social de su entorno regular. Sin embargo, acude a ese 'centro', pues, allí permanecen, como reductos componentes del poder, espacios comerciales *sui generis*, además que desde niños han comulgado con sus íconos edificadas, los cuales cultiva como elementos de identidad. Otra parte, ve en ese 'centro' la oportunidad de obtener empleo, bienes y servicios que no encuentra en su marginal entorno, sin que vea en él ningún otro significado. Activar positivamente estas oportunidades es la primera opción para la reactivación de cualquier 'centro histórico'. Citando a Marc Augé: ...“el espacio, tal como los hombres lo experimentan, es siempre lo social, siempre relación social” (Augé 1998).

Seguridad e higiene son las dos acciones claves que deben actuar transversalmente en toda propuesta de rehabilitación de los 'centros históricos' y, en particular, si se piensa en este como destino recreativo o turístico. El 'centro histórico' debe consolidar su rol como espacio de encuentro ciudadano; de ágora de discusión policlasista; y para ello la organización de espectáculos y eventos, tanto públicos como privados es esencial. Las experiencias de reactivación de tradiciones culturales, o la propuesta de 'nuevas tradiciones', en los 'centros históricos' para convertirlos en punto de encuentro, han tenido significativos resultados. Los programas culturales en el barrio de Pelourinho, en Salvador de Bahía (Brasil); la promoción de las procesiones de Semana Santa, en Popayán (Colombia); las celebraciones del día de la Independencia en el Zócalo de ciudad de México o el rescate físico y la organización de actividades dominicales de las plazas del 'centro' de Lima, apuntan a la creación de estos espacios de reencuentro social. Sin lugar a duda, ellos deben combinarse con acciones privadas que apunten a la renovación de los servicios de intercambio (banca-comercio), así como los de entretenimiento (cines, teatros, cafeterías), generando una oferta múltiple, tanto en productos como en precios.

El primer 'turista' del 'centro histórico' debería ser el propio habitante de la ciudad. Los museos deben reconocer este potencial y orientar sus propuestas discursivas a facilitar la relectura de valores culturales de la ciudad de manera integral y no sólo con atención al valor artístico o lo excepcional. Los monumentos deben proceder a organizar lecturas novedosas y contemporáneas de sus valores, alejados de los pomposos e historicistas discursos académicos actuales.

La apertura de nuevos espacios para visitarlo y disfrutarlo es indispensable. El 'centro histórico' adquirirá de, esta manera, un sentido de espacio colectivo, contemporáneo y democrático, jugando un papel fundamental en los pro-

cesos de cambio requeridos en la cultura, la estructura política y las formas de participación tan requeridas por las democracias latinoamericanas. Estas acciones orientadas a la población y no al turismo deben ser permanentes, a fin de consolidarse como oferta cierta de recreación y cultura para la ciudad. Inmediatamente serán reconocidas como espacios válidos para el desarrollo de la actividad turística y activarán la economía del sector.

La planificación de programas y proyectos turísticos en los 'centros históricos', comienza por captar al público de la propia ciudad.

El desarrollo del turismo interno. ¿Opción o necesidad?

Cuando se analizan las cifras de crecimiento del turismo mundial muchas veces se obvia la existencia de otro movimiento masivo de viajeros: el turismo interno. Las cifras son difíciles de registrar, dado que el cálculo de visitantes regularmente se efectúa a través de las planillas de entrada y salida en los puestos de control internacional, o de los registros de hoteles. Ahora bien, este movimiento de viajeros del mismo país puede llegar a representar hasta 10 veces el número de turistas extranjeros que visita un destino. Por otra parte este viajero activa servicios turísticos dispersos en el territorio, pues generalmente viaja en grupo familiar, se desplaza por carreteras y se aloja en viviendas vacacionales, o en pequeños hoteles poco utilizados por el turista internacional.

Estos compran en los almacenes locales o adquieren bienes directamente de los productores, saltándose las cadenas de intermediarios, a tiempo que activan las economías rurales. Pensemos en los cientos de recreacionistas que salen de las ciudades a sus alrededores los fines de semana y en los miles de vacacionistas que se desplazan en los períodos de asueto. Montos difíciles de estimar para los cálculos fiscales pero, sin duda, significativos.

Los 'centros históricos' toman poco en cuenta a este viajero. No realizan promociones especiales de atractivos o servicios, no organizan acciones de mercadeo en las capitales regionales, no estructuran discursos o propuestas recreativas y culturales orientadas al público nacional, a pesar que este público ya tiene una información básica de estos espacios urbanos desde la escuela. Aquí cabe desarrollar las representaciones teatrales de acontecimientos históricos, los festejos en fechas simbólicas y los encuentros interregionales. El turismo interno es una oportunidad para conocernos, para establecer nuevos mecanismos de relación entre las ciudades y provincias, evitando así los latentes peligros de

ruptura surgidos del regionalismo ignorante. Conocer de cerca al 'otro', es una manera de comprender sus diferencias y descubrir los espacios comunes. Fomentar el turismo interno debería ser, por ello, una política de Estado.

El patrimonio histórico en este caso debe presentarse como experiencia y no como reverencia, un error muy común en el caso latinoamericano, donde la visita guiada repite casi a pie de la letra el aburrido texto escolar de historia, cargado de nombres y fechas. Nada más tedioso que las visitas a los centros históricos de nuestros países, cuando los discursos explicativos redundan en los mismos acontecimientos, figuras artísticas o heroicas. Es el caso del discurso independentista y la presencia de Bolívar en los lugares patrimoniales de Venezuela; del discurso heroico indigenista, en el caso mexicano, o la recurrente letanía sobre la obra de Caspicara y Miguel de Santiago en los museos de Quito. Las visitas organizadas para el turista nacional deben tener discursos contemporáneos y transdisciplinarios. Deben acudir a la capacidad de imaginación y deseo de participación propia de nuestra cultura, explotando todos los sentidos, no solo la vista y el oído.

Más allá de estas consideraciones, el turismo interno es, en todo caso, la tabla de salvación de la planta turística instalada. Si bien buena parte de las inversiones en infraestructura de alojamiento y servicio están dirigidas al turismo internacional, es el turismo interno el que puede equilibrar los balances económicos en las temporadas bajas, o en aquellas coyunturas cuando por razones financieras o de seguridad el turismo internacional desaparece del mapa por largos períodos. Tal fue el caso del Cusco durante los difíciles años de las acciones guerrilleras de Sendero Luminoso o la situación de Yucatán luego del paso del huracán Hugo. Fue el turismo interno lo que permitió sobrevivir a la industria hotelera y de servicios de los sitios históricos. "Más vale pájaro en mano que ciento volando".

Dentro de la dinámica de integración económica y política contemporánea el turismo de los países vecinos y de los bloques regionales, juega un importante papel. El turismo de frontera tenderá a incrementarse rápidamente, siendo sus demandas mucho más parecidas a las del turismo interno, que al turista que provienen de otra cultura. Argentina, Uruguay y Brasil ya viven este proceso. Ecuador depende, en buena parte, del flujo de turistas de Colombia, un 30% del total de los visitantes internacionales del país, los cuales entran en vehículo por la frontera norte (Ecuador, 1998). Se promociona, luego de la firma de la paz con el Perú, la apertura de la frontera sur. ¿Cómo se preparan los 'centros históricos' de Ibarra o de Loja para atender este mercado? El turismo

es un fenómeno altamente dinámico y como dice un popular dicho: “O vamos o nos llevan”.

El turismo de masas. ¿Dónde están los límites?

No hay duda alguna. Uno de los mayores peligros para los ‘centros históricos’, más que volcanes y terremotos, incendios e inundaciones, huracanes o tifones, es el turismo masivo. El turismo masivo provoca el colapso de la capacidad de servicios públicos, el desbocado aumento de los precios de los inmuebles, la transformación total de la estructura social y de las fuentes de trabajo de la ciudad y, en última instancia, la expulsión de sus habitantes. El ‘centro histórico’ se convierte en una especie de museo de edificaciones y antigüedades, habitado por una extraña raza políglota, cuyo único punto en común son las cámaras fotográficas.

Los casos de Venecia y Florencia son, quizá, los ejemplos más evidentes de lo que el turismo masivo puede ocasionar en un ‘centro histórico’. La reciente conferencia desarrollada en Venecia por la Universidad Eramus de Rotterdam y la UNESCO, puso en advertencia a las ciudades artísticas de los peligros que acarrear la masa desbordante del turismo contemporáneo. (UNESCO 1998). La población ha disminuido dentro del área protegida, pues los costos de bienes y servicios escapan de sus posibilidades. Buena parte de las edificaciones habitacionales han sido transformadas en alojamiento y almacenes. Los costos de mantenimiento de los servicios urbanos, orden público, protección y conservación de monumentos, excede con creces lo que la ciudad recibe por el flujo de turistas.

Buena parte de este flujo turístico está concentrado en visitas de un día, sin consumir, sin pernoctar, ni realizar gasto alguno en la ciudad. En el caso de Venecia de los seis millones de turistas anuales que recibe la ciudad, el 80% corresponde a este flujo no rentable. (UNESCO 1998). A pesar de los múltiples estudios y propuestas de control, el flujo diario de divisas que obtienen el sector turístico mayorista obstaculiza a las municipalidades la puesta en práctica de los programas. Algunas veces ‘más es menos’.

Una situación igualmente compleja, aunque de distinto origen, se produce en muchas de nuestras ciudades con ‘centros históricos’ protegidos. El turista promedio no aporta económicamente al espacio urbano designado como espacio patrimonial. El visitante se aloja, se alimenta, adquiere bienes y servicios

en la 'otra ciudad'. En corta visita se traslada al espacio histórico donde visita algún monumento o museo para luego regresar a aquel entorno urbano contemporáneo, que le es más familiar.

Otro importante riesgo del turismo masivo es la generación del destino estereotipado. Ello es muy característico del turista medio norteamericano, con el llamado efecto *Mac Donalds*. El sitio visitado tiene redes de empresas de servicio y diversión en serie, que se repiten idénticamente en cada lugar, y surgen por la demanda que de ellos hace el turista. No sorprende si en determinado momento vemos surgir presiones para establecer un *Hard Rock Café* o un *All Stars* en la parte antigua de Cartagena o Quito. El problema es que, como todo producto de consumo masivo, se pondrá de moda y caerá en desuso en corto tiempo, muchas veces con el propio local que le sirvió de alojamiento. Conservación y rápido reciclaje no son términos compatibles.

Por último, está el problema de la globalización de la cultura norteamericana en lo que respecta a los parques temáticos. La plástica 'Tombuctu', en *Bush Garden*, de la década del ochenta, se contrapone al realista *New York Casino* en Las Vegas en donde, por ejemplo, la señalización de las calles y los bancos de las plazas fueron adquiridos a la misma empresa que los fabrica para la ciudad de los rascacielos. Nada tienen de malo en sí mismos. Son espectaculares, divertidos y, afortunadamente, desechables.

En contraposición, nada es más patético que los 'centros históricos' de muchas ciudades norteamericanas, reconstruidos sobre la trama original que ocupó el centro poblado, algunos de ellos incluso salpicados con valiosas edificaciones patrimoniales. La separación entre lo 'auténtico' y lo 'recreado' tiene límites absolutamente imprecisos, aun para los especialistas. Los habitantes del 'poblado' tienen horario de trabajo, y buena parte de ellos son los mismos que atienden los servicios, simplemente 'contextualizados' en trajes de época. Se podrían citar decenas de ejemplos, recordando entre otros los sitios de *Old Sacramento*, 'El pueblo de Los Angeles', en California o el mismo 'San Agustín' de la Florida. Importar este fenómeno, mitad parque temático, mitad 'centro histórico', en el contexto de la globalización y el libre mercado, puede resultar muy atractivo para algunos empresarios o políticos, más interesados en el efecto financiero que en la valoración patrimonial.

Al respecto comenta Augé: "Hubo un tiempo en el que lo real se distinguía claramente de la ficción,..., un tiempo en el que iba uno a lugares especiales, bien delimitados en los que la ficción copiaba la realidad. En nuestros días, insensiblemente, se está produciendo lo inverso: lo real copia la ficción" (Augé 1998).

Los ejemplos no faltan en nuestra región. En La Habana los turistas son llevados por la bahía en una barcaza camuflada de galeón, tripulada por animadores disfrazados de españoles del siglo XVI con burdos trajes de tela barata, para asistir a uno de los actos más tradicionales de la ciudad, como es el cañonazo de las seis de la tarde, el cual se lleva a cabo en uno de los monumentos militares más importantes de América y de mayor significado de la historia cubana, la Fortaleza de la Cabaña. ¿Dónde están los límites?

El turismo de nichos. ¿Una propuesta alternativa?

Una de las tendencias más interesantes dentro del mercado turístico es el crecimiento del llamado 'turismo de nichos'. Se entiende por éste un turismo con alto conocimiento de sus intereses, conocedor de los atractivos del destino mucho antes de su llegada –particularmente a través del internet como herramienta-. Un mercado que reclama especial atención a sus requerimientos, y lo que es más importante, está dispuesto a pagar por ello. Este turista prefiere viajar sólo o en pequeños grupos, programa su circuito y sus visitas, a tiempo que reclama la 'autenticidad' del lugar, incluyendo la relación con sus habitantes. El turismo de naturaleza, el turismo de aventuras y el turismo cultural, están dentro de este segmento.

El turista preferirá un pequeño hostel, limpio y seguro, en el centro mismo del lugar que visita, antes que un hotel de cinco estrellas. Comprará manufactura locales y exigirá no sólo el objeto, sino información sobre sus materiales, significado y medios de producción. De ser posible, tratará de llegar directamente al propio artesano productor. Es éste un turismo sostenible, que permite la inserción de la población local en la prestación de servicios. Como contraparte, dentro de este segmento de viajeros responsables, pudientes y conocedores, pueden colarse los coleccionistas sin escrúpulos, aquellos dispuestos a pagar a algún habitante local por la sustracción de una que otra pieza poco resguardada de un templo, o algún objeto fruto de una excavación arqueológica no autorizada. Hay que aprender e invertir en prevención.

Captar este importante mercado no es nada fácil. Más que desarrollar infraestructura, edificaciones o servicios, es necesario formar a la población y a los prestadores de servicio; organizar 'productos turísticos'; 'circuitos especializados' e invertir en promoción. Nuestros 'centros históricos' poco están haciendo al respecto. Cual perezosa y narcisista hetaira, espera sin esfuerzo alguno la lle-

gada del visitante que nunca asoma, mientras lentamente envejece y pierde sus encantos.

Es necesario la creación de redes de empresas de servicio –hoteles, restaurantes, tiendas- que les permita costear, en conjunto, la promoción y venderse como parte del destino. Los museos y empresas culturales deben conocer a su cliente y generar servicios, productos diseñados específicamente para este segmento. El ‘centro histórico’ requiere de una red de información integral, que se inicia con adecuados espacios en *web site*, puntos de atención fácilmente reconocibles, guías informados y folletería en dos o tres idiomas. Es necesario adecuar los espacios de visita, pero es básico organizar la información sobre sus bienes y atractivos, disponer de guías, libros, postales y objetos de venta. El grupo de informadores turísticos de la Policía Metropolitana de Quito, es una experiencia excepcional que apunta en este sentido.

Lugares hasta ahora desestimados como atractivo turístico pueden incorporarse a la oferta, tales como los talleres de producción artesanal; los espacios y objetos de culto sincrético; o los cementerios tradicionales. El incremento de turistas que visitan el museo de Cárdenas para conocer la santería, el cementerio de Colón o los talleres de manufactura manual de tabaco en La Habana, forma parte de este segmento. Igual sucede con los espectáculos de tango en el ‘Viejo Almacén’ y las visitas guiadas en el cementerio de la Recoleta en Buenos Aires. Nuevos productos turísticos elaborados a partir de la herencia acumulada en los ‘centros históricos’.

La elaboración de productos especializados de multidesestino, dejando de lado la corta visión nacionalista, es igualmente importante. Combinar Cartagena, Quito y Cuzco, en programas organizados relacionados con el arte colonial, debería ser una prioridad de la región en la construcción de rutas para el nuevo siglo.

La Iglesia Católica latinoamericana juega un importante papel en el desarrollo de un turismo de nichos en los ‘centros históricos’, dado que un altísimo porcentaje de los atractivos le pertenecen. Un adecuado plan de manejo, desarrollo de sus bienes, que asegure a mediano plazo la conservación de los mismos, con fines de evangelización y disfrute cultural. La experiencia ya adelantada por la relación patrimonio y turismo en Europa puede servir de referente para ello.

Pareciera que dentro del desarrollo del turismo hubiese un espacio para insertar la sostenibilidad de los ‘centros históricos’ y transformarlos a fin de que dejen de ser espacios nostálgicos que lamentan un mejor pasado, a espacios vivos que buscan un mejor futuro.

¿Turista versus habitantes?

Hasta ahora hemos visto distintas opciones de interacción entre el espacio urbano que hemos denominado 'centro histórico' y la dinámica avasallante de la recreación y el turismo, todas ellas mirando este espacio desde fuera. Los 'centros históricos' deben ser uno de los pocos espacios de la ciudad que todos miran como propio, olvidándonos de las complejas relaciones sociales que se desarrollan en su interior. La primera acción, en este sentido, es fomentar la relectura del propio 'centro' desde dentro. Rescatar las memorias y construir las nuevas visiones desde sus habitantes es esencial en toda acción de revitalización.

Cada uno de los proyectos que se adelanten para fomentar el uso recreativo y turístico 'centro histórico' generará impactos significativos en la estructura social del mismo y, por ende, en su riqueza cultural intangible. Al menos cinco grupos de actores al interior de casi todos los 'centros históricos' latinoamericanos son básicos de considerar, en toda propuesta turística: los habitantes; la Iglesia Católica; las autoridades públicas; los comerciantes y prestadores de servicios formales. ¿Cuál es la representación que cada uno de ellos tienen de lo que llamamos 'centro histórico'? Por supuesto, no se puede dejar fuera el mayor dolor de cabeza de las autoridades y los planificadores, el comercio informal, paradójicamente, la única tradición cultural que ha estado presente en las calles del 'centro' desde tiempos prehispánicos. Dentro de este microcosmo de la gran urbe que se materializa en los 'centros históricos', cada actor tiene sus intereses y expectativas, y deberá ser considerado en toda propuesta como socio activo y no sólo como sujeto.

A estas consideraciones, se debe sumar la apertura del mundo contemporáneo para la discusión de conflictos pendientes, tales como los roles de género; la multietnicidad y la pluriculturalidad, temas que tienen en los 'centros históricos' uno de los espacios urbanos con mayor opción para el desarrollo de nuevas propuestas. Se requiere diseñar todo proyecto con la participación de los actores sociales que allí confluyen, si no queremos lograr resultados turísticos de corta vida, estrepitosos fracasos y, lo que es más grave, la pérdida de valores culturales conformados a lo largo de siglos de vida social es este espacio urbano.

La diferencia entre las distintas opciones determinará el tipo de 'centro histórico' que dejemos como herencia a las futuras generaciones. Esta diferencia será tan grande como puede haberla entre admirar un tigre en el museo de ciencias naturales o en un parque zoológico. En el primero sólo queda su piel armada sobre alambres y rellena de algodón, con leve aroma a naftalina. Sólo

su aspecto exterior recuerda, lejanamente, lo que fue una de las criaturas más impactantes de la naturaleza. En el segundo caso el animal está vivo, ruge, transmite una sensación de fuerza y de peligro, pero desgraciadamente para algunos,... también huele a tigre.

Bibliografía

AA. VV.

1999 *Lima: Gestión y Ciudadanía*. Ponencias del seminario internacional. Lima: Porrúa. Universidad de Lima

Augé, Marc

1998 *El viaje imposible. El turismo y sus imágenes*. Barcelona: Gedisa ed.

Ilustre Municipio de Quito

1994 Rehabilitación integral en áreas o sitios históricos latinoamericanos. Ponencias del Seminario Taller. Quito.

OMT

1998 *Informe estadístico anual*.

Salman, Ton y Kingman, Eduardo.

1999 *Antigua Modernidad y Memoria del Presente. Culturas Urbanas y Modernidad*. FLACSO-Ecuador. Quito.

UNESCO

1995 Autores varios. *Dimensión Cultural del Desarrollo. Hacia un enfoque práctico*. Colección Cultura y Desarrollo. Ediciones UNESCO. París.

UNESCO

1996 Autores varios. *Culture, tourism, development: crucial issues for the XXIst century*. Edición mimeografiada. París.

UNESCO

1998 Autores varios. *Turismo Cultural en América Latina y el Caribe*. Ponencias del Encuentro Internacional de La Habana, 1996. Edición de UNESCO.