

Debate e Investigación

¿Es el Patrimonio un incentivo para el desarrollo?

Xavier Greffe

Profesor de la Universidad de París I - Sorbona

En el texto se realiza una visión histórica y de defensa del patrimonio como eje del desarrollo social, a partir de la búsqueda de satisfacciones individuales y colectivas y del establecimiento de valores de existencia y de uso del bien patrimonial. La práctica turística, en la denominada sociedad del ocio, es analizada en función de las perspectivas e intereses de la comunidad, cuyo perfil artesano representa según el autor la más prometedora economía contemporánea, un potencial desarrollo endógeno. Diálogo social, uso preciso y adecuado del bien, ampliación de posibles empleos y de referencias económicas aplicadas son algunas claves planteadas de utilización del patrimonio para el desarrollo.

Palabras clave

Patrimonio cultural
Turismo cultural
Desarrollo socioeconómico
Artesanía

Numerosos son los países europeos que han visto en su patrimonio un nuevo incentivo para su desarrollo. Sin duda, la atención prestada a los monumentos viene ya de antiguo. Algunos países han puesto en funcionamiento desde hace tiempo un sistema de protección en el que se establecen relaciones entre empresas públicas y actores privados a nivel del inventario y de la difusión, además de la conservación propiamente dicha. Pero después de una veintena de años, esta actitud con respecto al patrimonio se ha visto enriquecida por dos dimensiones. En primer lugar hemos asistido a una ampliación del concepto de patrimonio: ha sobrepasado con creces los monumentos y los museos para poner en evidencia formas más vernáculas, etnológicas o incluso intangibles; la reflexión sobre el patrimonio se ha enriquecido con una reflexión sobre el “papel económico del patrimonio como creador de empleo y de ingresos”.

Por lo tanto no es extraño que sea en el momento en el que los países europeos ven hundirse muros enteros de sus industrias cuando la búsqueda de nuevos yacimientos de empleo les haga ver una posible solución en las actividades culturales. La comisión de la Unión Europea se ha unido a los países europeos en la percepción y la movilización de esta nueva fuente de empleo. A excepción de algunos programas de apoyo a la conservación, ha habido pocas acciones en favor del patrimonio, muchos menos sin duda alguna, que en favor del cine o de la formación de los artistas. Así mismo, es junto a programas a favor del empleo donde hemos visto aparecer una multitud de acciones puntuales relativas a la movilización de recursos monumentales, en especial en el marco de los programas a favor del desarrollo local. La dominante de estos programas es hacer de los monumentos una fuente de desarrollo. Pero una cosa es afirmar esta perspectiva y otra cosa construirla, y se plantean tres cuestiones. ¿Cómo articular la valoración artística y económica de los monumentos? ¿El turismo cultural constituye la panacea anunciada? ¿No ofrece el patrimonio, a través de los oficios artesanales, un potencial económico importante?

Valor de existencia y valor de uso

El esfuerzo que una sociedad o un colectivo local realiza en favor de su patrimonio tiene su origen en las satisfacciones que de ello espera obtener. Las satisfacciones de tipo individual o privado están a priori relacionadas con la satisfacción de las necesidades estéticas, cognitivas o artísticas y se expresan a menudo a través de peticiones de visitas. Otras satisfacciones, de tipo colectivo, están relacionadas con la propia existencia del bien patrimonial sin que ello suponga ninguna gestión por parte de los usuarios, de ahí la expresión comúnmente utilizada de valor de existencia. Se trata, por ejemplo, de la imagen o idea que da un monumento en cuanto a la realidad de un colectivo, la unidad de una comunidad, la imagen de marca de un territorio. Asociando los tipos individual y colectivo, encontramos también otras utilidades, por ejemplo las relacionadas con los efectos de las visitas a los monumentos o a

044 - 045

Debate e Investigación

¿Es el Patrimonio
un incentivo para
el desarrollo?

PH42 - Febrero 2003

los museos en las que suscitarían se suscitaría un sentimiento de pertenencia o de cohesión social. Por tanto, el **patrimonio** se considera aquí como productor de vínculos sociales o **factor de integración**. Para que dicho efecto –juizado a priori positivo– se lleve a cabo, es necesario que las personas o grupos implicados utilicen de forma efectiva el patrimonio, lo que significa que el efecto esperado depende a la vez de la existencia del patrimonio (y de los gastos de conservación) y de la posibilidad de acceder a los mismos (y de los gastos de acceso). La sociedad espera de su patrimonio tres tipos de valores: valor de uso privado, valor de existencia y valor de uso colectivo. En este estadio, la diferencia entre valores de uso (privados y colectivos) y valores de existencia es esencial porque es la base de los debates sobre la manera de catalogar, conservar y poner en valor los monumentos. A menudo, la preocupación inicial de la conservación ha sido la del valor de existencia y se demuestra en dos indicios: los debates sobre el hecho de saber si es necesario reconstruir o no los monumentos a un estado que puede no haber existido jamás (Viollet-le-Duc) y sobre el grado de apertura de los monumentos. Hoy en día, estos debates tomarían más bien la forma de si disneylandizar o no los monumentos. El principal solicitante del **valor de existencia** es el Estado, pero sus presupuestos no siempre permiten situarse a la altura de las necesidades de conservación requeridas. Los recursos que faltan se buscarán por tanto mediante la multiplicación de los usos privados, visitas pero sobre todo ocio, recepciones, utilización del edificio con finalidades que se sirven del monumento como decorado y no como fuente de satisfacción primera.

Ello no es criticable en sí, pero nos arriesgamos a pasar de un extremo al otro. Si hemos podido reprochar, en determinados momentos, a los responsables de los monumentos y museos de privilegiar los valores de existencia, por ejemplo limitando fuertemente el acceso, podemos preguntarnos hoy, si ponerlos al gusto

¹ Greffe X. (1999), La gestión del patrimonio cultural, París: Antropos-Económica, Anexo 2

² Comisión Europea (1995), Las iniciativas locales de desarrollo y de empleo: Encuesta de la Unión Europea. Documento de trabajo de los servicios de la comisión SEC (95) 564, p. 17

³ Rojek Chris (1997), Decentring Leisure: rethinking Leisure Theory, Londres: Sage Publications, p.77

de hoy en día no va a comprometer poco a poco las características de forma, que una vez pasados los efectos de moda, el monumento quede irremediadamente desnaturalizado. Hay un **conflicto de uso**, y el problema es saber si dicho conflicto será superado de un modo positivo o no. Asumir dicho conflicto de un modo positivo es crear, en primer lugar, un diálogo entre todas las partes interesadas en un territorio, sobre las oportunidades ofrecidas por el monumento. Es también explorar las distintas posibilidades que ofrece la técnica. Y es por último, reunir al número máximo de socios en la gestión del monumento porque podemos pensar entonces que el consenso adquirido sobre los usos se encuentra en su utilización habitual. Si tomamos como ejemplo el caso de Francia, así ha ocurrido en Avignon, en Lascaux, y en Cheverny. Asumir dicho conflicto de modo negativo, es lo que sucederá si dicho diálogo no tiene lugar y si se imponen soluciones centralizadas arbitrarias. Para retomar el caso de Francia, recordamos cuando el Centro de Monumentos Nacionales pensó que era bueno imponer la presencia del arte contemporáneo como producto de reclamo en todos sus monumentos, o cuando el Consejo General del Gard quiso hacer del Puente de Gard una atracción que sirviera para todo. En los dos casos, el fracaso fue total.

Facilidades y límites del turismo cultural

Allí donde la práctica patrimonial se ha contemplado durante largo tiempo bajo la óptica de la utilización del tiempo libre o bajo el prisma educativo, se ha considerado cada vez más como un lugar de materialización de las expectativas turísticas. Así, la expresión de turismo cultural se ha convertido en la satisfacción de los territorios en crisis que terminarán siempre por encontrar un patrimonio que poner en valor o un festival que organizar. Esta importancia del turismo cultural se ha visto reforzada por la

Voces

Desarrollo del territorio como museo abierto

Carlos Sánchez de las Heras

Jefe del Servicio de Investigación y Difusión del Patrimonio Histórico. Dirección General de Bienes Culturales de la Consejería de Cultura. Junta de Andalucía

Desde la Dirección General de Bienes Culturales estamos convencidos de que la difusión y puesta en valor de nuestro patrimonio se ha configurado como una de las mejores herramientas para su tutela. En el Plan Económico Andalucía Horizonte 2000 se establecieron como objetivos garantizar el acceso de todos los ciudadanos a los Bienes Culturales y su utilización como recursos para el desarrollo social y referentes de identidad colectivos.

Esta nueva actitud ha inspirado la elaboración del II Plan General de Bienes Culturales, marco en el que se desarrollan la actuación administrativa y normativa en la actualidad en materia de Patrimonio. Las actividades de difusión y de divulgación de nuestro patrimonio son hoy asumidas como una necesidad ineludible, que dota de sentido a la actuación de la Administración Autonómica y sirve de nexo entre los elementos que constituyen ese patrimonio y la sociedad que los conserva, poniéndolos a disposición de ésta.

En este sentido se están planteando acciones de fomento que contribuirán a mejorar la accesibilidad, divulgación y difusión de nuestro patrimonio, y a mejorar igualmente la calidad de las visitas, lo que redundará en la adecuación de gran parte de los bienes que constituyen la riqueza patrimonial de Andalucía a conceptos tan en auge hoy como los relacionados con el desarrollo local, de forma que se rompa la tradicional concepción de carga económica para la sociedad que se tiene de los mismos y pasen a ser considerados como motor de desarrollo social y económico.

puesta al día de efectos cuantitativos importantes: así, el turismo museístico genera cerca de 40.000 empleos solamente en la ciudad de París¹. Todavía mejor, sus efectos esperados no son resultado del azar sino de la conjunción de fenómenos duraderos.

Las **transformaciones socio-económicas** constituyen el primero de estos fenómenos y se trata de la progresión de los niveles de vida reales bajo los que subyace una demanda creciente de ocio; del alargamiento de la esperanza de vida que alcanza hoy en día niveles jamás alcanzados hasta ahora (80,1 años para las mujeres y 73,7 años para los hombres), las jubilaciones cada vez más jóvenes y cada vez más protegidas vienen a inflar los efectivos de los visitantes; el crecimiento de los índices de escolarización y las duraciones medias de los estudios que tienden a facilitar el uso de servicios de distracción cultural; el aumento del tiempo libre del que una parte creciente está consagrada a la formación (40%) y al ocio (36%)².

La evolución del concepto o de la **función del ocio** constituye el segundo fenómeno explicativo de este aumento del turismo cultural. Si no nos limitamos sólo a algunas prácticas sociales anti-guas y selectivas, como las del "gran tour", el ocio tiene por función satisfacer las necesidades de descanso y distracción. Está regulado, definido por un período de tiempo específico y por espacios determinados. Además puede ayudar a neutralizar componentes antisociales y a valorar el modo de vida. Este planteamiento del ocio, que podríamos calificar de conservador, ha evolucionado bajo la perspectiva de otras interpretaciones, en especial el planteamiento regulador. El ocio no sólo constituye un sub-producto de la economía moderna, sino que se puede convertir en una salida y en una condición de buena regulación. El consumismo aplicado al ocio abre posibilidades de descubrimiento y realización individuales, sin garantizar la materialización. Algu-



nos irán más lejos en esta crítica, como Marcuse, para quien el ocio y la realidad no están en sintonía... Las actividades que tienden a aportar distracción no llegan jamás a sus objetivos... Estos placeres no lo son jamás porque se dirigen implícitamente en direcciones que no son las buscadas y hacen de los hombres personas menos libres de lo que piensan...³.

Para determinados observadores, la sociedad moderna valora todo lo que cambia y esta necesidad de evolución o de transformación penetra en todas las actividades, incluidas las de ocio. Lo que se busca aquí es lo transitorio, lo fugaz. Este planteamiento

El aumento en la utilización social del patrimonio, gracias a los nuevos hábitos de disfrute del tiempo libre y a la promoción del turismo cultural, ha favorecido el desarrollo de nuevos modelos de difusión pública de los recursos culturales y que contribuirán a aumentar el rendimiento social de las instituciones responsables de la tutela de esos bienes. Una sociedad más sensibilizada ante el patrimonio busca elementos atractivos para satisfacer en ellos sus necesidades de recreo y esparcimiento.

La puesta en marcha del Plan de Centros de Interpretación del Patrimonio en una dimensión local es perfectamente viable, proporcionando el soporte técnico para desarrollar museos de sitio, revelar el significado de lugares de importancia histórica, realizar itinerarios o recorridos para el conocimiento de una zona, o programar actividades con fines culturales que complementen el desarrollo de una comarca.

Mediante este Plan se contribuirá al desarrollo humano reforzando el sentido de lugar en los visitantes y revalorizando algunos aspectos de la propia identidad en los habitantes locales. Una presencia más activa de la población en la gestión y aprovechamiento social del patrimonio, mediante el desarrollo de una oferta de servicios complementarios (alojamiento, restauración, comercialización de productos...) alrededor del servicio básico, facilita la accesibilidad y la inteligibilidad del patrimonio. Así el desarrollo de un territorio como museo abierto implica un proceso a través del cual el territorio pasa a ser percibido como un producto cultural.

046 - 047

Debate e Investigación

¿Es el Patrimonio
un incentivo para
el desarrollo?

PH42 - Febrero 2003

alternativo de ocio está ilustrado por dos temas. El del carnaval, que celebra una liberación temporal del orden establecido en el que la cultura oficial se torna en burla y caricatura de forma grotesca para mostrar que no se puede establecer de otra manera que de esa. El del mirón de Baudelaire, que busca impresiones y emociones "paseando" y abriéndose también a numerosas sensaciones: para el mirón es una gran alegría instalarse en el corazón de los otros, en medio del fugitivo y del infinito... estar en el centro del mundo estando fuera... Ser un caleidoscopio consciente que revela y reproduce los movimientos... ser un "yo" con un apetito insaciable por ser un no-yo... ⁴. Con la sociedad posmoderna vemos también aparecer un determinado número de valores: la ampliación de los sistemas de comunicación, el feminismo, el ecologismo, la redistribución de los empleos a nivel mundial, etc., así como los valores que imprimen las prácticas turísticas. El turismo ha dejado de ser el sucedáneo o complemento de un valor principal, el trabajo, y ha adquirido un valor por sí mismo. Esta manera de hacer rehabilita al homo ludens frente al homo faber y ve en el turismo un campo de experimentación, de descubrimiento y de expansión por sí mismo. A ese respecto, tomarán un aspecto cada vez más práctico y de salida cultural.

Los operadores turísticos, como viven de gestiones de marketing, encuentran ahora en el turismo cultural el medio de aumentar el interés de los consumidores potenciales cansados de otro tipo de turismo. Considerado desde el punto de vista de las artes, ¿de qué nos podemos retirar actualmente?

Un primer debate nos lleva a la naturaleza de estos nuevos flujos de visitantes o de **usuarios de la cultura**. ¿Traducen una demanda expresa o comportamiento ocasionales que se someten a las manipulaciones y a los efectos de la moda? Un estudio sobre el **turismo cultural** ha puesto en evidencia tres tipos de personas^{5,6}. Los especialistas basan su práctica turística en una motivación directamente cultural y representan del 10% al 15% de las visitas registradas. Los turistas motivados no viajan por razones culturales pero aceptan modificar de manera significativa sus desplazamientos para acceder a prácticas culturales y representan del 30% al 40% en términos de visitas registradas. Por último los turistas ocasionales son personas de vacaciones que con ocasión de su estancia desarrollan prácticas culturales irregulares, en general en un espacio que no está a más de 50 Km. de su lugar de vacaciones y representan del 45% al 65% de las visitas registradas⁷. Los ocasionales no expresan tanto una demanda cultural sino que van empujados por los efectos de la moda o bajo la influencia de otros poderes influyentes. Esto puede provocar una desnaturalización de la demanda cultural en la medida en que los verdaderos instigadores serán los agentes locales que buscan llenar sus restaurantes o sus hoteles en vez de los propios usuarios locales entre sí.

Existe un segundo debate en torno a los efectos negativos de este desarrollo a largo plazo. La subida de precios a la que el desarrollo generado por el turismo cultural conduce puede inducir a especulaciones territoriales y de desplazamiento no deseable de la pobla-

⁴idem, p. 91

⁵Origet du Cluzeau Cl. (1998), Le tourisme culturel, Paris: PUF, Que sais-je? N°3389, p.14-15

⁶Amirou R. (1995), Imaginaire touristique et sociabilité du voyage, Paris: Presses Universitaires de France

⁷Observatoire National du Tourisme (1998), La fréquentation des lieux culturels et non culturels en France métropolitaine en 1991 et 1996, Paris, Analyses et perspectives du tourisme, N°51

ción⁸. Determinados barrios antiguos también se recomponen en detrimento de sus oficios artesanales y de su ambiente, con lo que todo el mundo sale perdiendo a largo plazo. En un marketing lógico, la sustitución de emplazamientos o de turistas "más" rentables en detrimento de otros emplazamientos o turistas "menos" rentables puede conducir a una privatización de los espacios artísticos, a una selección de sus accesos y a un despilfarro de las inversiones. Por último, a partir del momento en el que el número de turistas sea excesivo, el sitio puede ser objeto de degradaciones irreversibles, problema de la capacidad de carga. Esta capacidad se define como el número de turistas más elevado que puede recibir el lugar sin que la calidad de sus visitas disminuya, la integridad del lugar se vea alterada o la calidad de vida de los residentes afectada. Las prácticas de los turistas cuentan tanto como su número, lo que complica la definición de esta capacidad de carga.

Pero la verdadera cuestión es saber si dichas prácticas no se efectúan en detrimento de otras, empezando por la de los residentes locales. Cada vez más, los lugares artísticos son aquellos que permiten el encuentro de la comunidad. Se realizan en cualquier tipo de espacio público en una época en la que el jardín municipal, la iglesia o el mercado, están cayendo en desuso. O estas demandas potenciales de la población local pueden no corresponder a las de la maximización de los flujos turísticos. Tanto si se trata de condiciones de acceso, de entrada, de señalética, de organización interior de espacios como de las actividades que allí se realizan, asistimos a conflictos crecientes. La cuestión es saber si hoy en día no hace falta arbitrar entre las peticiones apenas compatibles y, a dicho respecto, cual es el interés a largo plazo de la comunidad.

Patrimonio, artesanía y desarrollo endógeno

En la economía contemporánea, la concurrencia entre bienes y servicios se efectúa tanto en términos de calidad como de costes. Esta calidad depende de la novedad tanto de los contenidos como de las formas, y esta novedad se remite a menudo a las fuentes artísticas. El mundo económico pide al mundo artístico distinción, novedad y originalidad para crear nuevos mercados y adquirir la potencia de significación que permita llevarlas a los participantes sin imaginación. Las actividades de creación se sitúan por tanto en el corazón de la economía contemporánea y asistimos a la urgencia de una creatividad difusa a partir de sectores productivos específicos (moda, diseño, audiovisual) y de relaciones de servicios (acogida, comunicación, experiencia e ingeniería). La actividad artística se convierte en un tipo de intelectualidad aplicada según una continuidad más que una ruptura⁹. Los **diseños y modelos de moda** oscilan permanentemente entre el arte y la industria, entre la creación y la reproducción y desde todos los tiempos los artistas han inspirado dicha moda. Tanto Raoul Dufy como la Bauhaus han inspirado nuevas modas, y un creador como Saint Laurent siempre ha reconocido la influencia de Mondrian y Braque en sus propias creaciones ^{10, 11}.

⁸ Origet du Cluzeau Cl. (1998), Le tourisme culturel, Paris: PUF, Que sais-je? N°3389, p. 79-80

⁹ Bernié-Boissard C., Dreyfuss L. & Nicolas-Le Strat P. (1999), Ville et emploi culturel, Le travail créatif-intellectuel dans les agglomérations de Nîmes et Montpellier, Université Paul Valéry: ARPES, p. 96

¹⁰ Waquet D. & Laporte M. (1999), La Mode, Paris: PUF, Collection Que sais-je?, N°3426, p. 37

¹¹ idem, p. 40

¹² Ministère de la culture (1998), Les designers textile et surface, Paris: Département des Études et de la Prospective, p.17

¹³ Las actividades de la porcelana habían ido abandonando poco a poco el centro de la ciudad, y las tiendas les fueron siguiendo, de tal manera que no quedaba ningún testimonio vivo de la actividad que había dado renombre mundial a la ciudad en el seno de ella

¹⁴ Greffe X. (2002), La dimension économique du patrimoine, Rapport au ministère de la Culture, Direction du Patrimoine et de l'Architecture, Paris, Chapitre 1

El diseño se considera como una disciplina destinada a la creación de objetos ambientales, obras gráficas... al mismo tiempo funcionales, estéticas y conformes a los imperativos de la producción industrial ¹². Como factor de competitividad de empresas, es válido por su capacidad de poder diferenciar los distintos productos y valorar las marcas correspondientes. Como trabajo de concepción, se aplica tanto al objeto como a su diseño.

Este desarrollo de las actividades artísticas a beneficio de la creación lleva a reorganizar **organizaciones culturales clásicas**. Algunos museos se movilizan para entrar en sinergia con las redes de empresas, que consideran que la conservación de los modelos y de los productos es esencial e intentan para ello explorar su patrimonio. Se pueden dar varios ejemplos de museos como por ejemplo, en Francia, el Museo de las Artes del Fuego en Limoges o el Museo del Folklore en Moulins.

En Limoges, un polo económico del patrimonio ha sido creado asociando las empresas de porcelana o de esmalte con los responsables de los museos que presentan los patrimonios correspondientes (tanto museos de empresas como museos clásicos) y las tiendas de venta. A priori, se trata de ver cómo sacar partido de este patrimonio enriqueciendo las actividades de creación de las empresas o presentándolo a los visitantes y turistas. Pero este polo va más lejos porque permite redefinir el urbanismo de la ciudad reorganizándolo alrededor de dichas actividades y volviéndolo

le a otorgar una imagen fuerte y atractiva a los ojos de sus residentes y de sus visitantes¹³. En Moulins, la apuesta es un poco diferente porque la tradición de los vestidos se diluye entre otras actividades, de las que la mayor parte se cuestionan. La ciudad ha decidido por lo tanto organizarse para recibir las colecciones de los vestuarios de los teatros nacionales, colecciones considerables, haciendo de este nuevo museo un lugar de reflexión y de investigación sobre la vestimenta y, si es posible, un catalizador de pedidos específicos para las empresas locales.

El patrimonio permite también apoyar un gran número de **artesanías** que están lejos de ser marginales. En efecto, las artesanías no se sitúan solamente hoy en día en el sector tradicionalmente definido del patrimonio. Las encontramos en todas las ramas de la economía donde participan en la puesta en marcha de nuevas referencias, nuevos programas y nuevos diseños. En un estudio reciente hemos intentado estimar el peso de la artesanía relacionada con la conservación y difusión del patrimonio en Francia, partiendo de la hipótesis de que la artesanía no estaba aislada en las empresas de artesanía tradicionalmente declaradas como tales, sino que se encontraba también en las empresas textiles, de muebles, de prensa escrita o audiovisual, de juguetes, etc. Adoptando parámetros estadísticos muy estrictos, hemos llegado a los resultados siguientes: cerca de 150.000 empleos asumen una actividad artesanal en las empresas que no se presentan oficialmente como empresas de artesanía, que reagrupan, de acuerdo con las socie-

Información

¿Se olvidaron del patrimonio cultural en Johannesburgo?

Nos llama poderosamente la atención que algo tan obvio para nosotros, los profesionales del patrimonio, como es la importancia del patrimonio cultural y su clara relación con el desarrollo sostenible, no haya merecido ni una simple mención entre los 37 puntos que componen la Declaración de Johannesburgo sobre Desarrollo Sostenible¹.

Esta Declaración, fruto de la Cumbre del mismo nombre organizada por la Naciones Unidas en Sudáfrica, del 26 agosto al 4 de septiembre de 2002, que se celebró diez años después de la famosa Cumbre de la Tierra o de Río de Janeiro, de 1992, donde se popularizó el concepto del desarrollo sostenible, es una de las más importantes celebradas en los últimos años.

En el Plan de Aplicación de las Decisiones de la Cumbre de Johannesburgo, documento de 80 páginas que acompaña a la Declaración, sólo nombra al patrimonio cultural en el capítulo cuarto, sobre la protección y gestión de la base de recursos naturales del desarrollo económico y social, en el punto 42-e, referido a los ecosistemas montañosos, donde invita a incorporar al patrimonio autóctono en todas las iniciativas de desarrollo. La otra mención es en el punto 43, dedicado al desarrollo sostenible del turismo, que hace referencia al mantenimiento de la integridad cultural, en concreto el punto b, donde se cita relacionado con el fomento de un ecoturismo respetuoso con el patrimonio cultural.

Estas ausencias o escasez nos plantea una reflexión: ¿nos olvidaron ellos?, los responsables del medio ambiente y del desarrollo, o bien no nos dimos por convocados nosotros, los defensores de la dimensión cultural del desarrollo.

¹ Para más información se puede consultar el **Informe de la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible** (<http://www.un.org/spanish/conferences/wssd/>)

048 - 049

Debate e Investigación

¿Es el Patrimonio
un incentivo para
el desarrollo?

PH42 - Febrero 2003



dades de promoción de la artesanía, a unos 130.000 empleados¹⁴. Dicho de otra forma, el número de tareas artesanas es dos veces más importante que el esperado y, quizás más importante todavía, su efecto es mucho más estratégico que el supuesto. Retomemos como ejemplo el de los oficios del patrimonio. En Francia, el sistema del patrimonio está asociado a una conjunción de monumentos-museos-bibliotecas y más de 60.000 personas trabajan en él. Ahora bien, los trabajos relativos a su mantenimiento y a su conservación movilizan a cerca de 40.000 personas que representan casi todas las categorías de los oficios artesanos (ceramistas especializados, escultores en piedra, tejedores de hilo de oro, etc.). A esto se añaden los artesanos mencionados anteriormente y llegamos así a un total que sobrepasa con creces las 250.000 personas, es decir, 4 veces más que lo que se considera como empleo de patrimonio. Además, cuando analizamos los empleos relacionados con las repercusiones turísticas del patrimonio llegamos a una cifra del orden de 140.000. Dicho de otra manera, las repercusiones en el empleo de las profesiones artesanales son comparables a las repercusiones turísticas, mientras que los mismos responsables y elegidos que se extasían ante las repercusiones del turismo llamado cultural, en términos de dueños de cafeterías, mesoneros y guías ignoran completamente las profesiones artísticas...

Estas profesiones, consecuencia directa de la existencia del patrimonio y de las condiciones de su conservación, presentan tres características:

> La artesanía genera conjuntamente valores de existencia y valores de uso: valores de existencia en aquellos que mantienen y renuevan un patrimonio que será transmitido de generación en gene-

ración y consolidará su capacidad de originalidad y de desarrollo; valores de uso en aquellos que incorporen sus conocimientos y sus competencias en las producciones que, en respuesta a necesidades inmediatas, suscitan empleos y valores añadidos. Si la producción de valores de uso revela más bien gestiones específicas o de puesta en red, la producción de valores de existencia supone una auténtica sinergia social entre las distintas profesiones artesanas. Nos encontramos en presencia de efectos externos y de coordinaciones por parte de los actores o de los poderes públicos dependiendo de si son necesarios o no para que la fragilidad de determinadas artesanías no influya negativamente en su capacidad colectiva.

> Como los distintos oficios artesanales viven de modelos de creatividad y de calidad, deben hacer frente al desafío que constituye cubrir los gastos frente a la incertidumbre de la demanda. La artesanía nunca sabe cuánta demanda habrá y ni siquiera si existirá; mientras que deben comprometerse en procesos largos de reflexión, de ensayo y de puesta en marcha de sus productos. Aquí no dispondrán siempre de mecanismos de seguros o de cobertura de riesgos de los que se benefician las empresas fondistas (capitalistas). Deben inventar formas de marketing distintas que se basen en la cooperación de los productores y en diálogo directo con los usuarios, temas que han desaparecido desde hace mucho tiempo de la principal corriente económica.

> Esta tensión permanente entre la creación y la incertidumbre lleva a que el mismo artesano se convierta en empresario. Estos conocimientos y competencias constituyen un capital esencial que le ha sido incorporado e incluso aunque entre a formar parte de combinaciones productivas más grandes, de otros conocimientos y de otras competencias, sigue siendo empresario. Es el

Voces

Hacia una gestión creativa del Patrimonio

Jordi Padró Werner

STOA, propuestas culturales y turísticas

Hay que reconocer que en la última década ha habido un avance substancial en el planteamiento de nuevos enfoques para promover el uso social de los recursos culturales y naturales, basados en los conceptos de planificación estratégica, desarrollo sostenible e interpretación del patrimonio. Y hay que constatar también que los debates más innovadores en el ámbito patrimonial hoy en día se centran en el papel que juega, puede o debe jugar el patrimonio en su contexto territorial y social. En este sentido, el reto actual es, a nuestro entender, cómo integrar los proyectos de puesta en valor del patrimonio cultural y natural en las

estrategias y las políticas de ordenación y desarrollo territorial, de acuerdo con la filosofía que recoge la Declaración de Postdam¹.

Pero a pesar de estos nuevos enfoques teóricos, hay que reconocer que tenemos todavía un largo camino por recorrer. En España todavía se mantienen estructuras de organización y gestión del patrimonio decimonónicas; el patrimonio sigue siendo gestionado a menudo con una perspectiva elitista, desde organizaciones centralizadas y burocratizadas; perduran segmentaciones academicistas y fronteras corporativas entre distintas tipologías de bienes y equipamientos patrimoniales; existe poca confianza en la sociedad civil y los grupos de acción local de los programas de desarrollo rural – que han sido los auténticos laboratorios para la innovación y el desarrollo local del patrimonio – derivan hacia un control político que poco tiene que ver con el principio de la subsidiariedad. Y mientras tanto, se confunde la interpretación del patrimonio con la creación de pequeños centros mal llamados “de interpretación”, y proliferan proyectos inconexos e inviables, sin una visión realmente territorial. Y no se hace hincapié en el aspecto fundamental: la gestión.

Cooperativa de flores secas. Benalauria, Málaga
Modelo de cooperativismo artesanal en Andalucía
Foto: Pilar Tassara

Arquitectura tradicional. Sierra de los Filabres, Almería
Foto: Pilar Tassara



que reconoce el derecho de la propiedad intelectual quien poco a poco y a través de dispositivos variados según los países ve en el artesano un artista y le reconoce los derechos morales y pecuniarios, al mismo tiempo que no registra necesariamente sus patentes. Es por ello por lo que la formación de artesanos debe organizarse actualmente alrededor de la adquisición de numerosas competencias artísticas, técnicas, de gestión, empresariales, lo que define sus nuevos desafíos para su formación.

Lejos de parecer una especie en vías de extinción, los oficios artesanos y los relacionados con el patrimonio reflejan al contrario, la naturaleza más específica y más prometedora de la economía contemporánea. Es la **economía de la creatividad** con sus competencias y sus desafíos. Algunos han deducido un poco rápido que asistimos actualmente a la estetización de la economía y que pronto todo será más o menos cuestión de arte. Es bien osado y no tiene ninguna razón de ser que los resortes profundos de la economía capitalista, como la estandarización y la captura de las economías de escala, se vayan a detener ahí. Pero testifican que hoy las ventajas comparativas se buscan en las producciones que relacionan el patrimonio, la creatividad y la profesionalidad y se intentan satisfacer las fuertes demandas de diferenciación. En una economía posmoderna, la sociedad se convierte en una red flexible de lenguas, y el homo economicus construido sobre el egocentrismo hedonista deja su lugar a un individualismo nómada. Los modos de consumo propios de los grupos sociales se disuelven y asistimos más bien a un espectáculo de miles de grupos que son todos de vanguardia a su manera y que buscarán productos que den más sentido. Lejos de ejercer su papel en las franjas de la economía, el patrimonio y la artesanía lo asumen más allá de un número cada vez mayor de entidades y empresas.

Por todo ello, entendemos que es imprescindible ahondar en el concepto de gestión creativa del patrimonio y en sus ingredientes fundamentales: consenso y participación social, subsidiariedad, planificación estratégica y cultural proyectual, sostenibilidad, incidencia en la calidad de la experiencia del visitante, diversificación de las formas de financiación, reinversión en la mejora del patrimonio y contribución efectiva al desarrollo local y a la creación de empleo. No nos engañemos con la abundante bibliografía que en la última década hemos generado: la realidad todavía dista mucho de la teoría. Hay que seguir trabajando.

¹El Consejo de Ministros responsables de la planificación territorial de la Unión Europea, reunido en Postdam en mayo de 1999, aprobó el trascendental documento de la Perspectiva Europea de Desarrollo Espacial (ESDP). En este documento, la salvaguarda y la puesta en valor del patrimonio cultural y natural se cuentan entre las principales líneas de actuación comunitarias para avanzar hacia un desarrollo sostenible y equilibrado de los territorios de la Unión Europea. La ESDP destaca la importancia del patrimonio en la configuración de las identidades territoriales europeas y la necesidad de aplicar criterios de "gestión creativa" para su puesta en valor.

¿Cómo movilizar el patrimonio para el desarrollo?

Frente a las numerosas dimensiones de las utilidades del patrimonio, se deberían seguir cuatro reglas para procurar que el desarrollo del patrimonio contribuya al del territorio en el que está situado.

> **No hay renovación sin diálogo social:** Todas las valoraciones del patrimonio ponen de relieve importantes conflictos potenciales entre los distintos actores económicos y sociales: entre demandantes de patrimonio y solicitantes de reutilización del sistema territorial para otros fines posibles; entre turistas y usuarios locales; entre titulares de derechos de propiedad y titulares de derechos de uso; entre titulares de derechos de propiedad y actores que pretenden limitar los derechos del desarrollo correspondiente, etc. Es difícil considerar por tanto que una operación de renovación y de conservación del patrimonio se pueda coronar con éxito si cristaliza los conflictos allí donde debería apoyarse en un consenso mínimo. No se trata de caer en una visión angelical y considerar por ejemplo que los que tienen interés en la desaparición de un patrimonio renunciarán a ello. Pero más vale inscribirse en la perspectiva de búsqueda de un acuerdo mínimo.

Supongamos que una estrategia de tipo "conservacionista" se pone en marcha; cinco tipos de partes interesadas jugarán un papel esencial y definirán también el campo de gobierno. Las primeras son las partes interesadas en el desarrollo territorial, son los propietarios o promotores. Los segundos son los actores, técnicos o profesionales del sistema de conservación. Portadores de otra lógica, a menudo están lejos del nivel local y tendrían dificultades para hacerse pasar por actores locales de intereses a largo plazo antes de intereses a corto plazo. Los terceros, son los residentes locales que pueden estar preocupados o no por la conservación según el uso que se haga de ellos y que corren el riesgo de todas formas de ser contribuyentes. Los actores económicos (empresas, artesanos, asociaciones, organismos consultores) constituyen también una parte interesada, tanto más cuanto que tienden en general a la utilización cada vez mayor de dicho patrimonio en beneficio de los usuarios exteriores en esa zona. Los últimos son los electos: sirven de mediadores en relación a los intereses precedentes y por tanto están en condiciones de proponer los equilibrios, sin embargo les hace falta razonar a largo plazo y dominar la fatalidad del desarrollo económico.

> **No hay patrimonio sin uso:** La inscripción de las operaciones de conservación del patrimonio en un diálogo social implica precisar el uso de los recursos patrimoniales conservados. El hecho mismo de no precisarlos deja pendiente el problema con todas las consecuencias polémicas que podemos esperar. Existe otra razón para precisar el uso futuro del patrimonio y hacer más difícil la obtención de los medios financieros necesarios para la perpetuación del patrimonio. El ejemplo del Grand Palais en París ilustra perfectamente este problema. Construido a raíz de la Exposición Universal

050 - 051

Debate e Investigación

¿Es el Patrimonio
un incentivo para
el desarrollo?

PH42 - Febrero 2003

de 1900, no lo “destruyeron” los años posteriores pero siempre ha existido un debate cargante sobre su uso, así como sobre su financiación. Se le han dado muchos usos a este monumento pero es interesante constatar que hoy nos encontramos en un punto muerto, el debate sobre los usos choca con la disminución creciente de los recursos financieros consagrados a su rehabilitación.

A partir de ahí, podemos concebir evidentemente varios usos y los conflictos intervendrán menos cuando se trate de definir un uso totalmente distinto del que había presidido su nacimiento pero que ha desaparecido que cuando el nuevo uso quede en concurrencia con el uso de partida. Muchas ciudades de Europa y de América del Norte conocen actualmente el problema de la conservación de las iglesias que no se utilizan y de las cuales algunas han dejado de utilizarse, comenzando por el caso ejemplar de Montreal. Pero el problema no es tanto que la iglesia han perdido toda la utilización para el culto, sino que es más bien que buscamos nuevas “transacciones” entre dicha utilización para el culto y otras utilidades.

> **Ampliar la noción de empleo patrimonial:** A imagen de la economía de la cultura, el patrimonio se considera demasiado a menudo un sector por sí mismo y la demanda que aquí se hace se considera un consumo final o derivado. Ahora bien, las actividades patrimoniales permiten a toda una serie de actividades obtener los recursos necesarios para la producción de sus bienes y servicios o la mejora de su calidad. El patrimonio es objeto de un consumo intermedio. En determinados casos, este vínculo no está demasiado extendido tal y como testimonian el sector de la artesanía o industrias creativas. En otros casos, los vínculos son mucho menos fuertes. Pero su calidad puede garantizar numerosos empleos incluso fuera del sector patrimonial.

> **Ampliar las referencias del cálculo económico:** Dentro de este diálogo, procede únicamente establecer los beneficios a priori o a posteriori que pueden derivar de estas operaciones de conservación. Entre los a priori, encontramos el aumento de empleo, de ingresos, de refuerzo de cualificaciones de todos aquellos que participan en dichas operaciones; entre los a posteriori, encontramos las ganancias en condiciones de vida mejoradas, en turismo cultural, en inserción social y en desarrollo local. Pero junto a estos beneficios económicos posibles, queda el problema de saber cómo elegir los activos patrimoniales que podrán o deberán ser conservados, sabiendo que pueden existir divergencias entre el valor económico y el valor cultural. No se puede afirmar, en efecto, que los análisis de impacto que podríamos efectuar sobre una base puramente económica no se volverían en detrimento de los elementos de patrimonio que ofrecen justamente el mayor valor cultural posible.

Bibliografía

CAVES, R. *Creative Industries: Contracts between Art and Commerce*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 2000

COWEN, T. *In Praise of Commercial Culture*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1998

ECO, U. *Entretiens sur la fin des temps*. Paris: Fayard, 1998

FELDSTEIN, M. (ed.) *The Economics of Art Museums*. Chicago: University of Chicago Press

FREY, B.S. *Arts & Economics: Analysis and Cultural Policy*. Berlin: Springer-Verlag, 2000

GREFFE, X. *Arts et artistes au miroir de l'économie*. Paris: Editions de l'UNESCO, 2002

GREFFE, X. *Managing our Cultural Heritage*. London & Delhi: Aryan Books, 2001

GREFFE, X. “Cultural activities as a driver for development” in *Planning for Cities: The Case for Krakow*. Paris: OCDE, 2000
“The role of Heritage in the development of cities”. OECD, Forum, Cracovie, 3-4 Septembre

GREFFE, X. *La gestion du patrimoine culturel*. Paris: Anthropos-Economica, 1999. *L'emploi culturel à l'âge du numérique*. Paris: Anthropos, 1999

GREENFIELD, J. *The Return of Cultural Treasures*. Cambridge: Cambridge University Press, 1996

MALARO, M. *Museum Governance: Missions, Ethics, Policy*. Washington: Smithsonian Institution Press, 1994

MARORELLA, R. *Corporate Arts*. New Brunswick, N.J.: Rutgers University Press, 1990

MOSSETTO, G. *L'economia delle città d'arte*. Milano: Etas, 1992

WALLE, Alf. H. *Cultural Tourism: A Strategic Focus*. Boulder: Westview, 1998