

La economía política del patrimonio cultural en el tiempo del desarrollo sostenible

Xavier Greffe

Autor

Profesor de economía en la Universidad Paris I – Sorbonne, dirige el Doctorado en Economía de las Artes. También es profesor asociado del Graduate Research Institute for Policy Studies, en Tokio, y profesor adjunto en la University of Technology de Auckland. Ha sido investigador asistente en Los Ángeles (UCLA) y profesor en París XIII, Argel y París I. Durante doce años (1982-1994), ha trabajado en la Administración francesa como Director de Nuevas Tecnologías en el Departamento Nacional de Educación, así como director de Capacitación y Aprendizaje en el Departamento de Trabajo y Empleo.

Palabras clave

Patrimonio. Desarrollo. Economía. Cultura. Sostenibilidad. Comunidad

Key words

Heritage. Development. Economics. Culture. Sustainability. Community

Resumen

Este artículo analiza el valor del patrimonio como elemento del desarrollo sostenible; realiza un análisis doble de las diferentes lecturas o visiones del patrimonio y de la necesidad de una nueva visión en la sociedad contemporánea, y plantea la necesidad de orientar la gestión del patrimonio hacia los escenarios futuros en los que los cambios sociales van a generar nuevas perspectivas y necesidades.

A partir de las evoluciones históricas sobre el valor del patrimonio para los estados nación y su incorporación como bienes y servicios culturales, el artículo plantea nuevas perspectivas que denomina el patrimonio como rizoma, ampliando las perspectivas de las personas, comunidades y sociedades ante los cambios en nuestras relaciones entre práctica individual y patrimonio.

Desde el análisis más económico del valor del patrimonio, presenta la visión del patrimonio como un producto para el turismo y la búsqueda del valor añadido. Asimismo realiza una crítica a estos modelos y destaca la necesidad de encontrar un equilibrio entre la función económica del desarrollo del patrimonio y su valor simbólico para la sociedad civil.

Abstract

This article discusses the value of heritage as a component of sustainable development makes an analysis of the different readings or visions of heritage and the need for a new vision in contemporary society. It also suggests the need to guide the management of the assets to future scenarios in which social change will generate new perspectives and needs.

From the historical evolution of the value of heritage for nation states and their incorporation as cultural goods and services, the article proposes new perspectives that define heritage as Rhizome, widening the prospects of individuals, communities and societies to changes in our relationships between individual practice and heritage.

From the economic analysis of the value of heritage, the author presents a vision of heritage as a tourism product and the search value. It also makes a critical look at these models and emphasizes the need to find a balance between the economic role of heritage development and its symbolic value to civil society.



La existencia de un vínculo positivo entre el patrimonio cultural y el desarrollo parece evidente. Desde hace casi treinta años los actores sociales, los científicos y los políticos señalaban que la concentración de bienes culturales puede ayudar a superar muchas dificultades. Al surgir la crisis del petróleo de los años setenta, muchas ciudades trataron de restablecer la confianza de sus poblaciones modificando el estado de su patrimonio tangible para mejorar la calidad de vida. En la década de los noventa, cada vez más gobiernos se dieron cuenta de que las industrias que dependían del patrimonio cultural eran creativas y podían compensar la desaparición de los empleos en unos sectores tradicionales. En la primera década de este milenio, los debates organizados por la Unesco destacaron la importancia del patrimonio inmaterial para desarrollar sectores que no son tradicionalmente culturales pero que pueden movilizar las habilidades o el *savoir-faire* para un mejor desarrollo económico y social.¹

Desde este punto de vista, el éxito del Guggenheim, del Museo del Louvre, del diseño creativo en Brasil, Camerún o Japón son ejemplos que demuestran la potencia económica y social del patrimonio cultural.

Pero las cosas no son tan sencillas. Junto al éxito espectacular, hay también muchas dificultades y fracasos. Por una parte, las comunidades locales se enfrentan a limitaciones financieras que les obligan a reducir drásticamente las contribuciones a las actividades de conservación y valorización del patrimonio cultural. En ciertos países, como por ejemplo los Estados Unidos, los museos experimentan dificultades sin precedentes que les presionan a malvender sus colecciones. Después de un tiempo en el cual el patrimonio era considerado como una panacea, nos enfrentamos ahora a un periodo de dudas. Además de incertidumbres sobre el impacto positivo del patrimonio en épocas de crisis, hay problemas de método, definición y evaluación.

Por otra parte, cuando estudiamos el patrimonio desde el punto de vista del análisis económico,² estos interrogantes son de orden metodológico. Dos elementos de tratamiento dan al patrimonio una visión bastante cerrada. De una manera natural, el patrimonio está considerado como un recurso excepcional a partir del cual podemos crear servicios y empleos. Por más que intentemos ampliar el potencial de estos servicios, la economía del patrimonio será siempre considerada como una renta. Por otro lado, los servicios patrimoniales están considerados como servicios superiores a los que se compran cuando las necesidades fundamentales, tales como la vivienda, la salud, etc., están cubiertas. Este tratamiento metodológico excluye la economía del patrimonio, sobre todo en tiempos de crisis, cuando hay que proceder a importantes arbitrajes.

Detrás de estos tratamientos hay la idea según la cual el vínculo entre el patrimonio cultural y el desarrollo sostenible no es tan evidente. La economía política siempre fue una economía que ha tenido por objetivo aumentar el bienestar. Dentro de esta economía política, nos enfrentamos a una oposición entre dos tendencias: los que consideran que resulta de un 'juego' entre 'los hombres y la naturaleza', y los que consideran que es el resultado de un combate entre los hombres y la naturaleza mediatizado por las relaciones entre los hombres. Actualmente, aunque se debata sobre el concepto de escasez y la necesidad de revisar el programa de desarrollo a la luz de las dimensiones sociales y económicas, estas dos tendencias siguen relegando el patrimonio cultural. La primera, porque cree que el patrimonio es una herencia o una renta, lo que no justifica tantos gastos en relación con otros proyectos; la segunda, porque el patrimonio no es una prioridad para el bienestar.

De una manera más personal, pensamos que el desafío metodológico es que siempre consideramos el patrimonio cultural como un puente con el pasado y no con el futuro, lo que crea un desafío para un campo de conocimiento que funciona más para la producción del futuro que para la reproducción del pasado. Hoy en día el haber superado ese abismo recalando que el patrimonio es una fuente de servicios no parece suficiente porque significa que el patrimonio entra en el debate de una manera colateral, seguramente como última rueda del desarrollo sostenible. El desafío consiste en considerar el patrimonio como un campo de creatividad económica y social, de tal manera que sea tomado en cuenta como relevante para nuestro desarrollo económico y no como una inversión marginal.

Para demostrarlo, partiremos de una hipótesis simple y poco explotada sobre la relación entre el patrimonio y la imagen, y propondremos una economía del patrimonio inspirada en la economía de las imágenes. Recibimos un patrimonio cultural como una 'imagen', y el papel de ese patrimonio depende de cómo analicemos y utilicemos estas imágenes.³ Nos enfrentamos aquí a tres maneras de recibir, considerar y utilizar la imagen de patrimonio: como un recuerdo único incorporado a una materia (una medalla o un monumento); como un flujo continuo (un viaje o una aventura). o como una oferta que podemos modificar y reenviar a otros (e-patrimonio). Cada una de estas vertientes destila una visión diferente del patrimonio, de su valor, de su tratamiento metodológico.

- El efecto del patrimonio como imagen grabada en una materia (una medalla, un monumento) depende de la impresión que produce en nuestra mente y en nuestra personalidad, y de la manera en que consideremos a los otros. El valor del patrimonio es un valor existencial: contribuye a nuestra capacidad reflexiva y a la construcción de los vínculos sociales que necesitamos.

1 GREFFE X. (2005). *Culture and Local Development*. París: OCDE.

2 GREFFE X. (2001). *Managing Our Cultural Heritage*. Nueva Delhi: Aryan Books International.

3 BREA J. L. (2010). *Las Tres Eras de la Imagen*. Madrid: Akal/ Estudios Visuales.

El patrimonio se trata entonces como un bien de tipo colectivo.

- Cuando entendemos el patrimonio como una sucesión de imágenes, cada uno puede elegir e utilizar la que quiera y está dispuesto a pagar por ellas. Implanta entonces una capacidad económica que crea empleos e ingresos. O sea, el patrimonio se ve como una fuente de valores de uso. Es la visión dominante que tenemos hoy del patrimonio cultural, seguramente esta dimensión es la que explica mejor la contribución del patrimonio al desarrollo. El patrimonio se trata entonces como un tipo de bien privado.

- Resulta más sorprendente realizar una analogía entre imágenes electrónicas y el patrimonio cultural. Sin embargo, disfrutamos de una proliferación de expresiones y referencias patrimoniales. Esa difusión es casi instantánea y podemos no solamente recibir las imágenes sino modificarlas, enriquecerlas y enviarlas a otros, transformando recursos patrimoniales a partir de una comunidad digital, comunidad que producirá otras referencias patrimoniales. La analogía con el proceso del rizoma es relevante, pues tenemos mezcla y síntesis de patrimonios de diferentes fuentes y diferentes edades. El valor que esperamos de esta recepción y del uso del patrimonio es mejorar nuestra propia creatividad, y el patrimonio se trata entonces como un tipo de bien común. Lo que denominamos patrimonio no vale tanto por la transmisión, el almacenamiento o la reproducción de un pasado significativo o útil, sino como por la conciencia de las creaciones. Una economía de escasez, en términos de objetos o saberes, se convierte en una economía virtual abundante en referencias e ideas, la cual ofrece un potencial creativo en la economía real.

Naturalmente, asistiremos a interposiciones entre estos tres niveles, y es la perspectiva que se deriva de estas intersecciones la que permitirá considerar el patrimonio cultural no sólo como un recurso excepcional recibido del pasado, sino como la base de la creatividad económica, social y ecológica que necesitamos hoy.

Patrimonio medalla, valor de existencia y bien colectivo

En general, todas las acciones implementadas para el patrimonio cultural tienen como voluntad la de dar una imagen que crea efectos de conciencia colectiva. Cuando Riegl utiliza el término de *culto moderno de los monumentos*, subraya la importancia que algunos monumentos podrían representar para las comunidades, tanto por su valor simbólico, como por su valor de recuerdo y su valor de antigüedad. Pero el principio general en este caso es transmitir una señal de

experiencia común, muy frecuentemente a través de la representación del poder que maneja esa vida común.⁴

Monedas, bajorrelieves, estelas y monumentos cristalizan una imagen catalítica en una materia, e impregnan nuestro pensamiento con la idea de un futuro común que vuelve en el tiempo y en un pasado común. De algún modo, expresan el deseo de organizar un tipo de sostenibilidad. Esa promesa de existencia colectiva tiene significados diferentes, dependiendo del contexto histórico, social o religioso. Además, ese proceso depende de técnicas capaces de transformar lo efímero en permanente. La imagen, al final, se materializa en un asunto donde la conservación se convierte en un fin en sí.

Ahora esa imagen se manifiesta como expresando un pasado, un pasado continuamente renovado, de ahí viene la necesidad de incorporar la prueba de autenticidad a la función de conservación. Es, por tanto, contrariamente a lo que se dice, una memoria corta, una memoria ROM, porque se encuentra encapsulada en el patrimonio que apareció en algún momento. Ese efecto memoria incluye no sólo la imagen sino el trabajo que se produjo a través del tiempo.

El valor de esa imagen es su existencia misma, es un valor de existencia que nos indica la «cohesión» cultural, construida o forzada, de una comunidad o de un territorio. Existe por sí misma, independiente del uso que pueda hacerse o de otros usos de tipo turísticos. Se intenta comunicar a los miembros de una comunidad algo que trasciende sus restricciones y se acerca a ellos.⁵ Así el patrimonio muestra una dimensión más política que estética. Esta última noción de estética no desaparece, sino que se presenta como un factor entre otros, a través de un incesante arbitraje del marco del patrimonio entre lo que es ejemplar y lo que es identidad. Este arbitraje es complejo, ya que confundirá criterios políticos y artísticos. Los límites del patrimonio vuelven a depender entonces de preferencias políticas y de conocimientos de los especialistas, cada uno obrando en nombre de los ciudadanos. La ley se convierte en un acto experto, y la expresión de *ley experta* sintetiza bien esta alquimia entre los objetivos políticos y los conocimientos científicos. Los movimientos asociativos y las organizaciones de la sociedad civil a menudo se ven excluidas en este proceso, y para ellas este proceso de determinación del patrimonio a partir de la identificación de un valor de existencia entre otros es un problema permanente, pues expresa generalmente demandas que no son las de la mayoría política o del conocimiento académico. Cuando se trata de patrimonio, se olvida a menudo definir si hablamos del patrimonio protegido o de un concepto más general de patrimonio, a fin de esquivar el conflicto que resulta de la elección de patrimonios, unos contra otros.

4 RIEGL, A. (1984). *Le culte moderne des monuments*. Paris : Le Seuil.

5 WHYTE W. (1968). *The Last landscape*. University of Pennsylvania

El problema es que la valorización del patrimonio necesita aquí coaliciones y que esas coaliciones han de resolver contradicciones. La multiplicidad de las categorías de protección, de las listas, de las etiquetas privadas o del uso de términos genéricos como *patrimonio vernáculo* expresa esas dificultades. Se puede entonces decir que cuando existe un derecho *del* patrimonio no es tanto un derecho *al* patrimonio.⁶

La consecuencia de esa percepción del patrimonio —un valor de existencia sin valores específicos de uso— es que el patrimonio debe manejarse como un bien colectivo. Aquí se reúnen las dos vertientes de la economía del bien colectivo. Por un lado, el bien es colectivo porque políticamente su existencia es importante para una colectividad entera y todos deben disfrutar de su existencia. Por otro lado, el bien es colectivo porque su existencia no está comprometida por un uso privado y exclusivo de una persona o una institución. Las versiones de la antigua economía del bienestar (un bien para todos) y de la nueva economía del bienestar (un bien que nadie puede consumir a expensas de otros) se confunden para crear un modelo de negocios específico: es el papel de los gobiernos centrales y locales cuando financian su conservación y su exposición.

Sea cual sea la fuerza de esa construcción, necesitamos saber si hoy en día es relevante. Los europeos iniciaron el moderno culto a los monumentos, eran tiempos en los que las naciones se iban constituyendo en estados. Los debates fueron numerosos, sin embargo la elección de un patrimonio protegido era paralela a la constitución de una nación organizada alrededor de unas referencias dominantes.⁷ Actualmente, esa visión sigue vigente, pero está más fragmentada y más controvertida. Una prueba de ese movimiento es la identificación de un «súper-patrimonio», el patrimonio de la humanidad, para un «súper-ciudadano», el habitante del planeta tierra. Pero al mismo tiempo, en muchos debates a escala regional, estatal o local, la gente, al ser interrogada sobre cuál es su patrimonio, contesta a menudo: ¡mi calle!⁸

Otra manera de considerar el papel del valor de existencia del patrimonio puede encontrarse en el concepto de *capital social*. Hoy está de moda decir que nuestro futuro depende de nuestra capacidad de organizarnos colectivamente, y es esa calidad de los vínculos que tenemos con los otros a lo que llamamos capital social. Entonces, el hecho de exponer imágenes debe considerarse como una oportunidad de crear reflexividad. Presentarnos ante un espejo es la oportunidad de cuestionarnos a nosotros mismos y a nuestra capacidad de vivir con los demás. Esta visión

de capital social ha sido desarrollada ampliamente durante las dos últimas décadas. En 1995, en su libro *Bowling Alone*, Putnam subrayó la dramática caída del capital social en América en una época en la que los lugares tradicionales de encuentro entre los americanos se estaban desertificando, lo que dejaba sobrevivir una multiplicación de comportamientos individuales. Entonces, la confianza recíproca que se necesitaba para implementar nuevos proyectos iba desapareciendo.⁹ Poco después, Fukuyama insistía en el hecho de que esa pérdida de confianza dependía de la disolución de valores o normas colectivas que pueden transmitirse de generación en generación,¹⁰ hecho también mencionado por Stiglitz en sus trabajos para el Banco Mundial. Otra visión es la de Granovetter, cuando considera que cualquier acción, incluso la económica, es una acción social porque está guiada por los motivos del actor, que toma en cuenta las interacciones que se asocian con otros individuos. La naturaleza de los vínculos desempeñará un papel clave en el desarrollo de sus motivos y la posibilidad de alcanzar los resultados deseados. ¿Cuáles son entonces las redes y los vínculos más relevantes? ¿El mercado tal y como aparece a través de su oferta de información? ¿Las instituciones formales a las que pertenecemos? ¿O el medio informal y poco organizado donde las redes son probablemente más permeables a los valores descubiertos y compartidos en común? En su artículo del año 2000 «La fuerza de los lazos débiles», Granovetter muestra que la búsqueda de información y la creación de confianza son más fuertes cuando se basan en estas redes de vínculos informales y valores apropiados en común, lo que él llama vínculos débiles en contraposición a los vínculos fuertes (una familia, una empresa, etc.). El eslabón débil es relevante, y las imágenes dan la oportunidad de construirlo. El intercambio o la hibridación de culturas constituyen aquí la palanca de un desarrollo social.

La posibilidad de entrar en contacto con otros y confiar en ellos se convierte en un eje central. Por lo tanto, la existencia de un campo de valores compartido es fundamental y es lo que la puesta en común de referencias culturales puede permitir. Puede estar abierto a la variedad de experiencias e historias o puede que esté cerrado a la variedad de referencias y experiencias actuales. Un ejemplo de esa catálisis puede encontrarse en la experiencia de Arles (Francia), donde vive una comunidad importante de gitanos, bastante apartada del resto de la ciudad. Aquí podemos percibir el patrimonio que ha creado una referencia común entre las diferentes comunidades. Organizando juegos para que los jóvenes gitanos conocieran mejor su ciudad, se descubrió que los nombres de las calles contribuyeron al proceso de alfabetización de estos jóvenes y progresivamente a su hibridación cultural con el resto de la ciudad. Por otra

6 GREFFE X ; PFLIEGER, S. (2009). *La politique culturelle en France*. París: La documentation française

7 LENIAUD, Jean-François (1994). *L'utopie du patrimoine*. París : Eres.

8 AUDRERIE, Dominique et al. (1998). *Le patrimoine mondial*. París : PUF, Collection Que sais-je?

9 ídem, p. 19

10 FUKUYAMA, F. (2002). "Capital Social y el desarrollo: la agenda próxima". *SAIS Review*, 12 (1). 23-37, p. 35.

parte, la comunidad dominante descubrió poco después que esos mismos jóvenes se convirtieron en los mejores guías y cicerones para hacer descubrir la ciudad. El *Open Museum de Glasgow* es otro ejemplo. Después de ensayos no fructuosos para hacer descubrir el museo a las comunidades étnicas que vivían en las zonas pobres de Glasgow, la mejor solución fue la organización de exposiciones sobre sujetos de interés común en lugares informales, mezclando varios patrimonios. Esos encuentros fueron relevantes para crear un mejor entendimiento entre todas las comunidades y destilar y diseminar confianza.

Flujo de imágenes, valor de uso y bien privado

Actualmente, no se valora sólo un monumento, una colección o un paisaje por su existencia sino por los usos que puede ofrecer. Para nosotros pueden ser una posibilidad de visita, de divertimento, de aprendizaje de conocimientos nuevos... y entonces estamos dispuestos a hacer una propuesta de pago. De la misma manera, sabemos que pueden ser una fuente de inspiración para crear nuevos diseños para nuevos bienes o servicios, incluso para actuar como un sello de reconocimiento en los mercados. Mejor aún, las características de la economía mundial ofrecen mercados o nichos de oportunidades con perspectivas de desarrollo significativas. En estas situaciones, el patrimonio material, al igual que el patrimonio inmaterial, contribuyen a desarrollar obras y empleos, y a aportar soluciones cuando el colapso de las actividades tradicionales crea problemas graves de crecimiento. En estas circunstancias los gastos de conservación aparecen como una inversión, al igual que otros gastos de producción. Existe una importante consecuencia metodológica aquí. La dimensión colectiva del patrimonio irá desapareciendo detrás de una serie de consumos individuales de patrimonio, visitas, compra de artesanía de arte, etc. Entonces, el paradigma será presentado como un bien privado. En este caso podemos descubrir dimensiones o características colectivas que, sin embargo, tienen un papel secundario, tal como el concepto de *carga límite de capacidad* o de efecto de *moda*. Lo que importa ahora es la fragmentación del universo del patrimonio en una multitud de universos privados, pues vamos a salir de esas dimensiones individuales y agregarlas al valor del patrimonio.

Este movimiento es creíble, ya que estas imágenes son casi infinitas. Hoy en día el patrimonio se vuelve en una sucesión de imágenes, lo que provoca una lluvia de ingresos y empleos. Lo que importa ya no es la capacidad de reflexividad que suscitaba una imagen específica, sino el continuum de imágenes y de valores de uso que aportan y generan ingresos y empleos. Con esa desmultiplicación de las imágenes, el patrimonio cambia de función o de sentido. Está considerado como

un «cuerno de la abundancia». Su programa no está determinado realmente por la «ley experta» sino por el mercado que selecciona las formas relevantes del patrimonio, que extiende sus límites e incluso diseña sus formas de maneras diferentes a las que fueron en el pasado. El mercado parece como el ojo técnico que impone una visión que va a dominar progresivamente nuestra manera de ver los patrimonios.¹¹ El observador ya no es quien elige las imágenes patrimoniales, sino que ahora es un ojo técnico, llamado mercado, el que difunde el inconsciente óptico que definía Benjamín.

El patrimonio se convierte en un mundo flotante cuyas referencias se substituyen las unas a las otras muy rápidamente. El mejor ejemplo es naturalmente el turismo denominado cultural.¹² La imagen que tienen los turistas son las imágenes que se encapsulan de nuevo a través de un ojo técnico, lo que nos hace perder el espesor completo de la época y del tiempo, y por lo tanto cualquier posibilidad de reflexividad. Donde antes se valoraba la permanencia, hoy se considera el flujo de las imágenes encapsuladas. Ese flujo continúa vale para la economía porque es más de lo que había antes y, felizmente, probablemente menos de lo que puede ser mañana.

Se puede decir también que el patrimonio actúa aquí menos como un proceso de socialización y de formación del capital social que como una forma de colectivización del espíritu.

También la certificación cambia de sentido. Con el valor de existencia, a la certificación le corresponde la designación y separación entre lo que es importante y lo que es menos importante. Era como un convenio social que utilizaba una sutil mezcla de consideraciones de comunicación política y de conocimientos acientíficos y artísticos, su finalidad es garantizar al visitante que realmente hay algo interesante al final del camino por recorrer antes de tener todavía nuevas experiencias. Además, la certificación no solamente da una información sobre la existencia de algo que merece el viaje, sino que muestra indirectamente que probablemente hay patrimonios que no merecen ese viaje o ese gasto. Es el medio que tienen los gestores o los propietarios del patrimonio para atraer a consumidores potenciales. Entonces los criterios dominantes serán cada vez más criterios de rendimientos físicos.

Asimismo, puede decirse que la certificación es una inversión, como un gasto de promoción o un gasto de advertencia. La certificación aquí se convierte en una técnica de marketing, junto a revistas, páginas web o cualquier otra forma de publicidad. Se acepta esta explosión de clasificación y etiquetas porque duplica las

¹¹ SANTAGATA, W.; SIGNORELLO, G. (2000). "Contingent Valuation and Cultural Policy Design: The Case of «Napoli Musei Aperti»". *Journal of Cultural Economics*, 24(2): 78-97.

¹² DONAIRE, Jose Antonio (2012). *Turismo Cultural: Entre la experiencia y el ritual*. Ediciones Vitel-la

oportunidades de mercados y también puede compensar los efectos de rentas creadas por las clasificaciones oficiales. Hoy en día, asistimos a combates de clasificación no sólo entre lo privado y lo público, sino entre los privados e incluso entre entes públicos, lo que, claro está, no deja de sorprender. Así, en Japón, el Ministerio de Economía ha creado sus propias listas de patrimonio cultural, porque considera que las listas del Ministerio de la Cultura son demasiado maltusianas y no abren un número relevante de mercados para los productos y servicios patrimoniales japoneses.

También la conservación cambia de significado. La restricción principal no es mantener una identidad, una ejemplaridad o una autenticidad, sino que está diseñada para atraer al mayor número de visitantes o usuarios potenciales y a maximizar sus gastos. Los economistas y los gestores pueden pasar por delante de los especialistas de protección para imponer sus propios criterios. El coste de conservación sostenible no es lo que permite una mejor conservación sino lo que puede generar un flujo de ingresos superior al de los costes. Inicialmente, ese cambio puede parecer más fácil, ya que hay expectativas que pueden acelerar las decisiones de conservación, lo que ocurre efectivamente en varios casos, por ejemplo cuando los gobiernos locales toman más iniciativas que los gobiernos centrales. Esta situación se hace aún más difícil por un lado por el hecho de que esta oportunidad beneficia sólo a los monumentos interesantes desde el punto de vista del mercado; y por el otro porque la falta de anticipación ha de inducir movimientos contrarios, tan rápidos como los movimientos iniciales en favor de la conservación. Y finalmente, porque resulta una competencia entre los monumentos mismos, y entre las empresas en los ciclos de vida de estos mismos monumentos.¹³

Esta perspectiva del patrimonio cultural como secuencia de imágenes enfrenta dos series de dificultades.

La primera, y la más clara, es el uso excesivo de ciertos bienes del patrimonio, cuando la valorización del patrimonio obedece a criterios económicos, es difícil detener esta lógica. Es como si estuviéramos frente a dos clases de programas: un programa cultural más o menos claro, y un programa económico muy preciso. Así, cuando turistas y visitantes se disponen a visitar un monumento en condiciones aceptables, sólo queda una restricción, la del aforo o carga de capacidad.

El segundo efecto es la *kitschisation* del patrimonio. Cuando se debe atraer al mayor número posible de visitantes o usuarios, hay que tomar definitivamente en cuenta los efectos de moda y los criterios de la mayoría. La desnaturalización es entonces un riesgo tendencial y el concepto de *autenticidad* que vehiculaba el valor de existencia tiene solo un papel secundario.

Rizoma de imágenes, valor de creatividad y bien común

Una de las características de las imágenes patrimoniales radica no solamente en su abundancia sino también en su inmediatez y fungibilidad. Cada uno de nosotros puede recibirlas, seleccionirlas, reinterpretarlas, modificarlas y transferirlas a otros ciudadanos del mundo digital. Unas imágenes tienen un origen más antiguo, otras son contemporáneas y ya forman parte de la memoria. La reducción de las distinciones temporales está ahora acompañada de una reducción bastante lógica de diferencias espaciales. El patrimonio ya no es un material marcado por la escasez y su dimensión temporal es útil para proporcionar una sensación que compartimos o para hablar de diversidad.¹⁴

El rizoma patrimonial

El patrimonio puede considerarse no como una imagen grabada en la madera o como un film del cual compramos unas imágenes y los servicios correspondientes, sino también como un patrimonio que producimos por nuestra parte, un patrimonio auto-editado. Podríamos decir que nuestro patrimonio es el conjunto de huellas que tenemos la intención de mantener en nuestra memoria o en la memoria de los demás. Eso no significa que vayamos a confundir la imagen que producimos con la referencia que hemos recibido, sino que la distancia irá disminuyendo para desembocar en un universo en el que la distancia entre esas formas es cada vez más corta, y que de la misma manera esa misma distancia entre nuestro patrimonio y otros patrimonios será más o menos pequeña según el momento del tiempo que se considere.

Ese cambio ya ha sido considerado por el post-modernismo y el paso de *Hollywood* a *Hollyweb*, que puede ayudar a esclarecer este punto.¹⁵ En un mundo de tipo *Hollywood*, la creación de las obras viene del centro y produce la prioridad de una relación ojo-pantalla. En este conjunto, la definición de lo que es creación y patrimonio viene de un poder alrededor del cual estamos todos ubicados. Naturalmente tenemos nuestro poder de actuación y valorización, pero es un poder limitado a sí o no. En un mundo de tipo *Hollyweb* las cosas cambian radicalmente, estamos en el centro y podemos enviar y recibir señales de una manera autónoma sobre lo que queremos recibir, transformar y reenviar. Nuestra actitud no se ve limitada a la pasividad, ya que cualquiera que sea el uso de ese poder está especialmente activo. El intercambio con los otros ya no se verá encerrado dentro de los límites que genera un centro como la ley experta o el mercado. Al contrario, estará abierto a nuevas ideas y diseños. Nuestro pensamiento se sitúa en la plaza

¹³ SCOTT, A.J. (2005). *Hollywood: The Places, The Industry*. Princeton: Princeton University Press.

¹⁴ GREFFE, X. ; SONNAC, N. (eds.). (2008). *CultureWeb*. París : Dalloz

¹⁵ Idem, p. 620 s.

principal, cuando antes nuestra mirada estaba en la perspectiva anterior.

En esta perspectiva, el tiempo tendrá un papel diferente.¹⁶ Ya no nos indica una temporalidad definitiva que ordena nuestras visiones y nuestras producciones. Tenemos referencias de edades muy diferentes, unas muy antiguas y otras contemporáneas. Y no podemos ordenar esas referencias tan fácilmente en el eje del tiempo. Van a mezclarse, avanzar y volver atrás, de tal manera que será difícil saber si el elemento determinante del patrimonio es la antigüedad de las referencias o los valores de la interpretación contemporánea a través de la cual queremos recibir y utilizar ese patrimonio.

De esta forma, los elementos del patrimonio se dividen o añaden en sus intersecciones, de modo que reflejan variedad de aspiraciones. Se puede conectar cualquier punto a otro sin estar limitado por los conjuntos que no comunican entre sí. En lugar de crear separaciones o exclusión, este proceso enriquece e hibrida la diversidad. Más que congelar una memoria e imponerla a todos, no existe un estado aun fijo del patrimonio común. El patrimonio se edifica a partir de entradas y salidas múltiples.

Así, el patrimonio se presenta como un rizoma. Sus imágenes se encuentran ahora por todas partes y colisionan, y sus intercambios voluntarios expresan lo que queremos ser. La referencia por parte acuática del rizoma significa que el patrimonio es flotante, con raíces de diferentes edades, que tienen la oportunidad de enriquecerse las unas con las otras. El hecho de que el entendimiento puede variar de un momento a otro debe ser admitido como fuente de creatividad. Esto no impide la aplicación de los criterios de autenticidad y de carácter científico. Esto significa que el conocimiento del patrimonio no es solamente un conocimiento reducido a unos principios rígidos. Puede conducir a la creación de capas o sustratos de conocimiento relativamente estables que llevan al nomadismo y a descubrir nuevos territorios. Esa producción contemporánea del patrimonio no debe considerarse como un apocalipsis o como una pérdida de identidad. Lo que estamos viviendo es un discurso esencialista sobre el patrimonio que se basaba exclusivamente en la biología, la religión, el territorio, etc. La perspectiva en la cual entramos ofrece un derecho que no es tanto un derecho al patrimonio sino un derecho a enriquecer nuestro patrimonio, y esa perspectiva nos hace pasar de un mundo marcado por lo hereditario a un mundo post-hereditario. Esto significa sencillamente que estamos colectivamente involucrados en la producción de patrimonio de la humanidad, es decir, que ese patrimonio está también constituido en gran parte por lo que se recibió. El patrimonio es entonces rizoma más que medalla.

El valor de creatividad

¿Cuál es entonces el valor del patrimonio cuando se contempla esa perspectiva? Los valores de existencia y de uso siguen vigentes, aunque haya que revisar sus acercamientos y sus modos operatorios (por ejemplo, el hecho de que una visita real a un museo dependa de la calidad de la visita virtual anterior en el web). Pero aquí aparece otro tipo de valores, como el valor de la creatividad: el patrimonio rizoma fortalece la capacidad de creatividad de cada uno de nosotros.

Ese tema de la creatividad es fundamental para el destino de nuestras sociedades, sin prejuzgar aquí su territorio de expresión: económica, social, etc.¹⁷ Pero esta creatividad depende de varios factores: la capacidad de tener nuevas ideas, la capacidad de hibridar estas ideas, la capacidad de dar coherencia a estas ideas, la capacidad de incrustar nuestros nuevos pensamientos en la realidad física, etc. Naturalmente, todos tenemos *acúmenes* y papeles diferentes. La economía política emergió de una diferencia fundamental entre invención e innovación, donde la primera se focaliza en la segunda, lo que ocasionó el empresario-innovador como el actor principal del desarrollo. Pero esto sólo es una parte de la realidad, la otra parte es que la creación de ideas, referencias y proyectos puede surgir de cada uno de nosotros. De esta forma la creatividad (más bien la innovación) no es el monopolio de los empresarios, sino el resultado del trabajo de todos nosotros. Y es a partir de ese trabajo que las inversiones económicas, sociales y ecológicas se desarrollarán. También se puede decir aquí que la distinción entre el stock y el flujo se ha convertido en insignificante, lo que significa que estamos teniendo en cuenta esta diferencia.

Nuestra actividad de descubrimiento, intercambio e hibridación de las imágenes alimenta y abriga esta creatividad, y permite la aparición de ideas o imágenes nuevas. De la misma manera que los artesanos aprendieron en los talleres del renacimiento, nos están poniendo a prueba a través de nuestras actividades electrónicas, a través de talleres virtuales que se encuentran en todas partes y funcionan todo el tiempo. El patrimonio rizoma nos sitúa en una economía creativa y transforma nuestra *reflexividad* en una base de proyectos nuevos.

Hay que añadir aquí un elemento central. El paso del rizoma de imágenes a la creación significa también un uso activo del patrimonio. Encontramos aquí la expresión de reflexividad que ya hemos tratado con el concepto de *patrimonio medalla*. Pero esta reflexividad debe orientarse hacia el futuro y no solamente hacia al presente. Esto significa en realidad que la existencia del rizoma patrimonial no será eficiente si no desarrolla prácticas efectivas de los actores sociales. Un libro blanco reciente

¹⁶ SUBIRATS, E. (1997). *Linterna Mágica: Vanguardia, media y cultura tardomoderna*. Madrid: Ediciones Siruela, p. 139-44

¹⁷ SANTAGATA, W. (2007). *Creativita culturale*. Milán: Franco Angeli.

para la Unión Europea ha probado que, hoy por hoy, lo realmente importante para muchos museos europeos es transformar la visita —virtual y real— en una experiencia, condición absolutamente necesaria para suscitar la destilación de nuevas ideas o nuevos comportamientos. Cuando hoy se trata de los paisajes culturales, el criterio de la experiencia se vuelve más importante que el criterio del panorama, lo que hace recordar las aportaciones de Baudelaire o Benjamín. Cuando se habla de comunidades mediatizadas, se pueden comparar comunidades de tipo «café de Viena» y «comunidades de editores de auto-contenidos»: la segunda es mucho más relevante que la primera.

El patrimonio como bien común

Finalmente, puede considerarse aquí que estamos frente a un patrimonio que es un bien común. Este bien común es un bien que puede utilizarse de una manera privada pero cuya calidad y cantidad depende de nuestro comportamiento colectivo, de la imagen de unas dehesas de la edad medieval o de los recursos marinos fuera de las zonas territoriales.¹⁸ Es posible que no estemos frente a una *tragedia de los comunes*, sino más bien frente a una oportunidad, ya que con esta densificación creciente del rizoma patrimonial, podemos desarrollar nuestra creatividad. Naturalmente, podemos utilizar al menos esta oportunidad. Es un debate tradicional y habitual, cuando se modificaron las leyes sobre propiedad intelectual, que fue integrado y superado, tal como nos demostró el movimiento de los *creative commons*. Naturalmente, generar esta nueva oportunidad no quiere decir que los creadores no puedan vivir de su obra, sino que quiere decir que esta nueva visión del patrimonio cultural tiene que ser central en los debates sobre la sostenibilidad del desarrollo.¹⁹

Conclusión

Una vez más, lo que importa aquí no es considerar solamente una de estas perspectivas, sino la superposición de las tres. Esta operación es difícil, pero es la actividad que tenemos que hacer para introducir el papel del patrimonio cultural de una manera relevante en los debates contemporáneos. Si sólo se considera el uso de la metodología económica, su manera de construir el conocimiento permite síntesis que son relevantes tanto en lo referente a los impactos y medidas (valor de existencia, valor de uso y valor de creatividad), como al gobierno (bien colectivo, bien privado y bien común.). Esa visión modificará nuestros debates sobre las políticas públicas

del patrimonio cultural y queremos simplemente señalar los puntos siguientes.

¿Cuál puede ser el interés de los criterios de protección y de las listas correspondientes? A priori, el paso del patrimonio medalla a un rizoma patrimonial ofrece una visión muy extensa en la cual cada uno de nosotros se está convirtiendo en prescriptor. Es evidente que existen fragmentaciones dentro de estos territorios, pues necesitamos financiamientos y, por lo tanto, criterios de prioridades. Es lo que significa hoy la multiplicación de las clasificaciones. Pero no debemos provocar un enfrentamiento entre estas clases de clasificaciones — como ocurrió en varios países y a escala internacional—, sino entenderlo como una oportunidad de ver mejor la variedad y el potencial del patrimonio cultural. Naturalmente, estas etiquetas siguen reduciendo la incertidumbre de los ciudadanos y de los turistas, pero también muestran la existencia de redes potenciales de actores que pueden soportar la creatividad.²⁰

¿Qué conservación? El valor de existencia siempre será un punto de inicio, como un ancla, o como totalidad. Una realidad total no puede definirse fácilmente, pero un ancla puede atraer elementos de comprensión procedentes de varios periodos y varias comunidades, y servir entonces como un motor para la creatividad. El límite consiste sin duda en evitar borrar la autenticidad y nunca sustituir el patrimonio por lo kitsch.

¿Qué modelo de negocios? La conservación y la exposición del patrimonio cultural implican un modelo de negocio. El diseño que hemos propuesto puede sintetizarse en el proceso siguiente: el valor de existencia está normalmente basado en un modelo público contribución-subsidación; el valor de uso está basado en el modelo más clásico, el del mercado y el del precio de mercado; el valor de la creatividad está probablemente basado en un modelo más híbrido, donde se mezclan el recurso en tiempo de los que entran en el rizoma patrimonial y el mecenazgo «en el ámbito de proximidad». Ese último punto quiere decir que hay varias fuentes de financiamiento, tales como subsidios, descuentos o abonos, mecenazgo de las empresas, etc. Pero hay que tomar en consideración los esfuerzos que muchas personas aceptan hacer frente a la necesidad de tener una buena administración de los bienes comunes.

¿Cuál puede ser la contribución de los estudios de economía? Seguramente no se trate de decir qué es lo que hay que conservar o valorizar. Lo que los economistas deben hacer es ofrecer una variedad de indicadores, y de diagnósticos sobre la producción de los efectos correspondientes. Después se pueden tener en cuenta estos indicadores y las condiciones de su sostenibilidad para que otros puedan decidir las acciones lógicas. Además un trabajo que muchos de ellos no hicieron en el

¹⁸ COMINELLI, F. (2011). *Governance of Cultural Commons: The Case of Traditional Craftsmanship in France*, paper presentado en la Biannual Conference of the International Association for the Study of Commons (IASC). Hyderabad, India, 10-14 de enero.

¹⁹ GREFFE, X ; MAUREL, M. (2009). *Économie globale*. París : Dalloz.

²⁰ GREFFE, X ; PFLIEGER, S. (2009). *La politique culturelle en France*. París : La documentation française, cap. 5.

pasado es describir de qué manera el patrimonio cultural desarrolla corrientes de creatividad en otros sectores que se analizan y relacionan poco, como por ejemplo la salud, el entorno y las condiciones correspondientes. A través de esta actividad pueden ofrecer una imagen de la relación entre patrimonio cultural, territorio y comunidades. Desde este punto de vista, el economista debe actuar no tanto como un empresario o un manager, sino como un ayudante que aporte ideas para la arquitectura de la sociedad civil.

Bibliografía

- AUDRERIE, Dominique *et al.* (1998). *Le patrimoine mondial*. París: PUF, Collection Que sais-je?
- BERLEANT, A. (1997). *Living in the landscape: Towards an aesthetics of environment*. Kansas City: The University Press of Kansas.
- BIANCHINI, P.; PARKINSON, M. (1993). *Cultural Policy and Urban Generation: The West European Experience*. Manchester: Manchester University Press.
- BORTOLOTTI, C. (ed.) (2008). *Il patrimonio immateriale secondo l'Unesco: analisi e prospettive*. Rome: Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato.
- BREA, J.L. (2010). *Las Tres Eras de la Imagen*. Madrid: Akal/Estudios Visuales.
- COMINELLI, F. (2011). *Governance of Cultural Commons: The Case of Traditional Craftsmanship in France*, paper presentado en la Biannual Conference of the International Association for the Study of Commons (IASC). Hyderabad, India, 10-14 de enero.
- COMINELLI, F. (forthcoming, 2011). «La tapisserie d'Aubusson inscrite au patrimoine culturel immatériel de l'UNESCO : quels enjeux pour le développement local?». Cahiers du GEMDEV». X. GREFFE (2003). *La valorisation du patrimoine culturel*. París: La documentation française.
- DONAIRE, Jose Antonio (2012). *Turismo Cultural: Entre la experiencia y el ritual*. Ediciones Vitel-Ia.
- GREFFE, X. (2001). *Managing Our Cultural Heritage*. Nueva Delhi: Aryan Books International.
- GREFFE, X. (2005). *Culture and Local Development*. París: OCDE.
- GREFFE, X. (2007). *Artistes et marchés*. París: La documentation française.
- GREFFE, X.; SONNAC, N. (eds.) (2008). *CultureWeb*. París: Dalloz.
- GREFFE, X.; SIMMONET, V. (2008). «La survie des nouvelles entreprises culturelles: Le rôle du regroupement géographique», *Recherches Economiques de Louvain*, 74(3), p. 327-57.
- GREFFE, X.; SATO, N. (2009). «Artists and artisans in a global economy», *Japanese Journal of Cultural Economics* (1). 3-17.
- GREFFE, X.; PFLIEGER, S. (2009). *La politique culturelle en France*. París: La documentation française.
- GREFFE, X. (2010). *The economy of cultural landscapes*. Turín: Fondazione Silva Santagata, Working Paper.
- GREFFE, X.; MAUREL, M. (2009). *Économie globale*. París: Dalloz.
- LENIAUD, Jean-François (1994). *L'utopie du patrimoine*. París: Eres.
- MOLOTCH, M.C. (2003). *Where the Stuff Comes From?*. Londres: Routledge.
- OST, Ch. (2008). *The economics of cultural city*. The Getty Foundation
- RIEGL, A. (1984). *Le culte moderne des monuments*. París: Le Seuil.
- RYKPEMA, D. (2003). *The Economics of Historic Preservation. A Community Leader's Guide*. Washington: National Trust of Historic preservation.
- SANTAGATA, W.; SIGNORELLO, G. (2000). «Contingent Valuation and Cultural Policy Design: The Case of Napoli Musei Aperti», *Journal of Cultural Economics*, 24(2), 78-97.
- SANTAGATA, W. (2007). *Creativita culturale*. Milán: Franco Angeli.
- SCOTT, A. J. (2000). *The Cultural Economy of Cities*. Londres: Sage Publications.
- SCOTT, A. J. (2005). *Hollywood: The Places, The Industry*. Princeton: Princeton University Press.
- SUBIRATS, E. (1997). *Linterna Mágica: Vanguardia, media y cultura tardomoderna*. Madrid: Ediciones Siruela.
- THROSBY, D. (2001). *Economics and Culture*. Cambridge: Cambridge University Press.
- WHYTE, W. (1968). *The Last landscape*. University of Pennsylvania.
- ZUKIN, Sh. (1985). *The Culture of Cities*. Blackwell Publisher Cambridge.
- OECD (2004). *Culture and Local Development*. París.
- Vieilles Maisons Françaises (2009). *Quelle vision les français ont-ils de leur patrimoine ?* París: Unesco.
- WIPO-WTO (2007). *Managing Creative Enterprises*. Ginebra.

Los reglamentos de convivencia intercultural en los proyectos de desarrollo en territorios indígenas:

el caso de los proyectos minero-energéticos en la península de La Guajira

Weildler Guerra Curvelo

Autor

Antropólogo. Magíster en Antropología por la Universidad de los Andes (Bogotá, Colombia) y candidato a Doctor por la misma universidad. Premio Nacional de Cultura 2001-2002 en el Área de Antropología. Actualmente es miembro del Consejo Nacional de Cultura. Dirigió el Informe Regional de Desarrollo Humano del Caribe auspiciado por el PNUD. Entre 1991 y 1994 fue Secretario de Asuntos Indígenas del departamento de La Guajira (norte de Colombia). Ocupó el cargo de Director Ejecutivo del Observatorio del Caribe Colombiano (centro de pensamiento e investigaciones sobre desarrollo y cultura de la región norte de Colombia). Profesor de la Maestría en Desarrollo y Cultura (Universidad Tecnológica de Bolívar, Cartagena de Indias). Entre sus publicaciones, destacan: «Cultura, instituciones y desarrollo en el Caribe colombiano: elementos para un debate abierto», en coautoría con Nadia Albis y Jorge Navarro en Políticas para reducir las desigualdades regionales en Colombia. Bogotá: Banco de la República, Colección Economía Regional (2007). La disputa y la palabra: la ley en la sociedad wayuu. Bogotá: Ministerio de Cultura de Colombia. (2002).

Palabras clave

Crecimiento, Convivencia, Cultura local, Desarrollo, Economía, Interculturalidad, Indígenas, Medio Ambiente, Reglamentos, Territorio.



Key words

Growth, Coexistence, Local Culture, Development, Economy, Intercultural, Indigenous Environment, Regulations, Territory.

Resumen

El presente artículo pretende examinar el proceso de elaboración y aplicación de reglamentos de convivencia intercultural entre el personal de grandes proyectos de desarrollo y miembros de pueblos indígenas. El ensayo, basado en estudios de casos en la península de la Guajira, en Colombia, registra variadas experiencias de fricciones interculturales. Son las que se dan entre los miembros de las agrupaciones indígenas y los agentes de empresas que abarcan visiones distintas acerca de la noción de desarrollo, así como diferentes concepciones sobre pautas de comportamiento interpersonal, compromisos laborales, quebrantamiento de normas sociales y responsabilidades jurídicas.

Las empresas que operan bajo estos reglamentos les consideran una herramienta provechosa para el relacionamiento armónico con las comunidades situadas en su área de influencia. Una mirada crítica a los reglamentos de convivencia intercultural puede considerar el riesgo de que se empleen como herramientas que faciliten la aceptación de las modificaciones ambientales, económicas y sociales derivadas de la intervención de grandes corporaciones económicas en comunidades locales en el marco de relaciones desiguales de poder dentro del proceso globalizador. Sin embargo, estos también pueden ser considerados una respuesta específica y local a los retos y conflictos que plantean la convivencia intercultural entre agrupaciones humanas. En un mundo en donde los conflictos de tipo cultural o ambiental pueden ir acompañados de un despliegue del terror contra los cuerpos humanos y contra el paisaje la precaución no debe tomarse como excusa para la falta de acción.