

# Centros históricos: espacios de rehabilitación y disputa

## Historic Centers: Spaces of Revitalization and Struggle

Lisa M. Hanley<sup>1</sup>

**Fecha de recepción:** junio de 2008

**Fecha de aprobación y versión final:** julio 2008

### Resumen

Este ensayo se enfoca en la contestación del espacio en centros históricos. Los centros históricos representan espacios de grandes potenciales para el desarrollo económico y desarrollo social de la ciudad. Sin embargo, los cambios del papel y el uso del centro histórico dentro de la ciudad puede presentar varias tensiones entre residentes y planificadores. Este ensayo explora los impactos del turismo, *place making* y *place marketing* en los centros históricos.

**Palabras claves:** espacio público, desarrollo económico y social, *place making*, *place marketing*

### Abstract

This essay focuses on contesting spaces in historic centers. Historic centers represent spaces of great potentials for the economic and social development of a city. Nonetheless, changes in the role and use of historic centers within the city can present several tensions between residents and planners. This essay explores the impacts of tourism, *place making* and *place marketing* in historic centers.

**Keywords:** public space, economic and social development, *place making*, *place marketing*

<sup>1</sup> PhD Candidate, Department of City and Regional Planning, Cornell University. [lmh48@cornell.edu](mailto:lmh48@cornell.edu)

## Introducción

La ciudad en la historia ha sido tradicionalmente un lugar de actividad económica y cultural. Una de las características de la época contemporánea es el entrelace de la cultura y economía en la esfera urbana, en la cual la cultura está sujeta a la comodificación. La cultura local impacta las interacciones y forma la actividad económica, como la economía empuja la complejidad y dinamismo de la cultura. Cultura y lugar están entrelazadas, como lugar y economía están mezcladas. La tensión entre cultura, lugar y economía es evidente; aunque la comodificación erosiona la cultura en algunos casos, también genera la uniformidad de la cultura. Este fenómeno está vinculado con las dinámicas de la nueva economía, cuya forma es más informática, global y conectada (Castells y Susser, 2002). La cultura, entonces, está transformada de una esfera distinta de la vida social hacia algo que penetra todo, incluyendo el diseño y rehabilitación de los espacios urbanos y la manera de interacción e intervención de organizaciones e instituciones, ambos públicos y privados, y la utilización de estos espacios en la época de la comodificación de la cultura.

La ciudad contemporánea frecuentemente representa espacios controlados y geográficamente separados por clase social y/o raza, un resultado del incremento en la segmentación del mercado (Christopherson, 1994). La fragmentación política y la definición reducida de la comunidad han inhibido la creación de un sentimiento de la comunidad urbana heterogénea que pueda representar facciones múltiples en la ciudad, imponiendo la negociación del espacio público, vida y comunidad (Christopherson, 1994). Los espacios urbanos, como plazas y parques, son espacios que pueden contribuir a las nuevas formas de vida pública y ayudar a superar la fragmentación del ambiente urbano. Las relaciones de poder con la comunidad y barrios están encajados en un discurso de espacio público, y

tales espacios son en los que los ciudadanos se pueden entretener y confrontar directamente (Schaller y Modan, 2005: 405); son espacios donde nuevas ideas sobre comunidad, y en particular el desarrollo de las comunidades de diferencia puedan ser forjados. Sin embargo, la necesidad por el desarrollo económico puede poner en peligro este rol del espacio y convertirlo en un objeto de desarrollo económico, en cambio de un objeto de la comunidad.

Esta tensión del global-local producido a través de la impulsión por crecimiento económico, junto a la búsqueda por la identidad urbana, puede ser notado a través de la tendencia a conservar la cultura e historia en el espacio por la preservación histórico urbano. Ciertos espacios privilegiados pueden representar puntos, de los cuales los artefactos culturales e imágenes están distribuidos mundialmente, transformando la cultura local y la geografía de la cultura (Scott, 2000). El centro histórico puede representar tal espacio, donde el incremento del interés en la preservación abre la posibilidad de llevar las presiones del turismo y la introducción a una economía simbólica, cambiando radicalmente el paisaje cultural. La economía simbólica tiene las características de la producción del espacio, la sinergia de inversión y cultura, y la producción de los símbolos para construir “la moneda de intercambio comercial y el lenguaje de la identidad social” (Zukin, 1995: 23-24). El centro histórico tiene el potencial de jugar un rol importante en la economía simbólica y se ha convertido en un importante valor para la planificación urbana y desarrollo económico. Este ensayo enfoca en el papel del centro histórico, como una herramienta para el desarrollo económico, así como para la producción de la historia, cultura e identidad urbana.

## La ciudad y la cultura

Sharon Zukin afirma que la ciudad no es sólo una combinación de la tierra, mano de obra y capital, sino también es “una expresión del lenguaje simbólico de la exclusión y derecho” (Zukin, 1995: 8). Además, las imágenes urbanas son comodificadas a nivel nacional y

global. El centro histórico es un ejemplo perfecto de cómo el espacio físico y la imagen pueden ser utilizados como herramientas de exclusión y comercialización. El uso de ciertos sujetos históricos como imágenes y símbolos son producidos y reproducidos en la esfera local y global creando un dilema con respecto al poder, espacio y preservación. La habilidad a democratizar la preservación de los centros históricos, a través del uso del espacio e imagen, provee un justo proceso que pueda incluir las historias múltiples e intereses varios de un lugar y que permite el respeto máximo para la historia y el ciudadano. El centro histórico tiene el potencial para ser un espacio para todos y que puede ser un espacio privatizado para pocos.

El concepto de industria cultural fue desarrollado por la crítica de la industrialización de la cultura en la sociedad del capitalismo avanzado por Adorno y Horkheimer (1977). Para estos autores, la industrialización de la cultura y la absorción dentro de la industria capitalista y la comodificación de la estética, significa la negación del arte verdadero y la diferenciación artificial de la cultura en el contexto de la producción masiva. Mattelart y Piemme discuten que Adorno y Horkheimer desarrollaron la crítica de la industria cultural desde un punto de vista ideal que fue “demasiado conectado con la nostalgia para la experiencia cultural impoluta por la tecnología y perdieron vista de la dinámica de la economía de la industria que produjeron la comunicación masiva y los bienes y servicios culturales” (Mattelart y Piemme, 1982: 52).

Desde la primera discusión sobre la comodificación de la cultura, un gran número de obras creativas sobre la ciudad han sido generadas para desarrollar políticas eficaces que puedan rescatar ciudades deprimidas de una crisis económica, a una ciudad que juega en la economía global. Autores como Richard Florida y Charles Landry han forjado la idea de la clase creativa y la ciudad creativa como soluciones a la declinación urbana. Florida mantiene que la habilidad de una ciudad a atraer y mantener residentes de la clase creativa puede impulsar al desarrollo económico. La rehabilitación de áreas históricas son un ejemplo de los tipos

de atracciones del gobierno local que puede invertir para atraer a la clase creativa.

Landry argumenta que la creatividad es necesaria para dar dirección a la gobernanza, equidad, identidad e infraestructura básica, particularmente para ciudades del Sur (Landry, 2000: 22). Landry cita ciudades como Barcelona, Curitiba y Bangalore como ciudades que han combinado liderazgo excelente con ideas creativas en la búsqueda de “ciudades exitosas.” Landry nota que

recombinando el viejo con el nuevo imaginativo – reconectando el pasado y re-presentándolo en el futuro revela activos. La historia es un recurso infra-valorado y recombina el viejo con el nuevo, puede impulsar nuevas soluciones a través de la imaginación, perspectiva, tradición, materiales usados, instituciones y estructuras creadas (Landry: 2000: 9).

De acuerdo con Bianchini, en los años 1970 y 1980 hubo una re-aserción de la ciudad como Centro, como un “catalizador para la identidad cívica y la solidaridad pública” (Bianchini y Parkinson, 1993: 10), y la meta de la política cultural era la realza del desarrollo de la comunidad (Bianchini y Parkinson, 1993). La política cultural y económica llegó después de los años 1980 enfocando en la recreación de la imagen de la ciudad y enfocando menos en la comunidad e identidad (Bianchini y Parkinson, 1993). Planificadores urbanos y políticos están enfrentándose con el reto de construir políticas que promuevan el desarrollo económico, inclusive representando el centro histórico con sólo imágenes y símbolos que puedan construir sin dividir a las comunidades y a la vez desarrollando una economía local sostenible.

## El papel de UNESCO

El mundo cada día se vuelve más interconectado a través del desarrollo de la tecnología y la velocidad de la globalización. Esto acelera la relación entre la ciudad, el Estado, las instituciones no-gubernamentales; creando una red de interconexión transnacional y un orden institucional (Finnemore, 1996). Este orden

global consiste en actores culturalmente legitimados, como el Estado-nación e instituciones internacionales como UNESCO, así como ciudades (Brenner, 2004). El desarrollo del patrimonio cultural demuestra el poder e influencia de la red hegemónica, como una autoridad de la cultura y patrimonio. UNESCO es un productor poderoso del simbolismo e imaginario de lo que representa la cultura, y también en la elección de lo que vale preservar. De acuerdo con Finnemore, los Estados están socializados a aceptar nuevas normas y valores por medio de instituciones internacionales (Finnemore, 1996). Desde esta perspectiva, Estados y ciudades pueden ser educados y socializados sobre lo que es el patrimonio mundial. Sin embargo, la relación no es pasiva, Estados y ciudades están activamente entretenidos en el proceso de reconocimiento cultural con instituciones internacionales. El reconocimiento del patrimonio es un proceso contradictorio que puede transformar el centro histórico en un espacio contestado, en la esfera local y global.

UNESCO publicó la primera lista de los sitios del patrimonio mundial en 1978, con doce sitios. Hoy, hay más de ochocientos sitios a nivel cultural y natural reconocidos por UNESCO como patrimonio. Desde el momento de declaración de un sitio como patrimonio, el estado, conservación y preservación ya son una preocupación global. UNESCO y los otros actores participan en la rehabilitación y preservación del sitio. El reconocimiento puede llevar un sentido de orgullo, el desarrollo de la idea de comunidad y ciudadanía alrededor del sitio, produciendo los imaginarios nacionales (Anderson, 1991), pero también lleva tensiones. Después del reconocimiento, el uso del sitio puede cambiar; esto sucede, principalmente en los casos de los centros históricos.

El reconocimiento de UNESCO crea nuevos usos, y uno de esos es el turismo y la conversión del lugar a un sitio de ingreso para crear una base financiera para la conservación. La ciudad es una comodidad y el *place making* ha sido uno de los más importantes elementos para atraer turistas (Judd y

Fainstein, 1999). De acuerdo con Britton, la construcción de un patrimonio requiere una gran cantidad de “mitología, memoria y fantasía popular” (Britton, 1991: 463). Patrimonio y arquitectura representan el pasado y proveen ventajas en el mercadeo de la ciudad, ejemplo, lugares como Cancún u otros centros turísticos nuevos sin raíces históricas (Judd y Fainstein, 1999). Los centros históricos son obvios creadores del patrimonio. En ciudades donde el crimen y seguridad son obstáculos, el resultado de una conversión del centro histórico a un enclave turístico, puede fragmentar el paisaje urbano, sustituyendo la idea del *place making*, dentro de una ciudad, al *place marketing*. *Place making*, definido por Lefebvre es la lucha alrededor a los derechos de la ciudad (Lefebvre, 1991). Lepofsky y Fraser extienden esta idea al proceso contestado de participación en la producción y significado del lugar, donde la ciudadanía juega un papel importante. El re-desarrollo del centro histórico puede representar nuevos significados para la comunidad y la identidad local, cuando la política inclusiva está considerada – sino, puede convertirse en un lugar de disputa.

El *place marketing* puede ser una herramienta poderosa del gobierno local y de los inversionistas para la revitalización de áreas urbanas deprimidas. El centro histórico y la re-inversión del centro histórico a través de los proyectos de desarrollo urbano son procesos de *place making* y *place marketing*. Dentro de estos proyectos existe el posible resultado de la privatización de los espacios públicos. Cuando se negocia la cultura, los objetivos de los residentes y del turismo son diferentes y alguien va a perder en este proceso. Cuando se lleva a cabo largas deliberaciones participativas pueden resultar negociaciones a largo plazo y sin muchos resultados. Los planificadores tiene dificultad muchas veces en entender las necesidades de los residentes y ciudadanos y, frecuentemente faltan los recursos para realizar los deseos, y muchas veces las ideas y visiones para el espacio se ponen en conflicto.

## *Place making y ciudadanía*

Se consideran a los centros históricos como espacios únicos, llenos de plazas, iglesias y edificios gubernamentales. Las plazas han sido espacios de usos diversos desde su inserción en el periodo colonial. Son símbolos de la vida pública, protesta y organización comunitaria. Dada a su historia única y uso, los centros históricos pueden dar una nueva identidad a una ciudad, a través de la formación de nuevas formas de ciudadanía en el contexto urbano. A la vez que los ciudadanos buscan una identidad en el mundo dinámico, el centro histórico puede proveer las raíces a la identidad del espacio y lugar.

La ciudadanía e identidad puede proveer una plataforma para llevar temas sociales al centro del debate político y económico. Más allá de las ideas de Marshall, la conexión entre la ciudadanía y cultura ha sido abordado en algunas escritas. Habermas construye la ciudadanía a partir de afirmar que “los ciudadanos están integrados en una comunidad política como partes de una unidad; esto es, que sólo puedan formar sus identidades personales y sociales en este horizonte de tradiciones compartidas, instituciones reconocidas e ínter subjetivos (Habermas, 1994: 25). García Canclini discute que la creación de identidades postmodernas están basadas en la transterritorialidad y consumismo:

ellas están estructuradas – estas identidades – menos por la lógica del Estado que por los mercados, en cambio a base de comunicaciones oral y escrita cubriendo espacios personales y efectuados en los cuartos cercanos, que operan a través de la producción industrial y la cultura expresado tecnológicamente, el consumo segmentado de productos (García Canclini, 2001: 20).

En el mundo global, la noción de la ciudadanía está dominada por el consumo, el incremento el poder del individuo y la disminución de la importancia de la cohesión nacional o local. Si el centro histórico se ha convertido en un producto o mercancía, el papel potencial en proveer una identidad local y cohesión social será menor.

García Canclini discute que el impacto

homogenizado de la globalización a identidad nacional, que representan un sentido común, también ha dado espacio a un sentido de aguda diferencia (García Canclini, 2001). La definición del derecho a la ciudadanía extiende a una lucha social y política de confrontación. Este autor manifiesta que “la ciudadanía y derechos no sólo son la forma estructural de la sociedad: también indican que la lucha del Estado para el reconocimiento de los otros poseedores de intereses válidos, valores relevantes y demandas legítimas” (García Canclini, 2001: 21). Calderón, Hopenhayn, y Ottone extienden esta idea a la equidad simbólica en la formación crítica de la ciudadanía:

en los años que vienen, la asincronía entre el movimiento de espacio en el proceso de la integración socio-económico (impulsado por la transformación productivo y racionalización social) y la integración rápida a un nivel simbólico y cultural (impulsado por la liberalización político y la industria cultural) puede ser la raíz en la lucha por la ciudadanía en las sociedades de la región (Calderón et al., 1996: 78).

Los textos de García Canclini y Calderón demuestran la importancia simbólica y económica de la cultura. Holston afirma que “el lugar sigue siendo un problema fundamental al ser socio en una sociedad” (Holston, 1999: 3) y “la gente utiliza la violencia para hacer demandas a la ciudad y el uso a la ciudad para hacer demandas violentas. Ellos se apropian del espacio que declaran que les pertenece, a la vez violando el espacio que los otros demandan” (Holston, 1999: 16). La recreación de un centro histórico a un producto económico y la integración dentro de la industria cultural pone al centro histórico dentro de la lucha sobre ciudadanía, donde la disputa, tensión, demanda del espacio, historia e identidad están realizadas. Las propuestas para la rehabilitación y revitalización del centro histórico son catalizadores para la formación o construcción de una ciudadanía urbana cohesiva; es un proceso delicado en la época del capitalismo global. La transformación de un espacio pobre y abandonado, donde la clase popular tenía acceso y derecho

al espacio a un enclave turístico de boutiques y espacios controlados, donde las clases medias y altas locales y globales adquieren nuevas formas de ciudadanía urbana, no supone la creación de espacios inclusivos. Holston señala que, “puede ser que, después de todo, hay algo no transferible e irreducible en una ciudad, calle y plaza pública que represente la relación entre una democracia y una ciudadanía significativa” (Holston, 1999:16).

## Conclusiones

En América Latina, el centro histórico es frecuentemente el espacio donde la riqueza del patrimonio está puesto en contraste a la pobreza de los residentes y trabajadores. Los gobiernos locales están enfrentados con la preservación del patrimonio creando una política social que desplaza a los residentes y trabajadores. Las presiones para preservar el patrimonio cultural son intensificadas cuando los sitios están reconocidos mundialmente. Por eso, la preservación del patrimonio y la reducción de la pobreza están entrelazadas. La lucha contra la pobreza y exclusión social requieren un mejor entendimiento de los obstáculos del desarrollo participativo y el empoderamiento de los sectores marginalizados. Participación y empoderamiento no pueden ser realizados sin un sentido compartido de valores, un propósito común, y un sentido del lugar (Serageldin, Shluger y Brown, 2001).

La preservación histórica y el manejo del patrimonio urbano pueden proveer el vínculo de conectar el ambiente físico con la esfera social. La cultura provee un nuevo método que se puede manifestar en ambas estrategias: lo social y económico. La revitalización de centros históricos a escala mundial puede dar un nuevo *momentum* y política sobre cómo manejar los espacios urbanos. Como la cultura y la economía están cada día más entrelazadas, las ciudades tienen la oportunidad de tomar un papel en la transformación de una nueva agenda urbana a través de aspectos sociales, económicos y democráticos. Sin embargo, la preservación de los centros históricos puede privilegiar ciertas historias y culturas,

entonces hay que tener cuidado para evadir el aumento de las inequidades existentes en las ciudades.

La reexaminación del centro histórico como un espacio en disputa, ambos físicamente y socialmente, caracterizado como un espacio de lucha dentro de la ciudad contemporánea. La selección cuidadosa de símbolos e imágenes, la manera en que el Estado, la ciudad, y el gobierno local entretienen a los ciudadanos, debe ser cuidadosamente considerado en los centros históricos. En el Estado post-colonial, la manera en que las imágenes y símbolos de la dominación colonial están retratados debe requerir una consideración cautelosa. El desarrollo local económico es crítico frente a la sustentable importancia del centro histórico y el turismo, que obviamente puede proveer un ingreso significativo. Sin embargo, el turismo frecuentemente ofrece empleo de bajos ingresos, de sector del servicio a la mayoría, a la vez reserva una parte de la ciudad para una cierta población, a la vez excluyendo a otros ciudadanos. Tales proyectos requieren una reexaminación de qué tipos de trabajos crean y para quienes son; cómo podemos unir la comunidad, en vez de fragmentarla. El uso de la preservación histórica como una manera de incrementar el capital cultural y re-imaginar la marca de la ciudad en una arena mundial, no ha sido suficientemente examinado. Considerando cómo el manejo del patrimonio urbano puede conectar lo democrático, social y económico a través de estrategias inclusivas es una parte crítica de la preservación urbana. Si la preservación no está arraigada en la lucha local para la justicia y equidad, la preservación puede representar el crecimiento de la división y tensión social que existe en la mayoría de las ciudades en el mundo. [h](#)

## Bibliografía

Adorno, T. y M. Horkheimer (1977). “The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception”. En: M. Gurevitch, J. Curran y J. Woollacott (eds.). *Mass Communication and Society*. Edward Arnold in Association with the Open University Press.

- Anderson, Benedict (1991). *Imagined communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. London: Verso Books.
- Bianchini, F. y M. Parkinson (1993). *Cultural Policy and Urban Regeneration: The West European Experience*. Manchester: Manchester University Press.
- Brenner, N. (2004). *New State Spaces: Urban Governance and the Rescaling of Statehood*. Oxford and New York: Oxford University Press.
- Britton, S. (1991). Tourism, capital and place: Towards a Critical Geography of Tourism. *Environment and Planning D: Society and Space*, 9(4), 451-478.
- Calderon, Fernando; Hopenhayn, Martín y Ernesto Ottone (1996). *Esa esquivia modernidad. Desarrollo, ciudadanía y cultura en América Latina y el Caribe*. Caracas: UNESCO.
- Castells, M. y Ida Susser (2002). *The Castells' Reader on Cities and Social Theory*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Christopherson, S. (1994). "The fortress city: Privatized spaces, consumer citizenship". In *Post-fordism: A Reader*, ed. A. Amin, 409. Oxford: Blackwell Publishing.
- Finnemore, M. A. (1996). *National Interests in International Society*. Ithaca: Cornell University Press.
- García Canclini, N. (2001). *Consumers and Citizens: Globalization and Multicultural Conflicts*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Habermas, J. (1994). "Citizenship and National Identity". En: Steenbergen, Bart von (ed.). *The Condition of Citizenship*, London: Sage Publications.
- Holston, J. (1999). *Cities and Citizenship*. Durham: Duke University Press.
- Judd, D. R. y S.S. Fainstein (1999). *The Tourist City*. New Haven: Yale University Press.
- Landry, C. (2000). *The creative city: A toolkit for urban innovators*. London: James & James/Earthscan.
- Lefebvre, H. (1991). *The Production of Space*. Oxford: Blackwell Publishers.
- Lepofsky, J. y J. C. Fraser (2003). Building Community Citizens: Claiming the Right to Place-Making in the city. *Urban Studies*, 40(1), 127-142.
- Mattelart, A. y J. M. Piemme (1982). *Cultural industries: The origin of an idea*. Cultural Industries: A Challenge for the Future of Culture, Unesco, Paris, 51-61.
- Schaller, S. and G. Modan (2005). Contesting Public Space and Citizenship: Implications for Neighborhood Business Improvement Districts. *Journal of Planning Education and Research* 24(4) 394-407.
- Scott, A.J. (2000). *The Cultural Economy of Cities*. London: Sage Publications.
- Serageldin, I., E. Shluger, J. M. Brown (ed.). (2001). *Historic Cities and Sacred Sites: Cultural Roots for Urban Futures*. Washington D.C.: World Bank.
- Zukin, S. (1995). *The Cultures of Cities*. Oxford: Blackwell Publishing.