

Contra la ciudad-museo: el papel del comercio callejero para la conservación del patrimonio urbano de los barrios tradicionales*

Lila Oriard Colin

Introducción

El valor de un barrio histórico radica en parte en la regularidad y armonía de la arquitectura de las casas tradicionales, los monumentos, el perfil de sus calles y la calidad de sus espacios públicos. Por otra parte, este valor incluye también los aspectos intangibles del barrio que podríamos llamar “el genio del lugar”. Ello incluye la experiencia del espacio en todas sus dimensiones: el espectáculo de la gente que pasea, compra, espera; de las vitrinas de las tiendas, de los objetos que a veces se venden en el piso, de las terrazas de café, sonidos, colores y todo aquel movimiento que da, por así decirlo, “vida” a la ciudad. Estas cualidades de los barrios tradicionales, si bien son intangibles, tienen que ver con dimensiones muy concretas del espacio: su dinámica social y económica.

Las estrategias de conservación del patrimonio urbano tienen actualmente como principal objetivo la valoración del barrio por medio de la mejora del aspecto físico de fachadas y espacios públicos. Sin duda, esto puede ser positivo para el barrio. Sin embargo, este embellecimiento puede generar dinámicas económicas perversas como el aumento desmedido del valor del suelo. Esto, a su vez, puede convertir el barrio en un lugar de uso exclusivo para quienes pueden pagar las rentas o los servicios a un costo elevado; en muchos casos este grupo de usuarios está formado en gran parte por turistas.

Estas prácticas de conservación enfocadas al aspecto físico del barrio, responden a un entendimiento de su valor patrimonial únicamente en relación con el aspecto tangible. La ciudad es un “objeto” complejo, compuesto de estructuras físicas, pero también de dinámicas sociales y económicas que interactúan con el espacio construido. Ignorar esta complejidad no solo puede dar lugar a estrategias de conservación limitadas, sino que incluso estas estrategias de conservación “materialistas” pueden ser el factor de destrucción del barrio. Por esta razón, considero importante ampliar el entendimiento del valor patrimonial del barrio tradicional hacia una visión más amplia que considere tanto las cualidades tangibles –monumentos y espacios públicos– así como aquellas inmateriales, igualmente importantes en las dinámicas del espacio urbano.

Para mantener su “vitalidad” o su “genio”, y evitar convertirse en ciudad-museo, el barrio tradicional necesita mantener dos condiciones que se alimentan mutuamente. Por una parte, debe ser capaz de acoger una diversidad social formada por residentes, visitantes, trabajadores, turistas,

* Cómo citar este artículo: Oriard, L. (2011). Contra la ciudad-museo: el papel del comercio callejero para la conservación del patrimonio urbano de los barrios tradicionales. En: Apuntes 24 (2): 288-299.



*Venta de verduras
en Patan.
Fotografía:
Rita Carraro, 2004.*

Artículo de reflexión

El artículo forma parte del trabajo de investigación de tesis de maestría y doctorado que se refiere al papel del comercio callejero para mantener las funciones de un centro histórico como un lugar "vital" para la comunidad local. El interés en entender mejor el concepto del patrimonio urbano surgió al hacer las prácticas profesionales para la UNESCO en la ciudad de Patan, Nepal.

Recepción: 2 de agosto de 2011

Aceptación: 7 de octubre de 2011

Contra la ciudad-museo: el papel del comercio callejero para la conservación del patrimonio urbano de los barrios tradicionales

Against the city museum: the role of street trading for urban heritage conservation in traditional neighborhoods

Contra o museu da cidade: o papel do comércio de rua para conservação do patrimônio urbano de os bairros tradicionais

Código SICI: 1657-9763(201112)24:2<288:CLCMPC>2.3.TX;2-3

Lila Oriard Colin

l.oriard@ucl.ac.uk
University College London

Candidata a doctor por la Universidad de Londres - Departamento de desarrollo y planeación (2008-2012); maestría en investigación por el Instituto de Urbanismo de París (2007-2008); profesora de proyectos urbanos en el Tecnológico de Monterrey, campus Ciudad de México 2005; maestría profesional en el Instituto Universitario de Arquitectura de Venecia (2003-2004); Arquitecta por el Tecnológico de Monterrey campus Ciudad de México (1997-2002). Ejerce como arquitecta-urbanista desde 2007 en el estudio Oger-Romer Architectes en París.

Resumen

Las prácticas de conservación del patrimonio urbano enfocadas principalmente al embellecimiento del barrio pueden promover una modificación en la estructura social y económica local. En estos casos, la pérdida de diversidad social y la especialización de la economía local transforman el barrio en un lugar "exclusivo" que da servicio a un solo grupo: los turistas. Para combatir esta tendencia de producir ciudades-museo a partir de los barrios tradicionales, es necesario identificar aquellos elementos tangibles e intangibles que contribuyen a mantener tanto la estructura física como las diferentes categorías sociales de residentes y sus costumbres relacionadas con el espacio. Cuando el comercio en la calle ofrece un servicio primario, principalmente dirigido a los residentes, y se inserta dentro de una oferta de productos variada y de formas de venta diversas, la conservación de este elemento del espacio urbano puede contribuir a mantener las cualidades de un barrio como lugar "para todos".

Palabras clave: comercio-callejero, conservación, patrimonio-urbano, barrio tradicional, producción del espacio.

Descriptores: Espacio urbano, Desarrollo urbano - Aspectos sociales, Patrimonio cultural.

Abstract

The practices of urban heritage conservation which focus primarily in the beautification of a neighborhood can promote a modification in the social and economic local structures. In this case, the loss of social diversity and the specialization of the local economy can transform the neighborhood into an "exclusive" place which serves only to one group: the tourists. To combat this tendency to produce city-museums from the traditional neighborhoods, it is necessary to identify those tangible and intangible elements that contribute to maintain the physical structure as well as the different social categories of residents and their everyday practices related to space. When trading in the streets serves mainly to residents and it participates to widen the range of products and diversify the forms of vending, its conservation as part of the urban space can contribute to maintain the qualities of a neighborhood as a place "for all".

Keywords: street-trade, conservation, urban heritage, traditional neighborhood, production of space.

Keywords plus: Urban space, Urban development - Social aspects, Cultural heritage.

Resumo

As práticas de conservação do patrimônio urbano pode promover mudanças na estrutura social e econômica local, ou seja, uma perda de diversidade social e de especialização da economia local, em muitos casos levou a servir apenas um grupo: os turistas. Para combater esta tendência a produzir cidade-museu dos bairros tradicionais, é necessário identificar os elementos tangíveis e intangíveis que contribuem para manter as categorias sociais de residentes e residentes com seus costumes relacionados com o espaço. Quando da negociação na rua serve principalmente os residentes e inserido em uma vasta gama de produtos e formas de venda e de troca também são diferentes, a conservação deste elemento do espaço pode contribuir para manter as qualidades de um bairro como lugar "para todos".

Palavras-chave: rua de comércio, conservação do patrimônio urbano, bairro tradicional, a produção do espaço.

Palavras-chave descritores: Espaço público, Desenvolvimento urbano - Social, Patrimônio cultural.

* Los descriptores y *key words plus* están normalizados por la Biblioteca General de la Pontificia Universidad Javeriana.

etc., que pertenezcan a diferentes categorías económicas y a diferentes edades. Por otra parte, debe ser capaz de mantener una diversidad de usos locales que forme una economía local robusta para dar servicio y atraer a la variedad de personas que residen o frecuentan el lugar: panaderías, mercados, recauderías, librerías, tabaquerías, terrazas de café, restaurantes, museos, etc. El equilibrio entre las funciones sociales y económicas de un barrio es frágil, sobre todo cuando la valoración del barrio está guiada por intereses económicos en busca de generar un valor agregado.

En particular, ciertas modalidades del comercio en la calle contribuyen a mantener la diversidad social y a robustecer la economía local. La oferta de sus productos, cuando estos son de uso básico, asegura el aprovisionamiento de los residentes, sobre todo de las categorías de menos recursos, los cuales son más sensibles al alza de los precios. En otros casos, los vendedores mismos habitan en el barrio y mantener su actividad les permite ganar el sustento diario.

Este artículo está organizado en tres partes. En la primera parte, daré una breve definición de la “producción de la ciudad”, un concepto marxista aplicado a la geografía por Henri Lefebvre. Este concepto nos será de utilidad para entender mejor las dinámicas de la valoración del patrimonio urbano en relación con las dinámicas de la ciudad. Haré especial énfasis en la distinción entre el espacio como instrumento económico –el espacio producido con fines de lucro– y el espacio utilizado como medio social. Para completar este apartado, explicaré las dinámicas económicas y sociales que generan la ciudad museo, usando el ejemplo de Venecia. En la segunda parte, explicaré de qué manera y bajo qué condiciones el comercio callejero puede contribuir a mantener un cierto “equilibrio” en el barrio por su función social y económica. Por otro lado, explicaré brevemente los peligros que corre el espacio si el comercio callejero adquiere modalidades destructivas, modificando el equilibrio del espacio urbano y volviéndolo un lugar de deterioro físico y social. Para completar esta parte daré el ejemplo de Patan, Nepal, un centro histórico que mantiene un balance entre las funciones turística y social. En la última parte, daré una definición de patrimonio urbano y algunas claves de reflexión

sobre la evolución de esta noción con la finalidad de mejorar las prácticas de conservación. Haré explícitos los mecanismos económicos negativos ligados a las prácticas de conservación que provocan la expulsión de ciertas categorías sociales y la desaparición de ciertos usos poco rentables del sitio, transformando así un barrio tradicional en una ciudad-museo.

La ciudad como medio social y como instrumento económico

En las sociedades modernas, la ciudad se ha erigido como uno de los medios primordiales para la satisfacción de necesidades básicas como la vivienda, el empleo, los servicios y otras que, aunque no son reconocidas como básicas, son igualmente importantes como los espacios para la convivencia y el esparcimiento.

Además de esta función social, la ciudad se ha convertido en un instrumento propicio para la expansión de una economía creciente, que tiende a encarecer los servicios urbanos y a limitar las posibilidades de cubrir las necesidades básicas de la comunidad. Podemos subrayar que la conservación del patrimonio urbano sirve a los fines de la expansión capitalista y no a promover su función social, ya que tiende a involucrar poderosos intereses económicos en el proceso de su “producción”.

Para Henri Lefebvre, filósofo francés, la ciudad moderna es un “objeto” que se fabrica o produce como una mercancía para ser vendida al mejor precio, produciendo así un valor agregado. Sin embargo, este “objeto” no puede llegar a ser completamente una mercancía como cualquier otra, ya que los factores humano y ambiental, aspectos no capitalistas, son parte también de los procesos complejos de la organización espacial. Las contradicciones del espacio moderno se explican a partir del choque entre la lógica económica de la producción del espacio, es decir, su función como instrumento de acumulación, y la lógica social que se sirve del espacio urbano como medio para reproducir sus funciones sociales.

Bajo esta perspectiva, es entonces importante identificar los mecanismos que permiten que la ciudad mantenga un equilibrio entre su función como medio social y como instrumento de crecimiento económico. Un barrio “equilibrado” es aquel que permite mantener

una población residente de varias categorías sociales, así como también una cierta cantidad, aunque menor, de visitantes. Desde el punto de vista económico, este tipo de barrio permite la coexistencia de una variedad de usos en las plantas bajas de los edificios como comercios locales, bares y restaurantes, talleres, entre otros, que dan servicio a la diversidad de personas que residen y que visitan el lugar. Esta diversidad de usos es el elemento que garantiza que tanto los residentes como los visitantes tengan un motivo para encontrarse en las calles y aceras de la ciudad, y de esta manera la ciudad cumple con su función primordial: ser el lugar por excelencia del encuentro y el intercambio social.

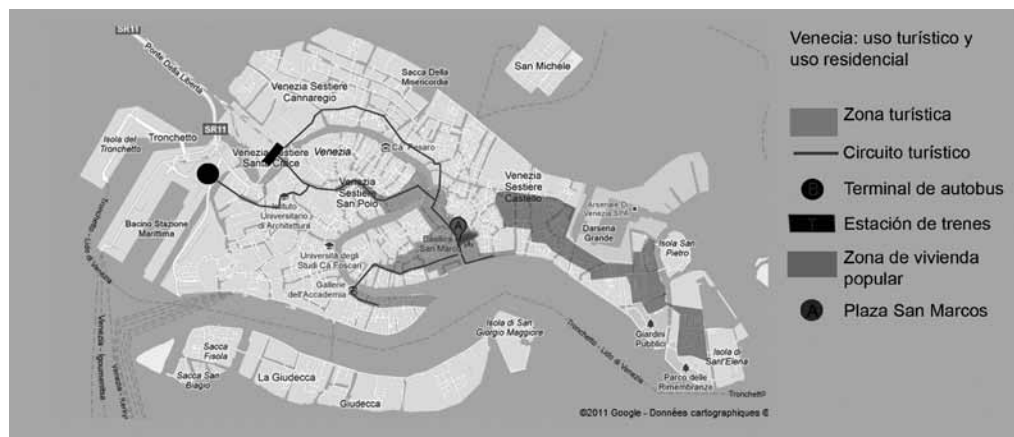
Las dinámicas económicas de los barrios rehabilitados pueden generar su propia auto-destrucción, como bien lo ha descrito en 1961 la socióloga-urbana Jane Jacobs. Los mecanismos negativos que afectan dicho balance social y económico del barrio están ligados con su repentino éxito económico; si este proceso no se acompaña con una política adecuada, su impacto puede alcanzar proporciones desmedidas. Por ejemplo, el alza en el valor del suelo de un barrio puede expulsar a la categoría popular que no podrá seguir rentando ahí una vivienda; la pérdida o disminución de personas de esta categoría induce a cerrar los locales comerciales y los servicios que le estaban asociados. Los nuevos usos que aparecen en el barrio son aquellos que económicamente son más interesantes, como los restaurantes y las cadenas especializadas para turistas. Los dueños tienden a aprovechar esta oportunidad económica para vender a un precio elevado sus propiedades. En muchas ocasiones, las molestias ocasionadas por los nuevos usos,

como el ruido, el tráfico y los conflictos por el uso de la acera por falta de espacios de aparcamiento, magnifica la pérdida de la población residente que prefiere mudarse a otro barrio. Esta mutación puede ser un beneficio para quienes hacen negocio de estas condiciones o para quienes pueden pagar el precio de vivir en estos barrios; sin embargo, será inevitable que el barrio pierda su diversidad social y los usos tradicionales que la acompañaban, volviéndose así un barrio “exclusivo”.

Este es el caso de los procesos que han sufrido los centros históricos europeos, los cuales fueron rehabilitados en las últimas décadas con la intención de convertirlos en objetos de “marketing” turístico. Es gracias a la difusión mediática que han tenido, como los ejemplos de Barcelona, Turín y Lyon, entre otros, se han convertido en un modelo por seguir para otros tejidos urbanos en el mundo. Los centros históricos que fueron rehabilitados se encontraban en deterioro y sus ciudades en un momento de transición económica que dejaba atrás la industria y encontraba en el turismo y la cultura una importante fuente de recursos. Cabe mencionar que este no es el contexto ni la situación de otros centros históricos en otras partes del mundo y que, por lo tanto, la aplicación de las mismas estrategias no produce los mismos resultados. El rescate de la estructura física de estos centros históricos europeos permitió la llegada de una gran cantidad de visitantes y de nuevos negocios, como locales comerciales, museos, restaurantes y varios servicios turísticos que modificaron la estructura del lugar.

El caso de Venecia es ejemplar: una gran parte de los venecianos ahora vive en Mestre,

Figura 1:
Venecia: zona turística separada de la zona residencial
Fotografía:
Lila Oriad, 2011



ciudad en tierra firme a cinco minutos de Venecia en auto. Aun viviendo en Venecia, los habitantes nunca utilizan los circuitos turísticos para moverse de un lado a otro de la ciudad ni tampoco utilizan las plazas principales, como la Plaza San Marcos, para tomar un café o una copa de vino, ya que los precios pueden aumentar varias veces y el ruido de los turistas hace poco atractivo el sitio para pasar un rato agradable y tranquilo. Los pocos barrios habitacionales que aún resisten, como es el caso de Castello, se encuentran separados completamente de los circuitos principales y de la zona turística (Figura 1). Los habitantes se sienten despojados de su territorio, sin olvidar que el turismo les ha permitido, en muchos casos, mejorar su situación económica.

Este caso nos permite ver cómo un barrio que se especializa en zona turística, amenaza el equilibrio entre su función económica y su función como medio social. La reversibilidad del proceso es difícil, ya que la formación de una comunidad de barrio se construye con el tiempo; la llegada de nuevos habitantes que sustituyan a los que ahí vivían no implica *de facto* que por su presencia formen una comunidad. Es decir que una vez que se ha destruido el barrio a causa de las dinámicas económicas, será imposible reconstruirlo en términos sociales.

Paradójicamente, los turistas que llegan a Venecia buscan alejarse de las zonas turísticas, donde saben que se trata de un “simulacro” adaptado a sus expectativas y prefieren adentrarse en las callejuelas poco frecuentadas para encontrar al fin la ciudad real. Esto es una prueba de que los barrios históricos son atractivos no solo por sus edificios, sino también por su dinámica de “ciudad vivida”, donde se puede interactuar con los habitantes, comprar cosas que ellos consumen, comer platillos locales, etc. Sin esta vitalidad, un barrio histórico se convierte en un museo. En la figura 2 vemos el funcionamiento social de la plaza San Marcos en el siglo xvii como lugar del encuentro social. En contraste, la figura 3 muestra la misma plaza en 2008 como zona exclusiva de turistas. Cabe mencionar que las terrazas de café son el uso económico actual de la plaza, donde el precio de un café incluye el privilegio de sentarse en una de las plazas más hermosas del mundo.



Figura 2:
Canaletto (siglo xvii),
piazza San Marco.

Fotografía:
Lila Oriad, 2008

El papel del comercio callejero para generar diversidad social

El comercio en las calles es parte del funcionamiento social de los barrios y de su economía local. Esta actividad es frecuentemente asociada con valores negativos, ligados sobre todo a la ilegalidad y a la pobreza. Si bien es cierto que cuando el comercio callejero hace un uso abusivo de las calles, contribuye a destruir el entorno físico y social. Por esta razón es importante contar con mecanismos de regulación

Figura 3:
Plaza San Marcos
como ejemplo de
ciudad-museo

Fotografía:
Lila Oriad, 2008



que impidan la expansión sin límite de esta actividad, sobre todo en el caso de los países en vías de desarrollo.

Por otra parte, es posible también hallar otros casos en que la presencia de este comercio favorece el establecimiento de dinámicas sociales deseables. Cuando el comercio callejero es parte de una economía local diversa contribuye, en efecto, a sentar las bases para el “equilibrio” del barrio.

Esta actividad permite al barrio conservar a los residentes que trabajan como vendedores; para esta categoría, algunos de escasos recursos, la relación entre la vivienda y el empleo en la calle es de suma importancia si se trata de conservar un tejido social existente. Es también importante para los residentes que hacen las compras en el barrio, ya que es un valor agregado contar con una diversidad de oferta, lo que les permite variar los productos que consumen localmente y contar con ciertos servicios cerca de su vivienda. En algunas ocasiones el mercado callejero es parte del atractivo del barrio, como en el caso del centro histórico de Coyoacán, en la Ciudad de México. Su contribución positiva al barrio también puede reconocerse por su presencia bien conocida por quienes frecuentan un determinado espacio público y por el papel que juegan en el intercambio de saludos y conversaciones cortas. Estas condiciones permiten

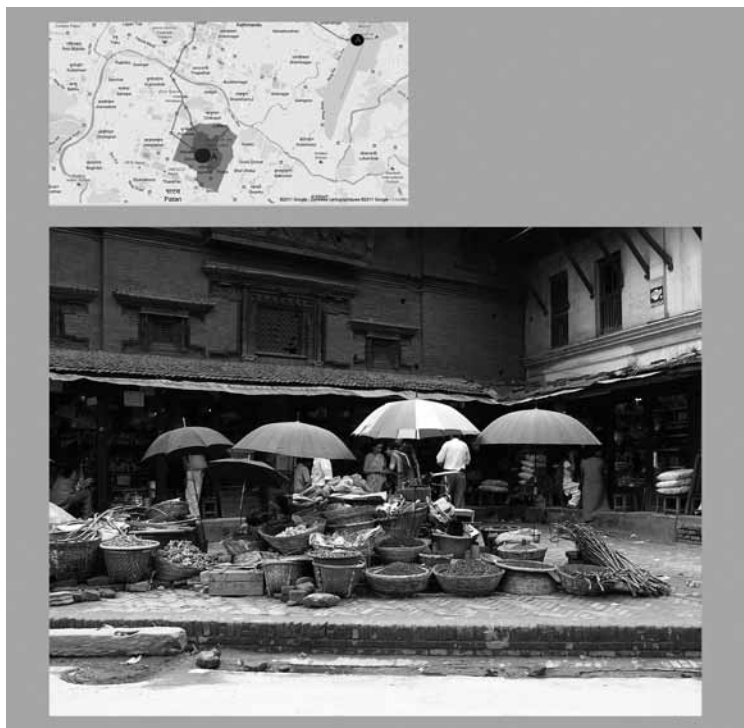
a ciertos vendedores volverse un elemento de identificación del espacio urbano de manera tan concreta como podría serlo un elemento físico.

El comercio callejero tiene una lógica de funcionamiento propia. Este necesita de ciertos factores presentes en el barrio para poder florecer. El primero de estos factores tiene que ver con la presencia de clientes potenciales; los vendedores callejeros se establecen o deambulan en las zonas donde existe un flujo importante de personas, como el caso de los barrios tradicionales. El segundo tiene que ver con su lógica económica, ya que este tipo de vendedores no cuenta con ahorros o posibilidades para invertir en vehículos especiales para vender sus mercancías o costear el pago de la renta de un local en mercados cerrados. El tercero tiene que ver con el tipo de mercancías que vende, el cual se selecciona según el tipo de clientes potenciales y sus necesidades. El último factor tiene que ver con su lógica espacial, ya que esta actividad requiere de lugares de guardado y de abastecimiento en proximidad de los lugares de venta.

En el caso de los centros históricos rehabilitados, se tiende a tratar de moldear esta actividad según la apariencia que se busca del barrio. Estas estrategias tienden a fracasar ya que no toman en cuenta el modo de funcionamiento de esta actividad. En Estambul, por ejemplo, se obligó a los vendedores callejeros a comprar vehículos a crédito. Estos vehículos no cumplían con las necesidades de los vendedores y no era posible pagar el crédito con las ganancias obtenidas; por lo tanto, fueron empresas de capital privadas las que tomaron los puntos de venta en la calle. En el caso del centro histórico de la Ciudad de México, se instalaron estructuras metálicas para acoger a los vendedores en las calles donde no pasaba la gente, para evitar el conflicto de circulación. Actualmente estas estructuras están abandonadas. En el mismo caso, se han construido mercados cubiertos para reubicar a los vendedores; sin embargo, éstos terminan abandonando los mercados para salir a la calle a vender nuevamente. Estas estrategias no pueden funcionar sin tener conocimiento de cómo se organiza el comercio callejero.

Un ejemplo de un centro histórico que ha mantenido sus funciones como lugar para la convivencia social, los intercambios económicos y la llegada de turistas, es la ciudad de Patán, Nepal –valle de Katmandú–. Esta

Figura 4:
Esquina de las especias
en Durbar Square,
Patan, Nepal.
Fotografía:
Francesca Cipolla, Rita
Carraro y Lila Oriard,
Reporte UNESCO 2004



ciudad histórica, considerada desde 1979 Patrimonio de la Humanidad por la unesco, presenta rasgos interesantes para el estudio del patrimonio urbano.

La plaza principal, conocida como Durbar Square, está compuesta por una serie de templos –considerados monumentos históricos de gran valor– y rodeada por el Palacio Real y casas de arquitectura tradicional. Esta plaza se encuentra localizada en el cruce de las dos avenidas importantes de la ciudad histórica. Desde que la ciudad fue consolidándose, el comercio floreció en este crucero. Ahí es a donde llegaban visitantes de regiones lejanas y a donde los mismos habitantes también iban a comprar la despensa y otros productos. Esta ciudad sufrió modificaciones importantes a partir de la década de los 80, cuando los habitantes comenzaron a demoler las casas tradicionales para construir casas adaptadas a la vida moderna. La llegada de turistas extranjeros durante este periodo tuvo un impacto moderado en el espacio urbano, pero éstos llegaban sobre todo a Katmandú, la capital, para después visitar las montañas en las regiones del Himalaya. La cantidad de visitantes que va actualmente a Patan es relativamente baja en comparación con Katmandú, ya que el trayecto a Patan desde la capital es de aproximadamente una hora en transporte público.

Después de una evaluación del estado de conservación del perímetro de la zona de monumentos, constatamos que cerca de la mitad de las casas tradicionales, para 2004, había sido fuertemente modificada (Reporte unesco, 2004). Sin embargo, casi el 100% de las familias tradicionales seguía habitando el mismo lugar desde hacía varias generaciones; en varios casos, la casa tradicional de familia había sido reconstruida con cemento.

Lo mismo sucede con los talleres artesanales, la posición del mercado y las zonas comerciales: aunque su aspecto físico cambió en algunos casos, su funcionamiento social y económico seguía conservando las mismas bases. Es interesante observar este caso ya que, si bien el centro histórico pudo mantener sus dinámicas sociales y económicas locales al mismo tiempo que desarrollar hasta cierto punto el turismo, fue gracias a que el turismo no obtuvo un éxito económico desmedido por razones de accesibilidad. De tal manera, este uso no se ha



Figura 5: Venta de verdura para residentes locales como parte del funcionamiento del barrio histórico. Patan, Nepal
Fotografía: Lila Oriad - Venecia, Italia, 2008

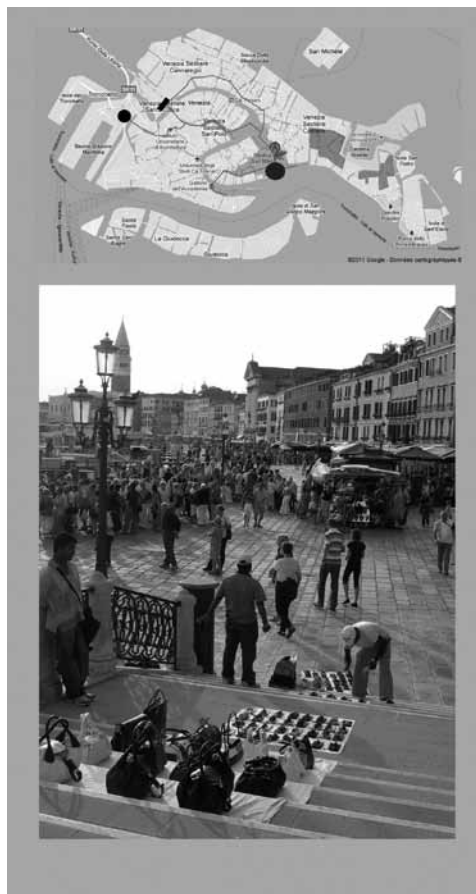


Figura 6: Venta callejera de bolsas pirata en barrio para turistas. Venecia, Italia.
Fotografía: Lila Oriad - Venecia, Italia, 2008

convertido en una amenaza para la estructura urbana del barrio, aunque la voluntad económica y política así lo hubiera deseado. Como vemos en la figura 8, la zona turística coexiste con la dinámica local del sector, lo cual es un ejemplo de un barrio “equilibrado” en sus funciones económica y social.

La diversidad económica de las calles cercanas a Durbar Square está compuesta por comercio en planta baja para residentes y algunos locales para turistas; por dos hoteles, varios locales semi-fijos de comida para la gente local, tres o cuatro restaurantes para turistas ubicados en las terrazas de los edificios de tres niveles, varios locales provisionales de venta local como telas, pulseras de vidrio tradicionales, canastas y objetos para la casa sobre la plaza; una asociación de salvaguardia del patrimonio y, finalmente, un museo importante restaurado con la cooperación austriaca. Además del movimiento de gente que va y viene en la plaza principal, encontramos a los vendedores de la calle que ofrecen fruta y verdura por la mañana. Estos vendedores de la calle coexisten y complementan la oferta de productos con otros locales comerciales semi-fijos en medio de la plaza y con los negocios establecidos.

Desde el punto de vista social, el comercio callejero en el caso de Durbar Square es un soporte para el funcionamiento de la ciudad. Los habitantes vienen por las mañanas a visitar los templos, sobre todo las mujeres, quienes después de practicar sus rituales religiosos pasan al mercado a comprar lo que se necesita en casa. Parte de las compras se realiza en la calle y otra parte en los locales semi-fijos del mercado y en locales establecidos en la planta baja de las casas

tradicionales. Por la tarde, encontramos varios grupos de hombres que discuten en la plaza o que toman un descanso viendo pasar a los peatones, y al mismo tiempo diversos turistas que visitan los monumentos.

Patan es un ejemplo de un centro histórico “vital”, donde los monumentos y otros elementos del espacio urbano son parte de la vida cotidiana de sus habitantes. Los turistas que, en número limitado, llegan a visitar la plaza no están aislados del contexto local, formando así parte de la diversidad social del barrio sin afectar su economía local.

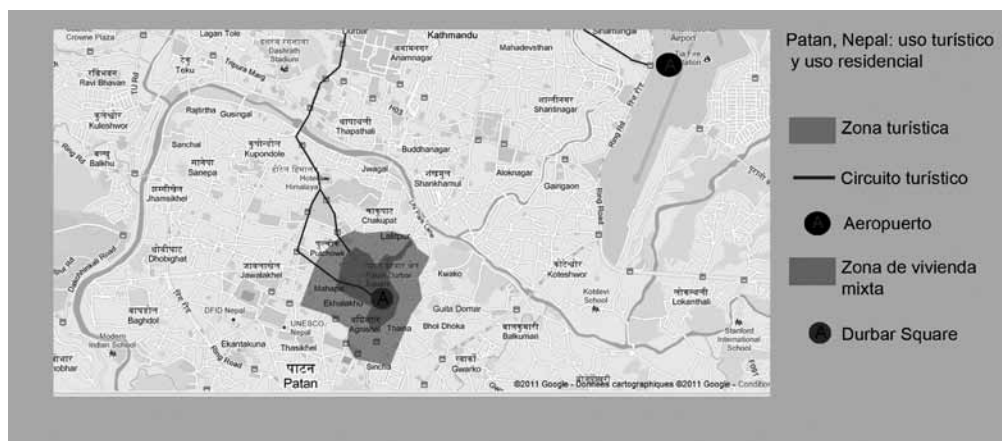
El patrimonio urbano y su conservación tangible e intangible

El patrimonio se clasifica en tangible e intangible según se relacione con un objeto físico o con un producto inmaterial, como una obra intelectual o determinados usos y costumbres. Ya se trate de uno u otro, el patrimonio, desde un punto de vista conceptual, se ubica siempre en una esfera axiológica, es decir que un objeto adquiere el estatuto de patrimonio en función de los valores que le atribuye una comunidad determinada. En este sentido, las estrategias de conservación del patrimonio están orientadas a “otorgar valor” a los elementos que han sido elegidos.

En el caso del patrimonio urbano, tanto el carácter tangible como el intangible forman parte de su estructura en la medida en que un barrio, por ejemplo, no se constituye sólo por su espacio físico, sino también por las cualidades del espacio que comprenden su dinámica social y económica. Así, este artículo defiende la idea de que una verdadera estrategia de conservación del

Figura 7:
Patan, Nepal.
Coexistencia en un
barrio histórico de
la zona turística y la
zona de vivienda de
residentes locales.

Fotografía:
Lila Oriad, 2011



patrimonio urbano no debería menospreciar el resguardo de las costumbres locales, cuyo valor ayuda a construir la identidad y los usos de estos lugares.

Es importante hacer explícito que la ciudad tiene un proceso de “auto-producción”; es decir, que se “hace” en parte por las iniciativas del Estado y de los inversionistas privados por un lado –creación de calles, remodelación de espacios públicos, edificios, reglamentos de uso urbano, etc.–, y por otro, por las costumbres y usos del sitio –ir de compras a tal lugar, visitar tal parque, comer en tal restaurante, etc.–. Cuando las estrategias de conservación del patrimonio urbano se ponen en práctica, se suelen olvidar los mecanismos de producción de la ciudad por los mismos habitantes, lo que puede producir un abandono del barrio por parte de ciertos grupos locales, es decir que con frecuencia éste se convierte en un lugar para visitantes y turistas.

Las estrategias de conservación del patrimonio urbano deben estar íntimamente ligadas con estos procesos de “producción” de la ciudad. En el caso de Venecia, hemos visto cómo un incremento del valor del suelo y el cambio de uso implicaron un abandono por parte de ciertas categorías sociales. La valoración de los barrios históricos apunta únicamente a la valoración del lado tangible del patrimonio urbano, porque la intención es crear un producto vendible a quien mejor pueda pagarlo; en su mayoría, los destinatarios de esta mejora no son los mismos habitantes.

Los intereses económicos y políticos son los principales impulsores de los proyectos de renovación de los barrios tradicionales. Estos intereses responden a una lógica de funcionamiento propia. Por ejemplo, los inversionistas tienen como principal objetivo recuperar la inversión del capital privado lo antes posible y con un cierto margen de ganancia. Cabe mencionar que el embellecimiento de los centros históricos es planeado en parte por los inversionistas privados. Es lógico, entonces, que este tipo de intervenciones en la ciudad estén ligadas a un aumento del valor del suelo, ya que los intereses económicos que las promueven buscan crear espacios lucrativos para recuperar las inversiones –hoteles, restaurantes, vivienda para categorías de clase alta, etc.–. Los trabajos de renovación

son por lo general muy costosos, ya que además de invertir en restauraciones para renovar los espacios públicos, se requieren también trabajos estructurales y de cambio de las redes urbanas que por su antigüedad se encuentran muchas veces en mal estado.

Por otra parte, la lógica de la administración pública debería estar encaminada a mejorar las condiciones de vida de los habitantes. Sin embargo, para los municipios no es fácil encontrar los financiamientos o los medios de gestión para montar estrategias que contrarresten los efectos del encarecimiento del suelo urbano. En algunos casos, es también importante mencionar que los trabajos de remodelación tienen un efecto de visibilidad que es interesante para mostrar el poder político en tiempos de campaña electoral. Por el contrario, las políticas de gestión y de ayuda a los habitantes carecen de este efecto visual y toman más tiempo en rendir frutos.

Un ejemplo de cómo en la mayoría de las intervenciones se hace a un lado el uso tradicional, es el de los vendedores callejeros, quienes a pesar de ser parte de las costumbres del barrio, no son considerados como parte de su valor. La razón por la cual este elemento no forma parte de las estrategias de valoración es, por un lado, que no contribuye a aumentar el valor del suelo, y por otro, que los clientes a los que daba servicio han cambiado probablemente sus costumbres de aprovisionamiento.

Estas lógicas económicas y políticas influyen en el proceso mediante el cual se define el patrimonio urbano y se le “otorga valor”. Esto no quiere decir que este vendedor callejero no sea importante para el barrio; lo es por que forma parte de los elementos que constituyen las costumbres de sus habitantes y, como se ha visto, es necesario para que la ciudad mantenga su función como un medio social. El vendedor callejero podría no ser considerado un elemento de valor patrimonial en sí mismo, pero sí como un elemento que contribuye al valor del barrio como sitio atractivo para residentes y turistas.

Por parte de la administración, es difícil gestionar el comercio callejero. La creación de mercados y su manutención resultan costosas, y los comerciantes callejeros normalmente no funcionan fijos en un lugar y no pueden tampoco pagar las rentas porque muchas veces no

tienen el dinero para hacerlo, como hemos ya explicado. Por lo general, si el espacio urbano no es muy competido, la administración da tolerancia para esta actividad, pero cuando los inversionistas hacen presión, la administración impide a los vendedores establecerse en las calles “valoradas”.

Conclusiones

Para evitar que un barrio tradicional se convierta en una “ciudad-museo”, es necesario que conserve su vitalidad –social y económica–. Para lograrlo, es necesario primeramente identificar los elementos tangibles e intangibles que contribuyen a sostener la diversidad social de un barrio y la economía local que le da servicio; y en seguida, “otorgarle valor” a estos elementos como parte del proceso de conservación del patrimonio urbano.

Dar un espacio al comerciante callejero que vende fruta a los residentes no es tan importante para el montaje financiero del proyecto como los nuevos locales comerciales para turistas que podrán rentarse a un precio elevado. Por otra parte, la administración también tiene el interés de concretar el proyecto de renovación a corto plazo por su fuerza visual; la gestión de los comerciantes resulta una difícil tarea que toma tiempo en concretarse y que finalmente no resulta “interesante” desde el punto de vista del marketing político.

La evolución del concepto de patrimonio urbano es necesaria para conservar las cualidades de los barrios y no convertirlos en ciudades-museos, como tienden a hacerlo las prácticas actuales. Esta evolución tendría que reconocer los elementos tangibles e intangibles de los barrios que contribuyen a mantenerlos en “equilibrio” entre su uso económico y el social. En el caso de Patan, Nepal, hemos visto que el éxito relativo del turismo permitió a este sitio conservar sus características de barrio local. Cabe preguntarse si es pertinente aplicar políticas de conservación y renovación que pongan un límite a las dinámicas económicas ligadas al turismo con el fin de dejar espacios para la vida local del barrio de la cual forman parte los vendedores callejeros.

Referencias

- Balbo, Marcello (2002). *La città inclusiva: argomenti per la città dei pvs*. Milán: Franco Angeli.
- Baroni, Bruno Nazim (2007). *Spatial stratification of street vendors in downtown Mexico City*. Tesis de maestría supervisada por Diane Davis, Massachusetts Institute of Technology, disponible en DSpace@MIT
- Calabi, Donatella (2004). *The market and the city: square, street and architecture in early modern Europe*. Hampshire, Reino Unido: Ashgate Publishing Limited.
- Carrión, Fernando y Hanley, Lisa (2007). *Urban regeneration and revitalization in the Americas: towards a stable state*. Washington D.C.: Woodrow Wilson International Center for Scholars,
- Dallen, Timothy y Boyd, Stephen (2003). *Heritage tourism*. Essex, Reino Unido: Prentice Hall Pearson Education Limited.
- Friedmann, John (1979). *Territory and function: the evolution of regional planning*. Londres: E. Arnold.
- García Canclini, Néstor (2005). *Diferentes, desiguales y desconectados: Mapas de la interculturalidad*. Barcelona: Gedisa.
- Ingallina, Patrizia (2005). Park Jungyoon. City marketing et espaces de consommation: Les nouveaux enjeux de l’attractivité urbaine. En *Urbanisme*, ISSN 1240-0844, France.
- Jacobs, Jane (1961). *The death and life of great american cities*. Nueva York: Vintage Books.
- Lefebvre, Henri (2000, [1986]). *La production de l’espace*. París : Anthropos.
- Meissonnier, Joël (2006). Marchands de Rue à Istanbul: présence urbaine d’une offre commerciale en perpétuelle recombinaison spatiale. *Les dossiers de l’Iféa*, 19. Estambul: ifea.
- Mele, Patrice (2004). Conflits patrimoniaux et régulations urbains. En *Ville, Société, Territoire*. Tours, Francia: umr cnrs citers, Université de Tours.
- Monnet, Jérôme (1993). *Mexico et son double*. París: Nathan.
- Oriard, Lila (2008). (Liliane Pierre, Dir.). *La valeur patrimoniale de la place mexicaine face à sa transformation*. Tesis de maestría, Instituto de Urbanismo de París.

Oriard, Lila; Cipolla, Francesca y Carraro, Rita (2004). *Evaluation of the state of conservation in Patan, Nepal. unesco Report 2004*. Venecia, Italia: Istituto Universitario di Architettura di Venezia.

Pradilla Cobos (2008). ¿El Centro Histórico sin ambulantes? En *Metrópoli 2025*, octubre de 2008, México D.F., disponible en: www.metropoli2025.com ,

Riviere D'Arc, Hélène y Memoli, Maurizio (2005). *Le pari urbain en Amérique Latine: vivre dans le centre des villes*. París: Armand Colin.

Tomas, François. Estrategias socioespaciales y construcción/destrucción de la identidad urbana: Apuntes a partir del caso de Tepito. En Tamayo S., Wildner K. Identidades urbanas, *Cultura Universitaria*, 85, 335-357. Serie ensayo. México D.F.: uam.

