



TURISMO CULTURAL EN CENTROS HISTÓRICOS Y PATRIMONIALES. USO Y FUNCIONES DEL ESPACIO PÚBLICO

Lic. Luis Pérez Rives

Empresa Turística Gran Caribe Cayo Largo del Sur. Cuba

lperez910329@gmail.com

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Luis Pérez Rives (2017): "Turismo cultural en centros históricos y patrimoniales. Uso y funciones del espacio público", Revista Caribeña de Ciencias Sociales (mayo 2017). En línea: <http://www.eumed.net/rev/caribe/2017/05/turismo-espacio-publico.html>

Resumen

La adaptación de la actividad turística al espacio público a nivel mundial en los nuevos tiempos, así como la visión que se tiene sobre su función dentro de la ciudad moderna hace necesario una resignificación y revalorización de estos en los Centros Históricos, concibiéndose no sólo por su valor histórico, cultural y social sino también por su dimensión económica, para lograr un desarrollo integral autofinanciado que haga recuperable y productiva la inversión de restauración y conservación de los mismos. Se utilizaron métodos empíricos para la recopilación de la información. También se aplicaron métodos teóricos como el histórico-lógico, el análisis-síntesis, el inductivo-deductivo y el análisis bibliográfico.

Palabras Claves:

Turismo, centros históricos, espacios públicos.

Abstract

The adaptation of the tourist activity to the public space on a global scale in the new times, as well as the vision that is had on its function inside the modern city makes necessary a resignificance and revaluation of these in the Historical Centers, being conceived not only by its historical, cultural and social value but also by its economic dimension, to achieve an autofinanced integral development that makes recoverable and productive the investment of restoration and conservation of the same ones. Empirical methods were used for the compilation of the information and theoretical methods were applied like the historical - logical, the analysis - synthesis, the inductive - deductive and the bibliographical analysis.

Keywords:

Tourism, historical centers, public spaces.

Introducción

El turismo es una actividad que irrumpe en ciudades con una estructura urbana y un tejido social que no fueron contruidos para ello. Sin embargo, en muchos casos este representa un gran potencial económico en términos de generación de riqueza y empleos, de ahí que surge un turismo cultural urbano, modalidad que crece significativamente en el mundo entero. Esta actividad no es tangencial a los sitios con valor patrimonial, sino un movimiento asociado a ellos y en particular a los monumentos y sitios reconocidos como Patrimonio de la Humanidad. En efecto, las ciudades históricas son todo un conglomerado de espacios donde se sincretizan culturas y se vivencian experiencias culturales únicas.

Los profundos cambios que se vienen produciendo en las ciudades y los territorios exigen nuevas miradas, planteamientos y análisis que ayuden a minimizar los riesgos e incertidumbres inherentes a ellos y, al mismo tiempo, a aprovechar las oportunidades que generan. Se trata de encontrar un modelo de desarrollo de carácter integrado, capaz de hacer compatible la competitividad económica, el bienestar social, la identidad cultural, la sostenibilidad ambiental y la moderación de los desequilibrios territoriales y a la vez garanticen la satisfacción de un turista cultural que busca la interrelación con la población local de acogida (Caravaca et al., 2009).

En relación con lo anterior, las ciudades despiertan un interés especial, al considerarse por su capacidad de competir y difundir el dinamismo y el desarrollo al conjunto del territorio.

Estos cambios que vienen soportando las ciudades en las últimas décadas y la búsqueda del desarrollo territorial de las mismas renuevan planteamientos e interpretaciones teóricas acerca de los procesos socioeconómicos que las afectan y sobre las competencias y el papel que estas pueden desempeñar incluso dentro de la actividad turística; de ahí la importancia de estudiar la planificación de sus espacios públicos en la conformación de sistemas urbanos que contemplen estructuras territoriales policéntricas que favorezcan un

Turismo cultural en centros históricos y patrimoniales. Uso y funciones del espacio público.

modelo territorial más equilibrado en aras de lograr la consecución de un desarrollo integrado y la no sobreexplotación de los recursos culturales que en estas se desarrollan, así como el mejoramiento de la calidad de vida de la población local (González, 2009).

El espacio público define la calidad de la ciudad porque indica la calidad de vida de la gente y la cualidad de la ciudadanía de sus habitantes. Concebir el espacio público con el objetivo de facilitar un uso social intenso y diverso, promoviendo actividades e incitando la presencia de nuevos colectivos humanos es la vía ideal para promover la realización de un turismo sustentable en estos espacios, garantizando el intercambio entre culturas y el desarrollo de la ciudad.

El turista cultural en ciudades patrimoniales tiene como principal incentivo el conocimiento y las costumbres de cada sociedad. El interés del turista en el patrimonio cultural es de suma importancia, pues el turismo patrimonial permite generar recursos económicos que pueden ser destinados a proyectos de conservación y mejoramiento social y urbano. Los bienes culturales de las ciudades históricas e inscritas en la lista del Patrimonio Mundial se han convertido en un elemento de atracción para los visitantes, difundándose un programa cultural en más de 50 instalaciones y en los espacios públicos principales, donde se celebran actividades de carácter cultural que complementan su uso dentro de la actividad turística que en estos se desarrollan.

Turismo cultural en centros históricos y patrimoniales. Uso y funciones del espacio público.

Turismo Cultural: acercamiento a definiciones, características, clasificaciones y tipología del visitante.

El turismo ha sido uno de los sectores de mayor expansión durante los últimos años. El surgimiento de nuevos destinos, la reconversión de los ya existentes y la consolidación de acercamientos científicos a este fenómeno social constituyen una muestra de su crecimiento cualitativo y cuantitativo en el ámbito mundial. El comportamiento de la demanda y preferencias de los visitantes continúa expresando un amplio espectro de motivaciones, significado del auge que ha tomado este tipo de turismo, como alternativa a los modelos tradicionales de turismo.

El desarrollo del turismo cultural urbano debe considerar ante todo la necesidad de un enfoque multidisciplinario que evite errores de consecuencias graves para la ciudad, es decir que por un lado satisfaga las demandas del residente y por otra parte la del turista que consume similares servicios en el destino, confiriéndole a la ciudad un “carácter dual” (Castells, 2004). La cultura se está convirtiendo en motivación de viaje para los turistas que arriban a un destino, a tono con la proyección del turismo hacia una mayor identificación con los valores del entorno y las expresiones culturales de cada zona geográfica, visitando su idiosincrasia y patrimonio, proporcionando la reconocida riqueza cultural de una ciudad con un potencial necesario para el desarrollo de esta modalidad.

Es por ello que la terminología de turismo cultural está enmarcada en un contexto social actual, en que la cultura forma parte de las estrategias comerciales de los destinos turísticos que desarrollan productos asociados a esta tipología, surgiendo diferentes acepciones de esta teniendo en cuenta el alcance que implica el término cultura.

Según ICOMOS (1976), el turismo cultural es aquella forma de turismo cuyo objeto es el conocimiento de monumentos y sitios histórico-artísticos y que

ejerce un efecto realmente positivo sobre éstos y contribuya a la satisfacción de sus propios fines y al mantenimiento y protección de los mismos, generando beneficios socio-culturales y económicos para toda la población implicada”.

Por su parte la OMT(1985) define el Turismo Cultural como el movimiento de personas debido esencialmente a motivos culturales como viajes de estudio, viajes a festivales u otros eventos artísticos, visitas a sitios y monumentos, viajes para estudiar la naturaleza, el arte, el folklore, y las peregrinaciones.

Smith (1992) plantea que es aquel turismo motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales, materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico.

Mesía (2010) hace referencia al concepto de turismo cultural formulado en la VI Conferencia Iberoamericana de Ministros de Cultura celebrada en Santo Domingo en el año 2002, donde se determina que “el turismo cultural es una forma de turismo donde la cultura, en su materialidad o en su inmaterialidad es el factor principal de atracción y el objetivo primero de un viaje”.

Este concepto implica no solo ver el turismo cultural desde una óptica materialista de que solo el turista busca la apropiación de elementos materiales que posean valor cultural o simplemente el consumo de un producto cultural, sino que busca la interacción con la comunidad local de acogida y la apropiación de valores culturales implícitos en cada producto que consumen (intangibilidad).

El Turismo Cultural es el que se practica en los núcleos urbanos que presentan un alto número de recursos culturales que por su singularidad y valor son capaces de atraer a los turistas y provocar que éstos estén motivados en conocer el patrimonio cultural de la ciudad o urbe visitada (Botero Jaramillo et al., 2003).

Echarri (2006) lo concreta como el turismo que surge a partir del efecto que este genera en los visitantes y aquel que está constituido por personas que viajan con el objetivo de autoeducarse o ensanchar su horizonte personal mediante la participación en acontecimientos o visitas a sitios de alto valor cultural.

Una de las definiciones más amplias referidas al turismo cultural o patrimonial considera que el patrimonio debe ser dividido en natural (lugares de belleza extraordinaria), cultural (costumbres), industrial y personal (aspectos que tienen significado para una persona o grupos de personas). También propone que las formas de turismo recreativo practicadas dentro de un bien patrimonial, sea natural o cultural, sean clasificadas como turismo cultural (Barreto, 2007).

Es por ello que en muchas ocasiones se puede encontrar referencia al turismo cultural con la expresión *heritage tourism* que podría ser traducida por turismo patrimonial, pues abarca todo lo que hace referencia al patrimonio histórico y a los monumentos, al legado cultural de un producto, lugar o destino turístico de modo más amplio.

Femenía (s/f), hace alusión al concepto planteado por Rodríguez y Alonso (2009), los que en un primer interés por conceptualizarlo lo definen en un sentido más amplio, entendiéndolo como un viaje a lugares diferentes de la residencia habitual de un público interesado por conocer otras culturas, contemplando recursos culturales principalmente relacionados con la historia.

Femenía, (s/f) expresa que la Organización Mundial del Turismo considera que el 40% de los viajes turísticos mundiales tienen carácter cultural, siendo el quinto segmento con mejores perspectivas de crecimiento en los últimos años en todo el mundo, pronosticándose un crecimiento significativo en ciudades declaradas Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, ámbito que adquiere significación en la actualidad. Los motivos de este espectacular crecimiento se encuentran tanto desde el lado de la oferta como del lado de la demanda turística. Se observa una madurez del Turismo de Sol y Playa, un cambio de motivaciones del turista, el interés por desestacionalizar la oferta turística, la consideración del turismo como motor de desarrollo y progreso de zonas del interior así como el perfil de un nuevo turista con un nivel cultural superior, con un nivel económico de vida medio-alto y con un gasto hacia el interior del destino a diferencia del turista convencional.

Según Femenía (s/f), el turismo cultural puede clasificarse en función de la actividad cultural preferente a la hora de realizar un viaje turístico en:

- Manifestaciones artísticas (danza, música y teatro).
- Arte (monumentos, pintura, cultura y museos).
- Costumbres, folklore y artesanía, enología y compras.

➤ Lugares históricos o relacionados con personajes famosos

El turismo cultural juega un papel muy importante para dar a conocer, preservar y disfrutar el patrimonio cultural y turístico de cada país y en él se interrelacionan tres elementos -patrimonio, turismo y cultura- que son difíciles de equilibrar, ya que, mientras el turismo se ha considerado históricamente como una actividad preponderantemente económica, el patrimonio es una riqueza no renovable que no puede considerarse un producto clásico de consumo. Es necesaria la búsqueda de estrategias encaminadas a fomentar el desarrollo del turismo cultural, no solamente como motor económico de los pueblos, sino también como preservador de los valores y del patrimonio cultural de las naciones, desde una perspectiva que garantice el respeto y la conservación de los mismos a través de un mayor conocimiento entre los turistas, y de intercambios interculturales fructíferos que contribuyan al desarrollo económico, social y cultural de los pueblos (Ministerio de Cultura, 2011).

El turista cultural de ciudad: Características y clasificaciones.

Romero (s/f), se refiere al turista cultural como aquella persona cuyo principal motivo para visitar una ciudad es conocer su patrimonio histórico: trama urbana, murallas, calles, plazas, palacios, iglesias, museos; observar y participar de las costumbres, idiosincrasias y modos de vida de la población residente; mezclarse en la calle, parques, restaurantes, relacionarse con la población local de acogida, comprar en sus tiendas, beber en sus bares; asistir a manifestaciones de cultura tradicional: participar de la fiestas, gastronomía y folklore en general; presenciar representaciones culturales contemporáneas como: conciertos, exposiciones de arte y otros espectáculos. De igual forma este autor argumenta que el turismo cultural es una actividad de ocio cada vez más generalizada que ofrece, como valor agregado sobre otro tipo de turismo, experiencias relacionadas con el saber y el aprendizaje, estableciendo dentro de la categoría de turista cultural varias clasificaciones, definiendo tres tipos o segmentos de visitantes según sus diferentes actitudes o comportamientos:

- Turista de inspiración cultural.
- Turista atraído por la cultura.

- Turista de motivación cultural.

Turista de inspiración cultural:

Elige destinos famosos por su patrimonio cultural para visitarlo una vez en la vida y con pocas intenciones de repetir. Suele viajar en grupos organizados con visitas en ruta a varias ciudades, sin una estancia prolongada en ninguna de ellas. Es el segmento de visitantes más abundante en las ciudades históricas y lo más parecido a turismo de masas por su forma de comercialización, comportamiento y consumo.

Turista atraído por la cultura:

Pasa sus vacaciones en un destino no cultural, como la playa o la montaña, pero que de forma ocasional, visita lugares históricos y aprovecha las oportunidades culturales disponibles como: ciudades, fiestas locales, museos, sitios arqueológicos. Es una forma de turismo creciente y en toda la región tiene un ejemplo claro en los veraneantes extranjeros de la Costa visitan la Ciudad.

Turista de motivación cultural:

Elige los lugares que visita en función de la oferta cultural que ofrecen. Está altamente motivado por aprender y prepara su viaje con antelación, informándose de lo que quiere ver. Pasa varios días en la ciudad o región elegida y realiza desplazamientos de corta duración por el entorno inmediato. Este tipo de turista ya sea nacional o extranjero, suele ser residente en una metrópolis o gran ciudad, de mediana edad, de considerable nivel educativo, medio o alto nivel adquisitivo y que viaja con asiduidad. En los países occidentales cada vez son más las personas adultas con tiempo libre, buena salud, que disfrutan viajando y perciben la visita a ciudades culturales como una experiencia de ocio por la que están dispuestos a pagar.

Este último segmento de visitantes: solo, con amigos o en familia, representan una minoría del mercado turístico, sin embargo constituye el perfil más interesante para el desarrollo turístico en las ciudades. Toda "ciudad inteligente"

con pretensiones de promocionarse en el mercado del turismo cultural debe intentar atraer, retener el mayor tiempo posible y satisfacer las expectativas de este tipo de turistas con calidad, para que piense en volver y se lo cuenten a familiares y amigos. El turista de motivación cultural cada día es más experto conocedor de lugares de cultura y aprecia una serie de cosas entre ellas, que detrás del patrimonio cultural haya una actitud resuelta hacia su conservación y dinamización. Demanda ciudades actuales y reales, con una vida cultural propia, donde al turista se le pueda ofrecer la autenticidad producto de un desarrollo peculiar y no escenarios “demasiado petrificados” y “limpios”, o “demasiado auténticos”, producto de un atraso económico secular. Al visitante le gusta sentir que la ciudad es dinámica culturalmente hablando y no un cascarón vacío. Le gusta que los artesanos y artistas recrean nuevas formas a partir de la tradición, que haya equipamientos culturales que funcionen y una vida cultural intensa y diversa. La autenticidad estriba en sentir que la ciudad está viva y vibrante de contemporaneidad.

De Esteban (2007) plantea que cada vez más hay un mayor número de turistas que viajan por razones culturales, en busca de conocer de primera mano los centros históricos de las ciudades, sus museos, sus galerías y sus monumentos. En este aspecto, el producto del turismo cultural depende en buena medida del círculo interno (patrimonio) y de sus aspectos más tangibles, si bien hay indicios contrastados de que los aspectos más intangibles de la cultura, incluidos en el círculo externo (estilo de vida e industrias creativas), son cada vez tenidos más en cuenta a la hora de elegir visitar una u otra ciudad cultural. Por ende, estos datos parecen indicar que los elementos intangibles, como el “ambiente de una ciudad”, son cada vez más importantes para el turista, lo que supone en ciertas ocasiones un reto para tour-operadores y agencias de viaje que quieran vender sus viajes y que tiene que transmitir la esencia del ambiente de una ciudad a los potenciales visitantes.

Perfil del turista Cultural post-fordista

En el caso de los turistas culturales, sus principales motivaciones a la hora de viajar están más vinculadas con el ansia de superación personal, más que con el de evasión de sus rutinas diarias.

En su tesis de doctorado De Esteban (2007) hace referencia a las características propias del turista cultural que establece Smith en el año 2003:

- La mayoría de los turistas culturales tiene un gran interés por conocer lugares nuevos y diferentes. Parte del disfrute de su experiencia turística, se deriva del proceso en sí de viajar.
- Personas generalmente con una edad que oscila entre 45 y 60 años de edad.
- El viajar frecuentemente no se ve como un medio para alcanzar un fin, como es el caso del turismo de masas, sino como una forma emocionante de desplazamiento que ofrece nuevos lugares de interés, sonidos e incluso olores.
- Suelen utilizar el transporte local para sus desplazamientos en el destino, incluso muchos de ellos (particularmente los mochileros) disfrutan de viajar
- Interesado en experiencias 'supra-reales'.
- Aceptación de representaciones y simulaciones.
- Gran parte de los turistas culturales busca el sentido de la autenticidad, en vez de la superación personal propia, y así interactúa y participa con la comunidad local en manifestaciones culturales típicas de los lugares que visita.
- A veces, se ven a si mismos como unos peregrinos contemporáneos en busca de espiritualidad, incluso como unas figuras que quieren volver sobre los senderos intelectuales y de exploración de antaño.
- Quieren interactuar todo lo que sea posible con los lugares de destino y con sus habitantes.
- Para ellos, el turismo no se debe tomar a la ligera o con indiferencia irónica, sino que quieren presenciar todo, incluso las formas de explotación, mercantilización, folklorización o "falsa autenticidad" de la cultura local.
- Se irritan por ver falsas representaciones turísticas de los destinos y de sus habitantes, y no tienen ninguna intención en visitar lugares simulados (ej. parques temáticos, imitaciones o copias de representaciones turísticas).

Cruz (2009) expone algunos de los resultados de diversas investigaciones de ATLAS (The Association for Tourism and Leisure Education) que definen el perfil del turista cultural en la actualidad el cual no ha variado sustancialmente, destacándose el incremento de los viajes cortos (*short break*). Aproximadamente el 35% de los consumidores de productos culturales son residentes en la zona y sólo un tercio son turistas extranjeros, lo cual confirma la importancia del mercado nacional para el desarrollo de los sitios de interés

cultural. En contraposición a la visión tradicional del turismo cultural, los jóvenes representan un segmento muy importante: el mayor grupo de edad es el que comprende a los jóvenes entre 20 y 29 años representando a más del 30% de los encuestados. Esto coincide con los resultados de la investigación sobre el mercado turístico juvenil realizado por ATLAS y la International Student Travel Confederation (ISTC) que mostró que “descubrir otras culturas” era la motivación más importante de los viajeros jóvenes. Las personas con un nivel educativo alto tienden a consumir más atracciones culturales, precisamente una de las causas principales del crecimiento del turismo cultural en estas últimas décadas ha sido el incremento de los índices de educación superior.

Otras Investigaciones vinculadas directamente al turismo cultural en espacios urbanos, desarrolladas por especialistas europeos revelaron que, en términos de clases sociales, los trabajadores de áreas administrativas, especialmente profesionales y grupos intermedios, son quienes visitan mayoritariamente los sitios patrimoniales (Prentice, R., 1993). El consumidor del patrimonio urbano por lo general no tiene hijos, pertenece a la elite de mayores ingresos, tiene un alto nivel educacional, realiza grandes gastos, se aloja en hoteles y presenta menores restricciones que otros visitantes en cuanto a estacionalidad (Ashworth, G., 1992). Las edades de los visitantes varían de acuerdo al tipo de sitio patrimonial: los adultos jóvenes y grupos familiares tienden a frecuentar castillos, parques, museos y galerías; otros adultos se sienten más atraídos por casas históricas y otros edificios patrimoniales (Prentice, R., 1989).¹

Según estudios de ATLAS (2007) los gastos turísticos de los visitantes extranjeros son superiores (800 euros) al de los residentes locales (250 euros) y al de los visitantes nacionales (350 euros), promediando estos los 600 euros, incluyendo transporte, alojamiento y alimentación. Además confirman que los hoteles siguen siendo la tipología de alojamiento preferida por los visitantes que hacen estancia en las ciudades (47%), seguida, pero con una marcada diferencia, por la estancia en residencia de familiares y amigos (11%). También como resultado de estos estudios se determinaron las principales vías que

¹ Salinas, E.; Echarri, M. (2005). "Turismo y desarrollo sostenible: El caso del Centro Histórico de La Habana, Cuba". Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural en línea, 3 (1) 171-188.

utilizan los turistas para informarse de la oferta de diferentes destinos siendo la opinión de amigos y familiares y el internet las predominantes, durante la estancia la preferencia por las fuentes de información tiene un comportamiento disperso siendo los centros de información turística los más consultados (Cruz, 2009).

La misma autora hace referencia a las actividades preferidas por el viajero cultural, según turistas encuestados por el proyecto ATLAS las cuales son: visitar las atracciones del patrimonio cultural y disfrutar de la oferta cultural cotidiana del destino (teatros, galerías de arte, museos, teatros, ferias, etc.). Los lugares “tradicionales” como museos, monumentos y galerías de arte son los lugares más visitados por estos. Durante el 2007, los museos (64%), monumentos (48%), y los sitios históricos (51%) y los religiosos (42%) fueron los más visitados, confirmando la importancia de las atracciones vinculadas al patrimonio en el patrón de consumo de los turistas culturales. Sin embargo, se aprecia una tendencia hacia la dispersión de visitantes entre diferentes tipos de atracciones de interés cultural, y especialmente un desplazamiento desde los productos culturales tradicionales (museos, monumentos) hacia las manifestaciones artísticas en sentido general (galerías, cine, festivales, etc.).

El patrimonio cultural dinamizador de la actividad turística.

El patrimonio cultural, según definición de la UNESCO en 1998, lo conforman todos aquellos elementos culturales, tangibles e intangibles que son heredados o creados recientemente; es un recurso turístico, lo cual se transforma en argumento para recuperarlo y protegerlo.

El Patrimonio cultural está compuesto no solo por los monumentos, sino también por las manifestaciones del pasado (sitios y objetos arqueológicos, arquitectura colonial, documentos y obras de arte) lo que se llama patrimonio vivo, las diversas manifestaciones de la cultura popular, las poblaciones o comunidades tradicionales, las artesanías y artes populares, la indumentaria, los conocimientos, valores, costumbres y tradiciones características de un grupo o cultura (De la Puente et al., 2012).

La misma autora lo define como el conjunto de exponentes naturales o productos de la actividad humana que nos documentan sobre la cultura

material, espiritual, científica, histórica y artística de épocas distintas que nos precedieron y del presente; y que, por su condición ejemplar y representativa del desarrollo de la cultura, todos estamos en la obligación de conservar y mostrar a la actual y futura generación”. Además plantea que este se divide en dos grandes ramas el Patrimonio Cultural Material y el Patrimonio Cultural Inmaterial, los cuales se definen a continuación.

Según la Convención del año 2003, para la Salvaguarda del Patrimonio Cultural Inmaterial también llamado patrimonio viviente, es la raíz de la diversidad cultural y su mantenimiento es una garantía para la continuación de la creatividad. Está asociado a las prácticas, representaciones, expresiones, conocimientos y habilidades - así como los instrumentos, los objetos y artefactos, los espacios culturales asociados con los mismos que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconocen como parte de su legado cultural. Este patrimonio cultural inmaterial, transmitido de generación a generación, es constantemente recreado por comunidades y grupos en respuesta a su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, y les proporciona un sentido de identidad y continuidad, promoviendo de este modo el respeto por la diversidad cultural y la creatividad humana.

La revisión de algunos instrumentos internacionales para la protección del patrimonio como: La Convención de la Haya para la protección de los bienes culturales en caso de conflicto armado 14 de mayo de 1954 y establecimiento del reglamento de aplicación por la UNESCO en 1974; Recomendación que define los principios internacionales que deberán aplicarse a las excavaciones arqueológicas. Nueva Delhi. UNESCO. 5 de diciembre de 1956; Carta Internacional sobre la Conservación y la Restauración de Monumentos y Sitios (Carta de Venecia mayo de 1964); la Convención sobre las medidas que deben adoptarse para prohibir e impedir la exportación, la importación y la transferencia de propiedades ilícitas de Bienes Culturales. UNESCO. París. 14 de noviembre de 1970; la Convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural. UNESCO. 23 de noviembre de 1972; la Convención sobre Defensa del Patrimonio Arqueológico, Histórico y Artístico de las Naciones Americanas. UNESCO. 16 de junio de 1976; Recomendación sobre la Protección de Bienes Culturales Muebles. UNESCO. 28 de noviembre de

1978; Carta Internacional para la Conservación de ciudades históricas y áreas urbanas históricas (Carta de Washington, octubre de 1987); Recomendación para la salvaguarda de la cultura tradicional y popular. UNESCO. 15 de noviembre de 1989; la Declaración sobre las responsabilidades de las generaciones actuales para con las generaciones futuras. UNESCO. 12 de noviembre de 1997; Decisión 460 sobre la Protección y Recuperación de Bienes Culturales del Patrimonio Arqueológico, Histórico, Etnológico, Paleontológico y Artístico de la Comunidad Andina Cartagena de Indias 25 de mayo de 1999; la Convención sobre la protección del Patrimonio Cultural Subacuático. UNESCO. 2 de noviembre del 2001; Declaración de Bogotá en abril del 2002, Carta sobre la preservación del patrimonio digital. UNESCO. 15 de octubre del 2003; la Convención para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial. UNESCO. 17 de octubre 2003; Declaración de la UNESCO relativa a la destrucción internacional del Patrimonio cultural 17 de octubre del 2003; Convención sobre la Protección y la Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales. UNESCO. París. 20 de octubre del 2005. Estos documentos permiten entender cómo la necesidad sentida por la comunidad internacional de conciliar los intereses de la creciente industria del turismo y la conservación de los bienes culturales ha dado como resultado el reflejo sobre las preocupaciones del momento, y a la vez hacen recomendaciones para lograr la sostenibilidad del patrimonio a través de un turismo cultural planificado y acorde con los principios aceptados mundialmente para la conservación de los bienes culturales.

Pizano (2006) se refiere a los impactos positivos y negativos que provoca el turismo sobre el patrimonio cultural. Es precisamente a través de la valoración y difusión de los bienes culturales que se logrará promocionarlos como productos turísticos atractivos, no solamente para los visitantes internacionales sino también para el turismo doméstico. Es necesario identificar y canalizar los riesgos para evitar, por ejemplo, el desplazamiento de los habitantes permanentes; el deterioro por sobreuso de los edificios y espacios públicos; los cambios de uso que afectan las estructuras patrimoniales por no ser compatibles; las modificaciones de las costumbres y tradiciones; y en especial la conversión de estas ciudades en lugares artificiales mediante imitaciones y

réplicas de las diferentes expresiones culturales originales desde la arquitectura hasta las costumbres y tradiciones. El principal reto que se enfrenta hoy es conciliar los intereses de la industria turística y la conservación de los bienes culturales de manera tal que se logre la sostenibilidad de los dos sectores, así como el disfrute por parte de la sociedad actual y la transmisión a las próximas generaciones de un patrimonio cultural enriquecido y en buen estado de conservación.

El patrimonio sirve esencialmente para que los seres humanos tengan un cierto sentido de la continuidad, que entiendan que no acaban en sí mismos, que continúan en todos y cada uno de los demás con quienes conviven, y que antes que ellos hubo otros que les precedieron, y que después habrán otros que les van a suceder. En este sentido, el patrimonio ya no es solamente el pasado de ese grupo humano que reclama como propio; también es el futuro. El futuro también se hereda. De ahí la importancia de preservar el patrimonio con el objetivo de enriquecer la actividad turística de un destino y contribuir al desarrollo de productos turísticos y al intercambio de los turistas con la cultura patrimonial de un país.

Turismo en centros históricos y patrimoniales

La calificación de un espacio como “centro histórico” surgió con el desarrollo de las teorías urbanas de zonificación propuestas por la modernidad. El calificativo de histórico se consolidó en un momento cuando la imagen urbana construida fue convertida en símbolo de las identidades colectivas, al asumirse el patrimonio edificado como ícono y representación del espíritu de una nación o una comunidad. Este proceso de meta-construcción teórica de un sector de la ciudad, con la invención de límites precisos, segregado del resto de la urbe y definido a partir de su valor histórico (calificativo asignado general y exclusivamente por el valor formal de sus edificaciones, más que por otros referentes socioculturales), ya se había iniciado a finales del siglo XIX. En ese entonces fue Francia el laboratorio de construcción de lo que podríamos llamar el primer Frankenstein urbano. Las acciones de reconstrucción que hiciera

Eugène Viollete-le-Duc en Carcassonne², convirtieron las ruinas medievales de esa ciudad en la primera construcción idealizada de un espacio urbano capturado y congelado en su esencia histórica... por siempre jamás (Caraballo, s/f).

El mismo autor expone que el turismo, tal como se conoce actualmente - mayoritariamente *light* en lo cultural-, solo aparecería en escena un siglo más tarde de la acción de Carcassonne. Sin embargo, el término “centro histórico” tiene para muchos turistas, planificadores y políticos una representación básicamente referida a ese tipo de entorno congelado; una imagen mucho más cercana a la experiencia del “Main Street” en Disneyworld, que a la propuesta conceptual contemporánea de preservar todo aquel espacio urbano que posea una especial riqueza cultural –tangible e intangible- además de una adecuada (siempre conflictiva y no siempre deseada) dinámica social.

Además él mismo plantea que para los especialistas de la arquitectura y el urbanismo latinoamericanos, el concepto de “centro histórico” ha evolucionado en las últimas décadas del siglo XX. De la visión monumentalista de los años cincuenta, que servía de marco a los apellidos y blasones de un sector de la sociedad, pasando a una visión de conjunto que explicaba procesos, más propio de las ideas contestatarias de los años setenta. Por otra parte hace alusión al centro histórico reconstruido en determinado estilo histórico transitando a la aceptación del espacio urbano con multiplicidad estilística. Indudablemente, tratar los proyectos de turismo en centros históricos de manera genérica, es tan audaz como tratar de discutir la conservación de esos reductos sin tocar el tema del turismo. La discusión contemporánea sobre proyectos turísticos en los centros históricos debe prestar atención a un nuevo contexto, aquel que tiene como base la compleja realidad social contemporánea en cada uno de ellos.

El “centro histórico” debe consolidar su rol como espacio de encuentro ciudadano, de ágora de discusión policlasista y para ello, la organización de espectáculos y eventos, tanto públicos como privados es esencial así como las experiencias de reactivación de tradiciones culturales, o la propuesta de

² Comuna francesa, capital del departamento del Aude, en la región Languedoc-Rosellón, situada en el sur de Francia, a medio camino entre Perpiñán y Toulouse. La ciudad es conocida por su ciudadela amurallada, un conjunto arquitectónico medieval declarada en 1997 Patrimonio de la Humanidad por la Unesco

nuevas tradiciones en los centros históricos, para convertirlos en punto de encuentro e intercambio cultural en varios destinos de América Latina y del mundo.

En el siglo XXI, las ciudades históricas y los conjuntos patrimoniales se encuentran estrechamente asociados al turismo. Su función turística se ha venido reforzando en los últimos años, aumentando la simbiosis entre patrimonio y turismo. Esta realidad, con dimensiones múltiples, tanto positivas como negativas, plantea problemas nuevos con relación a la gestión de los flujos turísticos, la planificación urbanística, la protección del patrimonio, la accesibilidad y movilidad o el medio ambiente. El turismo ha conocido un importante incremento en la última década y se está convirtiendo en un protagonista fundamental de la vida y también de la recuperación urbanística y arquitectónica de importantes conjuntos patrimoniales, al inducir procesos de rehabilitación y de reutilización de edificios monumentales, así como mejoras del espacio público y de las infraestructuras y equipamientos. La relación entre patrimonio, urbanismo y funcionalidad turística son más que evidentes de ahí que para afrontar la compleja problemática que actualmente tiene planteada la gestión turística de los destinos patrimoniales es necesario tener una visión innovadora, dinámica e integradora que tenga presente las dimensiones culturales, económicas, medioambientales y funcionales que el turismo plantea. Es el reto de la gestión integrada de los destinos patrimoniales llevar a cabo estudios de nuevos nichos de mercado que garanticen una estabilidad en la estacionalidad turística a partir de proyectos encaminados a desarrollar productos culturales así como programas de rehabilitación de los principales destinos fundamentalmente en la restauración de sus centros históricos como elementos detonadores de la actividad turística de una ciudad (Troitiño, 2006).

Cifelli y Peixoto (2012), consideran que los proyectos recientes de intervención urbana llevados a cabo en áreas de relevante valor histórico, artístico y cultural constituyen una nueva fase del planteamiento urbano contemporáneo. Estas intervenciones pretenden conferirle a las ciudades históricas un valor único y exaltar el simbolismo de sus referencias culturales en el mundo, dinamizando la actividad turística en dichos espacios garantizando el cuidado del

medioambiente y la satisfacción de la población local de acogida y de los turistas que visitan esa parte del territorio ciudadano. Estas estrategias adoptadas en las últimas décadas en ciudades de países latinoamericanos procuran conciliar el desenvolvimiento local y la preservación patrimonial de muchos centros históricos en ciudades grandes y medias con el fin de elevar la atraktividad turística de estos sitios procurando la sostenibilidad turística en su sentido más amplio y la generación de riquezas económicas.

La revalorización de los centros históricos pasa por evitar que se produzcan alteraciones significativas del tejido social como resultado de las intervenciones de rehabilitación arquitectónica y reforma urbanística. Es necesario contemplar la recuperación integral de los centros históricos como espacios vivos y, a la vez, visitables. Tienen que ser un espacio colectivo, con unas características de representatividad adecuadas que refuercen la identidad de la población. Es fundamental para ello potenciar su recuperación en diversos sentidos: viviendas, comercio, cultura, ocio, relación social. Es preciso que en los procesos de dinamización de dichos espacios se consiga fijar la población residente y se propicie la generación de empleo así como el desarrollo de la actividad turística en estos territorios, sin afectar el ambiente y garantizando la satisfacción del visitante. De ahí que desde el punto de la experiencia turística, el reto fundamental consiste en dar respuestas adecuadas e imaginativas a las nuevas demandas de unos visitantes cada vez más motivados por descubrir culturas y conocer el pasado. Por ello en la medida que se aspira a convertir un centro histórico en un destino de turismo cultural y urbano, es preciso plantearse su planificación y adecuación como espacio visitable o conjunto interpretativo. De ahí que el desarrollo que ha alcanzado el turismo en centros históricos no solo busca la satisfacción de los clientes con las ofertas culturales de un destino turístico sino que se debe mediante productos-servicios facilitar al visitante el descubrimiento del espíritu del lugar y ofrecerle una experiencia que tenga en cuenta diferentes sentidos de la percepción humana. A partir del patrimonio y el paisaje urbano de un centro histórico se pretende la sensibilización del cliente con la historia del lugar adentrándolo mediante la interpretación del patrimonio, en vivencias que devienen posteriormente en promoción de estos destinos específicos en el mundo (Padró, s/f).

Echarri (2006), partiendo de Hernández, define las características principales del turismo en centros históricos:

- Mayoritariamente un turismo de corta estancia en el destino, ya que se comparte la visita con otros sitios y modalidades. La estancia media es reducida y existe gran cantidad de excursionistas que tan solo pasan unas horas en el.
- Un turismo itinerante, de recorrido, implicando un desplazamiento por el lugar; basa su acción en conocer sitios, que al estar distribuidos en el territorio generan rutas y recorridos para poder abarcarlos y conectarlos.
- La acción de los turistas con una orientación al conocimiento y la visita de lugares de interés cultural, artístico, histórico, y al consumo de servicios y productos con un fuerte carácter local.
- Un turismo de paso, de corta estancia, donde la planta gastronómica y comercial adquiere más desarrollo que la planta de alojamiento y los sitios de recreación tampoco alcanzan grandes dimensiones.

Uso y función del espacio público. Definiciones

La definición del concepto espacio público es necesaria porque su uso actual es muy general, al extremo de que se pierde especificidad y, por tanto, muy restrictiva dado su marcado carácter espacialista, que es tributaria de las concepciones del urbanismo moderno. En suma es un concepto difuso, indefinido y poco claro que puede incluir la plaza, el parque, la calle, el centro comercial, el café y el bar, así como la opinión pública o la ciudad (Carrión, 2002).

El mismo autor se refiere a que el concepto es mucho más rico, ya que, el espacio público puede cumplir distintas funciones en la ciudad, al extremo de que es factible encontrar posiciones extremas y contradictorias que lo conciben como un espacio de aprendizaje (Joseph, Isaac), ámbito de libertad (Habermas) o Lugar de control (Foucault). En otras palabras, el espacio público es un ámbito o escenario de la conflictividad social que puede tener una función u otra, dependiendo de los pesos y contrapesos sociales y políticos. El espacio público no se agota ni está asociado únicamente a lo físico-espacial

(plaza o parque), sea de unidad (un parque) o de un sistema de espacios (Sistema de plazas). Es, más bien, un ámbito contenedor de la conflictividad social que tiene distintas posiciones dependiendo de la coyuntura y de la ciudad que se trate.

Posteriormente comenta que las concepciones dominantes respecto al espacio público son tributarias de las corrientes del urbanismo moderno ya que sus componentes hacen referencia exclusiva a un lugar físico (espacio), que tiene una modalidad de gestión o de propiedad pública. Hoy en día se trata de superar estas concepciones de espacio público para empezar a entenderlo a partir de una doble consideración interrelacionada que le es propia: por un lado, de su condición urbana y por lo tanto de su relación con la ciudad y por otro, de su cualidad histórica porque cambia con el tiempo, así como lo hace su articulación funcional con la ciudad. Se debe entender como parte y en relación a la ciudad, lo cual supone que los espacios públicos cambian por su cuenta y se transforman en relación a la ciudad. Este punto de partida es importante porque si la ciudad es el espacio que concentra la heterogeneidad social de un grupo poblacional grande y denso, se requieren espacios de encuentro y de contacto, tangibles (plazas) o intangibles (imaginarios), que permitan a los usuarios reconstruir la unidad en la diversidad (la unidad) y definir la ciudadanía. Esos lugares son justamente los espacios públicos.

El espacio público es una forma de representación de la colectividad y también elemento que define la vida colectiva. En esa perspectiva el espacio público es el espacio de la pedagogía de la alteridad por posibilitar el encuentro de las manifestaciones heterogéneas, de potenciar el contacto social y de generar identidad, por tanto es un espacio histórico, un espacio que tiene historia (Carrión, 2002).

Según Carrión, (2002) el espacio público cumple dos funciones dentro de una ciudad:

1. Es un elemento que le da sentido y forma a la vida colectiva bajo dos modalidades:

La primera, mediante un tipo particular de urbanismo donde lo público define su lógica y razón de ser y no al revés. Por eso el espacio público por excelencia es la centralidad urbana, lugar desde donde se parte, a donde se llega y desde donde se estructura la ciudad, su eje principal.

La segunda, mediante el uso colectivo del espacio público hay la posibilidad que la población se apropie de la ciudad, la haga suya y viva en sociedad.

2. Donde se visibiliza la sociedad, porque es allí donde se construye la expresión e identificación social de los públicos. La representación logra trascender el tiempo y el espacio, a través de dos formas: de apropiación simbólica del espacio público, que permite a partir de la carga simbólica del espacio trascender las condiciones locales hacia expresiones nacionales o incluso, internacionales. Y, por otro lado, de construcción simbólica, donde se diseña expresamente el espacio público con la finalidad de representarse y visibilizarse.

Hablar de patrimonio urbano sugiere evocar a los cascos antiguos que albergan a la ciudad del pasado definida por inmuebles, infraestructuras históricas y demás elementos que se encuentran unidos por una red de vialidades que, junto con las plazas, jardines y parques, conforman el espacio público, el cual pocas veces es valorado en todas sus dimensiones (Rodríguez, s/f).

La misma autora plantea que la importancia del espacio público de las ciudades está dada por su funcionalidad pues es imposible pensar o imaginar una ciudad que carezca de calles o avenidas, dado que dicho espacio es un elemento estructural que hace que cada urbe sea diferente y única, pues son justo las calles y los espacios abiertos los que dan lugar a los llamados tejidos urbanos, los cuales además de definir a las ciudades, representan una ventana al pasado. Entender el espacio público como Patrimonio resulta una tarea por demás compleja e interminable, pero necesaria para valorar su importancia como elemento estructural y fundamental de toda traza urbana, pues cuando dichos espacios se ubican dentro de un casco antiguo, deben sumarse sus cualidades históricas y culturales que los convierten en parte esencial del

patrimonio urbano. Por lo que, el concebir el espacio público como patrimonio, requiere tomar en cuenta diversos elementos que van más allá de su mera ubicación, pues sus particularidades son resultado de su historia y de quienes lo han habitado a través de los años, adquiriendo un simbolismo dentro de los centros históricos.

El significado potencial de un centro histórico es el resultado de la carga histórica sumada a su relevancia y condiciones presentes. En este sentido, los distintos elementos bajo los cuales se materializa el espacio público –avenidas, callejones, plazas, plazoletas y patios- conforman un sistema de vacíos urbanos cuyo origen ha sido intencional, pues además de funcionar como arterias de circulación, son también utilizados para llevar a cabo múltiples actividades sociales, comerciales, funcionales y culturales, que los convierten en espacios únicos y, por tanto, diferentes al resto de la ciudad, considerados como elementos esenciales del patrimonio urbano. Es importante resaltar que gran parte de la valoración del espacio público obedece al origen de su existencia, pues como ya se ha mencionado, estos espacios fueron dejados sin construir de manera intencional por su importancia funcional y simbólica. (Hardoy E y M Gutman, 1992).

El valor cultural de los espacios públicos abiertos reside en la relación de familiaridad que entabla el ciudadano con su medio ambiente, ya que éste refleja su cultura, su historia y su forma de vida. Aunque es importante hacer notar que el desarrollo apresurado de las ciudades ha modificado esta relación, lo que se refleja en la pérdida de los espacios abiertos. Así mismo hay que recordar que la valoración del espacio público se ha venido trabajando desde años atrás, ejemplo de ello fue el “Primer encuentro sobre planeación del uso de los espacios colectivos en zonas históricas”, realizado en París en 1978, en el que se establecieron ciertos parámetros que aún resultan de gran utilidad para entender y analizar el uso de estos espacios insertados en conjuntos históricos (Rodríguez, s/f).

Rodríguez (s/f) plantea que al entender el espacio público como Patrimonio se alude al paisaje histórico urbano como la suma de diversos elementos materiales e inmateriales que deben ser entendidos y, en consecuencia,

atendidos de manera conjunta, de ahí la importancia de la intervención con rigor y de manera integral. Uno de los puntos más importantes es la definición que ofrece respecto al espacio público, pues se refiere a éste no sólo como:

“... un espacio reservado a la circulación en las poblaciones y áreas urbanas históricas, sino también un lugar desde el que se permite contemplar, descubrir y disfrutar la ciudad”. Su diseño, acondicionamiento, incluido el mobiliario urbano, así como su gestión, deben proteger su carácter y belleza, al tiempo que promueve su uso como lugar consagrado a las relaciones sociales.

El espacio público es una expresión polisémica que designa un espacio a la vez metafórico y material. Como espacio metafórico, el espacio público es sinónimo de esfera pública o del debate público. Como espacio material, los espacios públicos corresponden tan pronto a espacios de encuentro e «interacción» sociales, como a espacios geográficos abiertos al público, o a una categoría de acción (Fleury, 2007).

Sin embargo este mismo autor señala que los espacios públicos se refieren por lo tanto a lugares que pertenecen al dominio público. No obstante, según su criterio, la expresión “espacio público” tiende hoy a imponerse para designar más comúnmente los lugares que el público frecuenta independientemente de su estatuto.

Segovia (2007) plantea que a lo largo de la historia de las ciudades los espacios públicos han aportado condiciones para contener elementos heterogéneos, acogiendo tanto al residente como al extranjero, al marginal y entregando posibilidad de encuentro en el anonimato, marco privilegiado de aprendizaje de la alteridad. El espacio del intercambio puede vincular aspiraciones individuales y colectivas. Por otra parte citando a Borja y Muxí la autora manifiesta que la historia de la ciudad es la de su espacio público. Sostiene sus criterios de que, «el espacio público es a un tiempo el espacio principal del urbanismo, de la cultura urbana y de la ciudadanía; es un espacio físico, simbólico y político»; y agregan que «al espacio público se le pide ni más ni menos que contribuya a proporcionar sentido a la vida urbana». La calidad,

la multiplicación y la accesibilidad de los espacios públicos definirán en buena medida el progreso de la ciudadanía.

La ciudad en América Latina ha cambiado y actualmente se podría decir que se está viviendo en otra ciudad o en otra coyuntura urbana. El espacio público debe recobrar el lugar que le corresponde dentro de la estructura de la ciudad, más aun si la ciudad es sinónimo de urbe, lugar de civismo y espacio de la polis. Es un espacio de dominio público, uso social y colectivo, multifuncional, estructurador de la actividad privada y locus privilegiado de la inclusión. Es el espacio que le otorga calidad a la ciudad y el que define su cualidad, de ahí que sea un eje estratégico en la nueva ciudad o en el nuevo urbanismo. Hay que defender y transformar el espacio público existente y construir un nuevo espacio público para el nuevo urbanismo, que satisfaga simultáneamente varias funciones y que sea de alta calidad estética. Lo primero es que el espacio público debe recobrar el lugar que le corresponde dentro de la estructura de la ciudad siguiendo las 4 condiciones que definen al espacio público: lo simbólico, lo simbiótico, el intercambio y lo cívico (Carrión, 2002).

El espacio público puede ser abordado desde diversas categorías. Es a partir de la percepción de la accesibilidad que se distinguen dos formas de espacio público: el espacio público abierto y el espacio público cerrado. ESPACIO PUBLICO ABIERTO son lugares como las calles o vías, los parques, plazas y plazuelas; las alamedas, jardines y bosques locales; las playas, riberas fluviales y lacustres. Está conformado por aquellos lugares de la estructura urbana acondicionados y distribuidos de manera que participan de una continuidad espacial libre de cerramientos, con instalaciones que aseguran o facilitan su uso público irrestricto como por ejemplo: alamedas, playas y calles. Por otro lado el ESPACIO PUBLICO CERRADO está constituido por edificios e instalaciones conformantes del equipamiento urbano por medio de los cuales se prestan servicios a la población. Incluye las instalaciones del comercio, salud, educación, culto, administración, recreación, entre otros.³

³ Anónimo (s/f). Espacios públicos en la ciudad, análisis y tipos. Revista Cinthya. Disponible en: <http://www.slideshare.net>. (Fecha de acceso: 15 de noviembre 2014).

Torres (2009), siguiendo la línea de estudios de Giménez (2004), indica que la apropiación del espacio se puede manifestar en dos vertientes: “utilitaria-funcional” y “simbólico-cultural”. Este plantea que una de las características más importantes en los espacios públicos de las ciudades, es la apropiación del territorio conocido por diversos actores, pero ésta apropiación también tiene un uso en particular del espacio. Para muchos, el uso puede ser una herramienta para llamar la atención de las personas que por ahí llegan a pasar, una forma de “sentirse vivos”, o por una cuestión de necesidad económica, como puede suceder en el caso del comercio ambulante. Aún cuando éstos ocupan el espacio público ya sea de la calle o de plazas, plazoletas o jardines, también le están dando un uso, y ese uso es meramente económico, pero también lleva una connotación simbólica de poder. Expone además que el primer tipo de apropiación —como categoría—, plantea un espacio usado como intercambio de recursos, medio de subsistencia, como abrigo o zona de refugio. El segundo tipo corresponde, a lo “simbólico-cultural”, y es cuando el espacio se valora como un repertorio de connotaciones de significados culturales, como puede ser cuestiones políticas, sociales, tradicionales o inclusive costumbres. Lo “simbólico-cultural”, siempre tiende a ocupar de manera fragmentaria el espacio, es decir, una parte de la sociedad se manifiesta en la ocupación y el uso de un espacio, detonando ciertos comportamientos o actitudes que van más allá de usarlo funcionalmente.

Este autor, citado por Torres (2009), habla de una forma de apropiación-uso del espacio, a través de las acciones de diferentes actores sociales individuales o colectivos en el territorio. El uso o utilización va acorde a lo funcional, como lugar de esparcimiento, y medio de subsistencia; la actividad que se realiza podría ser categorizada como parte de lo “simbólico-cultural”, pero también tiene que ver con una forma tradicional de hacer patente el doble simbolismo que puede tener el territorio. Por otro lado, cada una tiene un significante particular, que denota una forma particular de apropiación, que se liga al poder simbólico de ejercer presión sobre una sociedad, ya sea desde lo cívicamente correcto, hasta la demanda social para que así, la sociedad o las esferas gubernamentales, reaccionen.

Si se clasificara en un plano, o más bien se territorializara un espacio a partir de estas dos formas de ver el espacio, tendríamos una polisemia, o en el sentido de lo que Gímenez considera como un espacio “multiescalar”, que denota diversos tipos de uso/apropiación/ocupación/utilización del Centro Histórico y sus espacios públicos (Torres, 2009).

Es decir que hay que lograr ver el espacio público en los centros históricos como un lugar para el intercambio cultural, donde los turistas en conjunto con la población local de acogida se apropian o hacen usos de estos espacios incorporando experiencias a partir de las actividades que se llevan a cabo en dichos espacios. Por otra parte la dimensión socio-cultural que adquieren los espacios públicos permite que este sea un lugar de relación y de identificación, de contacto entre las gentes, de animación urbana, a veces de expresión comunitaria. La dinámica propia de la ciudad y los comportamientos de sus multitudes pueden crear espacios públicos que garanticen la total satisfacción de aquellos que hacen uso de los espacios públicos.

Bibliografía

- Barreto, M. (2007). Turismo y Cultura. Relaciones, contradicciones y expectativas. Colección Pasos edición Nº 1. Disponible en www.pasosonline.org. (Fecha de acceso 10.1.2015).
- Borja, J.; Castells, M. (2004). Local y Global: la gestión de las ciudades en la era informática. Editorial Taurus. Madrid. 1era Edición.
- Botero Jaramillo, J. et al. (2003). Definición Turismo Urbano y Turismo Cultural. (Tipologías). Disponible en: <http://www.uv.es/politur2/Informes/Grupo13.doc>. (Fecha de acceso 4.01.2015)
- Boyd, Stephen (2002) Cultural and heritage tourism in Canada: opportunities, principles and challenges. *Tourism and Hospitality Research*, 3 (3) 211- 233.
- Caraballo, C. (s/f). Centros Históricos y Turismo en América Latina. Una Polémica de fin de siglo. Disponible en <http://tiposinurbanos.wordpress.com/.../para-quien-es-nuestro-centro-historico-> (Fecha de acceso 16.1.2015).
- Caravaca I, Fernández V, Silva R. (2009). Ciudades, culturas y fronteras en un mundo en cambio. IX Coloquio de Geografía Urbana del 9 al 14 de junio de 2008. – Sevilla: Consejería de Obras Públicas y Transportes, Dirección General de Planificación.
- Carrión, F. (2002). Punto de partida para la alteridad. FLACSO. Ecuador. Disponible en: www.flacso.org.ec/docs/artfcalteridad.pdf. (Fecha de acceso 6.1.2015).
- Cifelli, G y Peixoto, P. (2012). Centros Históricos e turismo patrimonial: o pelourinho como exemplo de uma relação contraditória. *Revista de Facultad de Letras da Universidade do Porto*, Vol. XXIV. 34-35.
- Cruz, N. (2009). Canadá, potencialidades para el turismo cultural en la Ciudad de La Habana. Tesis para optar al Título: Máster en Gestión Turística. Centro de Estudios Turísticos. Universidad de La Habana. La Habana.Cuba.

Turismo cultural en centros históricos y patrimoniales.
Uso y funciones del espacio público.

- De Esteban, J. (2007). La Demanda del Turismo Cultural y su vinculación con el medio ambiente urbano: Los casos de Madrid y Valencia. Universidad Complutense de Madrid. Facultad de Ciencias Políticas y Sociología. Departamento de Derecho Internacional Público y Relaciones Internacionales. España. Madrid. pp. 94-95.
- De la Puente, A.E.; Martínez, G y Spitale, P. (2012). Diagnóstico de la potencialidad turística del Patrimonio Cultural Inmaterial. Estudio de casos: Dptos. Arauco y San Blas de los Sauces, La Rioja-Argentina. Revista TuryDes. 5 (13).
- Echarri, M. (2006). Análisis geográfico del turismo en ciudades patrimoniales cubanas. Caso de estudio: Centro Histórico de la Habana. Tesis en opción al título de Doctor en Ciencias Geográficas. Ministerio de Educación Superior. Universidad de La Habana. Facultad de Geografía. La Habana. Cuba.
- Entrevista a Manuel Delgado profesor de Antropología, del Departamento de Antropología Social e Posgrado en la Section de Sciences Religieuses de l'École Pratique des Hautes Études, Sorbona de París. Sobre antropología, patrimonio y espacio público. Revista austral de ciencias sociales. n.10 Valdivia 2006. Disponible en: http://mingaonline.uach.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-17952006000100004&lng=es&nrm=iso
- Femenía, O. (s/f). La Imagen de un destino turístico como herramienta de marketing. Disponible en: www.eumed.net/libros/gratis/2011c/986/indice.htm. (Fecha de acceso 2.12.2014).
- Fernández, L.; Delgado, A. (2009). Monografía. Gestión de Entidades de Ocio. Facultad de Turismo. Universidad de La Habana.
- Fleury, A. (2007). Espacios Públicos. Revista digital Hypergeo. Disponible en: www.hypergeo.eu › Español › Regiones y Territorios › Índice. (Fecha de acceso 9.1.2015).
- Gaceta Oficial, (2015). No. 4 Extraordinaria de 20 de enero de 2015. Decreto-Ley No. 143/1993 "Concordado".

Turismo cultural en centros históricos y patrimoniales.
Uso y funciones del espacio público.

- González, G. (2009). Desarrollo e innovación en ciudades medias. Ciudades, culturas y fronteras en un mundo en cambio. IX Coloquio de Geografía Urbana del 9 al 14 de junio de 2008. – Sevilla: Consejería de Obras Públicas y Transportes, Dirección General de Planificación.
- Hardoy, E.; Gutman, M. (1992). Impacto de la urbanización en los Centros Históricos de Iberoamérica. Revista Urbanismo. Editorial Mapfre. Madrid. (21). p. 223.
- ICOMOS (1976) Carta del Turismo Cultural. Informe final de la reunión sobre conservación y utilización de monumentos y lugares de interés histórico y artístico. Disponible en <http://international.icomos.org/quito67.htm>. (Fecha de acceso 15.12.2014).
- Leal Spengler, Eusebio, (2002). El desarrollo de la cultura, única certeza para un proyecto sostenible legítimo. Revista digital: Pensar Iberoamérica. Ed. No.1, Junio-Septiembre 2002. Disponible en: www.oei.es/pensariberoamerica/ric01a05.htm. (Fecha de acceso 9.2.2015).
- Marrero, Y. (2014). Impactos de la actividad por cuenta propia vinculada al turismo en el Centro Histórico de La Habana. Tesis en opción al título de Licenciado en Turismo. Universidad de La Habana. Facultad de Turismo. La Habana.
- Menéndez, L (2012). Trabajo de Curso: Uso de los espacios públicos en el Centro Histórico de La Habana. Caso de estudio “parques urbanos”. Facultad de Geografía. Universidad de La Habana. La Habana. Cuba.
- Mesía, A (2010). El paisaje de la ciudad histórica como fuente de interés turístico. Una visión a través de dos hitos arquitectónicos gallegos: la Catedral de Santiago y la Torre de Hércules de A Coruña. En: Libro de Ponencias: III Jornada de Investigación en Turismo: Nuevas perspectivas del turismo para la próxima década. España: Edición Digital @tres, S.L.L.; pp.715-735.

Turismo cultural en centros históricos y patrimoniales.
Uso y funciones del espacio público.

- Ministerio de Cultura. (2011). Centro de Documentación Cultural. Turismo Cultural. Guía del Lector 14. Plaza del Rey. Madrid. Disponible en: www.mecd.gob.es. (Fecha de acceso 4.1.2015)
- Organización Mundial del Turismo. <http://world-tourism.org>.
- Padró, J. (s/f). Centros Históricos y Turismo Cultural. Disponible en: <https://es.scribd.com/doc/.../Centros-Historicos-y-Turismo-Cultural>. (Fecha de acceso 8.1.2015).
- Pizano, O. Patrimonio Cultural y Turismo. Seminario Iberoamericano de Turismo, Cultura y Desarrollo. Cartagena de Indias. Colombia. 2006.
- Red de Oficinas del Historiador y del Conservador de las Ciudades Patrimoniales de Cuba. (2012). Luces y Simientes. Territorio y Gestión en cinco centros históricos cubanos, OHCH, La Habana.
- Rodríguez, J.M., Y Alonso, M^a Mar. (2009). Nuevas tendencias y retos en el sector turismo: un enfoque multidisciplinar. Madrid: Delta.
- Rodríguez, L.C. (s/f). Entender el espacio público como patrimonio. Universidad Autónoma "Benito Juárez" de Oaxaca, Facultad de Arquitectura "5 de Mayo". México. Disponible en: www.todopatrimonio.com/pdf/GacetaINPAC/Gaceta25.pdf. (Fecha de acceso 20.12.2014).
- Romero, C. (s/f). "Ciudad, cultura y turismo: calidad y autenticidad". Departamento de Formación. Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico. Disponible en www.ucongreso.edu.ar. (Fecha de acceso 15.1.2015).
- Salinas, E.; Echarri, M. (2005). "Turismo y desarrollo sostenible: El caso del Centro Histórico de La Habana, Cuba". Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural en línea, 3 (1) 171-188.
- Segovia, O. (2007). Espacios públicos urbanos y construcción social una relación de correspondencia. Transformaciones sociales y nuevas conductas espaciales. Corporación de Estudios Sociales y Educación. Santiago de Chile. p. 23.
- Torres, E. (2009). Apropiación versus usos del espacio público. México. Disponible en: www.laciudadviva.org/blogs/?p=3465. (Fecha de acceso 11.1.2015).

Turismo cultural en centros históricos y patrimoniales.
Uso y funciones del espacio público.

- Troitiño, M.A. (2006). Centros Históricos: Nuevos Procesos y Actividades económicas. Turismo y Estrategias de cualificación y dinamización. Universidad de Complutense de Madrid. Plan y Gestión Urbanística en la Rehabilitación de los Centros Históricos. FEMP. Cuenca.