

LA CADENA DE VALOR GLOBAL DEL TURISMO CULTURAL Y LOS PROCESOS DE INNOVACIÓN EN EL DESARROLLO SOCIO-ECONÓMICO TERRITORIAL. TURISMO NARANJA

**Pedro Constantino
SOLÍS PÉREZ**
Universidad Autónoma
Metropolitana Iztapalapa
(México)

**Claudia Rocío
GONZÁLEZ PÉREZ**
Universidad Autónoma
Metropolitana Iztapalapa
(México)

RESUMEN:

En este trabajo, se estudian los modos de intercambio de conocimiento y saberes en configuraciones organizadas de comunicación, cooperación y confianza entre los actores locales, así como las capacidades estratégicas y las formas de cohesión y controlabilidad para alcanzar las transformaciones requeridas para el desarrollo territorial. El trabajo propone el uso de estas herramientas en casos específicos en la localidad de Xochimilco en sus diversos barrios en la Ciudad de México. Xochimilco es uno de los sitios inscritos en la lista de patrimonio mundial por la UNESCO y cuenta con una serie de saberes ancestrales, costumbres y elementos arquitectónicos, así como patrimonio natural que lo hacen un territorio de excepcional interés cultural e interacciones sociales.

Palabras clave: Turismo Naranja, Cadena de Valor Global, Patrimonio, Desarrollo Socio-Económico, Redes Creativas Globales

1. TURISMO CULTURAL, TERRITORIO Y ECONOMÍA NARANJA

El turismo como actividad económica reporta una serie de beneficios de derrama que han sido reconocidos por la mayoría de los gobiernos. Para que el turismo realmente contribuya al desarrollo integral de un territorio es necesario que trabaje aspectos no solamente de desarrollo económico, sino de sostenibilidad social y cultural. Actualmente existen nuevas cadenas de valor globales basadas en un tipo de consumo cultural y de turismo que permiten una mayor expresión de la palabra sostenibilidad en todos sus ejes. A estas nuevas prácticas turísticas que desarrollan aspectos innovadores no solo desde el punto de vista económico, sino también social se le ha denominado Turismo Naranja.

La Organización Mundial del Turismo 2016 ha fijado dos objetivos generales en el ámbito del turismo cultural: a) que sea responsable, integrador y sostenible contribuyendo al desarrollo socioeconómico de las comunidades locales y mejorando su bienestar, y b) que contribuya al enriquecimiento y la conservación de la identidad cultural del destino, promoviendo intercambios

transculturales entre los visitantes y la comunidad de acogida, así como el fomento y la preservación del patrimonio cultural (Treserras 2021)

Por otra parte, en el contexto institucional local y territorial se establece una gobernanza social para alcanzar una interacción que posibilite el acceso a las innovaciones tecnológicas, pero al mismo tiempo requiere de una innovación social que otorga valor a individuos, sistemas de gobiernos, comunidades, ONG y organizaciones empresariales.

En la Cadena de Valor Global del Patrimonio (CVGP) existe un proceso de producción de patrimonio, en tanto producción de valor añadido, y tiene un carácter intrínsecamente innovador en lo social. En este trabajo se plantea la necesidad de la innovación social en el proceso de creación de valor de abajo hacia arriba.

Un aspecto particular al analizar la CVGP es la dificultad de relacionar patrimonio cultural con economía y desarrollo. El valor económico del patrimonio no está referido al precio o al valor de cambio. Si bien el patrimonio cultural participa en la producción de las industrias culturales y en el valor agregado de la producción en la industria del turismo, el patrimonio cultural es también “todo el proceso o conjunto de procesos que tienen lugar en torno a él (empezando por el propio re-conocimiento: el patrimonio es el producto de un proceso de patrimonialización, de una identificación-apropiación), que lo significan, lo discuten, lo negocian, lo gestionan y lo proyectan hacia el futuro” (Criado-Boado y Barreiro, 2013). En este sentido, el patrimonio representa también una identidad cultural cuya naturaleza es esencialmente social, y buena parte de la innovación implicada proviene de su valor cognitivo y ahora según el turismo naranja en su capacidad de movilizar saberes y generar intercambios transculturales no solamente de intercambio de mercancías.

Lo que está claro es que el componente de gestión y administración de los bienes patrimoniales es vertebral a toda estrategia de innovación y desarrollo que tenga al patrimonio por eje de actuación, ya que desde la gestión se articulan los demás componentes valorativos del patrimonio (su mera existencia, su carácter de legado y su valor cognitivo, así como su utilización como recurso para la generación de actividad económica y educativa, para el desarrollo) (Barreiro, 2013). Es por ello vital que las políticas patrimoniales se integren en la estrategia de desarrollo territorial general, porque el territorio es “el espacio que sanciona las innovaciones económicas, sociales, institucionales y políticas, que las visibiliza y las difunde. En este sentido, espacio, cultura y economía muestran un grado de simbiosis muy elevado” (Rausell, 2012:112).

Turismo Naranja

Al concepto del turismo cultural se le añadió el turismo creativo definido por Greg Richards y Crispin Raymond (2000), como “el turismo que ofrece a los viajeros la posibilidad de desarrollar su potencial creativo participando activamente de cursos o experiencias características del lugar de su estancia”. Esta modalidad turística centrada en la creatividad que implica la participación e interactividad del turista que suele desear incluso no ser turista, quiere ser viajero o sentirse local. Este tipo de turistas desarrolla su potencial creativo a través del aprendizaje, la creación o la exhibición de su talento mediante el formato de experiencias turísticas singulares. Estas experiencias

singulares plantean diferentes niveles de interacciones que van más allá del mero consumo de bienes o servicios.

Parte de esta iniciativa propone la generación de Ciudades Creativas o más bien de Industrias Culturales Creativas, como una manera de desarrollar el entorno local, pero esta categoría aplicada al territorio puede perfectamente ser usada en un municipio o un barrio, al ser el patrimonio un componente local y el elemento experiencial puede ser aplicado a diferentes escalas.

Turismo Naranja y gobernanza local

La Organización Mundial del Turismo 2016 ha fijado dos objetivos generales en el ámbito del turismo cultural: que sea responsable, integrador y sostenible contribuyendo al desarrollo socioeconómico de las comunidades locales y mejorando su bienestar y que contribuya al enriquecimiento y la conservación de la identidad cultural del destino. Promoviendo intercambios transculturales entre los visitantes y la comunidad de acogida, así como el fomento y la preservación del patrimonio cultural (Treserras 2021)

El turismo creativo basado en la creatividad como actividad se considera el turismo de nueva generación, precisamente por la interacción. El turista deja de ser un mero observador para obtener su experiencia en primera persona. Esta experiencia puede ser desde el contacto directo con el creador a ser parte de la creación mediante la oportunidad de desarrollar su potencial creativo mediante la participación activa en visitas, cursos y experiencias formativas características del destino turístico que han elegido (Treserras, 2021)

Treserras señala las siguientes tipologías de turismo creativo:

- La participación de los creadores en proyectos turísticos de formatos *co-branding*.
- El contacto directo con los creadores que permite compartir experiencias.
- El aprendizaje: cursos y talleres. Personas interesadas en la realización de cursos de introducción o perfeccionamiento.
- Experimentar las tradiciones culturales del lugar.
- Participar en las experiencias colectivas.
- La creación: residencias artísticas en lugares que permitan el desarrollo de la creatividad.
- La exhibición de talento.
- La promoción de la creación de destinos.

Estas actividades permiten la construcción del tejido social y la creación de estrategias de abajo hacia arriba, así como la innovación social.

2. TURISMO CULTURAL, TERRITORIO Y ECONOMÍA NARANJA

La Cadena de Valor Global y el Turismo Cultural

El turismo es un espacio económico integrado por múltiples sectores que en conjunto representan la “industria de turismo”. Los diferentes empleos del turismo contemplan una amplia gama de habilidades y competencias desde los niveles más elementales hasta los niveles más elevados y sofisticados. Los países en desarrollo tienen limitaciones importantes en el entrenamiento, en la

formación y en las habilidades de su fuerza de trabajo local en relación con las competencias requeridas en los circuitos globales.

El ingreso a la Cadena de Valor Global de Turismo (CVGT) requiere que los países en vía de desarrollo realicen iniciativas locales de mejoramiento (*upgrading*) de las capacidades de la fuerza laboral local con la participación instituciones públicas y privadas. La CVGT atiende el tránsito de los turistas a través de las empresas que incluyen las actividades que se encuentran ubicadas tanto a nivel global como local, como son la distribución, el transporte, el hospedaje y las excursiones (ver Figura 1). Las mejoras tecnológicas y el aumento de las capacidades de la fuerza de trabajo según Christian et al (2011:1) pueden ocurrir simultáneamente en múltiples segmentos, y las formas comunes de mejoramiento y actualización incluyen

- **Entrada en la CGV turística:** un país se convierte en destino turístico internacional.
- **Añadiendo productos turísticos:** el país de destino diversifica su mercado turístico.
- **Mejora de productos en alojamiento** (y otros servicios locales): las empresas hoteleras mejoran sus alojamientos mediante la ampliación de camas, escala de lujo o instalaciones. Un destino de país también puede mejorar los hoteles al brindar más opciones de alojamiento con mejores servicios.
- **Mejora funcional a lo largo de los segmentos de excursión / distribución:** un operador turístico asume servicios adicionales de logística y coordinación para paquetes turísticos al destino y puede comenzar a realizar recorridos a destinos regionales.
- **Adopción de tecnología de la información (TI):** las empresas de turismo y las organizaciones de gestión de destinos adoptan capacidades de marketing web, compras en línea y redes sociales.

Figura 1.- cadena de valor global de turismo



Cristian, Fernandez-Stark, Ahmed. y Gereffi (2011:11)

La economía creativa comprende actividades donde el valor de los bienes y servicios está fundamentado en la propiedad intelectual, tales como: arquitectura, artes visuales y escénicas, artesanías, cine, diseño, editorial, investigación y desarrollo, juegos, juguetes, moda, música, publicidad, software, televisión, artesanías y videojuegos. Estas actividades están vinculadas a una creciente conectividad de redes globales y locales. En este sentido la economía naranja:

“Es el conjunto de actividades que de manera encadenada permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales, cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual. El universo naranja está compuesto por: i) la Economía Cultural y las Industrias Creativas, en cuya intersección se encuentran las Industrias Culturales Convencionales; y ii) las áreas de soporte para la creatividad” (Buitrago y Duque, 201: 40).

Las áreas de soporte para la creatividad según Buitrago (2011:40) se encuentran en: a) Investigación, Desarrollo e Innovación creativa y cultural: I+D+i Naranja; b) Formación técnica especializada en actividades creativas; c) Gobernanza (institucionalidad) y Derechos de Propiedad Intelectual; y d) Educación profesional creativa

La organización social de la creatividad

La creatividad se manifiesta en la generación de nuevas imágenes, concepciones, simbolizaciones o sensaciones que pueden ser el resultado de asociaciones originales entre ideas y conceptos conocidos. En este sentido, la creatividad se encuentra en la singularidad del pensamiento, de la imaginación o de percepciones inusitadas. La creatividad es una habilidad cognitiva de los seres humanos que abarca diversos procesos mentales entrelazados cuya *valorización se encuentra* en el producto final. La creatividad no es el resultado de un proceso productivo lineal sino es la consecuencia de cultivar y polinizar nuevas ideas a través de la interacción y la transferencia entre seres humanos.

Las redes de conocimiento son configuraciones organizacionales diseñadas para la producción, la transmisión y la transferencia de conocimiento, donde la intensidad de la conectividad favorece la expansión de la creatividad. La organización social de la creatividad involucra a los actores interesados en la construcción de redes de conocimiento, a través de interacciones significativas que les permitan transferir ideas, información y conocimiento para modificar sus prácticas laborales. Por lo tanto, la organización social para la creatividad debe ser considerada como una competencia social que una comunidad local impulsa y mantiene en el tiempo.

La creatividad no es una competencia individual, ni siquiera es el resultado de la suma de competencias laborales individuales. Es una competencia social compartida en una comunidad ubicada territorialmente que vincula a todos los individuos, instituciones y organizaciones que se encuentran implicados en el desarrollo local. En otras palabras, la creatividad debe ser observada como un proceso social.

El territorio donde habita una comunidad se define como un espacio con capacidades específicas y originales construidas históricamente en términos sociales, culturales, artísticos, y además de estar ubicado un espacio geográfico (eco-sistema) particular, donde el sentido de pertenencia e identidad es compartido como una manera propia de ser y estar en el mundo.

Las comunidades ubicadas territorialmente se diferencian entre sí, en la medida que cuentan con recursos y capacidades que poseen en un momento determinado. Estos recursos y capacidades son específicos y diferenciados con respecto a otros territorios. Por lo tanto, los territorios, a manera de meta-organizaciones, elaboran planes y estrategias de desarrollo propios para insertarse en los circuitos y en las redes de interacción de la economía naranja,

mediante redes sociales de creatividad, donde se presentan relaciones de poder diferenciadas entre los territorios y por lo tanto también los beneficios de la inserción son diferenciados a nivel global.

Auto-organización y emergencia de las redes de creatividad globales

En las CVGT se transfiere información, productos y finanzas entre proveedores, fabricantes, distribuidores, minoristas y clientes. La CVGT se caracteriza por un flujo hacia adelante de bienes y servicios, y un flujo hacia atrás de información. Las redes de la cadena de valor global tienen la característica de auto-organizarse y contienen un fenómeno emergente del cual surge un patrón que caracteriza la macro-estructura de instituciones, empresas, acuerdos y normas que rigen la gobernanza económica global del comercio y de los mercados. Aunque el conjunto se conforma a partir de cada entidad en lo individual, las redes de la cadena de valor se auto-organizan. La totalidad puede estar constituida por entidades individuales desconocidas entre sí, pero la toma de decisiones focalizada de cada entidad en su posición particular en la red (decidiendo sobre sus proveedores y compradores) hace que participen en la emergencia del patrón de gobernanza económica de la cadena de valor global de turismo.

Las redes de creatividad globales en una economía naranja también están caracterizadas por interacciones no lineales y fuertes interdependencias entre las diferentes entidades. En la mayoría de las circunstancias, el orden y el control en la red de creatividad son emergentes, y en ocasiones opuesto a lo planeado o predeterminado. El control se genera a través de relaciones no lineales a partir de las regulaciones simples del comportamiento de las entidades locales basadas en su información particular. Dadas estas condiciones, las redes de creatividad conforman un sistema adaptativo complejo.

Las redes de creatividad globales, conformada por entidades individuales, forman parte de un proceso natural espontáneo de auto-organización del cual emerge una cadena de valor global del turismo cultural. El surgimiento de un comportamiento colectivo fuertemente estructurado a lo largo del tiempo, a partir de la interacción de las entidades simples, conduce a la realización de los pedidos de la demanda de los clientes.

Adaptación y evolución: las entidades individuales observan constantemente lo que surge de una red de distribución y ajustan sus objetivos organizacionales y la infraestructura de apoyo. Otra adaptación común es la alteración de los límites de la red. Los límites pueden cambiar como resultado de incluir o excluir una entidad particular y al agregar o eliminar conexiones entre entidades.

La auto-organización y la *auto-poiesis* se refieren a la existencia de una identidad o agencialidad implicada en el orden, organización o creación de un sistema que se corresponde con el sistema mismo, estudiando la forma en que un sistema alcanza un orden complejo, bien como una estructura o patrón emergente, bien como algún tipo de finalidad o identidad autoconstruida.

Las redes de creatividad se comportan como una organización que aprende, con la intencionalidad de alcanzar sus objetivos estratégicos y sus determinaciones de competitividad, favoreciendo un orden o estabilidad que favorezca su adaptación.

Las redes de creatividad intercambian información y crean significados que simplifican el flujo de conocimientos e interrelación entre los miembros de propias redes, lo que favorece el aprendizaje e incrementa las capacidades de desempeño y adaptación de los individuos que participan en las redes. cambio.

La gobernanza social territorial de las redes de creatividad

Además de participar en las redes de la cadena de valor global del turismo cultural, definida como una gobernanza económica, y de involucrarse con otras redes de creatividad a nivel internacional, las redes de creatividad participan en diversas vías individuales e institucionales, públicas y privadas, que posibilitan la *planificación y gestión de los asuntos comunes* en un territorio. Esto implica que las redes de creatividad se impliquen con instituciones formales, pero también llegan a establecer acuerdos informales y la construcción de redes entre actores sociales, todo lo cual es esencial para asegurar su participación en el proceso de desarrollo territorial.

La planeación de lo social y su gestión requieren de mecanismos de coordinación basados en la confianza, como son los lazos solidarios y comunitarios que permiten la construcción de identidades culturales y profesionales. A nivel territorial y comunitario no existe solamente la fábula del *homo economicus*, esto es, individuos cuyo único interés es el intercambio mercantil y de procurarse beneficios económicos y materiales. La construcción de comunidad y de redes creativas requieren del sistema del don y el contra-don que otorga nobleza/honor al donante, en función de su des-interés, y donde los dones necesariamente son devueltos y son recíprocos. Una de las ventajas de las redes de creatividad es el intercambio de conocimientos. Cuando se donan saberes, los saberes no los pierde donante y obliga al otro a devolver el don con su propio conocimiento. El patrimonio cultural representa una herencia compartida por toda la comunidad, y como se señaló anteriormente, representa también una identidad cultural cuya naturaleza es esencialmente humana y social, y la nueva creación proviene de su valor cognitivo.

Para Herbert Simon (1995) el proceso de planeación social representa un problema de diseño, que incorpora habilidades para construir organizaciones que encuadren la representación de problemas y la elaboración de imágenes alrededor de factores limitantes que se instauran como asuntos no numéricos. Esto es, para Simon un plan social es un artefacto artificial que permite la identificación de problemas y por ende perfila soluciones y objetivos. Bajo esta perspectiva Simon (1995: 166) sugiere al menos seis temas nuevos para el *currículum de estudio* de la planeación social:

Racionalidad limitada. El significado de la racionalidad en situaciones donde la complejidad del entorno es inmensamente mayor que los poderes computacionales del sistema adaptativo.

Datos para la planificación. Métodos de pronóstico, uso de predicción y retroalimentación en control.

Identificación del cliente. Relaciones profesional-cliente, la sociedad como cliente, el cliente como jugador en un juego.

Organizaciones en diseño social. No solo el diseño social es realizado principalmente por personas que trabajan en organizaciones, pero un objetivo importante del diseño es la

novedad y el cambio social en general y de las organizaciones individuales en particular.

Horizontes temporales y espaciales. La reducción del tiempo, definiendo avances, gestionando la atención.

Diseñar sin metas finales. Diseñar para la flexibilidad futura, diseñar la actividad como objetivo, diseñar un sistema en evolución.

La explicación de porqué Simon denomina el diseño del *currículum de estudio* como metáfora de la planeación social, se encuentra en que el currículo no está referido solamente a la estructura de planes y programas de estudio, sino se ubica como la visión que tiene un país o territorio sobre lo que espera que sean capaces los estudiantes una vez terminados el proceso educativo, por ello, está fuertemente ligado a la planeación y a la visión política. En esta medida, un plan social es un diseño artificial participativo donde una comunidad territorial concreta las concepciones ideológicas, socio-antropológicas, epistemológicas, pedagógicas y psicológicas que determinan los objetivos de la comunidad en cuestiones de desarrollo y de la cultura que se trata de promover.

Las redes creativas de la economía se encuentran vinculadas a la renovación del patrimonio cultural a través de iniciativas para la generar Ciudades Creativas o Industrias Culturales Creativas para el desarrollo del entorno local, donde la planeación social territorial puede aplicarse a un barrio o a un municipio en la medida que el patrimonio es un componente experiencial. De ahí que la gobernanza a nivel territorial siempre es social y representa la capacidad de diferentes actores de integrarse y subordinar sus intereses individuales a los de la comunidad, compartiendo valores y normas.

3. EL CASO DE XOCHIMILCO

La herencia cultural que caracteriza a México ha sido mundialmente reconocida, al igual que su capacidad por atraer el turismo. Aunque el tema de la innovación y creatividad que caracteriza a los emprendedores sea de suma importancia, se debe considerar la capacidad que muchos emprendedores están adquiriendo para diferenciar sus productos y creaciones. (Cruz, E. 2010)

Patrimonio y patrimonialización implican asignación de valores a determinados bienes, ya sea por parte de un grupo humano que proyecta en ellos su identidad, ya sea por parte de las instituciones (políticas, académicas, etcétera) que les atribuyen cualidades artísticas, simbólicas, conmemorativas, técnicas, etcétera. (Zamora, 2011).

El debate entre un patrimonio de origen identitario, que se construye de abajo hacia arriba (Clark y Drury, 2002), y otro institucional, que deviene de una dirección de arriba hacia abajo (Prats, 1997; Besse, 2009), se combina con el nuevo paradigma del patrimonio y su consideración con los paisajes: Víctor Fernández Salinas (Conceptos (Métodos y perspectivas 134 Documents d'Anàlisi Geogràfica 2017, vol. 63/1) se centra en los propósitos de las declaraciones. Desde una intención académica, estética y conservacionista, se ha pasado a priorizar la utilización del patrimonio con fines económicos y como instrumento de desarrollo territorial a través de su activación mediante actividades turísticas. Se ha llegado incluso a señalar que el turismo desempeña

un papel clave en los procesos de patrimonialización (Prats, 1998) y que el concepto de patrimonio cultural es un subproducto del de turismo cultural (Almirón et al., 2006).

Xochimilco y sus potencialidades

Xochimilco es más que chinampas, trajineras y flores. Es un territorio que cuenta con una gran diversidad de testimonios culturales, tangibles e intangibles, heredados ancestralmente. Los habitantes de los pueblos y barrios originarios, distribuidos en la zona de montaña y cerril, la zona chinampera y el centro de Xochimilco, son y se saben depositarios de este valioso legado, sin embargo, como muchos de ellos lo manifiestan, cada vez es más difícil “seguir con la tradición (Peralta Flores).

Los cambios sociodemográficos que han sufrido las Delegaciones Rurales de la Ciudad de México debido al crecimiento poblacional, la falta de planeación urbana y las políticas clientelistas de algunos gobiernos.

En el caso de Xochimilco estos fenómenos han dañado no solo la planeación territorial, sino afectado sustancialmente los elementos patrimoniales. El sentimiento de pérdida se agudizó a principios del siglo XX, cuando los pueblos chinamperos quedaron despojados del agua de sus manantiales, ocasionando no sólo un colapso ecológico, sino también un cambio radical en la estructura socioeconómica y cultural, basada fundamentalmente en un sistema agrícola. Aunado a esto, en las últimas décadas, el desarrollo expansivo de la especulación inmobiliaria, las transformaciones del uso del suelo y los cambios generados por el crecimiento urbano, han modificado sustancialmente el centro y los pueblos de la Delegación Xochimilco, donde se conserva y se produce patrimonio cultural. Por ello, Xochimilco, declarado en 1987 Patrimonio Cultural de la Humanidad, está pasando por procesos que afectan directamente la sustentabilidad del contexto internacional en el ámbito local.

En México existen 57 zonas de monumentos históricos declaradas por el Ejecutivo Federal, nueve de ellas inscritas en la Lista del Patrimonio Mundial por la UNESCO, lo que coloca a nuestro país en primer lugar como reserva patrimonial del continente americano, y en octavo en el ámbito mundial. Dentro de este universo de bienes culturales se encuentra Xochimilco, que cuenta con un rico patrimonio, tanto de elementos naturales como culturales, por ello el 4 de diciembre de 1986, es declarado zona de monumentos históricos, y en 1987 pasa a ser Patrimonio Cultural de la Humanidad, por su traza del siglo XVI, pero sobre todo por su zona chinampera, en conjunto con el centro histórico de la ciudad de México. La inscripción de un bien cultural, natural o mixto, en la Lista del Patrimonio Mundial, significa el reconocimiento de la comunidad internacional a los valores excepcionales universales del sitio. Ciro Caraballo ha señalado en diversos foros, que “esta inscripción no significa el final de un proceso, sino el inicio del mismo”, debido a que la nación que lo inscribe adquiere el compromiso de mantener su valor ante la comunidad internacional a partir de acciones que favorezcan la preservación y transmisión a futuras generaciones. Su pérdida sería, como lo señala la propia Convención del Patrimonio Mundial “un empobrecimiento nefasto del patrimonio de todos los pueblos del mundo”.

En la actualidad, el patrimonio natural y cultural de Xochimilco presenta pérdidas irreversibles. Sus pobladores han buscado frenar desde hace

varias décadas la destrucción de la zona chinampera, de este modo diversas organizaciones presionaron a las autoridades para que atendieran las irregularidades de la propiedad de la tierra y el deterioro de la chinampa. Al gobierno no le quedó más que reconocer el avanzado deterioro del sitio e inició una serie de acciones para su rescate.

Gobernanza, Patrimonio Cultural y Potencial Creativo en Xochimilco

Uno de los temas de análisis recurrentes en nuestros trabajos ha sido la incongruencia entre los planes de manejo de los Centros históricos y los Planes de desarrollo de las Ciudades. En el caso de la Ciudad de México, incluso se planteó la generación de un elemento institucionalizado que le diera cause al Plan de manejo y se nombró a la Autoridad del Centro histórico, hecho que permitió de alguna manera implementar estructurar el Plan. Sin embargo, el caso de Xochimilco, dada la complejidad de su estructura urbana, entendida esta como la conjunción de sus barrios y la compleja yuxtaposición de intereses entre los pobladores sus usos y costumbres y las formas de organización de los gobiernos actuales. El problema de articulación y gobernanza es aún mayor.

Ante esta situación la gobernanza local, aquella que surge de abajo hacia arriba, se encuentra prácticamente desarticulada hay una ausencia de lo que podríamos denominar Plan social como herramienta de Arriba hacia abajo para conectar con los intereses y necesidades de los pobladores.

El diseño de “redes de creatividad” que puedan tejer elementos locales a nivel barrial y micro y puedan ser ofertados y sustentados por los programas de la Alcaldía y del gobierno local pueden generar poco a poco esa gobernanza.

Este desarrollo de abajo hacia arriba requiere de “un polifacético sistema de gobernanza que ha de basarse en los principios de la libertad de expresión, equilibrio y sostenibilidad. Un sistema operativo de gobernanza de la cultura consta de diversos agentes gubernamentales y no gubernamentales y necesita espacios para la participación de diversas instancias y procesos de formulación de políticas, así como una responsabilidad conjunta de aplicación de políticas” (UNESCO. 2013)

La cultura es un factor importante que puede acelerar el desarrollo y garantizar la sostenibilidad y bajo esta lógica la Unesco y la Unión Europea desarrollaron un “Banco de expertos” para reforzar los sistemas de gobernanza de la cultura en los países en desarrollo. Este proyecto piensa que la participación del sector cultural en la formulación de políticas y de la manera en que pueden colaborar los gobiernos para aprovechar el potencial de las industrias culturales en los ámbitos de empleo, la integración social y la reducción de la pobreza gracias a una mejor coordinación de los interlocutores culturales en las esferas política y profesional (UNESCO, 2013).

Esta iniciativa obedece a la demanda de los países emergentes en su potencial para ofrecer algo más que turismo de sol y playa y poder contar con una oferta cultural que coincide con los intereses de la demanda europea.

Estas iniciativas consideran la posibilidad de generar redes que proporcionen una oferta cultural distinta al turismo extractivo y que al mismo tiempo puedan integrar los intereses de los pobladores de las localidades en una red. La Convención de 2005 de UNESCO es al respecto una herramienta fundamental para concebir políticas culturales más eficaces y sostenibles.

La reconversión de recursos de Patrimonio cultural como una estrategia de abajo hacia arriba.

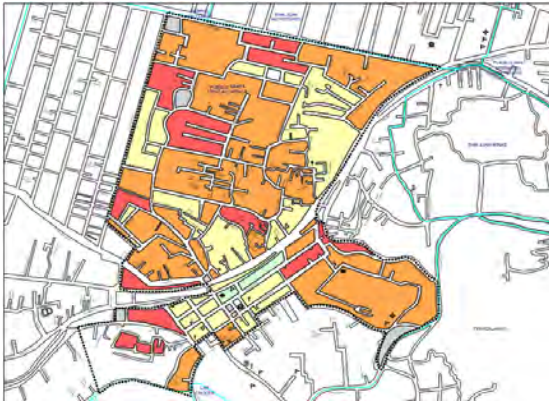
Como señalamos en el apartado anterior uno de los elementos que ha agravado el problema de la planeación en Xochimilco dentro de la Ciudad de México es un Plan social débil y mal articulado.

Un Plan que no ha sido capaz de aglutinar las tradiciones de los diversos barrios y sus dinámicas sociales.

Xochimilco es emblemático de la Ciudad de México ya que define la condición originaria el tipo de urbanismo lacustre de una ciudad (Perez, 2016).

En este sentido algunos ejercicios de reutilización propuesta para la intervención de algunos elementos de arquitectura vernácula

Dentro de Xochimilco se encuentra Santa Cruz Acalpixca, pueblo que colinda al este con el pueblo de San Gregorio Atlapulco, al oeste con el pueblo de Santa María Nativitas Zacapa, al sur con los pueblos de San Bartolomé Xicomulco y Santa Cecilia Tepetlapa y al norte con el barrio de Caltongo. Su actividad económica después de la conquista fue la agricultura y el labraje de piedra, después, en el siglo XIX la actividad que predominó fue la agricultura y la elaboración de escobas. Ahora, en el siglo XX y hasta la fecha la actividad económica más importante es la elaboración de dulce cristalizado.



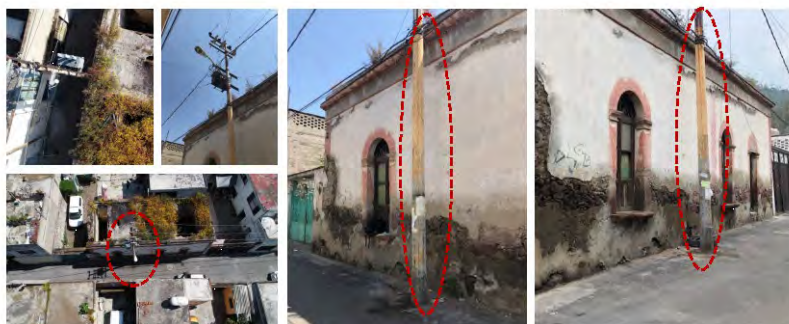
Alcaldía Xochimilco. Fuente: Gobierno de la CDMX

La elaboración del dulce cristalizado es una actividad artesanal hecha por las familias del pueblo diariamente. Dicha labor, resulta de suma importancia para la comunidad ya que ha sido una de las actividades económicas que ha dado sustento a muchas familias durante varias décadas, además de ser parte de las tradiciones de la región, y que a la vez goza de prestigio tanto en el nivel nacional como internacional. Pero poco a poco esta actividad ha perdido la valoración inclusive de los pobladores del lugar, pues se afirma que es una actividad poco valorada en cuestión de precio dado que las ventas han sido bajas y que las personas han tomado preferencia por los dulces americanos. También es importante mencionar que es poca la difusión que existe de la elaboración de los dulces cristalizados. Eso nos lleva que debido a que son dulces “de feria” no son del todo tomados en cuenta por su elaboración, por el esfuerzo y dedicación que se les da y sobre todo por su valor simbólico.

Dentro del pueblo se encuentran varios inmuebles de valor patrimonial que pueden actualizar su uso con actividades de turismo naranja, es decir con

elementos que conjuntados permitan recuperar el inmueble desde el punto de vista arquitectónico y a la vez retomar actividades económicas ancestrales como la elaboración del dulce artesanal.

1. LIBERACIÓN RETIRO DE POSTE ELECTRICO



Retiro de elemento invasivo sobre la fachada principal del inmueble, poste con instalaciones eléctricas con ubicación inapropiada.

Casa Calvario7: Arquitecta Katherine Mejía

Un proyecto elaborado por la Arq. Katherine Rodriguez Mejía¹ propone la reutilización de un inmueble y su puesta en valor con un elemento experiencial, el desarrollo de una escuela.

En este contexto de pérdida y deterioro, cobra particular importancia la posibilidad de encontrar nuevas formas de explotación de las capacidades turísticas locales de Xochimilco.

Por esta razón las iniciativas que puedan regenerar tejido social y lograr que las actividades no solo agropecuarias, sino también gastronómica y de identidad local son la oportunidad de desarrollar potencialidades a partir de la reutilización de la arquitectura y de la generación de experiencias turísticas.

Xochimilco actualmente cuenta con la celebración de la Santa Cruz que ocho días antes de su inicio, los vecinos bajan las cruces para pintarlas y ponerles un cendal nuevo. El 2 de mayo se hace la velación en la casa del mayor-domo, que consiste en rezos acompañados de danzas de concheros. En la madrugada se reparte atole y tamales verdes a los asistentes. El día 3, las cruces son llevadas a misa al templo de Santa Cruz. Después de ser bendecidas por el sacerdote, las cruces son levantadas y así se quedan por dos días, al tiempo que se reciben las promesas o donaciones a la iglesia y en la tarde se quema el castillo. El día 4 inicia el ascenso de las cruces al cerro Cuatlayeli, hoy conocido como Tlacuayeli.

El núcleo histórico de Santa Cruz Acalpixca cuenta con algunos inmuebles de valor patrimonial importantes, la mayoría de ellos son equipamientos colectivos que conforman la densidad del pueblo. Dentro del recorrido de SCA se pueden encontrar unas casas con arquitectura en piedra, una de ellas muy particular que se encuentra hacia el sureste, a una cuadra de la plaza

¹ Alumna de la Maestría en Reutilización del Patrimonio Edificado UAM Xochimilco.

principal sobre la calle Calvario y con nomenclatura número Siete, de propiedad privada. Exclusivamente esta casa se encuentra en un estado de conservación crítico, pero con una arquitectura muy específica, la cual la convierte en un vestigio de la zona. Esta vivienda se convierte en un hito importante del núcleo histórico de SCA, pues su fábrica es de piedra y complementado con tierra, su estilo arquitectónico fue único dentro del contexto, lo que la convierte en una joya de la arquitectura vernácula ya que fue concebida con materiales del lugar.

Un inmueble en particular llama la atención, la casa ubicada en la casa Calvario Siete, donde se descubren todos los detalles del inmueble y se lleva a cabo una investigación minuciosa donde se obtienen resultados y conclusiones que despiertan interés para desarrollar un proyecto de intervención y reutilización del predio. Casa Calvario Siete es una vivienda que anteriormente funcionó como casa parcela y es por esta razón que cuenta con gran espacio en su interior que debe ser tenida en cuenta dentro de los estudios de factibilidad e intervención de este inmueble.

Una de las dificultades que se presentan en la actualidad es la falta de reconocimiento hacia estas edificaciones, pues se encuentran abandonadas y en algunos casos amenazan ruina.

La falta del involucramiento de la sociedad, de las autoridades y la ausencia de presupuesto del propietario para su restauración, contribuye a la falta de valoración y generan al inmueble una degradación significativa y evidente.

La vivienda cuenta con variables físicas Intrínsecas, es decir todas aquellas características arquitectónicas que la convierten en un inmueble particular de antigüedad, estado de conservación, localización estratégica y un alto contenido de materialización que merece ser rescatado.

Al brindar una significación al inmueble desde una mirada técnica, es decir teniendo en cuenta las teorías y criterios de valoración. La significación implica valor estético, histórico, científico y social para las generaciones pasadas, presentes y futuras.

La idea es convertir el edificio en un espacio para la fabricación y venta de un producto que pertenece al legado cultural, tendría como impacto la valoración de una costumbre que va de generación en generación en el lugar, esto conlleva a que el producto se convierta y adquiera un valor agregado formal y que esta costumbre continúe a futuras generaciones.

También es necesario establecer estrategias de marketing para desarrollar una marca que se convierta en icono para la comercialización de los dulces tradicionales de Santa Cruz Acapixtla. No obstante, es necesario que el proyecto también cuente con una parte de gestión comunitaria y que se establezcan convenios de educación y cultura dentro del mismo proyecto. Puede ser que se impartan clases de repostería con temática de los productos típicos de la región, como un complemento de estudios técnicos y superiores de las escuelas que se encuentran dentro del núcleo histórico, también que se establezcan programas y jornadas para jóvenes emprendedores. Estas clases o estructura educativa y de atención del comercio del proyecto debe estar establecida por comunidad específica en este caso podrían ser madres cabeza de hogar.

Como se planteó en el comienzo del trabajo, las estrategias de desarrollo y gobernanza territorial que implican patrimonio y turismo deben ser pensadas de abajo hacia arriba. Un proyecto reutilización y de revitalización debe estar

basado en la creatividad y la organización social, solo a través de la significación colectiva es posible desarrollar estrategias que engargen a todos los actores de un territorio. Ya que como se mencionó antes la creatividad no es un proceso lineal ni individual es el resultado de un proceso social creado y compartido por una comunidad y una multiplicidad de actores. El reto para los gobiernos actuales es la construcción de un plan social fuerte teniendo como centro aquellos elementos culturales y patrimoniales que son la base de los procesos sociales y que pueden desencadenar dinámicas de consumo turístico creativo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aldir González Morelos, “Proyecto Santa Cruz Acalpixcan, Xochimilco. Avances de investigación”, p. 24; vid. atdsa, A. González y S. Meza, “Cacalanco s/n, Tecacalanco, Santa Cruz Acalpixcan, Xochimilco”, Denuncia 2002-158.
- Barreiro D. y E. Parga-Dans, 2013, El valor económico del patrimonio cultural: estrategias y medidas posibles para estimular la innovación social y los emprendimientos. Ponencia presentada en el Seminario Internacional “El Patrimonio Cultural: Un aporte al desarrollo endógeno”. Quito (Ecuador), 6-7 de noviembre de 2013. Universidad Andina Simón Bolívar. <https://www.researchgate.net/publication/>
- Buitrago, F. y Duque I, 2013, La Economía Naranja, Banco Interamericano de Desarrollo, Washington.
- Cristian M., Fernandez-Stark K, Ahmed G. y Gerffi, G., 2011, The Tourism Global Value Chain. Economic. Upgrading and Workforce Development, Duke, Center on Globalization, Governance & Competitiveness
- Eduardo Noguera, “Antigüedad y significado de los relieves de Acalpixcan, D.F.”, pp. 78-79.
- Figura 25. La presencia de cruces en montículos prehispánicos es una práctica común en la zona cerril y de montaña. (Archivo Histórico de Xochimilco.)
- Pérez Corona Javier. “Planeación Metropolitana, sostenibilidad y patrimonio cultural en Xochimilco, en el Valle de México”, pp- 15-41. En Ambiente y Patrimonio Cultural
- Simon, Herbert, 1996, The Sciences of the Artificial, The MIT Press, Cambridge, Massachusetts
- Tresseras, J., 2021, Los retos del turismo cultural y creativo en las ciudades iberoamericanas, CCK Revista, No. 11, enero-marzo, pp. 10-30
- Unesco. (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/igo/>)
(www.unesco.org/open-access/terms-use-ccbysa-sp)