



Fotografía: Diego Araya

PATRIMONIO CULTURAL EN CONTEXTOS LOCALES: ¿BIEN CULTURAL O BIEN DE CONSUMO?

¿Cómo podemos confiar en las buenas intenciones de los discursos patrimoniales de las cúpulas de poder, cuando el patrimonio cultural local corre el riesgo de convertirse en una imagen vendible y una opción más en el consumo cultural de la sociedad globalizada, transformándose en ocasiones en una tarjeta de presentación que abre las puertas a nuevas posibilidades comerciales?

Hay una delgada línea que separa la potencialidad del turismo cultural, por ejemplo, como alternativa de desarrollo versus la desmedida mercantilización que se hace de la herencia local a cualquier precio. Nos encontramos con verdaderos “productos patrimoniales” de todo tipo, dispuestos a ser exhibidos y comercializados, con intereses y gestiones de personas e instituciones ajenas a la manifestación cultural local. Así, a la finalidad social y política que el patrimonio representa, una visión moderna de la búsqueda de leer el pasado en el presente y lejana de comunidades que fueron relegadas del proceso modernizador, se le suma ahora una finalidad meramente económica. En este escenario que exponemos, nos encontramos con la paradoja de que mientras más llamativo o “vendible” sea el patrimonio, mayor será la necesidad de acceder a él y, por tanto, mientras más se “use”, mayor será la necesidad de su cuidado. Tanto uso como cuidado del patrimonio debe ser una preocupación de todos y no sólo de las instituciones que velan por su resguardo. El abuso de los bienes culturales genera un deterioro en los contextos que los vieron nacer y crecer con lento pero férreo arraigo. El patrimonio no es una empresa que tenga prevista la depreciación anual de sus bienes, por lo tanto, la sociedad no puede darse el gusto de tener pérdidas de la herencia cultural recibida.

La producción cultural exige recursos y la aparición de intereses es inevitable: en el financiamiento estatal son fines políticos y en el financiamiento privado empresarial son fines comerciales. Debemos ser siempre conscientes de que por lo mismo la patrimonialización es un proceso altamente hibridizante, que altera los modos de representación del bien patrimonial. En la pretensión de no afectar su esencia siempre está latente el riesgo de buscar y representar un producto “puro”, que al desconocer el rol del intermediador, deja aún más abierta la puerta a posibles mercantilizaciones del bien o manifestación que se pretende, inicialmente, proteger y salvaguardar. ■

Enrique Vasconcelos Vargas