

MODELOS DE SALVACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL: EXPERIENCIA DE UE Y EE.UU.

Models Of Saving Cultural Heritage: Experience Of EU And USA

MATSUKA, Viktoriia.

Universidad Estatal de Mariúpol, Dnipro, Ucrania.

<https://orcid.org/0000-0002-0953-8769>

vikagood7@gmail.com

HORBASHEVSKA, Maryna.

Universidad Estatal de Mariúpol, Kyiv, Ucrania.

<https://orcid.org/0000-0002-7612-5593>

lungamarina2003@gmail.com

Recibido: 28-septiembre-2023

Aceptado: 25-octubre-2023

Resumen

El estudio está dedicado al estudio de la experiencia de la UE y EE.UU. respecto al modelo nacional de economización del patrimonio cultural. La relevancia del estudio está determinada por el hecho de que la reactivación de las ciudades históricas, la preservación del patrimonio cultural y sus bienes requieren recursos técnicos y financieros. Se considera el potencial económico de los recursos del patrimonio histórico y cultural. Se definen mecanismos de economización del patrimonio histórico y cultural. Se ha estudiado la experiencia de la UE respecto al modelo nacional de economización del patrimonio cultural. Se consideran los principios de economización del patrimonio cultural de la UE. Se indican formas de economización del patrimonio cultural en los países europeos: promoción del turismo; integración de institutos educativos y objetos del patrimonio cultural; el desarrollo del mercado educativo e intelectual; creación y dinamización de agrupaciones socioeconómicas en torno a bienes del patrimonio cultural. Se caracteriza la estrategia y política nacional de Estados Unidos en el campo del patrimonio cultural. Se estudian los principios fundamentales de la política estatal estadounidense en el campo de la preservación y la integración económica del patrimonio cultural: la conexión inseparable entre la preservación del patrimonio cultural y su economización en forma de turismo; las inversiones son un factor importante en la implementación de políticas en el campo de la economización de los bienes del patrimonio cultural; la presencia de obligaciones de los sujetos del sector del patrimonio cultural. Se consideran programas integrales de preservación y economización del patrimonio cultural. Por tanto, la generalización de la experiencia de la UE y EE.UU. en la protección del patrimonio cultural nos permite implementarlo.

Palabras Clave: cultura, patrimonio cultural, turismo, economías, inversiones, innovaciones

Abstract

The study is devoted to the study of the experience of the EU and the USA regarding the national model of economization of cultural heritage. The relevance of the study is determined by the fact that the revival of historical cities and the preservation of cultural heritage and its assets require technical and financial resources. The economic potential of historical and cultural heritage resources is considered. Mechanisms of economization of historical and cultural heritage are defined. The experience of the EU regarding the national model of economization of cultural heritage has been studied. The principles of economization of EU cultural heritage are considered. Forms of economization of cultural heritage in European countries are indicated: promotion of tourism; integration of educational institutes and objects of cultural heritage; the development of the educational and intellectual market; creation and dynamization of socio-economic clusters around objects of cultural heritage. The national strategy and policy of the USA in the field of cultural heritage is characterized. The main principles of the US state policy in the field of preservation and economic integration of cultural heritage are studied: the inseparable connection between the preservation of cultural heritage and its economization in the form of tourism; investments are an important factor in the implementation of policies in the field of economization of cultural heritage objects; the presence of obligations of subjects of the cultural heritage sector. Comprehensive programs for preservation and economization of cultural heritage are considered. Therefore, the generalization of the experience of the EU and the USA in the protection of cultural heritage allows us to implement it.



Keywords: culture, cultural heritage, tourism, economies, investments, innovations.

I. INTRODUCCIÓN

Los recursos del patrimonio histórico y cultural, que contienen elementos tanto tangibles como intangibles, conectan muchos componentes y significados, que son la base para la creación de productos en el mercado de servicios turísticos; la multidimensionalidad de este recurso determina su adaptabilidad a cualquier esfuerzo de modelización y la transformación socioeconómica de Europa del Este y América a finales del siglo XX provocó cambios en los enfoques sobre los recursos del pasado en los países de estas regiones.

En una economía de mercado, los productos del patrimonio histórico y cultural tienen su propia dimensión económica y, como otros recursos, deben estar sujetos no sólo a la administración, sino también principalmente a la gestión. El potencial de los recursos del patrimonio histórico y cultural es casi ilimitado en términos de posibilidades de crear nuevos productos turísticos y similares e incluso de formar nuevos mercados (es decir, innovaciones en el campo del patrimonio histórico y cultural). Los buenos proveedores de patrimonio satisfacen las necesidades existentes, pero sólo los mejores crean nuevos mercados. Este tipo de acciones se adelantan a las necesidades actuales y otorgan una cierta ventaja competitiva al destino, a la región e incluso a todo el país en el mercado mundial de servicios turísticos.

El tema de la economización del patrimonio histórico y cultural y su uso en el turismo sigue siendo muy poco estudiado en la ciencia económica mundial, a pesar de su alto grado de relevancia e importancia social.

II. MATERIALES Y MÉTODOS

La base teórica y metodológica de la investigación científica está formada por los trabajos científicos nacionales y mundiales dedicados a la economización del patrimonio histórico y cultural, datos analíticos, así como métodos de conocimiento científico general (empírico – experimento, observación, descripción; teórico –

análisis, síntesis, abstracción, generalización, inducción, explicación, clasificación específicamente sociológica)

III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En la era de la formación de un mundo globalizado, las preguntas sobre la esencia y el papel de la cultura en la sociedad moderna son cada vez más agudas. Hoy en día, la cultura y el patrimonio histórico-cultural sirven no sólo como un tesoro del pasado, sino también como base para el presente y el futuro (porque cualquier nueva formación social se crea sobre la base de una determinada cultura y mediante el uso de sus elementos: formas de pensar, lenguaje, etc.

La Convención de las Naciones Unidas para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial define el patrimonio cultural como costumbres y expresiones, conocimientos y habilidades reconocidos por las comunidades, así como herramientas, objetos, artefactos y espacios culturales asociados a ellos, reconocidos por las comunidades y, en algunos casos, por individuos como parte de su patrimonio cultural (UNESCO, 2003). Este patrimonio cultural inmaterial, transmitido de generación en generación, es recreado constantemente por comunidades y grupos en función de su entorno, interacción con la naturaleza y la historia. Por lo tanto, las funciones sociales y económicas del patrimonio cultural se realizan a través de la conexión espiritual entre el patrimonio cultural y los edificios culturales.

El potencial económico escondido en el patrimonio histórico y cultural puede e incluso debe utilizarse en el sistema económico moderno. Esto se deriva de la necesidad de proteger los recursos del pasado. Mantener un monumento como pieza de museo es la forma más sencilla, pero al mismo tiempo, la más eficaz de preservarlo. Sin embargo, la práctica demuestra que de esta forma sólo se puede conservar una pequeña parte de los recursos del patrimonio histórico y cultural. A otros recursos se les debe dar una determinada función, sin la cual simplemente morirán



(UNESCO, 2010).

Además, muchos investigadores del patrimonio histórico y cultural afirman que el mayor éxito en la conservación es el uso real de este objeto patrimonial, cercano a su finalidad original. El alcance y los métodos de uso como producto dependen sin duda del volumen de recursos culturales, su rareza, condición, comportamiento, la necesidad de tener en cuenta los estándares de protección, el límite permitido de ancho de banda, la preservación de la autenticidad, así como el nivel de conciencia cultural de la sociedad y las autoridades locales (Centro Ucraniano de estudios culturales, 2003).

Prácticamente todas las localidades o casi todas las ciudades tienen algún recurso potencial de patrimonio histórico y cultural. Con una importante acumulación de recursos históricos y culturales, pueden pasar a formar parte de la oferta turística. En la creación de un producto de este tipo, la interpretación de los recursos tiene el mayor peso específico. Es esta interpretación y una especie de «envasado» del producto que de ella surge, lo que adquiere y adquirirá significado en el futuro (un mismo producto patrimonial puede tener diferente demanda según haya sido «envasado» de forma atractiva o no). Esta tendencia está indicada por la experiencia de los países occidentales, así como por la práctica existente en Ucrania (por ejemplo, un museo como una simple colección de exhibiciones y el mismo museo, organizado como un fragmento de una época pasada, tendrán diferentes atractivos turísticos.) (Debarbieux, Bortolotto, Munz, & Raziano González, 2021).

La especificidad de la formación de productos del patrimonio histórico y cultural también radica en que el punto de partida de este proceso son las necesidades del consumidor (propietario o usuario) y los recursos históricos y culturales disponibles (existen objetivamente). Esto distingue el patrimonio histórico y cultural del resto de productos del mercado, donde el punto de partida es el análisis de las necesidades del consumidor. Al mismo tiempo, en el caso del patrimonio histórico y cultural, nos encontramos ante una forma individualizada de consumir sus recursos. En ningún otro ámbito la relación «producto – comprador – producto – consumidor» es tan heterogénea, diversa, determinada por su propia

unicidad.

La percepción subjetiva lleva al hecho de que el mismo producto, visto, visitado y escuchado por diferentes públicos con diferentes competencias en la percepción del arte, tiene cada vez un significado diferente. Además, este objeto del patrimonio histórico y cultural aporta cada vez un conjunto diferente y nuevo de beneficios, que depende de las condiciones externas (climatología, iluminación, visitas guiadas, etc.) e internas (estado de ánimo del consumidor, nivel de competencia, cansancio, etc.)

Los productos del patrimonio histórico y cultural son relativos a otros, similares, elaborados en el mismo estilo, en la misma época. Esto permite realizar una evaluación objetiva de estos productos y conduce a que se vuelvan competitivos entre sí.

Las ventajas competitivas pueden reforzar diferentes procedimientos de los oferentes, por ejemplo, la entrada en la Lista del Patrimonio Mundial de la UNESCO, la entrada en la lista nacional de monumentos históricos y culturales o la inclusión en una determinada ruta turística.

Los productos del patrimonio histórico y cultural son complementarios, lo que lleva a que la compra de uno de ellos genere en el consumidor el deseo de familiarizarse con los siguientes.

Esta dependencia, cuyo origen reside en las necesidades de los consumidores, es la base para la creación de productos como itinerarios temáticos para el conocimiento de sitios del patrimonio cultural o la reconstrucción de acontecimientos históricos importantes: visitar lugares históricos por sí solos ya no es suficiente para turistas. Sin embargo, a diferencia de otros productos de mercado, tanto la sustituibilidad del patrimonio debido a su singularidad desde el punto de vista de la oferta del mercado como el propio proceso individual de consumo desde el punto de vista de la demanda crean una disonancia entre el original y el sustituto, que lo sienten los consumidores. El progreso técnico y civilizacional contribuye a la presentación de los mismos objetos de patrimonio histórico y cultural en una forma técnica diferente, por ejemplo, un concierto en vivo y la misma música grabada en soporte electrónico, colecciones de pintura ofrecidas para su visualización directamente en un museo y en forma de materiales digitales, etc. En cada uno de estos



casos, Estamos ante un producto diferente, y la base de diferenciación aquí es el tipo de contacto (directo o indirecto) con el recurso, lo que genera diferentes emociones, experiencias espirituales y sentimientos de placer estético. La elección de la forma técnica del producto es más una cuestión de gusto y preferencias de los consumidores, que también sienten la influencia de las condiciones socioeconómicas.

Otras medidas incluyen restricciones al uso de Segways y scooters en las zonas más transitadas de la ciudad. Algunas calles se volverán peatonales y se pedirá a bares y restaurantes que retiren las mesas de las plazas. Este plan es muy criticado: a algunos no les gustan las restricciones impuestas a los negocios (el sector turístico representa el 14% de toda la economía de Barcelona), otros creen que es necesario limitar más radicalmente el flujo de visitantes, en su opinión, Es necesario no sólo prohibir la construcción de nuevos hoteles, sino también limitar las posibilidades de albergues y empresas inmobiliarias.

IV. CONCLUSIONES

Así, la generalización de la experiencia de economizar el patrimonio histórico y cultural permite afirmar que el patrimonio cultural tiene el mayor potencial en el proceso histórico de desarrollo de la humanidad y, por tanto, la necesidad de su preservación y uso efectivo como uno de los más importantes recursos del desarrollo de la civilización. La comprensión teórica y práctica de los modelos de economía del patrimonio cultural en las condiciones modernas atestigua una tendencia constante a ampliar su contenido y las posibilidades de aplicación en Ucrania.

REFERENCIAS

UNESCO. (2003). *Text of the Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage*. <https://ich.unesco.org/en/convention>

UNESCO. (2010). *Managing Disaster Risks for World Heritage*. <https://whc.unesco.org/en/managing-disaster-risks/>

Ukrainian Center for Cultural Studies. (2003). *Convention on the Protection of Intangible*

Cultural Heritage. <https://uccs.org.ua/konventsiiia-pro-okhoronu-nematerialnoi-kulturnoi-spadshchyny-2/>

- Debarbieux, Bernard, Bortolotto, Chiara, Munz, Hervé, & Raziano González, Cécilia. (2021) *Sharing Heritage? Politics and Territoriality in UNESCO's Heritage Lists. Territory, Politics, Governance*. <https://doi.org/10.1080/21622671.2020.1854112>
- UNESCO. (2013). *Managing Cultural World Heritage*. <https://whc.unesco.org/en/managing-cultural-world-heritage/>
- UNESCO. (2012). *Risk Management at Heritage Sites. A Case Study of the Petra World Heritage Site*. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000217107>
- Abramova, Y. *Preservation of cultural heritage in the conditions of conflicts and crises*. (2021). *Mirror of the week*. <https://zn.ua/ukr/WORLD/rada-jes-viznav-kljuhovu-rol-zberezhennja-kulturnoji-spadshchini-v-umovakh-konfliktiv-i-kriz.html>
- Lytovchenko, V.V. (2013). *UNESCO's strategy for international cooperation in the field of preservation of cultural heritage. Scientific Bulletin of Uzhhorod University. Ser. History*. http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuust_2013_1_17
- Girard, L.F., & Nijkamp, P. (2009). *Cultural Tourism and Sustainable Local Development*. Ashgate.
- McKercher, B. Du Cros, H. (2002). *Cultural Tourism: The Partnership between Tourism and Cultural Heritage Management*. The Haworth Hospitality Press.
- Zaxid.net. (2020, August 26). *Cultural tourism is a difficult relationship*. Zaxid. https://zaxid.net/kulturniy_turizm__nepr_osti_vidnosini_n1506840
- Prykhodko, L. (2020). *Cultural policy of the Commission of the European Union*. Archives of Ukraine, Issue 3. <https://au.archives.gov.ua/index.php/au/article/view/73/42>
- Bondarets, M.V. (2019). *Transformation of cultural policy priorities of the European Union*. Scientific thinking: coll. articles. Dnipro. <http://naukam.triada.in.ua/images/files/zbirnik33.pdf>



- Matsuura, K. (2009). *Investing in cultural diversity and intercultural dialogue: UNESCO world report*. UNESCO.
<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000185202>
- Lixinski, Lucas. (2020). *Commercializing Traditional Culture: Promises and Pitfalls in the Convergence of Intellectual Property Law and Cultural Heritage Law*. Annali Italiani Del Diritto d'autore, Della Cultura e Dello Spettacolo.
- Rizzo, I., & Mingosa, A. (2013). *Handbook on the Economics of Cultural Heritage*. Northampton: Edward Elgar Publishing Inc.
- Coombe Rosemary, J. (2009). *The Expanding Purview of Cultural Properties and Their Politics*. Annual Review of Law and Social Science.
- Matsuka, V. (2016). *Investment provision of cultural tourism based on the values of world heritage*. Global and national problems of economies. <http://global-national.in.ua/archive/9-2016/10.pdf>

