

La comunicación del patrimonio a través de los itinerarios interpretativos y su aporte al desarrollo de la economía creativa¹

Deyvi Saavedra-Ordinola
GXT – Gextores de la Cultura

La interpretación [del patrimonio] debe intentar presentar un todo en lugar de una parte, y debe estar dirigida al ser humano en su conjunto, no a un aspecto concreto.

Freeman Tilden

El patrimonio y el sector cultural vienen tomando parte cada vez más evidente y fortalecida en la cotidianeidad de nuestras ciudades. Los procesos de declaración de patrimonio nacional, conservación preventiva, restauración y difusión han venido creciendo conforme el desarrollo económico le ha dotado al Estado de mayores recursos, al sector privado de mayores beneficios y margen para responsabilidad social, así como a los miembros del tercer sector en cuanto a proyectos sociales y turísticos o programas de voluntariado e intercambio.

Sin embargo y frente a lo avanzado, algo que queda aún muy pendiente tiene que ver lo que podemos llamar *comunicación del patrimonio*; es decir, la expresión, promoción y difusión de los mensajes, contenidos, significados y valores de los bienes patrimoniales a las personas, con una o varias respuestas frente a ello. Y aquí no hablamos de un público específico, como puede ser el turístico² y en el que está probablemente los mejores ejemplos de comunicación

¹ Este artículo es una versión ampliada de la ponencia: “Rutas interpretativas para la dinamización del patrimonio y el desarrollo de la economía creativa en torno a él. El caso del programa *Viajes en el Tiempo*”, presentada en el *I Simposio Latinoamericano Universitario de Gestión Cultural 2014* realizado en el campus de la Universidad La Sabana, Bogotá (Colombia) con la co autoría del Lic. Rodrigo Falcón Sarango.

² Hacemos referencia a un público turístico según la definición de la disciplina; es decir, personas que son residentes de un lugar distinto al que visitan y en el que pernoctan por lo

patrimonial, sino de los residentes y visitantes en conjunto, de los depositarios del bien patrimonial y los amigos foráneos que vienen a conocerlo, a disfrutarlo.

Bajo estas consideraciones, este artículo pretende brindar un acercamiento en torno a este tema a través de un producto específico: los itinerarios culturales interpretativos. Y con ello, detallar algunas aristas sobre cómo el patrimonio constituye, en todos sus ámbitos de gestión pero especialmente en el de promoción, un componente clave en el marco de un nuevo paradigma económico, una nueva forma de ver la dinámica productiva de la sociedad; esto es, la economía creativa.

Para ello nos valdremos de un caso de programa de itinerarios desarrollado por un micro empresa cultural en Piura, de manera que nuestro marco geográfico se centrará sobre todo en el extremo norperuano.

Una mirada panorámica

El extremo norperuano atesora bienes patrimoniales cuyas categorías también son importantes en otras zonas geográficas del país, aunque con características singulares, sea por significar herencia de una cultura determinada en el territorio, especies naturales endémicas o costumbres muy señaladas. Los de mayor singularidad son los espacios arqueológicos prehispánicos, el patrimonio natural preservado en bosques y reservas de fauna y flora en muchos casos endémicas y en peligro de extinción, seguidos de cultura viva en forma de fiestas, tradiciones, música, danza y cultura oral.

De los citados, el de mayor intervención y prioridad en la gestión cultural pública nacional es el arqueológico, conformado por una larga trayectoria de proyectos de preservación física e investigación, tareas muchas veces lideradas inicialmente por instituciones académicas u ONG y que luego fueron adoptados por el Estado.

Sin embargo, frente a estos ámbitos de gestión patrimonial, la difusión y comunicación de los mismos no iba bajo el mismo impulso hasta que de manera creciente se obtuvieron los fondos para implementar medios e infraestructura. En ese sentido, desde el Ministerio de Cultura (ex Instituto Nacional de Cultura) y ciertos programas gubernamentales de ministerios como el de Turismo y gobiernos regionales, en las últimas décadas se han venido implementando espacios museográficos, actividades anuales comunitarias, y eventos publicitarios bajo el auspicio privado y la participación social de los residentes.

Una de las grandes bases sobre las que ha despegado este interés, como decíamos, tiene que ver con la acción del tercer sector –fundaciones y ONG–,

menos una noche. Incluso podemos incluir a los excursionistas que, aunque no pernecten, visitan un territorio distinto al que habitan.

como lo pueden demostrar los casos de La Libertad y Lambayeque, a la que siguió la iniciativa estatal. Conforme estos espacios ganaban atractivo para su visita, la dinámica y potencial turístico los ha convertido en productos maduros para el mercado tanto nacional como internacional. Es así que entre los grandes productos nacionales para la generación de visitas internacionales se encuentra la gran ruta turística cultural *Ruta Moche*, que abarca las dos regiones mencionadas y a la que se unen pequeños circuitos y rutas complementarias con mayor variedad de atractivos.³

Pero si bien la valoración de lo arqueológico es la carta de presentación de la actual gestión cultural pública norteña, muy por detrás han quedado las iniciativas vinculadas con patrimonio inmaterial, cultura viva e innovación. Nos encontramos en la cresta de la ola de la patrimonialización oficial;⁴ carente en algunos casos de participación social, y se continúa pensando en espacios museísticos, fiestas artesanales, ferias gastronómicas y visitas guiadas como los medios más eficaces *per se* en la promoción de estos bienes y manifestaciones.⁵

La gestión patrimonial pública y privada en el contexto piurano

Si la zona norte del país destaca por su riqueza arqueológica principalmente en materia de patrimonio cultural, el caso piurano es singular precisamente porque es el patrimonio inmaterial y la cultura tradicional viva las mejores y mayores muestras de riqueza cultural que cuenta como región, siendo muy limitada su riqueza monumental prehispánica.

Sin embargo, y en línea con la política cultural del gobierno nacionalista, el foco de atención en la gestión que se desarrolla desde la Dirección Desconcentrada de Cultura y los programas dependientes del Ministerio de Cultura en Piura se halla en el complejo incaico altoandino *Aypate*, el tramo piurano del

³ Sobre la labor desplegada por diferentes asociaciones, profesionales y organizaciones no lucrativas en el territorio en mención puede revisarse: Walter ALVA ALVA (et al.), *Patrimonio cultural del Perú*. Lima, Fondo Editorial del Congreso de la República, 2000, pp. 115-159; Walter ALVA ALVA (Dir.), *Sipán: 25 años del descubrimiento y 10 años del museo*. Lima, Universidad Alas Peruanas, 2012; Régulo FRANCO JORDÁN, *Mochica : los secretos de Huaca Cao Viejo*. Lima, Fundación Wiese, 2009. Sobre la mencionada ruta, puede revisarse su página web: <http://www.larutamoches.pe/es/>

⁴ Los expedientes de declaratoria de patrimonio cultural de la nación se ha incrementado considerablemente en los últimos años, así como las resoluciones que oficializan esa categoría a diversas expresiones y sitios. Véase en la página web del Ministerio de Cultura: <http://intranet.mcultura.gob.pe/intranet/dpcn/>

⁵ Al respecto, resulta interesante constatar que los días celebratorios en torno a ciertas actividades o equipamientos han tenido un interesante impacto para la promoción y desarrollo de estos. Tenemos así el caso del "Día del Artesano", los días de ciertos platos gastronómicos como el ceviche, el Día de los Museos entre otras fiestas más locales en las que la participación del público, tanto foráneo como residente, es apreciable.

camino inca o *Qhapaq Ñan*⁶ y huacas costeras como *Narihualá*. En el ámbito de patrimonio histórico –por ejemplo, centros históricos–, patrimonio industrial o inmaterial, es muy limitada la acción estatal, inexistente si lo comparamos con la intervención en sitios prehispánicos.

Mientras tanto, los diversos municipios y gobierno regional promueven espacios feriales, pasacalles, pequeñas muestras expositivas, ferias culinarias y publicaciones efímeras, vinculadas sobre todo con artesanía, cocina y danzas típicas, bajo un afán principalmente de promoción turística y recreacional más que a objetivos de desarrollo cultural. En estos niveles de gobierno local o regional es relativamente escasa la acción desarrollada en materia de conservación y gestión de bienes patrimoniales.⁷

De esta manera, la gestión cultural pública en torno al patrimonio se haya desarticulada y carente de planificación propia que permita medir y seguir avances, tanto en expresiones materiales como en intangibles. Y para el caso de Piura, donde las tradiciones y manifestaciones identitarias siguen aún vigentes gracias a su *naturalidad* en las diferentes poblaciones y comunidades, el Estado no se dispone a corto y mediano plazo a promover su gestión participativa y finalmente su conservación.

Por su parte, la iniciativa privada y del tercer sector es limitada también, en parte por la falta de promoción pública pero también por el hecho de que existe una ausencia de especialistas y prácticas de conocimiento y protección de lo inmaterial cultural.⁸

Hasta hace algunos años se incluía en las limitaciones el tema presupuestal, pero en estos quinquenios de bonanza se ha podido comprobar que mucha de la inercia y ausencia se debe más bien a la desidia consciente y falta de decisiones entre políticos y líderes locales para involucrarse en este ámbito.

⁶ Este constituye un programa nacional con prioridad otorgado por ley. Al respecto puede revisarse: <http://qhapaqnan.cultura.pe/>

⁷ Además de una revisión hemerográfica para conocer las actividades desarrolladas por estas instituciones, puede revisarse las páginas web de las mismas y redes sociales, que contienen una base de datos con acceso a sus notas de prensa. Es el caso de municipalidades, gobierno regional, escuelas de arte, centros culturales de Norteamérica y Francia, entre otros.

⁸ Recientemente, el Ministerio de Cultura promovió la puesta en marcha de convenios de gestión cultural con el Decreto Legislativo N° 1198 por los que el Estado delegaba la administración de centros arqueológicos a entidades públicas y/o privadas para lograr así su activación patrimonial, bajo la supervisión y control ministerial. Sin embargo, el parlamento derogó la norma a pocos días de promulgada, hecho que ha motivado al Ejecutivo a insistir en su revisión y viabilidad como parte de la política de gestión del patrimonio peruano a futuro. Hasta el momento de terminar este artículo, sin embargo, no se ha producido ningún avance legislativo en este sentido por el temor a que lugares emblemáticos como Machu Picchu queden bajo la administración de manos privadas. Ver: <http://www.elperuano.com.pe/NormasElperuano/2015/09/22/1290436-2.html>; <http://larepublica.pe/impres/politica/719047-derogacion-de-decreto-1198-es-observada-por-ejecutivo>

La mirada pública y privada

La comunicación del patrimonio cultural piurano es el ámbito menos desarrollado en torno a su gestión. Las acciones de corto alcance implementadas en años recientes nos muestran la poca renovación e innovación en los medios que se emplean para la promoción y difusión cultural. Por un lado tenemos espacios museográficos desfasados tanto en contenido como en diseño y con mayor motivación por el almacenamiento de piezas; mientras que por otro, los espacios históricos o de tradición *in situ* cuentan a regañadientes con algún cartel de datos y ubicación sobre el lugar sin otros complementos o actividades integradoras.⁹

Al igual que sus regiones vecinas, Piura goza también de potencial turístico, pero este se ha concentrado y priorizado en sus paradisíacas playas y clima veraniego, colocando como complemento vendible los productos artesanales y desde luego la gastronomía, que podemos calificar como la expresión patrimonial viva más representativa e identitaria para los piuranos. Más allá de eso, la respuesta a desarrollar verdaderos productos turísticos basados en la riqueza cultural no se han dado.

Desde el gobierno regional, los proyectos se han concentrado en conservación y restauración monumental, pequeñas intervenciones arqueológicas independientes del Programa Nacional *Qhapac Ñan*, así como en eventos de formación y publicidad. En el ámbito privado destaca la puesta en marcha de programas de conservación principalmente de patrimonio natural, que involucran investigación, fortalecimiento de capacidades, actividades de difusión y una agenda con el Estado para la protección legal. Casos como los de la ONG “Naturaleza y Cultura Internacional” son de los más activos para el caso piurano, cuyo tercer sector es el mayor impulsor, sobre todo en cuanto a riqueza eco turística y de reservas biológicas.¹⁰

Por su parte, el sector privado ha mantenido una gran ausencia en la gestión patrimonial en Piura. Prácticamente, en la última década, no se ha concretado algún proyecto de impacto regional donde el empresariado de la región haya contribuido de manera protagónica, su política de auspicios se concentra en actividades artísticas menores y sus programas de responsabilidad social corporativa no cuentan con líneas de trabajo en torno al desarrollo cultural.¹¹

⁹ En el caso de la capital regional, el mejoramiento de los espacios culturales locales es pobrísimos en los últimos años. Véase al respecto: Deyvi SAAVEDRA ORDINOLA, Plan de Interpretación del Patrimonio para la dinamización cultural de la Iglesia de San Francisco de Asís de Piura, Proyecto cultural para optar el título de Licenciado en Historia y Gestión Cultural. Universidad de Piura, 2012, pp. 36-40.

¹⁰ Sobre la labor de dicha organización internacional en Piura puede consultarse su página web: <http://www.naturalezaycultura.org/spanish/htm/peru/peru.htm>

¹¹ En los últimos meses del 2014 se puso en marcha la convocatoria pública regional para el financiamiento de la ejecución del proyecto “Centro Cultural Regional San Miguel de Piura”

Recientemente y bajo la puesta en marcha de espacios formativos, el desarrollo de especialistas ligados al patrimonio ha ido creciendo, complementándose perfiles profesionales tradicionales ligados a arqueología e historia con otros de mayor vínculo a la gestión cultural. Entre ellos destaca el programa académico de Historia y Gestión Cultural de la Universidad de Piura en el que, con un programa que integra diferentes áreas de la cultura, se gradúan bachilleres con énfasis en proyectos de gestión patrimonial, sobre todo en cuanto a investigación, documentación y comunicación. Otros programas vinculados consisten en licenciaturas en turismo de filiales universitarias instaladas en la región, como las universidades César Vallejo y Alas Peruanas.

Bajo este breve panorama, podemos concluir que aunque la puesta en valor de los bienes y manifestaciones identitarias ha logrado notables avances en los últimos años en el norte del país, continúa todavía una fuerte disparidad respecto a la labor propiamente de conservación con la de comunicación, donde Piura se muestra como un caso agudo respecto de Lambayeque y La Libertad. Y por ende se hacen necesarios espacios y estrategias sólidos en el corto y mediano tiempo para poder involucrar a la sociedad piurana con su herencia colectiva, aminorando de forma creciente pero sostenible la brecha existente entre las generaciones vivientes y su pasado, su memoria colectiva y su aporte a la construcción y renovación de su identidad cultural.

Esta necesidad pasa primera e ineludiblemente por intensificar el trabajo en difusión del patrimonio, de manera que autoridades, entidades y población puedan tener mayor conciencia y uso social de su cultura, originando un círculo virtuoso donde se aprecie el desarrollo integral de sus vecinos, además de la promoción económica que puede lograrse con actividades como el turismo. En ese sentido, consideramos que la Interpretación del Patrimonio puede ser una herramienta metodológica clave que logre satisfacer esta demanda.

La interpretación como metodología

El enfoque metodológico sobre el que se desarrollan los diferentes medios de comunicación del patrimonio, sea *in situ* o en espacios vinculados como los museos, tienen una amplia variedad y hasta cierto punto no logran definirse del todo bien. Esto lo encontramos y mucho en el caso de Piura. Por un lado, comunicadores sociales emplean estrategias concretas para presentar un mensaje o contenido, mientras que los especialistas en turismo implementan otro, haciendo variopinta la forma en que los temas y el discurso que hablan sobre el bien patrimonial no llegan a una unidad mínima.

a través del mecanismo de obras por impuestos, pero que sin embargo ha quedado desierto ante el desinterés del sector empresarial y las prioridades de la nueva gestión regional. Ver: <http://www.obrasporimpuestos.pe/0/0/modulos/JER/PlantillaStandard.aspx?ARE=0&PFL=0&JER=60>

Esto viene ocurriendo en diferentes proyectos y actividades donde, además de la falta de una metodología clara, los encargados pierden de vista muchas veces el destinatario de los contenidos, los objetivos múltiples que deben buscar con ellos y la naturaleza del espacio donde se difundirá. En ese sentido, existe la necesidad de unificar criterios para poder adoptar de la mejor forma la comunicación del patrimonio, de manera que damos sentido y unión –en medio de la diversidad– a los bienes identitarios de un territorio, sea este un pueblo, ciudad, región o incluso país.

A partir de estas consideraciones y siguiendo la práctica desarrollada en los últimos años en países como España, Reino Unido o Estados Unidos, los espacios culturales y naturales que implican patrimonialidad han establecido como metodología de acción y discurso el de la Interpretación del Patrimonio, la misma que ha ganado experiencia, respaldo académico y de gestión durante los últimos cincuenta años. Su éxito se basa en un conjunto de consideraciones que adoptan postura no sólo frente al objeto o manifestación que se quiere difundir, sino también a su receptor, a la complejidad de su administración y al papel que juega tanto los depositarios como las tecnologías que van adoptándose. Busca, con la interacción y análisis de estos aspectos, construir mensajes que finalmente conduzcan a la conservación del patrimonio, objetivo clave y último de ella.

Estamos entonces ante una metodología que ha construido fama de eficacia para la comunicación entre la herencia, los herederos y los visitantes de esta. El hecho que la afirmemos como metodología comunicativa ya nos plantea una mirada en la que existe intercambio de información y experiencias entre dos o más entidades, generando un vínculo y manifestando una serie de valores y pautas en un contexto determinado. Una visita dirigida por un guía de turismo, en cualquier atractivo actual de Piura por ejemplo, no nos termina de garantizar que entre el turista y el lugar se logre una conexión o simpatía más allá de lo estético, lo jubiloso o anecdótico que pueda ser. Sin embargo, bajo la metodología interpretativa las estrategias involucran un *ir más allá* de un gusto superficial y sin por ello pretender ilustrar o convencer al visitante.

De este modo, la forma de comunicarse resulta vital como el propio discurso y estructura del mensaje, alineados a unos objetivos siempre visibles y logrados. Como afirma Francisco Guerra,¹² el producto interpretativo estimula la participación voluntaria y libre de los visitantes, junto con una serie de orientaciones. De ahí que no hablamos de didáctica propiamente ni de promoción turística tan sólo.

¹² Francisco GUERRA ROSADO, *Interpretación del patrimonio*, Editorial UOC, Madrid, 2010.

La asociación española de interpretación patrimonial (AIP) define la misma bajo estos términos: “es el arte de revelar *in situ* el significado del legado natural y cultural al público que visita esos lugares en su tiempo libre”.¹³

Concluimos que estamos ante un marco para la intervención en el patrimonio donde, lejos de pensarse solamente en el ámbito de difusión, confluyen las necesidades de conservación, investigación y gestión. Esto abre paso a que, si bien el recurso no se encuentre del todo óptimo en cuanto a seguridad, en cuidado preventivo o en cuanto a estudios, a partir de la interpretación patrimonial aplicada a sus medios comunicativos pueda lograrse la mejor intervención para que el visitante tenga el mejor contacto posible con dicha herencia, teniendo conciencia de las limitaciones que tiene para tratarlo y el cuidado que le debe.

En esa medida, la interpretación permite realizar intervenciones de corto y mediano plazo que no dejan de establecer las directrices futuras para una necesaria mejora y evolución del recurso hacia un producto cultural siempre actualizado y pendiente de su sociedad.¹⁴ La dinamización sostenible del patrimonio piurano, en nuestro caso específico, puede adquirir un desarrollo notable con presupuestos moderados apelando al despliegue de intervenciones donde lo interpretativo marca la pauta en pro de la sostenibilidad de las mismas.

Uno de estos medios, basados en la oportunidad y eficacia que puede lograr en la sociedad piurana actual, son las rutas culturales interpretativas, que sería la metodología interpretativa aplicada a un circuito o ruta por diferentes puntos con significados singulares en el territorio por el que las personas quieren visitarlo y conocerlo. Frente a museografías itinerantes o talleres variados, que representan otros medios de difusión aplicables también a nuestro dilema, las rutas suponen un conjunto de beneficios más ricos y potentes en la medida que se origina un contacto más directo y *vivo* con el bien o manifestación patrimonial.

Al respecto, los servicios interpretativos atendidos por personal son de lejos el mejor medio para lograr un pleno disfrute y aprehensión de los significados del patrimonio, en tanto el contacto personal siempre resulta mucho más potente que una audioguía o pannelería. Esto, aunque lo delimitamos a la interpretación, supone una práctica válida para cualquier interacción donde se quiera expresar y brindar mensajes con la mejor y mayor recepción e intercambio posible. El contacto humano siempre resulta más potente que otro medio o dispositivo, como bien nos recalcan los psicólogos. Y es uno de los argumentos

¹³ Web de la Asociación para la interpretación del patrimonio: <http://www.interpretaciondelpatrimonio.com/definiciones>

¹⁴ Deyvi SAAVEDRA ORDINOLA, *Plan de Interpretación del Patrimonio para la dinamización cultural de la Iglesia de San Francisco de Asís de Piura, Proyecto cultural para optar el título de Licenciado en Historia y Gestión Cultural*. Universidad de Piura, 2012, pp. 106-109.

capitales para validar la eficacia de las rutas interpretativas para la dinamización de la herencia cultural:

Los programas a los que el público atiende mejor son aquellos que le tienen en cuenta. Si hay algo en las actividades que indique que el intérprete se preocupa por los visitantes, se les predispone a ser más receptivos, pues son tratados como amigos o como invitados especiales.¹⁵

El itinerario interpretativo guiado supone un recorrido en donde el uso de varios sentidos, un mensaje estructurado con sencillez, brevedad y relevancia al ego, así como la participación activa del visitante son piezas claves, logrando las metas de contacto entre la persona y el patrimonio, mayor eficacia en la administración del mismo y mejores logros en su conservación y presencia social cotidiana.

Como señalábamos anteriormente, entre los bienes identitarios más significativos entre los piuranos destaca la cocina tradicional, seguida de sentidas festividades religiosas y personajes históricos como Miguel Grau. Y aunque sólo algunos de ellos se encuentran oficialmente considerados patrimonio nacional, su presencia y uso socio cultural es potente y muy activo en la sociedad actual. Ello no ocurre con casonas, huacas, artesanía, etc., a pesar que en ambos grupos la gestión integral es prácticamente nula, tanto por el Estado como por la ciudadanía organizada. De ahí que los itinerarios interpretativos puedan permitir en mejor forma un nuevo contacto entre las generaciones jóvenes y adultas de ahora frente a la herencia de la que si fueron conscientes y protectores los octogenarios y abuelos.

Y en estos itinerarios culturales, la función del guía intérprete es capital pues es la pieza fundamental para cumplir los retos que cada recorrido lleva consigo. Él se convierte en el vaso comunicante del patrimonio y su visitante; establece las condiciones para disfrutar y descubrir en medio de la curiosidad los significados de la herencia colectiva, mostrando al público lo que puede hacer con ese bien y como mostrarse y comportarse con él.

Sin embargo, el guía siempre debe verse acompañado de complementos que permitan concretar una experiencia singular, fortaleciendo el diálogo, consolidando los mensajes y permitiendo una mayor interacción. En ese sentido, los recursos tecnológicos son de gran utilidad, permitiendo ese *descubrimiento* de los significados culturales e históricos bajo múltiples formas, estrategias y medios de presentación. Así evitamos la monotonía entre el guía como único emisor de la voz del bien o lugar patrimonial.

Con estas consideraciones, revisaremos a modo de caso un programa específico de rutas culturales interpretativas realizadas en Piura, analizando tanto

¹⁵ Jorge MORALES MIRANDA & Francisco GUERRA ROSADO, *Los servicios interpretativos atendidos por personal*, FUOC Formación continua, Madrid, 2007, p.07.

sus temáticas, contenidos y medios, para con ello corroborar su utilidad en los objetivos de acercamiento entre herencia y herederos.

Itinerarios interpretativos y el bicentenario de la Independencia

Viajes por el tiempo es un conjunto de más de quince itinerarios interpretativos que recorren diversos lugares, personajes y acontecimientos histórico-culturales de la región Piura promovidos por una iniciativa particular.¹⁶ Son ofertadas desde 2012 principalmente a público escolar o en coordinación con los municipios. Mientras que por un lado se apela a la complementariedad de la currícula a partir del contacto con los bienes culturales en la ciudad y su memoria histórica, por el otro se argumenta la participación ciudadana en eventos claves del calendario cívico como pueden ser las fiestas patrias, semana jubilar de la ciudad o actividades de promoción turística y cultural.

De las quince rutas analizaremos brevemente tres en cuanto su contenido, ubicaciones y dinámica interna, de manera que logramos apreciar la serie de consideraciones revisadas en el apartado anterior sobre los itinerarios interpretativos, así como determinar *grosso modo* su impacto transversal en la comunicación patrimonial y la economía creativa que gira en torno a ello:

De cara al bicentenario de la independencia peruana, se diseñó un itinerario sobre la independencia en Piura, por dos de las plazas principales de la ciudad, la iglesia donde se convocó al cabildo libertario y la casa de uno de los protagonistas de aquellos momentos. A través de un producto basado en la memoria histórica y las nuevas y reveladoras investigaciones recientes, logramos renovar la mirada a importantes espacios y personajes que se miran tan sólo como simplemente recreativos, de culto o casonas antiguas.

En este itinerario, titulado *¡Piuranos por nuestro grito libertario!* participan tres guías intérpretes: un guía general que conduce al grupo todo el tiempo, un guía intérprete que representa un soldado realista de la época y una guía que representa una alegoría de la libertad. Mientras que el guía general los lleva en ese *viaje en el tiempo* recorriendo espacios públicos, el soldado realista les muestra la realidad de temores y conflictos de la Piura tardovirreinal pero que se mantenía fiel a su Rey y a la paz que este le garantizaba, originando entre los participantes una suerte de confrontación o *choque* frente a lo que se percibe como un proceso unilateral donde todos iban hacia un mismo *destino independiente*.

Y en la última parada de este itinerario, se puede contemplar la estatua que se encuentra en el centro de la Plaza Mayor de Piura, su historia y su significado. Con el uso de un pequeño álbum en la *tablet*, las banderas nacional y local, un juego de preguntas/respuestas con uno de los personajes, y una folle-

¹⁶ Puede revisarse la página web de la empresa: www.gextorescultura.com

tería especial para el recorrido, los visitantes conocen la complejidad de la emancipación piurana y los valores artísticos, históricos y religiosos que guardan los cuatro espacios visitados: Iglesia de El Carmen y Plazuela Merino, Iglesia de San Francisco, Casona Seminario y Jaime, y Plaza Mayor.

Catacaos, hogar de herederos tallanes

En este recorrido se realizan cinco paradas por el distrito de Catacaos, a unos 20 minutos de la ciudad de Piura, empezando por el sitio arqueológico Narihualá, visitando luego el centro artesanal de joyería, tomando un almuerzo representativo de la gastronomía cataquense, recorriendo la plaza mayor del distrito junto a la Iglesia matriz y finalmente, de regreso a Piura, compartiendo unos momentos con los alfareros simbileños en su caserío cercano.

Como se puede deducir, se trata de un itinerario que busca mostrar la riqueza cultural representada en patrimonio vivo e histórico para el caso de Catacaos: desde la mirada a los pobladores prehispánicos, pasando por la riqueza de su artesanía en filigrana de plata –patrimonio nacional-, se conoce –además de disfrutar propiamente- los valores culturales de sus principales platos típicos, se *descubre* cómo se convirtió este distrito en un espacio lleno de tradición gracias a la reducción toledana virreinal y los avatares republicanos, cerrando la experiencia con el sentir del legado alfarero prehispánico que podemos amoldar y llevar a casa actualmente desde Simbilá.

De esta manera, se ha configurado una serie de paradas que pocas veces se ve como espacios de efectiva identidad, y siempre buscando conectar dicha herencia con el presente, con lo cotidiano de ahora. El itinerario se presta de los artesanos, cocineras y feligreses para revelar la vivacidad del legado cultural, confluyendo épocas que, lejos de verse separadas, se muestran como una continuidad en la que desde luego también hubo tropiezos y conflicto.

Al ser los pobladores cataquenses depositarios activos de su herencia cultural, esta ruta no presenta unos guías intérpretes actores, sino que se vale de un guía general para mediar el contacto entre cataquenses y visitantes, apelando a un diálogo fluido donde binoculares para apreciar el valle y la huaca, *tablets* para ver fotografías antiguas, y pequeños juegos sorteos complementan este diálogo fluido y ameno.

Con Mario, en la Piura no(b)elada

Este es un itinerario dedicado a Mario Vargas Llosa, Nobel peruano que vivió algún tiempo en Piura y cuya conexión con la ciudad fue un impulso importante en su desarrollo como literato, además de ser espacio de personajes y lugares que recorren toda su producción artística. A partir de ello, se realizó un itinerario por calles, plazas y malecón en donde a través de un guía intérprete

general y uno actor leemos su obra contextualizándola en el espacio piurano, junto a uno de sus personajes, y mostrando la Piura vargasllosiana.

Este itinerario concuerda en diferentes puntos con la memoria histórica ciudadina de las generaciones de pobladores del siglo XX cuando la ciudad vivía entre arenales y algarrobales, permitiendo que muchas estampas *típicas* de la Piura de antaño tengan sentido para las generaciones actuales, y lo que ahora puede considerarse como las costumbres y tradiciones de antaño no se desprecien por un sesgo errado propio de la modernidad mal entendida entre la población.

Apelando a sus memorias personales como también a novelas como *La Casa Verde* o *El héroe discreto*, este recorrido invita a vivir la Piura hecha literatura, potenciando la capacidad creativa de los visitantes y su acercamiento a la ficción regional. De ahí que se invite a imaginar y fantasear sobre algunos pasajes de las obras entre los *viajeros*, o trayendo a colación algunos autores y pasajes literarios que puedan alimentar la curiosidad y creatividad de los presentes en el recorrido.

En la revelación que se hace de espacios que en lo cotidiano no podrían dar pie a piezas literarias o inspiración artística, además de concederles importancia singular en tanto son íconos de una ciudad *Nobel*, se motiva a redefinir conceptos y miradas ante una ciudad que ya es muy distinta –por ratos irreconocible– a la de los años 40 del siglo pasado. Estimular pues arte hecho palabras, pero también una búsqueda de arte en las esquinas de la ciudad, objetivo muy propio de este itinerario frente a otros que componen *Viajes por el tiempo*.

Con estas breves descripciones en las que se conjugan memoria histórica, ficción artística, bienes culturales tangibles e inmaterialidad viva y potente, podemos notar una serie de características en la dinámica de cada ruta que escapen a lo propiamente patrimonial o cultural en estricto. Permite desarrollar, por ejemplo, industrias vinculadas a la producción de artesanía o empresas afines. Cabe mencionar por ello, los aspectos educativo, económico, social, turístico, cultural y político que tiene este servicio de itinerarios.

Conforme a estas últimas consideraciones sobre la transversalidad de productos culturales como estas rutas interpretativas, podemos hablar a nivel local (Piura) del surgimiento –aún lento pero creciente– de una economía en torno al patrimonio cultural.¹⁷ En esa medida, planteamos una breve revisión sobre lo que involucra un nuevo paradigma de desarrollo económico conocido como *economía creativa*, donde precisamente el patrimonio cultural es un actor protagónico.

¹⁷ En estos últimos años se advierte la positiva influencia que ha tenido la licenciatura en Historia y Gestión Cultural de la Universidad de Piura, así como de las carreras de turismo de filiales locales de la Universidad César Vallejo y Alas Peruanas.

La comunicación del patrimonio en una economía creativa

Francoise Benhamou en su libro *La economía del patrimonio cultural*, describe la valoración que la economía convencional dota a estos bienes señalando que existe principalmente dos grupos: por un lado, un valor activo en tanto comercial, y por otro, un valor pasivo compuesto por su existencia, la opcionalidad y la transmisión a las generaciones futuras.¹⁸

Si bien Benhamou apela a una clasificación de tipo activo/pasivo, en nuestro caso hemos seguido una línea acorde a sectores de la sociedad en las que los bienes patrimoniales tienen actuación directa e indirecta, teniendo en muchos de ellos una característica económica que no siempre es fácil de cuantificar. De ahí que planteamientos como el de la economía creativa se presenten como más óptimos para conocer a profundidad la participación que puede tener y lograr la herencia colectiva en la actualidad.

Este corpus metodológico y de análisis de las economías nacionales o locales no es sin embargo muy reciente en América Latina, contando con algunas publicaciones importantes tanto a nivel de conceptos como de procedimientos, siendo una labor emprendida desde la academia como desde el propio ámbito empresarial y gubernamental. Vale decir que en el caso de Noroccidente, la economía creativa ha venido surgiendo con fuerza desde los años 90 del siglo pasado.

Para definir el término, apelamos a Ana Fonseca quien detalla que la economía creativa “abarca sectores y procesos que tienen como insumo la creatividad, sobre todo la cultura, para generar en el ámbito local y distribuir en el ámbito global bienes y servicios con valor *simbólico* y *económico*”.¹⁹ Se trata entonces de sectores de la economía en general, pero cuyo impacto no queda solamente en esas industrias –como puede ser industria editorial, software o turismo cultural– sino que toma parte y se conecta con los demás bajo múltiples esquemas. Por ejemplo, la gastronomía como tal se concibe como un bien patrimonial que da paso a una industria enmarcada en la economía creativa, y que para nuestro caso es la abanderada de la creatividad, la innovación y el desarrollo económico. Y en lo gastronómico encontramos de manera directa desde la agricultura hasta la logística de transportes y las comunicaciones.

En ese sentido, una de las consideraciones capitales de adoptar este paradigma es la forma de concebir cultura y desarrollo, ya que deviene en un esquema inclusivo, permitiendo que lo social y lo económico dialoguen y se vean *cara a cara*, ninguno por debajo del otro, hecho que nuestro actual sistema poco ha logrado cambiar entre sus idas y venidas.

¹⁸ Francoise BENHAMOU, *La economía del patrimonio cultural*. Buenos Aires, Ariel, 2013.

¹⁹ Ana FONSECA, *Economía Creativa como Estrategia de Desarrollo*. Garimpo de Soluções e Itaú Cultural, Brasil, 2008, p.24.

Así mismo, podemos detallar otras características de la economía creativa sobre las que podemos entablar la transversalidad que mencionábamos líneas arriba en cuanto a los beneficios del patrimonio cultural y su difusión por medio de rutas. Entre ellas tenemos: a) valor agregado de la intangibilidad, b) paso de la cadena sectorial a las redes de valor, c) nuevos modelos de consumo y ocio, d) rol dinámico de las micro y pequeñas empresas, e) uso y experimentación con las tecnologías actuales, y f) un amplio espectro sectorial involucrado.

El patrimonio cultural se presta entonces como un espacio de desarrollo intersectorial, más allá de lo propiamente educativo, turístico o cultural. Pero para revelar con mayor potencia esta realidad se hace necesario los indicadores culturales acordes a la realidad local, regional o nacional, sobre las que podemos apreciar la diversa magnitud de lo creativo-cultural en nuestro presente y su avance. Cuantificar se vuelve urgente en nuestra sociedad donde las cifras y estadísticas son parte capital del lenguaje sustentario de las decisiones públicas y privadas.

Como propone Romero Cevallos,

Uno de los posibles medios para establecer puentes de comunicación entre la cultura y el desarrollo es la elaboración de indicadores de cultura que permitan que ésta pueda ser leída por los profesionales del desarrollo, y tomada en cuenta dentro del contexto general que incluya al desarrollo.²⁰

Esta tarea desde luego no compete de lleno al sector privado cultural, sino a una comprometida articulación de todos los agentes representativos para sacar adelante precisamente eso, la representatividad de la data cultural. Pero ello sin caer, como ya se puede advertir, en la finalidad de dar lenguaje economicista al sector cultura. Más bien, y ese es parte importantísima del reto, se trata de humanizar nuestra forma de ver y leer nuestro propio desarrollo integral como sociedad; abandonar los parámetros puramente capitalistas o mercantiles para medir cuánto hemos avanzado. Y estamos plenamente seguros que la cultura y la creatividad pueden darnos muchas pistas para no caer en esos errores y expandir nuestra forma de vernos ahora.

Al final, ello también es parte de servicios como *Viajes por el tiempo*, de convertirse en una práctica y espacio de innovación donde lo lineal se rompa y nos ayude a criticarnos a nosotros mismos en tanto nuestro pasado, nuestro patrimonio, nuestro presente y el futuro que podemos forjar. Hablar en términos de economía creativa implica sin duda ver el legado cultural de forma amplia, expectante y siempre en debate. Y el camino del microempresariado cultural se presta muy bien, tanto en el extremo norte como en el resto de regiones del país, pues el legado cultural es abundante y la historia colectiva es especialmente rica en hechos, personajes y espacios, que son una fuente inago-

²⁰ Raúl ROMERO CEVALLOS, *¿Cultura y desarrollo? ¿Desarrollo y cultura? Propuestas para un debate abierto*. Lima, PNUD-UNESCO, Perú, 2005, pp. 57-58.

table para la creatividad actual; una historia además llena de verdades incómodas, tristes finales y huellas que aún siguen latentes a pesar del tiempo y cierto olvido, pero en la que abundan las lecciones y construcciones.

Enfatizar entonces el rol económico creativo que la comunicación del patrimonio puede tener en el Perú actual se presenta como una opción para el debate nacional ligado al siempre anhelado valor agregado y capital humano aprovechado. Si de riquezas se trata, tanto el natural como el cultural son del mismo peso en la balanza para nuestro caso, de manera que urge pensar en el patrimonio y la herencia colectiva como una estrategia integral e innovadora de desarrollo, tanto de cara a la inclusión interna, como a la exportación.