

6º COLÓQUIO INTERNACIONAL RIGPAC

REDE INTERNACIONAL DE PENSAMENTO CRÍTICO SOBRE GLOBALIZAÇÃO E PATRIMÓNIO CONSTRUÍDO em associação com a UNIVERSIDADE NOVA DE LISBOA – PORTUGAL **CITY BRANDING, GLOBALIZAÇÃO E PATRIMÓNIO**

Setembro 2020

MT17 - Identidad e imagen en la era de la comercialización global. Desarrollo y sostenibilidad patrimonial.

En la construcción de la identidad hay tres elementos esenciales. La unidad física, o sea, el sentimiento de tener fronteras físicas, en el caso del cuerpo de la persona, o fronteras de pertenencia al grupo, en el caso de un colectivo; la continuidad en el tiempo, en el sentido físico de la palabra, pero también en el sentido moral y psicológico; finalmente, el sentimiento de coherencia, o sea de que los diferentes elementos que forman un individuo están efectivamente unificados. Esto es tan importante que si hay una fuerte ruptura de ese sentimiento de unidad o de continuidad, podemos observar fenómenos patológicos. Es decir, pensamos que la memoria es un elemento que forma parte del sentimiento de identidad, ya sea individual o colectiva, en correspondencia con el hecho de que es también un componente muy importante del sentimiento de continuidad en el tiempo y de sentimiento coherencia de una persona o de un colectivo en su reconstrucción de sí, de ser.

La activación del patrimonio viene motivada por el turismo y el comercio. Habitualmente, los referentes activados y los significados conferidos responden a la imagen externa, y a menudo estereotipada que se tiene de la identidad de la sociedad productora, desde los centros emisores de turismo. A menudo, desgraciadamente, la lectura que se hace de estos acercamientos a través del turismo, habitualmente se traduce en una influencia anecdótica con pinceladas costumbristas, cuyo origen está en el grand tour y el Romanticismo. Asimismo, el “nativo” puede caer en el error de mirarse a sí mismo con los ojos del visitante, haciendo una ignorante e



inmadura lectura de su patrimonio en aras de la comercialización y estandarización.

La definición de un modelo patrimonial en el que se contemple su uso turístico, ha de tener presente la definición de Desarrollo y su ligadura con la Sostenibilidad y normas morales universales, para el desarrollo de la dignidad. Asegurando estos pilares, se preserva la dinámica vital de quienes hacen del espacio lugar: la ciudad. Asegurando lo inmaterial, se preserva lo material. Esta es la clave para descodificar y editar una ciudad de manera sostenible. No es cuestión de salvar y ponderar un archipiélago de edificios y prescindir del resto. Es la idea de unidad a través de una red de subunidades.

Coordenadores:

Minerva Parra Peralbo: minerva.parraperalbo@gmail.com

Olimpia Niglio: olimpia.niglio@gmail.com