

PUESTA EN VALOR DEL PATRIMONIO INDUSTRIAL: LA FÁBRICA DE TEXTILES DE SORIA, GUANAJUATO

CLAUDIA ROCÍO GONZÁLEZ PÉREZ

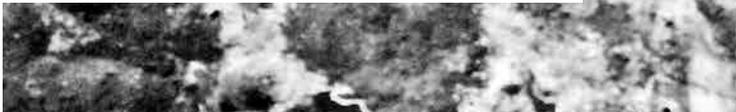
UAM IZTAPALAPA
rociogp@yahoo.com

Licenciada en Ciencias de la Comunicación y Periodismo, por la UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. Maestra en Estudios Organizacionales en la UAM-I. Doctora en Ciencias de Gestión por la Universidad Jean Moulin Lyon 3, Francia y en Estudios Organizacionales por la UAM-I. Profesora investigadora en UAM-I, en la Maestría en Reutilización del Patrimonio Edificado y el Doctorado en Ciencias y Artes para el diseño en la línea de investigación en Conservación de Patrimonio (UAM-X) y en la Escuela Nacional de Conservación y Restauración (ENCRIM) del INAH. Ha publicado en revistas especializadas nacionales e internacionales.

ESTELA LUCRECIA RUBIO MEDINA

DEPARTAMENTO DE SÍNTESIS CREATIVA
UAM XOCHIMILCO
erubio@correo.xoc.uam.mx

Arquitecta por la Universidad Autónoma del Estado de Morelos, máster de Gestión del Patrimonio por la Universidad de Alicante, España (2010); aspirante al grado de maestría en la Facultad de Arquitectura de la UNAM. Es académica de la UAM desde 1974. Fue fundadora de la División de Ciencias y Artes para el Diseño en la UAM-A y en la UAM-X es profesora-investigadora en el programa de Arquitectura y de posgrado. Ha sido profesora invitada a cursos de posgrado en temas de gestión del patrimonio en la Universidad de Alicante y Sancti Spíritus "José Martí" (Cuba). En la Universidad de Alicante (bajo convenio) ha sido coeditora de tres libros sobre gestión del patrimonio.



La restauración, conservación y/o reutilización de un bien patrimonial tiene que ver con un proceso que defina las estrategias que permitirán a ese inmueble continuar siendo útil, reconvertir su uso y reposicionar su valor.

En el caso que presentamos, se tiene la propuesta de una reutilización con fines turísticos; el planteamiento se ha establecido desde una perspectiva en la que se considere la puesta en valor del patrimonio como un elemento prioritario, considerando para ello la refuncionalización del territorio y la sociedad con la finalidad de lograr su reincorporación en la estructura económica regional, y que el patrimonio sea una herramienta para el impulso equilibrado dirigido al desarrollo y bienestar de la población. **Palabras clave: reutilización, puesta en valor, refuncionalización, desarrollo.**

Restoration, conservation and/or reuse of a heritage property involves a process that includes determining the strategies that will enable the heritage asset to continue to be useful, redefine its use and reposition its value.

*We present a case involving a proposal for repurposing a property for tourism. The perspective is one in which the heritage value of the site is considered as a priority element. A reimagining of its functioning and its residents is proposed in order to reincorporate them into the regional economic structure. Heritage is a tool for balanced promotion intended to contribute to the development and well-being of the population. **Keywords: reuse, added value, refunctioning, development.***

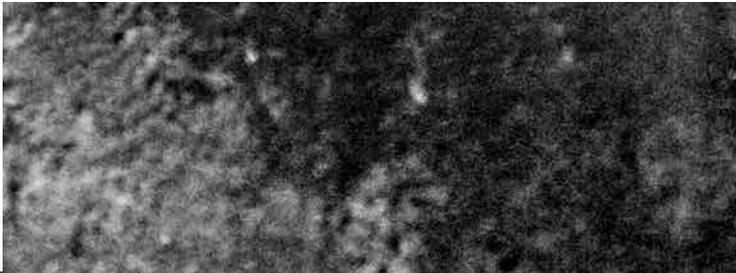




Figura 1. Mapa de la región ubicando el municipio y el poblado.

INTRODUCCIÓN

El estudio de un espacio territorial con testimonios patrimoniales industriales debe ser observado para su lectura en el contexto social y económico que le dio razón de ser. En la época moderna los procesos industriales definen la vida y la identidad de una comunidad, pues las relaciones sociales que establece la división del trabajo trascienden los espacios laborales y dan cuenta de formas de vida y pautas de conducta comunitaria.

En el caso de la fábrica textil de Soria, estamos ante un inmueble y su entorno que ha permanecido a través del tiempo con los elementos fundamentales que le dieron origen; desde el punto de vista de su patrimonio construido está presente el espacio fabril, cimiento de una fuente de trabajo alrededor del cual surgieron diversos espacios que atendieron las necesidades de la comunidad que se formó en torno a éste. Particularmente hablamos de la vivienda, así como de servicios básicos, pequeño comercio y una capilla. Asimismo, el espacio que se construyó para las actividades personales de los dueños, que incluye zonas ajardinadas, alberca, establo, árboles frutales, hortaliza, y la vivienda que se conoce como la Casa Mayor.

Este espacio fabril se ubica en el Municipio de Comonfort en el estado de Guanajuato y constituye lo que se conoce como el poblado de Soria.

El acceso al lugar es por una avenida que divide y vincula lo que es el área pública donde se ubican las viviendas de los trabajadores, algunos servicios, el templo, con el espacio privado que incluye la fábrica, la residencia de algunos trabajadores y la de los dueños del lugar.

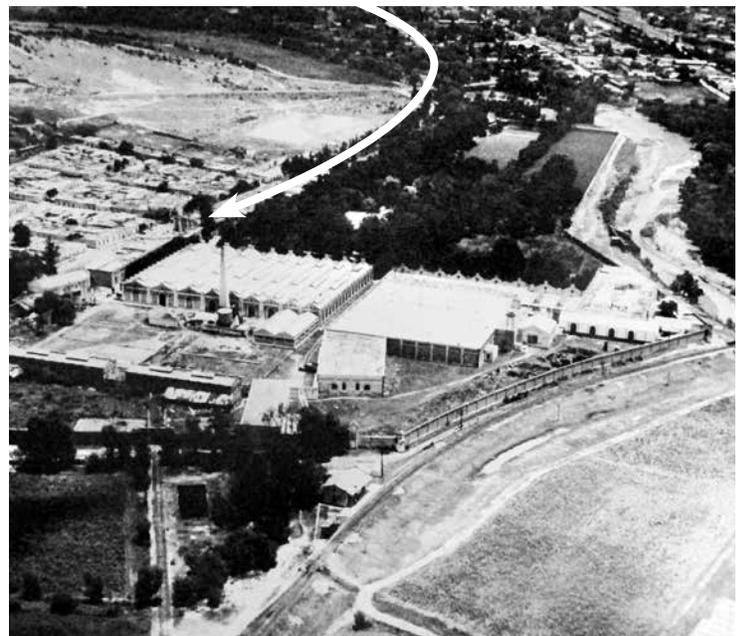


Figura 2. Imagen del conjunto de la unidad habitacional. Se indica la vialidad principal y el acceso al conjunto. Fotografía: Lucrecia Rubio Medina (LRM).



Figura 3. Casa Mayor ubicada en el conjunto fabril. Fotografía: LRM.



Figuras 3 a 5. Imágenes del poblado. Fotografías: LRM.

El conjunto habitacional ha sufrido un importante deterioro y en este momento es precario por varias razones: la principal está relacionada con la emigración de la población y falta de mantenimiento. El espacio donde está la fábrica se encuentra en buen estado, en especial la zona que todavía está en funcionamiento y la Casa Mayor.

Todavía existe el espacio donde se ubicaba la estación del ferrocarril que daba servicio a la fábrica, el tren de carga estatal aún pasa cerca de la colindancia.

ANTECEDENTES

La historia de esta fábrica inicia en 1850, y es muestra del proceso que vivió nuestro país en este sector; un inicio prometedor, con un desarrollo acorde con los avances tecnológicos que llegaban principalmente de Europa, un periodo de desarrollo y consolidación y, posteriormente, debido a los avatares de nuestro país, en algunos casos hasta el cierre de la fuente de trabajo y abandono de los inmuebles.

En el caso de Soria, Eusebio González compra telares ingleses que llegaron a México por primera vez en 1850, para utilizarlos en su nueva fábrica que en ese momento contaba con 1 000 trabajadores laborando a toda su capacidad. Soria recibe el siglo XX con los mejores conocimientos y avances tecnológicos provenientes de la asesoría de técnicos de Inglaterra, Francia, Alemania e Italia. A pesar de este ambiente, en los siguientes años la empresa se ve inmersa en vaivenes ligados a situaciones personales de los propietarios y a las condiciones del entorno económico; sin embargo, en 1960, se logró realizar una modernización completa de la industria que le permitió un lugar y reconocimiento mundial, que ha mantenido hasta la actualidad.

En el transcurso del tiempo, por diversas condiciones, la fábrica tuvo varios propietarios. Los actuales dueños han marcado un cambio de visión en torno a la fábrica, ya



Figura 6. Entrada del ferrocarril y acceso de materia prima al conjunto. Fotografía: LRM.



Figura 7. Acceso a la fábrica. Fotografía: LRM.



Figuras 8 y 9. Imágenes de los orígenes de los equipos. Fotografía: LRM.

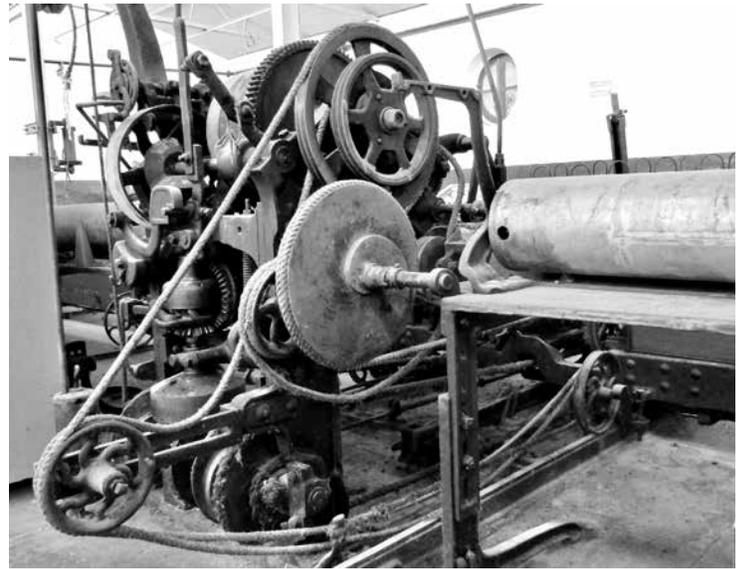


Figura 11. Equipo de la plataforma en desuso. Fotografía: LRM.

que éstos pertenecen a una familia de prestamistas quienes recibieron en pago las instalaciones del consorcio. Este hecho es relevante en la situación actual del inmueble, ya que la visión empresarial con la que inició, en 1850, no es la que tienen los actuales propietarios, quienes recibieron en pago la hacienda. El capital financiero actúa con la lógica de la generación de riqueza especulativa y no la productiva,¹ lo cual ha generado diferencias en torno a los reales beneficios y rendimientos del Consorcio Fabril Soria.

Después de este proceso de cambio de propietario, los actuales dueños no se han dado a la tarea de entender cuál es el nicho de mercado que más se ajusta a las necesidades de su negocio para establecer una marca propia con historia, prestigio y arraigo local, sustentados en su producción y patrimonio industrial. No han podido responder a los nuevos retos que les impone la aparición de telas sintéticas y formas de comercialización acordes con los tiempos actuales del mundo textil, con competidores como es el caso de los productos italianos.

Algunos miembros de la familia propietaria, han propuesto actividades complementarias que permitirán conservar el patrimonio histórico e industrial que pertenece a la fábrica, por ello han dirigido su mirada hacia otra fuente de recursos para conservar el sitio que integra un patrimonio industrial importante en la historia textil mexicana.



Figura 10. Producción actual. Fotografía: LRM.

1. Thomas Piketty, *El capital en el siglo XXI*, Fondo de Cultura Económica, 2015.

Al respecto, el avance de investigación que se presenta abarca el diagnóstico y una propuesta inicial como un preproyecto a manera de conceptualización desde el plan de negocio y algunas propuestas de refuncionalización y reutilización del inmueble. Dicha propuesta, aunque tiene como base la conservación, también hace uso de los conceptos y marcos teóricos de la refuncionalización y reutilización, así como elementos y herramientas de gestión de patrimonio.

MARCO CONCEPTUAL

Paisaje cultural

El patrimonio es el resultado histórico que emana de la relación de la sociedad y su respuesta al medio donde se desarrolla; es el elemento que vincula el ámbito social con su devenir; en términos generales es aquello que se ha heredado, ya sea en un sentido individual o colectivo. Reconocerlo como el resultado de un colectivo lo identifica como la herencia de un pasado construido por un grupo social y transmitido a las siguientes generaciones.²

En esta relación de la sociedad y su respuesta al medio, existen procesos de identidad que se materializan en testimonios materiales e inmateriales, referentes que identifican a una colectividad que participa de un inconsciente colectivo. Se trata de espacios que tienen diversos componentes naturales y culturales que no están aislados, sino que forman una trama o una estructura dinámica que da coherencia y sentido a lo que denominamos paisaje.

Entendemos al paisaje no solamente como la imagen que percibimos con la vista, sino también como el medio en el que se desarrollan infinitos fenómenos que nos permiten obtener una visión de esa realidad, producto de la acción de la sociedad con su entorno. Una perspectiva histórica de lo que ha significado la relación de patrimonio y el paisaje nos revela que el ser humano, en su intento por tratar de permanecer política, social y económicamente, ha sido el principal responsable de la conformación de los paisajes culturales.

2. Lucrecia Rubio, *Gestión del patrimonio arquitectónico, cultural y medio ambiental. Enfoques y casos prácticos*, España, Universidad de Alicante, 2013.

El paisaje es un medio y el resultado de una acción. Los valores culturales (vestigios, tradiciones) que integran el patrimonio de un territorio, proporcionan en su conjunto un carácter particular al paisaje. El paisaje es modificado por las prácticas sociales.³

El análisis del paisaje, entendido como resultado de las prácticas sociales como una construcción social, nos permite mostrar la acción del hombre a lo largo del tiempo y reconocer aspectos de su historia en el paisaje actual. Como testimonio de la acción humana y de las formas de vida que lo han modelado, el paisaje forma parte intrínseca de la identidad cultural.

Al conservar huellas y trazas de nuestra civilización, preservamos un patrimonio que se debe respetar; porque este patrimonio, si bien está ligado al pasado, además constituye una fuerza viva del presente.

En el caso de la fábrica de Soria estamos ante la presencia de un patrimonio que fue construido para cumplir con los requerimientos de un proceso industrial y las necesidades de los trabajadores: viviendas, y algunos servicios de necesidad básica de los habitantes del lugar lo que dio origen a un paisaje producto de la actividad fabril y la transformación del entorno.

Patrimonio industrial

El patrimonio industrial se define como:

El conjunto de elementos de explotación industrial, generado por las actividades económicas de cada sociedad. Este patrimonio responde a un determinado proceso de producción, a un concreto sistema tecnológico, caracterizado por la mecanización, dentro de una manifestación de relación social capitalista.⁴

El proceso para valorar elementos arquitectónicos que no pertenecen a la categoría de monumentos y que tienen un contenido maquinal pasan una primera valoración de la

3. Josep Ligorred, *La gestión de los sitios arqueológicos en áreas urbanas del estado de Yucatán México*, Tesis doctoral, Barcelona, 2013.

4. "Plan Nacional del Patrimonio Industrial", puesto en marcha en el año 2000 por el Ministerio de Cultura español, en www.mcu.es/patrimonio/MC/IPHE/PlanesNac/PlanIndustrial/PatrimonioIndustrial.htm.



Figura 12. Maquinaria textil. Fotografía: LRM.



Figura 13. Maquinaria. Fotografía: LRM.

etapa de la revolución industrial. El valor que el objeto tiene como testimonio de una época es reconocido en las sociedades no industriales, sin embargo, es hasta después de la Segunda Guerra Mundial que el uso de nuevos materiales provoca una ruptura de fondo y de forma en las construcciones. Existen diferentes valores que contribuyen a sustentar la idea de patrimonio industrial: el valor que se le da como objeto que es testimonio de una época, el valor de documento como objeto arqueológico para comprender procesos sociales, el carácter que adquieren como objetos únicos funcionales a pesar de no ser una obra de arte, ya que son testimonio de técnicas anteriores a nuestro tiempo.⁵

Después de la Segunda Guerra Mundial se produjeron grandes innovaciones y aparecieron nuevos materiales que provocaron una transformación de fondo y de forma de las construcciones, de la maquinaria y de los utensilios utilizados hasta entonces por los sistemas productivos que facilitaron la vida e hicieron el trabajo más productivo. El patrimonio industrial se compone de bienes materiales que poseen un valor histórico, tecnológico, social, arquitectónico o científico que se considera importante para preservarlo. La arqueología industrial es una herramienta metodológica que permite entender la relación de un sistema que vincula procesos productivos, máquinas e inmuebles con identidades colectivas.

5. Euseby Casanelles, *Nuevo concepto de patrimonio industrial, evolución de su valoración, significado y rentabilidad en el contexto internacional*, en www.mecd.gob.es/cultura-mecd/dms/mecd/cultura-mecd/areas-cultura/patrimonio/mc/bienes culturales/n-7/capitulos/11-Nuevo_concepto.pdf (consultado el 22/09/2016).

Arqueología industrial

Otro elemento teórico metodológico que nos es útil en la conceptualización y la investigación histórica del patrimonio industrial es la arqueología industrial, que permite establecer no sólo la historia de los elementos arquitectónicos aislados, sino la relación de éstos con el entorno social y la vida que contiene un espacio determinado. Después de la Revolución Industrial, la fábrica es la institución que ha de generar un orden institucional y una identidad social en los individuos, quienes asumen esos valores y los transmiten a sus familias y a sus comunidades.

El nacimiento de la arqueología industrial está ligado a una creciente valoración de la época de la Revolución Industrial y todo su legado, a la ampliación del concepto de patrimonio histórico, en el que se introdujo el patrimonio industrial en el proceso de valoración urbana e industrial tras la Segunda Guerra Mundial.⁶

Francisco Souza de Viterbo utiliza arqueología industrial "como una necesidad de estudiar los restos que va dejando la industria".⁷

Los objetivos principales de la Arqueología Industrial son los siguientes:

- Investigar, analizar, registrar y preservar los restos de la actividad industrial, para darle valor a los vestigios de la industria.

6. Autores varios, *Patrimonio cultural y turismo. Cuadernos*, núm. 15, Itinerarios culturales y rutas del patrimonio, México, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 2006.

7. Diana Sánchez, *Metodología para la recuperación y puesta en valor del patrimonio industrial arquitectónico. Antiguas fábricas de Crao de Valencia*, España, Universidad Politécnica de Valencia, 2012, p. 93.



Figura 14. Vista del conjunto Fabril. Fotografía: LRM.

- Permitir a la sociedad tener conocimiento de su historia tecnológica, fomentando que tome conciencia del valor que tienen los objetos de la industrialización.
- Promover la restauración de monumentos industriales, la posible recuperación de su primitivo aspecto y la reconstrucción de las partes construidas.
- Estudiar las posibilidades de reutilización para hacerlos provechosos y rentables a la sociedad.
- Tener un mayor conocimiento del pasado industrial en diferentes niveles: estudio de las condiciones de trabajo y de las relaciones laborales, análisis de la evolución de los procesos y métodos de producción; examen de cómo se realizaba el trabajo, que técnicas se utilizaban y con qué tecnología, conocimiento del contexto físico en que se realizaba el trabajo y las condiciones en las que los obreros y empresarios se relacionaban.

La refuncionalización

La refuncionalización es el elemento fundamental para la revitalización de un territorio y para provocar su inserción a escala local y regional.⁸

En el caso de nuestro inmueble, el origen fue un motor económico derivado de la presencia fabril, que permitió el desarrollo de un territorio y generó las condicionantes de impulso de una comunidad. Partimos de reconocer que el espacio tuvo origen y desarrollo por las condiciones económicas que estuvieron presentes en un proceso cuyas funciones fueron primordiales en la época en que se dio aliento a inversiones y actividades empresariales

correspondientes a políticas que en algunos casos no perduraron en el tiempo. En el transcurso de este proceso surgieron elementos materiales que propiciaron y dieron forma a un espacio integrado por la presencia del hombre que dio origen al núcleo fabril. De ahí que en este momento se necesite de un impulso que reactive la economía del lugar, y propicie un polo de desarrollo local mediante la propuesta de un proyecto de turismo cultural que integre los espacios patrimoniales, el entorno y los habitantes del lugar, alentando el resguardo de la cultura y el patrimonio de una comunidad, propiciando el reconocimiento de su actividad en el entorno regional.

Turismo cultural

La Organización Mundial del Turismo reconoce el recurso turístico como “los bienes y servicios que, por intermedio de la actuación del hombre y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda”.⁹

8. María Amalia Lorda y María Belén Kraser, “Propuesta de refuncionalización del sector industrial abandonado de la localidad de General Daniel Cerri (partido de Bahía Blanca, provincia de Buenos Aires) para dinamizar su inserción en el contexto regional”, en *Interações, Campo Grande*, vol. 12, núm. 1, jan./jun., 2011, pp. 65-76, en http://institutocifot.com/seminario_rii/pdfs/grupo6/06.17-Kraser-Lorda.pdf (consultado el 23/08/2016).

9. OMT citado por Vivianne Ventura-Dias, “El turismo y los encadenamientos de los demás sectores productivos en América Latina”, trabajo presentado en el 1º Simposio Brasileño de Ciencias de los Servicios, Brasilia, 17 al 19 de noviembre de 2010.

Actualmente se reconoce el turista del siglo XXI como un sujeto con una creciente capacidad de elección, que pone el énfasis más que en la cantidad, en la calidad de las experiencias que se le ofrecen, como un consumidor activo, autónomo que cada vez es más exigente del producto que quiere consumir.

Por lo tanto, la actividad turística en este sector, se dirige actualmente hacia la diversificación de la experimentación; en un mundo global, se busca una experiencia singular, que admite en este enfoque la búsqueda e interés en diferentes culturas. Conocer y reconocer manifestaciones diversas representadas en el patrimonio tanto material como inmaterial, con la finalidad de aprender al mismo tiempo que disfrutar, ampliando la perspectiva del conocimiento vinculado al esparcimiento. Según Richards, ampliando el concepto,¹⁰ el turismo cultural no sólo implica la visita a lugares y monumentos, también el consumo de vida de aquellas zonas que visitan.

Estrategia metodológica

La forma en que nos aproximamos al estudio tuvo como base la necesidad manifiesta de uno de los propietarios del Consorcio Fabril Soria, este propietario se ha dado a la tarea de dar mantenimiento al inmueble, así como desarrollar una estrategia de compra de bienes muebles para tratar de conservar el estilo del lugar.

1. Después de una primera entrevista se hicieron dos visitas de campo al sitio, las cuales contemplaron una valoración de los elementos arquitectónicos, una visita a la fábrica para comprender el proceso de producción de telas (casimires), visita al conjunto habitacional que se encuentra fuera de la fábrica y una visita también al pueblo y a la estación del ferrocarril. Cabe resaltar que se realizó una entrevista al actual administrador de la fábrica quien nos proporcionó su visión del negocio. La opinión del *manager* de un negocio siempre es importante, porque su lógica de acción tiende a preservar a

la organización y a plantar escenarios con una racionalidad sustentable.

2. Se llevaron a cabo también entrevistas con los actuales propietarios del Consorcio Fabril y habitantes de la localidad, lo cual permitió comprender la dimensión urbana del posible proyecto y conocer a algunos de los actores locales y habitantes del sitio.
3. En la visita se realizó registro fotográfico y se recogieron planos del predio y sus colindancias actuales.
4. Como segundo paso, en trabajo de gabinete se realizó búsqueda bibliográfica con estudios y casos similares para poder construir una propuesta.
5. Cabe señalar que el presente trabajo plantea tres momentos: primeramente, la fase de diagnóstico, segundo una fase de anteproyecto y un tercero de presentación de proyectos arquitectónicos de adecuación y reforma a los posibles espacios a intervenir.
6. Otros elementos, que vale la pena señalar, tienen que ver con la manera de aproximarse al objeto de estudio desde una perspectiva multidisciplinaria desde la arquitectura, con un enfoque de rehabilitación y reutilización del patrimonio, y desde el enfoque de la gestión de patrimonio, con herramientas operativas de diagnóstico y planteamientos de *marketing* de lugares y destinos, así mismo se retomaron elementos de gestión de turismo cultural sustentable y de nicho.

El trabajo que se presenta es básicamente una intervención acción y trata de trascender los elementos descriptivos y explicativos del patrimonio para desarrollar una visión prescriptiva que aterrice en soluciones que permitan la conservación, la puesta en valor y, al mismo tiempo, la sostenibilidad del sitio.

Lo que se presenta corresponde apenas a resultados preliminares de la primera etapa.

PROPUESTA DE INTERVENCIÓN

Lineamientos generales de la propuesta

El estudio previo, que se basa en el significado del lugar observado en las visitas de campo, entrevistas con los dueños de la fábrica y habitantes de la localidad; el análisis de referencias de estudios comparativos, y los planteamientos del marco teórico, permiten un primer acercamiento

10. Fernández, según G. Richards (Ed.), *Cultural Attractions and European Tourism*, Wallingford, CAB International, 2001.

hacia una propuesta de desarrollo turístico que integre a la población y el entorno donde surgió la fábrica textil.

La idea de la reutilización industrial ha pasado casi siempre de la vocación de uso a la reutilización; sin embargo, en el caso de nuestro proyecto, dadas las condiciones particulares de Soria y del interés de los dueños y pobladores, la propuesta integra desde la perspectiva turística la puesta en valor del patrimonio que contemple el turismo y la economía de las experiencias, para la recuperación y preservación del paisaje cultural con actividades complementarias que agreguen valor segmentando al mercado, por medio de tres segmentos de mercado: los coleccionistas de recuerdos, los aficionados a la cultura y los apasionados por la cultura.

Los aspectos mencionados anteriormente se apuntalan con dos ejes en los que se basa la propuesta del proyecto puesta en valor del patrimonio industrial.

Por un lado, la lectura de las relaciones que se establecían en la fábrica de Soria, sociales y laborales expresadas en la vivienda y en la disposición espacial, es decir, considerar la escala y conformación urbana de la población; por otro, la orientación hacia una nueva vocación del Consorcio fabril que implicará transformar el espacio en un Museo Vivo que permitirá un uso diferente del espacio patrimonial, que aún opera como fábrica y que pretende vincular en una dinámica compartida y responsable a la población y el visitante.

Aunado a lo anterior, se pretende llevar a cabo actividades económicas y turísticas que agreguen valor y permitan al visitante obtener una experiencia única al estar en contacto con un pasado vivo. Integrando, además, el concepto de hotel difuso y usos complementarios con elementos de valoración del paisaje.

En este momento el proyecto se encuentra en una fase preliminar de conceptualización y evaluación con los interesados, que nos ha permitido llegar a entablar un diálogo con un lenguaje común, respecto a los elementos que hacen innovadora la propuesta. Conceptos como el museo vivo, hotel difuso y la interpretación del patrimonio involucrados en la experiencia del turismo cultural, permean el imaginario del colectivo que se ha sensibilizado y apropiado de la propuesta.

1. Museo vivo, concepto que estructura la propuesta

Un museo es toda institución permanente que conserva y presenta colecciones de objetos de carácter cultural o científico con fines de estudio, de educación y deleite. Esta definición marca un hito en el desarrollo del museo moderno y es un punto de referencia que tiene resonancias prácticas en la política museística de diversos países. A partir de la década de los cincuenta se inician las primeras renovaciones museográficas que intentarán cambiar la imagen del museo decimonónico basada en la idea de la exhibición de la obra de arte. La idea de museo vivo pone de manifiesto la capacidad de vivir experiencias y realizar actividades que recreen los procesos industriales de la fábrica.

Actualmente, los museos se entienden no como simples contenedores de obras, sino como centros que generan actividades de todo tipo, frente a una visión tradicionalista de la institución, basada en un espacio meramente contemplativo; las nuevas corrientes abogan por crear centros con un carácter más dinámico e interactivo y con un contenido didáctico.

Una tendencia actual está relacionada con la ampliación del museo fuera de sus muros, objetivo prioritario de Australia y de países del Continente Asiático, entre otros, que ha cristalizado en museos al aire libre: parques arqueológicos, históricos y naturales. En esta misma línea, Middleton considera que la riqueza del patrimonio cultural en países europeos ha provocado que se considere museos *in situ*, en el que la fuente más importante dentro de unos años será el turismo cultural.¹¹

Nuestra propuesta de Museo vivo pretende vincular el paisaje mediante el diseño de una sucesión de espacios, como continuidad de un relato de la cotidianidad de una sociedad que se involucra con el visitante; encontrando nuevas formas de relación a través de las representaciones que se exponen para lograr un verdadero conocimiento del patrimonio y su puesta en valor, que tiene como objetivo ofrecer una experiencia única e irrepetible.

11. Citado por Middleton, en Francisca Hernández Hernández, *Evolución del concepto de museo*, en <http://esferapublica.org/museo.pdf> (consultado el 19/09/2016).



Ordinary Hotel



Albergo Diffuso

Figura 15. Albergo difuso. Fuente: Imagen del profesor Yasushi Guatanabe.



Figura 16. Hotel difuso. Fuente: <https://goo.gl/4RkCvX>.

Si entendemos el paisaje como una gran sala de exposiciones donde, pasamos del contenedor cerrado a uno abierto, nos encontramos con una complejidad mayor de posibilidades y variables que nos ofrece la múltiple matización del paisaje. En éste los visitantes pueden involucrarse en la recreación de un periodo de tiempo en la vivencia de los espacios, modos de producción, costumbres e idiomas, observando y siendo partícipes en la experiencia.

El Museo vivo permite que el visitante participe en las actividades que se realizan en el sitio, además apreciar y disfrutar el patrimonio logrando una inolvidable y singular experiencia.

2. El hotel difuso

Uno de los elementos que nos acercará a nuestro objetivo de que la propuesta incluya el concepto de museo vivo es la integración en el proyecto de un hotel difuso.

Entendemos por hotel difuso el concepto que concibe la estancia del turista en un espacio fuera de lo tradicional;

entendiendo por tradicional los hoteles diseñados *ex profeso* en sus diferentes variables: espacios verticales u horizontales de diversas dimensiones, donde los servicios, habitaciones y áreas comunes son concebidos como elementos de un solo espacio, diseñado para cumplir las diferentes actividades de recreación del usuario en un entorno.

El concepto de hotel difuso es de reciente difusión en Europa; tiene que ver, principalmente, con la idea de la reutilización y surgió ante la oferta que estaba presente en varias poblaciones con un atractivo turístico fuera de lo habitual, y que cuentan con espacios para posibles funciones de hotelería.

El modelo fue desarrollado en la década de los 80, por el profesor de *marketing* turístico Giancarlo Dall'Ara, con la finalidad de reactivar a pequeñas aldeas italianas y centros urbanos con interés turístico, que por su ubicación dentro del espacio rural, permanecían olvidados o en zonas deprimidas del país.



Figuras 17 y 18. Sextantio albergo diffuso y Grotta. Fuente: <https://goo.gl/LzdwLR> y <https://goo.gl/3ag6T4>.



Figura 19. Sextantio albergo diffuso. Fuente: <https://goo.gl/UBsVyJ>.

Así, pequeñas poblaciones enteras han sido incorporadas a un proceso económico que les ha permitido obtener un medio más de subsistencia a la población, reactivando la economía local y, sobre todo, conservar el patrimonio de cada una de ellas.

Los proyectos han sido asesorado,s en su mayor parte, por el inglés David Chipperfield, socio del grupo que ha realizado propuestas que permiten cumplir con las necesidades del turismo de tercera generación, y que se caracteriza porque busca un espacio de esparcimiento y una experiencia única y diferenciada, mejor conocido como turismo cultural.

El hotel difuso proporciona los servicios de los hoteles tradicionales: espacios de recepción, alimentos, espacios comunes y servicios generales, en lugares de la estructura urbana que lo permite, así como el de habitaciones que están dispersas en la localidad.

Todo el espacio considerado como hotel difuso es restaurado y diseñado para cumplir con las nuevas funciones, de acuerdo con las expresiones de la cultura local, lo que le da al visitante la posibilidad de sentirse parte del mismo en corto tiempo.

En otros aspectos, en este tipo de solución el interés por minimizar el impacto ambiental es muy importante, ya que la estructura urbana y arquitectónica no se ve alterada en su esencia. Sin embargo, estimula el potencial de la localidad al promover empresas asociadas al turismo, como las relacionadas con la gastronomía, las artesanías y los servicios de hotelería y, en algunos casos, de nuevas actividades ligadas al turismo.

Por lo que podemos identificar algunas ventajas en relación con los servicios de hotelería tradicionales:

- Propicia la conservación del patrimonio material.
- La estructura urbana y arquitectónica no experimenta modificaciones importantes, ya que los espacios primordialmente son reutilizados.
- Existe un mínimo impacto ambiental.
- Promueve un turismo sostenible.
- Favorece el desarrollo económico de la comunidad.

A partir de los enunciados anteriores, se tienen localizados varios espacios en la zona de las viviendas de los

trabajadores y otros donde existieron viviendas para los funcionarios de alto nivel de la empresa, así como la casa de los dueños, donde se podrán diseñar los ambientes para el adecuado funcionamiento de las actividades del hotel, que permearán en todo el territorio de forma funcional y armónica.

3. La integración del recurso interpretativo

Todo proyecto turístico cultural que tenga como meta el conocimiento y valoración del patrimonio tiene que establecer en su proyecto la integración de la interpretación como vínculo principal para el entendimiento y comprensión del significado del lugar que se visita.

Martos nos dice que la interpretación del patrimonio es el arte de conectar intelectual y emocionalmente al visitante con los valores del recurso patrimonial o el lugar visitado, para que genere sus propios significados.¹² Para reconocer y valorar un espacio patrimonial, es fundamental el acercamiento que motive a descubrirlo y disfrutarlo; el encuentro con los vestigios históricos y culturales debe ser cuidadosamente diseñado, con un objetivo didáctico para que cualquier visitante se sienta atraído. Reconociendo a la interpretación del patrimonio como el arte de revelar *in situ*, al público que visita el lugar, el significado del legado natural, cultural o histórico.¹³

La interpretación parte de recursos naturales y culturales, sean tangibles o intangibles, vinculados a un determinado lugar, con la finalidad de dinamizar el patrimonio en su contexto original.¹⁴

En este caso el proyecto de interpretación, estará presente en todo el discurso de la visita: desde el primer contacto con el espacio, la fábrica y su entorno hasta la promoción en cualquiera de sus niveles. El visitante tendrá, entonces, desde el primer momento una percepción que se irá conformando hasta cristalizar la experiencia en el momento de la visita. Reconociendo en la propuesta, la importancia de la interpretación como medio didáctico para el conocimiento y valoración del patrimonio.

12. Marta Martos Molina, *Herramientas para la gestión turística del patrimonio cultural. Manual para gestores culturales*, España, Trea, 2016.

13. Lucrecia Rubio, *op. cit.*

14. Josep Ballart Hernández y Jordi Juan i Tresserras, *Gestión del patrimonio cultural*, España, Ariel, 2010.

REFLEXIONES FINALES

La historia del patrimonio industrial textil es un legado integral porque da cuenta de la articulación de elementos de producción históricos y sociales. En ese sentido, es un gran desafío generar proyectos con perspectivas interdisciplinarias, que potencien los factores económicos sin descuidar la conservación.

Este trabajo solamente presenta la primera etapa, que consiste en la propuesta de un proyecto que incluye elementos de diseño arquitectónico, reconversión y reutilización, pero también la activación de un modelo de negocio que integra el consumo cultural en una propuesta de producto y servicio a través de un proyecto turístico que considera prioritariamente la refuncionalización del territorio y la sociedad, para motivar su reincorporación en la estructura económica regional.

Este primer acercamiento permitirá avanzar en el diagnóstico y el estudio de mercado para luego proponer la construcción de un producto cultural que pueda ser vinculado a las necesidades de un cierto segmento de turismo.

Cabe resaltar que la constitución de un producto cultural y turístico basado en el patrimonio debe obedecer primero a procesos de investigación y de valoración, que orientan las propuestas dirigidas a su correspondiente proceso de conservación y reutilización, antes de poder integrar los siguientes eslabones de un producto turístico, es decir, los correspondientes al mercadeo, a la publicidad y a la promoción y a la venta.

Un buen proyecto de puesta en valor del patrimonio, parte de la consolidación del eslabón primero del producto que es la constitución del producto cultural.

El trabajo presentado, es un avance preliminar que reconoce a la preservación del patrimonio como una responsabilidad que tenemos que asumir como sociedad; y a partir de este principio generar una propuesta de puesta en valor del patrimonio, sustentada en un marco conceptual planteado en líneas anteriores que incluya el diseño de un producto cultural con una estrategia de *marketing mix*, que consiste en desarrollar estrategias de precio, promoción y publicidad, así como planear la mejor forma de llegar a los diversos segmentos de mercado.



Figura 20. Interior de la Casa Mayor. Fotografía: LRM.

FUENTES CONSULTADAS

- CASANELLES, Euseby, *Nuevo concepto de Patrimonio Industrial, evolución de su valoración, significado y rentabilidad en el contexto internacional*, en www.mecd.gob.es/cultura-mecd/dms/mecd/cultura-mecd/areas-cultura/patrimonio/mc/bienes-culturales/n-7/capitulos/11-Nuevo_concepto.pdf (consultado el 22/09/2016).
- DICHTER G., Dall'Ara G., *Hotel difuso*, 2013, en https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=es&prev=search&rurl=translate.google.com.mx&sl=it&u=http://www.stratech.it/uploads/AlbergoDiffusoENG.pdf&usg=ALKJrhjmZaiREG1xm-tl (consultado el 14/09/2016).
- HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, Francisca, *Evolución del concepto de museo*, en <http://esferapublica.org/museo.pdf> (consultado el 19/09/2016).
- LORDA, María Amalia y María Belén Kraser, "Propuesta de refuncionalización del sector industrial abandonado de la localidad de General Daniel Cerri (partido de Bahía Blanca, provincia de Buenos Aires) para dinamizar su inserción en el contexto regional", en *Interações, Campo Grande*, vol. 12, núm. 1, jan./jun. 2011, en http://institutocifot.com/seminario_rii/pdfs/grupo6/06.17-Kraser-Lorda.pdf (consultado el 23/08/2016).
- MALPICA MOREDA, Samuel, *Ecomuseo de la comunidad urbana de Metepec-El León-San Mateo*, en <http://esferapublica.org/museo.pdf> (consultado el 19/09/2016).
- MONSALVE MORALES, Lorena L., "Gestión del Patrimonio Cultural y Cooperación Internacional", en *Cuadernos de Cooperación para el Desarrollo*, núm. 6, Escuela Latinoamericana de Cooperación y Desarrollo, Medellín, Colombia, 2011, en www.usbcartagena.edu.co/libros?...17%3Agestion-del-patrimonio-cultur (consultado el 11/09/2014).
- MUÑOZ, María, "La vivienda obrera de la fábrica de papel Loreto. Patrimonio industrial de la ciudad de México en peligro de extinción", en *Intervención. Revista Internacional de Conservación, Restauración y Museología* [en línea] 2014, núm. 10 (julio-diciembre), en www.redalyc.org/articulo.oa?id=355632777006, (consultado el 31/08/2016).
- HOLGUÍN, María Cristina, María Jesús Baquero Martín y María Ángela Botero Saltaren, *Educación, comprender y compartir en museos*, en <https://books.google.com.mx/> (consultado el 19/09/2016).
- PRAT, Josep y Gemma Cànoves, "El patrimonio industrial como dinamizador del territorio. El caso del ecomuseo La Farinera, en Castelló d'Empúries (Cataluña)", en *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, vol. 58, núm. 1, 2012, en www.raco.cat/index.php/DocumentsAnalisi/article/viewFile/250741/33562 (consultado el 26/08/2016).
- POZO, B., "La gestión territorial del patrimonio industrial en Castilla y León (España): fábricas y paisajes", en *Investigaciones Geográficas* (Boletín del Instituto de Geografía, UNAM), núm. 90, 2016, [dx.doi.org/10.14350/](https://doi.org/10.14350/)



Figura 21. Vista de habitaciones dentro del conjunto fabril. Fotografía: LRM.

rig.52802, en www.revistas.unam.mx (consultado el 19/09/2016).

SANTIBÁÑEZ, B., *Contrastes en las fábricas textiles de Tlaxcala*, en www.economia.unam.mx/amhe/memoria/simposio01/Blanca%20SANTIBANEZ.pdf (consultado el 31/09).

“Plan Nacional del Patrimonio Industrial” puesto en marcha en el año 2000 por el Ministerio de Cultura español, en www.mcu.es/patrimonio/MC/IPHE/PlanesNac/PlanIndustrial/PatrimoniIndustrial.htm.

Bibliografía

Autores varios, *Patrimonio Cultural y Turismo cuadernos*, núm. 15, Itinerarios culturales y rutas del patrimonio, Conaculta, 2006.

BALLART, Josep y Jordi Juan i Tresserras, *Gestión del patrimonio Cultural*, España, Ariel, 2010.

GONZÁLEZ-VARAS, I., *Conservación de bienes culturales. Teoría, historia, principios y normas*, Manuales Arte y Cátedra, Madrid, Grupo Anaya, S. A., 2000.

FERNÁNDEZ, citado en Richards G. (Ed.), *Cultural Attractions and European Tourism*, Wallingford, CAB International, 2001.

HERNÁNDEZ, F., *El Patrimonio cultural. La memoria recuperada*, Asturias, TREA, 2002.

LIGORRED, Josep, *La gestión de los sitios arqueológicos en áreas urbanas del estado de Yucatán México*, Tesis doctoral, Barcelona, España, 2013.

MARTINELL, A., *Diseño y elaboración de proyectos de cooperación cultural*, Cuadernos de Iberoamérica, Madrid, Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación la Ciencia y la Cultura, 2001.

MARTOS MOLINA, Marta, *Herramientas para la gestión turística del patrimonio cultural. Manual para gestores culturales*, España, Trea, 2016.

OMT, citado por Ventura-Dias, Vivianne, “El turismo y los encadenamientos de los demás sectores productivos en América Latina”, trabajo presentado en el 1º Simposio Brasileño de Ciencias de los Servicios, Brasilia, 17 al 19 de noviembre de 2010.

PIKETTY, Thomas, *El Capital en el siglo XXI*, Fondo de Cultura Económica, 2015.

ROMERO, C., *Ciudad, cultura y turismo: calidad y autenticidad*, Dossier 11, Artículo 1, España, Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico, Junta de Andalucía, 2003.

RUBIO, Lucrecia, *Gestión del patrimonio arquitectónico, cultural y medio ambiental. Enfoques y casos prácticos*, España, Universidad de Alicante, 2013.

SÁNCHEZ, Diana, *Metodología para la recuperación y puesta en valor del patrimonio industrial arquitectónico. Antiguas fábricas de Grao de Valencia*, España, Universidad Politécnica de Valencia, 2012.

ZOIDO, F. y C. Venegas, “El paisaje y su utilidad para la ordenación del territorio”, en *Paisaje y ordenación del territorio*, Sevilla, Consejería de Obras Públicas, Junta de Andalucía, 2002.