

La imagen Cuba



Por Graziella Pogolotti*

En un reciente encuentro con dirigentes del turismo, salió a la luz el peso creciente de los visitantes de ciudad. El fenómeno, tangible en el volumen de ingresos, revela la importancia de un componente decisivo de la imagen Cuba, portadora de múltiples aristas acumuladas por la historia.

Sería un error estratégico limitar las políticas en este sector a estereotipos reduccionistas como el sol, la naturaleza o en el más denigrante de la sensualidad de los hombres y las mujeres del trópico.

Alejo Carpentier había emprendido su regreso a la Isla en vísperas de la Segunda Guerra Mundial, al cabo de una prolongada estancia en París.

Su compañera de entonces era francesa. Tomarían juntos un barco atracado en un puerto holandés. Al presentar sus pasaportes en la frontera de ese país, las autoridades, suspicaces, los separaron de los otros pasajeros. Conducidos al despacho de un oficial de más alta jerarquía, vueltos a examinar, surgió la pregunta inquietante.

El destino de la pareja era La Habana, pero la francesa tenía un visado cubano. Un maletero presente acotó dudoso: "Creo que La Habana es una ciudad de Cuba". El entuerto se aclaró.

Durante mucho tiempo, antes del crecimiento vertiginoso de la industria turística, poco se sabía en el mundo acerca de nuestro país.

Habano se asociaba a tabaco, el puro de los españoles, producto de lujo, marca de distinción para las élites. La música popular aportó otro componente al invadir Europa y Estados Unidos en los 30 del pasado siglo.

El triunfo de la Revolución universalizó la visión de la isla. Capturados por el mercado, las barbas, los collares, el vestir informal, se hicieron moda y símbolo. No hubo entonces turistas de paquetes, sino visitantes y peregrinos respetuosos.

Cuba había adquirido voz propia. Contribuía a renovar el pensamiento de la época. Era portadora de una cultura. Nuestro cartel sentó cátedra. Nuestro cine se convirtió en impulsor de las vanguardias latinoamericanas. A la vez, comenzaba una sistemática tarea de recuperación del patrimonio edificado.

Para Cuba, el potencial turístico no se limita a quienes, llegados a la tercera edad, escapan de los rigores impuestos por climas gélidos y a aquellos vacacionistas que disfrutan con sus familias la seguridad de nuestras playas y hoteles. En ambos casos, se trata con frecuencia de compradores de paquetes, escasos en dinero de bolsillo.

El atractivo más rentable se fundamenta en los rasgos que definen nuestra singularidad como nación. El análisis de la composición demográfica de los países emisores muestra franjas sociales numéricamente considerables con intereses culturales, científicos y académicos.

De esa zona poblacional puede nutrirse un turismo cualificado, con preferencia por las ciudades.

Los centros urbanos ofrecen la imagen viva de un acumulado de culturas. En ellos se encuentra nuestro gran tesoro, nuestra marca de singularidad. La conmemoración del medio milenio de las villas fundadas por Diego Velázquez llamó la atención sobre sus valores intrínsecos a nacionales y extranjeros.

Entre todas ellas, por razones geográficas e históricas, La Habana es la ciudad mítica por excelencia, validada por nuestro cancionero popular, por el testimonio de los libros de viajeros, por las voces de poetas, narradores y ensayistas. Pero desde hace años, nuestro cronista mayor, Juan Formell, nos dijo que "La Habana no aguanta más".

Las causas del deterioro son múltiples. Las han señalado numerosos especialistas. Sin embargo, no es hora de lamentar, sino de encontrar soluciones que contribuyan a preservar el inmenso legado tangible e intangible acumulado por sucesivas generaciones.

Algunos trabajos recientes del arquitecto Pedro Vázquez complementan la extensa bibliografía acumulada por estudiosos durante los últimos años. Estamos acostumbrados a ver en los arquitectos meros decoradores de fachadas. En verdad, la profesión articula arte y técnica.

Son constructores de espacios ajustados a las demandas de cada época. El urbanista conjuga un conjunto de saberes culturales, artísticos, sociales y económicos. Tienen una perspectiva integral e integradora que no descarta los problemas de orden subjetivo.

Por la dimensión aplastante de los gastos requeridos para la rehabilitación de la capital, la solución deseada parecería escapar a nuestras posibilidades actuales. Los valores acumulados en ella abren el apetito de especuladores inescrupulosos. Un síntoma de ello se advierte en la compra de edificaciones en los barrios situados en nuestra zona costera.

Para afrontar el desafío, se impone el intercambio de saberes y experiencias acumulados por profesionales de alta calificación. En este tema se entrecruzan factores objetivos y subjetivos.

Por ese motivo, el diseño de estrategias debe centrar la mirada hacia adentro, hacia los habaneros por nacimiento y adopción, verdaderos protagonistas de toda hazaña transformadora. Sobre esa base, se acrecentarán los beneficios de la industria turística.

Pensemos, ante todo, en nuestras fortalezas latentes. Recordemos que urbe y urbanidad, ciudad y ciudadanía, tienen raíces comunes. Pauperización del entorno e indisciplina social se retroalimentan mutuamente.

*Destacada intelectual cubana

(Tomado del periódico Juventud Rebelde)

<https://www.radiohc.cu/index.php/de-interes/caleidoscopio/85728-la-imagen-cuba>



Radio Habana Cuba