

ENCUENTROS Y DESENCUENTROS EN EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES (ARGENTINA)¹

Cecilia Pérez Winter

Instituto de Geografía «Romualdo Ardisson» e Instituto de Ciencias Antropológicas
(FFyL-UBA/CONICET). Argentina

RESUMEN

Desde el 2000 la provincia de Buenos Aires comenzó a desarrollar el turismo como instrumento de desarrollo local. En este artículo se analiza comparativamente dos partidos del norte de la provincia de Buenos Aires (Argentina) que iniciaron sus procesos de turistificación con anterioridad a las recientes políticas bonaerenses: Exaltación de la Cruz y San Antonio de Areco. Se examinarán ciertos encuentros y desencuentros entre las políticas turísticas aplicadas por la Provincia y aquellas desarrolladas por los municipios mencionados.

Palabras clave: Turismo; Patrimonio Cultural; Provincia de Buenos Aires.

Encounters and misunderstandings in tourism development in Buenos Aires province (Argentina)

ABSTRACT

From the early 2000 Buenos Aires province began to develop tourism as a tool for local development. In this article two northern districts of Buenos Aires province (Argentina) are comparatively analyzed: Exaltación de la Cruz and San Antonio de Areco. The aim is to

Recibido: 7 de marzo de 2014

Devuelto para su revisión: 10 de junio de 2014

Aceptado: 28 de julio de 2014

Instituto de Geografía «Romualdo Ardisson» e Instituto de Ciencias Antropológicas (FFyL-UBA/CONICET). Puán 480 4° piso. CP 1406. Barrio Caballito. CIUDAD AUTÓNOMA DE BUENOS AIRES. Argentina.
E-mail: cecipw@gmail.com

1 Este trabajo se encuentra enmarcado en dos proyectos de investigación financiados por la Universidad de Buenos Aires: «Patrimonio y Políticas culturales: Procesos de conformación y dinámicas de reproducción, marcos institucionales y normativos y configuraciones identitarias» (UBACyT 20020100100288), «Las heterogeneidades de la ruralidad pampeana actual. Una exploración desde los sujetos y paisajes visibles e invisibles» (UBACyT 20020110200219) y «Procesos de Patrimonialización y Políticas Culturales: conceptualizaciones, prácticas y gestión desde las Instituciones Estatales» (PIP 11220110100675 GI).

examine some encounters and misunderstandings between tourism policies implemented by the Province and those established by the mention districts.

Key words: Tourism, Cultural Heritage, Buenos Aires Province.

1. INTRODUCCIÓN

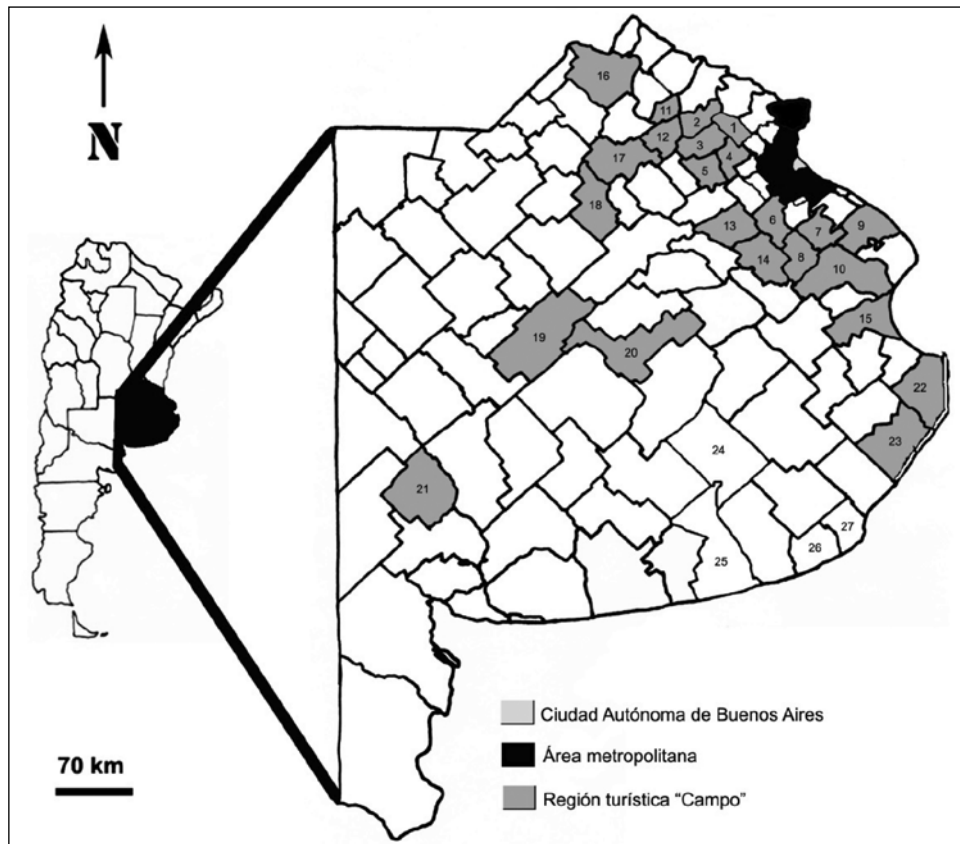
La provincia de Buenos Aires forma parte de la región pampeana argentina. Posee una extensión de unos 308.000 km² con 15.625.084 habitantes (INDEC, 2010) y está compuesta por 135 municipios, siendo la ciudad de La Plata el centro administrativo (Figura 1). Económicamente, se desarrollan tanto el sector de la industria (noroeste) como la ganadera (centro) y agrícola, sobre todo oleaginosa y cerealera (noroeste y sur) y el área turística de la costa atlántica (Quesada et al., 2012).

Ésta última área fue por mucho tiempo el foco del desarrollo turístico de la Provincia desde fines del siglo XIX a través de los balnearios de Mar del Plata, localizados en el partido General Pueyrredón. Si bien en sus inicios era aprovechada por la elite, luego fueron las clases populares a través del turismo de masas, y en época estival, que empezaron a consumir las playas de Mar del Plata (particularmente durante el peronismo de los años 1946-1952), incorporándose otras alternativas como Necochea y Miramar, ubicadas en los municipios de Necochea y General Alvarado, respectivamente (véase Figura 1). A mediados del siglo XX otros destinos se sumaron al circuito turístico bonaerense como Luján, San Antonio de Areco, Tandil y la República de los Niños en La Plata (Bertoncello, 2006; Pastoriza, 2011). Entre las década de 1970-90, se fue desarrollando un turismo bajo el marco de políticas neoliberales, en el que el Estado delegó significativamente su rol como regulador de la actividad (Bertoncello, 2006). En el caso de la Provincia, se vio reflejado con la aparición de proyectos de nuevas urbanizaciones balnearias en las que se aplicó una lógica «neo-exclusivista» (véase Hernández, 2009).

Sin embargo, en estas últimas décadas el gobierno bonaerense² comenzó a impulsar el turismo en la Provincia, incorporando a todos los municipios interesados en implementarlo con el fin de mejorar las economías locales. De esta manera, la Provincia se presenta como un lugar turístico con una diversificación de ofertas disponibles durante todo el año, considerando las demandas y distintos perfiles de turistas. En orden de lograr estos objetivos se crearon programas, proyectos y fondos para invertir dinero y recursos en infraestructura (rutas accesibles) y servicios (alojamiento, gastronomía). Se promulgó una nueva ley de turismo para regular la actividad, en el que se incluye la preservación de su patrimonio natural y cultural, entre otras cosas (Ley N° 14.209/2010). Otras acciones también fueron implementadas como distribución de incentivos económicos y de otros recursos para la organización de celebraciones, dando como resultado la creación de la Dirección de Festejos Populares y el Programa Pueblos Turísticos; el diseño y ejecución de circuitos

2 Cabe señalar que en la última década quien impulsó con mayor fuerza el desarrollo turístico en la Provincia fue Daniel Scioli quién antes de ocupar el cargo de gobernador desde el 2007 hasta la actualidad, fue Secretario de Turismo y Deporte de la Nación. Por ello no llama la atención que su gobierno haya decidido impulsar tan extensamente esta actividad.

Figura 1
LOCALIZACIÓN DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES Y MUNICIPIOS



Referencias: 1. Exaltación de la Cruz, 2. San Antonio de Areco, 3. San Andrés de Giles, 4. Luján, 5. Mercedes, 6. Cañuelas, 7. Brandsen, 8. General Paz, 9. Magdalena, 10. Chascomús, 11. Capitán Sarmiento, 12. Carmen de Areco 13. Lobos, 14. Monte, 15. Castelli, 16. Pergamino, 17. Chacabuco, 18. Bragado, 19. Bolívar, 20. Tapalqué, 21. Saavedra, 22. General Lavalle, 23. General Madariaga, 24. Tandil, 25. Necochea, 26. General Alvarado, 27. General Pueyrredón.

Fuente: elaboración propia.

y rutas gastronómicas, capacitación y espacios de difusión como la Feria de Turismo de la Provincia de Buenos Aires (FEBATUR). Todas estas iniciativas son reforzadas con el uso de folletería y páginas de internet (bajo el dominio tur.ar) donde se promociona a la provincia de Buenos Aires como producto turístico diversificado y así competir en el mercado nacional e internacional.

Este proceso de re-funcionalización de su territorio (Sánchez, 1985) para que se adecuó a esta nueva actividad económica, se observa que tanto el gobierno bonaerense como los municipales comenzaron a ponderar sus particularidades histórico-culturales y paisajistas. Por un lado, al transformar en atractivo a todo patrimonio o cualquier otro recurso, ele-

mento, manifestación con cierto potencial (Prats, 2011). Por el otro, al inventar o modificar sus festejos, eventos y actividades para aumentar la atracción de visitantes, incorporar e incrementar servicios de alojamiento y gastronomía con el fin de convertir la localidad en un lugar turístico (*sensu* Troncoso, 2012).

Por lo tanto, si en una localidad existían activaciones patrimoniales pre-mercantilizadas, que son una forma de consumo interno, actualmente existe una activación mercantilizada, que dependen del interés de los turistas, y que generalmente favorecen los discursos que refuerzan una imagen estereotipada de la comunidad y lugar que se está visitando (Almirón et al., 2006; Bertoncetto et al., 2003; Bruner, 2001; Prats, 2006, 2011). Ambos tipos de consumo participan del proceso de construcción identitaria de la localidad en cuestión (Prats, 2006). En el que intervienen varios actores sociales e instituciones (tanto del ámbito estatal como privado) que seleccionan los elementos y manifestaciones a patrimonializar y transformar en atractivo.

A su vez, la publicidad y otros indicadores pueden lograr que una imagen del producto que se intenta vender termine instalando una versión de identidad del lugar turístico en el mercado (Harvey, 1998; MacCannell, 1973). Aunque también es posible que las iniciativas turístico-patrimoniales reivindiquen prácticas sociales que formaban parte de una identidad y que fueron silenciadas o excluidas (Silverman, 2011) o que le otorguen al lugar un nuevo discurso patrimonial identitario (Santana Talavera, 2002).

Teniendo esto en consideración resulta pertinente preguntarse: ¿Qué beneficios ofrecen las políticas turísticas de Provincia en municipios que están comenzando a iniciar su desarrollo turístico respecto de aquellos que ya tienen una oferta consolidada? ¿Qué sucede entre los partidos lindantes que comparten características históricas y paisajísticas similares y que intentan diferenciarse regionalmente a través de un producto turístico? ¿Qué elementos, sujetos y manifestaciones están siendo valorizados, colocados como atractivos y mercantilizados por Provincia y los municipios? ¿Quiénes realmente participan en estos procesos? y ¿qué representaciones, imágenes y discursos identitarios se están promoviendo?

Este artículo tiene el objetivo de analizar y discutir ciertos encuentros y desencuentros entre las políticas turísticas (Ramírez, 2008) aplicadas por la Secretaría de Turismo bonaerense y aquellas desarrolladas por dos municipios del norte de la Provincia: Exaltación de la Cruz y San Antonio de Areco. Para ello se analizará un evento específico, la «1° Fiesta Regional del Día Internacional del Folklore» organizada en agosto del 2009 por el gobierno provincial en San Antonio de Areco. Las informaciones utilizadas en este trabajo fueron obtenidas a través de entrevistas semi-estructuradas a funcionarios del área de cultura y turismo y vecinos de ambos partidos, además del análisis de documentos, folletos y publicaciones científicas afines a los temas aquí tratados. El trabajo se encuentra organizado de la siguiente manera: primero se caracterizará la región turística de la Provincia denominada «Campo», en la que participan los municipios propuestos y se examinará cómo son representados por las políticas turísticas de la Provincia. Posteriormente, se presentará el desarrollo turístico de San Antonio de Areco y Exaltación de la Cruz. Esto permitirá analizar las tensiones y disputas que se generan en torno a los atractivos, como ocurrió en la «1° Fiesta Regional del Día Internacional del Folklore». Para finalizar, se delinearán algunas reflexiones sobre las problemáticas presentadas.

2. LA REGIÓN «CAMPO» Y SU REPRESENTACIÓN TURÍSTICA

En esta última década del 2000 se observa que el gobierno de la provincia de Buenos Aires le da un rol importante al turismo como herramienta de desarrollo local. Entre las acciones implementadas, y recién mencionadas, se destaca además la nueva subdivisión de la provincia en regiones turísticas. Se concretaron 5 regiones teniendo en cuenta sus características geográficas-paisajísticas: Sierras, Playas, Campo, Delta, Ríos y Lagunas. En cada una se destacan elementos naturales e histórico-culturales con los que se construyen atractivos e imaginarios turísticos (Hiernaux Nicolas, 2002) y se ofrecen diversas actividades. Tanto en la folletería como en las páginas web de turismo oficial³ hacen hincapié en la cercanía de estos destinos con respecto a la ciudad autónoma de Buenos Aires, y se proporciona una breve información sobre su localización, atractivos, lugares donde comer y alojarse.

La región turística que interesa resaltar en este trabajo es la denominada «Campo». Esta región está compuesta por 24 municipios entre los que se encuentran incorporados los distritos de San Antonio de Areco y Exaltación de la Cruz⁴ (véase Figura 1). En la página oficial de turismo bonaerense se la presenta de esta manera: «Las pampas de Buenos Aires tienen sus símbolos en las estancias y el gaucho. Esta figura legendaria, diestro en las faenas de campo, permite vivir una tradición rural centenaria y peculiar en pleno siglo XXI. Pueblos rurales distribuidos por toda la provincia que narran parte de la historia argentina, grandes estancias que reseñan un pasado y un presente agrícola-ganadero, artistas artesanos del cuero y de la plata que abren sus talleres al visitante y una gastronomía basada en la mejor carne argentina, dan vida a un estilo de vida inigualable. (...) [Las] estancias brindan servicios de primera calidad que incluyen alojamiento, espectáculos criollos y comidas típicas» (<http://www.buenosaires.tur.ar/conoce/campos.php>).

Por otro lado, el folleto «escapadas de fin de semana» (<http://www.turismo.gba.gov.ar/marketing/folleteria.php>) promociona los municipios del norte de la Provincia con la opción de: «alejarse del ruido y experimentar la auténtica tradición gauchesca, con sus museos, sus pintorescas pulperías, sus pueblos rurales cargados de historia y sus estancias, incluyendo las artesanías y los sabores de la producción local. En este entorno pampeano también es posible disfrutar de los ríos, lagunas y arroyos, algunos entre los verdes de la llanura y otros formando atractivas costas de centros urbanos».

La Secretaría de Turismo, en orden de ofrecer la región «Campo», y como una de las formas de presentar a la Provincia como producto turístico, construye y coloca la

3 <http://www.turismo.gba.gov.ar/inicio/index.php>; <http://www.buenosaires.tur.ar/inicio/index.php>; <http://www.mice.turismo.gba.gov.ar/inicio/index.php>; <http://www.campus.turismo.gba.gov.ar/>; <http://www.pueblos-turisticos.com.ar/>.

4 Los otros municipios que componen esta región son: Bolívar, Bragado, Bransen, Cañuelas, Capitán Sarmiento, Carmen de Areco, Castelli, Chacabuco, Chascomús, General Lavalle, General Madariaga, Lobos, Luján, Magdalena, Mercedes, San Miguel del Monte, Pergamino, General Paz, Saavedra, San Andrés de Giles, y Tapalqué. Algunos de ellos también poseen localidades y atractivos que forman parte de otras modalidades, Programas y actividades que ofrece la Provincia (véase Figura 1).

mirada en el paisaje pampeano bonaerense⁵ y en la figura del gaucho, dos símbolos que han sido legitimados como referentes «nacionales»⁶. Otros elementos y manifestaciones que se positivizan y seleccionan para promocionar como atractivos son la gastronomía, las fiestas, las artesanías en plata y cuero. Estas últimas también tienen una connotación de «tradicional» y «nacional» (véase Rotman, 2009-2010). Se valorizan las actividades ecuestres, las estancias, los pueblos rurales y la herencia cultural de ciertas comunidades de inmigrantes, que algunas de ellas se conmemoran a través de festivales gastronómicos y musicales. A su vez, todos estos atractivos y actividades se ven reforzados con la folletería que presenta a la Provincia como «Tierra de Gauchos» (<http://www.turismo.gba.gov.ar/marketing/folleteria.php>).

En esta región se seleccionaron elementos de sus localidades vinculados con la «cultura rural pampeana», donde la figura principal es el gaucho para ser ofrecidos como atractivos. De esta forma, las políticas y representaciones turísticas construyen una imagen de ruralidad bonaerense romántica e idealizada (Bell, 2006). En la que se omiten aquellos cambios y conflictos existentes en esta región (y otras localidades de la Provincia), iniciados en las décadas de 1970-90 por la implementación de políticas neoliberales que continúan en la actualidad⁷, como aquellos producidos por los cambios característicos de la neorruralidad (Barros, 1999; Craviotti, 2007). Es decir, una ruralidad que no coincide con la imagen que se busca promover.

2.1. La representación de Exaltación de la Cruz y San Antonio de Areco

El partido de Exaltación de la Cruz se localiza al norte de la provincia de Buenos Aires (véase Figura 1). Se puede llegar hasta allí por medio de las rutas nacionales 8, 9 y 193 y las provinciales 39 y 192, y se encuentra a 80 km de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. En el folleto de «escapadas de fin de semana», siguiendo con estas apreciaciones, la ciudad cabecera del partido de Exaltación de la Cruz, Capilla del Señor, destaca que su casco histórico fue declarado «Bien de Interés Histórico Nacional» (Decreto N° 1648/94) por la Comisión Nacional de Monumentos y Museos y Lugares Históricos (CNMMLH) y que: «...Su entorno rural enmarca el patrimonio histórico y edificio de este particular pueblo bonaerense» (<http://www.turismo.gba.gov.ar/marketing/folleteria.php>).

5 Aunque se destacan y valorizan otros atributos naturales como el delta, sierras, lagunas y arroyos en las otras regiones, dentro de la folletería también se los coloca como componentes que conforman el paisaje pampeano bonaerense. Y siempre está presente la cultura «gaucha», «tradicional» y las estancias.

6 La figura del gaucho como «tipo social representativo» y el paisaje pampeano como «símbolo de un nacionalismo natural» se legitimaron como tal a través de su activación por medio de diferentes expresiones artísticas, entre fines del siglo XIX y comienzos del XX, particularmente durante el Centenario argentino (Blasco, 2013; Chamosa, 2012; Montaldo, 1993; Prieto, 1988; Svampa, 2010, entre otros).

7 Aunque se encuentra en discusión (Barros, 1999; Ratier, 2002), algunos investigadores denominan este proceso como «Nuevas ruralidades» o «neorruralidad» con el fin de dar cuenta de las nuevas formas de organización productiva ligadas a la producción de *commodities*, a la introducción de producciones no tradicionales (e.g. arándanos), o a la valorización de estas áreas para otro tipo de funciones y usos como los residenciales, patrimoniales o turísticos-recreativos (Gorenstein et al., 2007; Zusman, 2011, entre muchos otros).

El municipio también aprovecha otros espacios de promoción como el registro de festejos populares en el calendario turístico. En 2012 Exaltación de la Cruz registró cerca de 10 festejos, entre los que se encuentran sus fiestas patronales y algunos eventos folklóricos. En el registro estancias, se encuentran mencionadas «Don Silvano», «El Cencerro», «La Posesiva», «Las Lucilas» y «La Mimosa», emprendimientos privados que ofrecen día de campo, algunas con opción de alojamiento y «fiestas gauchas».

En cuanto a San Antonio de Areco, este partido se ubica al norte de la provincia de Buenos Aires (véase Figura 1). Se puede acceder a través de la ruta nacional 8 y las provinciales 41 y 31. Se encuentra a 110 km de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. En la folletería se describe su ciudad cabecera también como «...un «santuario gaucho», una de las poblaciones más antiguas y características del campo argentino. Su plaza rodeada de adoquines, sus veredas angostas, y sus nostálgicas casonas, devuelven en tiempo presente, magníficas imágenes del pasado cultural de las pampas» (<http://www.turismo.gba.gov.ar/marketing/folleteria.php>). En 2012 el municipio registró alrededor de 39 festejos, la gran mayoría con eventos musicales folklóricos y fiestas patronales. Dentro de las estancias promocionadas se encuentran: «El Ombú», «El Rosario de Areco», «La Bamba», «La Cinacina», «La Margarita» y «La Porteña»⁸, emprendimientos privados que ofrecen actividades similares a las estancias de Exaltación de la Cruz, algunas también con servicios de alojamiento. Además, otra ciudad localizada en el partido, Villa Lía, forma parte del programa Pueblos Turísticos desde abril del 2011. La folletería y la página de Pueblos Turísticos la define como «... un pueblo de inmigrantes, enmarcado en un tranquilo ambiente de campo, que conserva el encanto típico de la década del '30. Su historia se ve reflejada en las casonas y edificios que posee. Es un lugar ideal para descansar o realizar cabalgatas, paseos en sulky o en bicicleta, bajo la sombra de añosas arboledas» (<http://www.pueblosturisticos.tur.ar/villalia.html>).

Se puede observar que ambos municipios utilizan y aprovechan los espacios de promoción ofrecidos por el gobierno bonaerense en los que se mantiene la línea de ofrecer y destacar aquellos elementos paisajísticos e histórico-culturales asociados a la vida en el campo, valorando su patrimonio y otros elementos culturales y naturales. Tanto Exaltación de la Cruz como San Antonio de Areco participan en algunas de las actividades, imágenes y discursos de la ruralidad pampeana bonaerense que Provincia construye y promociona. No obstante, ambos también desarrollan sus propias políticas y representaciones turísticas en las que no siempre coinciden con aquellas, como es el caso de Exaltación de la Cruz y serán comentadas a continuación.

3. LAS POLÍTICAS TURÍSTICAS MUNICIPALES

Como se mencionó anteriormente, la provincia de Buenos Aires está compuesta por 135 municipios. Algunos de ellos comenzaron a desarrollar el turismo antes de la aplicación de las nuevas iniciativas implementadas por el gobierno bonaerense, como es el caso de la costa atlántica por ejemplo. San Antonio de Areco y Exaltación de la Cruz son dos casos más que se pueden nombrar. Aquí se hará hincapié en los relatos de los

8 Cabe señalar que «La Porteña» fue propiedad de la familia Güiraldes, donde el escritor Ricardo Güiraldes (1886-1927) se inspiró en sus estancias allí para escribir *Don Segundo Sombra* (1926) y fue declarada «Monumento Histórico Nacional» en 1999 por la CNMMLH (Decreto N° 1305/99).

funcionarios, y algunos vecinos involucrados en el desarrollo turístico de cada municipio, particularmente, cómo comenzó a implementarse, qué elementos se seleccionaron para crear los atractivos y cómo lograron posicionarse regionalmente.

3.1. San Antonio de Areco y la Tradición

San Antonio de Areco es conocida como «la Cuna de la Tradición» debido a la aplicación de una serie de políticas turísticas y patrimoniales que se viene desarrollando desde fines de la década de 1930 y que tienen continuidad hasta hoy. Desde la creación del Parque Criollo y Museo «Ricardo Güiraldes», la ciudad de San Antonio de Areco activó y convirtió en atractivos aquellos elementos (e.g. artesanías, folklore, tradición) que ya eran reconocidos y legitimados como símbolos de una versión identitaria nacional y que eran altamente valorizados (Blasco, 2013) como es la figura del gaucho, junto con la del escritor Ricardo Güiraldes. El desarrollo turístico se inició en esa ciudad en 1939. Asimismo, la creación del Día de la Tradición (Blache, 1979) se festeja el 10 de noviembre anualmente, y San Antonio de Areco es sede oficial nacional de la celebración. Este festejo, junto al Parque, son los mayores atractivos turísticos de la ciudad. Actualmente, cuenta con varios museos y servicios de alojamiento y gastronomía para sustentar la cantidad de visitantes que recibe anualmente. Sin embargo, el turismo continuó extendiéndose al resto del partido. Recientemente, sus otras localidades, Villa Lía, Duggan y Vaggues comenzaron a incorporarlo como una práctica económica complementaria. También existen emprendimientos privados de estancia que ofrecen alojamiento, shows, entre otros.

Como describen algunos funcionarios del área de turismo de San Antonio de Areco:

«Bueno yo creo que el posicionamiento era importante, ir acomodándose en el circuito. Yo interpretaba que Areco al estar en el corredor de los pueblos viejos de la provincia de Buenos Aires tenía una excelente oportunidad para ganar espacio, ¿por qué? Porque Areco no tiene un río como tiene San Pedro, te estoy hablando de un río en serio. O no tiene un circuito religioso como puede tener Luján, entonces ¿qué tiene Areco? Areco tiene la cultura criolla, la cosa criolla, eso que nos dejó Güiraldes o que sembró Güiraldes que derivó en la exposición de los artesanos, la primera muestra de artesanos del año '38 por ahí, el Museo. Una cosa fue llevando a la otra y bueno ahora estamos acá. Entonces ese patrimonio intangible⁹ no lo podemos perder hay que sacarle el jugo. (...) Se apuntó, o sea el turismo que proponíamos nosotros era el turismo cultural. (...) La cuestión criolla,

9 Históricamente se concebía el patrimonio cultural desde una estética monumental y desde su materialidad. Sin embargo, desde hace unas décadas comenzaron a surgir diferenciaciones entre el patrimonio material/inmaterial o tangible/intangible para valorar y reconocer aquellas manifestaciones como los saberes, celebraciones, por ejemplo. Si bien existen diversos criterios y formas de definirlo, desde UNESCO se creó la «Convención para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial» (2003), en el que se entiende que el patrimonio inmaterial (o intangible) es «todo aquel patrimonio que debe salvaguardarse y consiste en el reconocimiento de los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas transmitidos de generación en generación y que infunden a las comunidades y a los grupos un sentimiento de identidad y continuidad, contribuyendo así a promover el respeto a la diversidad cultural y la creatividad humana». Varios países siguen este lineamiento para definir este aspecto del patrimonio. Asimismo, muchos elementos que se asocian como componentes del «folklore» son actualmente valorizados e incorporados como parte del patrimonio intangible o inmaterial como se puede observar en los relatos de las entrevistas.

usos y costumbres, el tema gaucho, bueno todo lo que viene con la música, bueno, la cuestión intangible (...). Yo en algunas oportunidades he hablado con la gente de municipios vecinos y yo les decía «y ¿cuál es lo que identifica a tu pueblo?» y te dicen «bueno a lo mejor el río» claro, pero cambia la gestión y te cambian el tema (...). Seguimos sacando ventaja nosotros, porque si vos decís, a ver. Vos te vas a [menciona un partido de la región], acá al lado, es lo mismo que San Antonio de Areco, vos hablás con sus autoridades o hablás «decime cuál es la marca que caracteriza a [menciona el partido]» y dicen «la bandera». No, eso es un símbolo, yo estoy hablando de la marca, digo «cuál es lo que gira, lo que está encarnado en la comunidad». Acá armás un bailecito y te vienen todos a bailar, entonces quiere decir que está encarnado el asunto. Entonces si Mar del Plata es «la feliz» está clarísimo y está clarísimo y no lo puede sacar y Salta es «Salta la linda» y sabés a lo que se refieren cuando es «Salta la linda», Areco es «La Tradición»» (Entrevista 5, funcionario de turismo, 2012).

«...me parece que acá [San Antonio de Areco] está muy adentrado eso [la tradición] y es una marca de identidad, que en lo turístico también lo es ¿no? Con lo cual es como un básico para tener en cuenta (Entrevista 53, funcionario de turismo, 2013).

«... ¿quién fue más importante para la comunidad? El Doctor Smith, no cabe la menor duda, no Güiraldes. Pero el que nos dio la trascendencia universal, que seamos lectura obligada, no nosotros, pero a través del Segundo [Sombra], lectura obligada en cualquier universidad del mundo que estudia literatura latinoamericana. Eso nos jerarquiza y nos posiciona en un lugar que no lo tienen los pueblos del alrededor» (Entrevista 8, ex-funcionario de cultura, 2013).

Como el primer entrevistado menciona, se buscó desarrollar el tema de la tradición aprovechando los atractivos principales de San Antonio de Areco: el Parque Criollo y Museo Gauchesco «Ricardo Güiraldes» y la Fiesta de la Tradición. Además de realizar actividades en las que se active y difunda la figura del gaucho, de R. Güiraldes, y se reivindicó la música y bailes folklóricos sureros¹⁰ tradicionales, interpretado por sus artistas locales. Esta es una línea que se continúa como señala el segundo fragmento de entrevista. Esta fue la forma de diferenciarse regionalmente de otros partidos con los que comparten características históricas y paisajísticas similares. Por otro lado, si bien los vecinos entrevistados manifiestan diferentes formas de pensar y sentir la tradición muchos de ellos concuerdan en que es el elemento que destaca a San Antonio de Areco de otras localidades de la provincia de Buenos Aires:

«El patrimonio nuestro se revitaliza desde el año '39 cuando comienzan a encenderse los primeros fogones de la tradición. De ahí en más comienzan a interesarse por la fiesta de la tradición y eso va de a poquito, lentamente primero y después de forma acelerada, dispersándose a nivel nacional. A nivel zonal, nacional y mundial. Siempre con un estandarte, el libro de Ricardo Güiraldes. Eso trajo mucho turismo extranjero. (...) que acá en Areco se nutren para la tradición arriba de 15.000 personas. O sea que es una fiesta importante. Es una fiesta importante y no es una fiesta «de la empanada», es una fiesta que tiene un sabor a cultura» (Entrevista 19, vecina de San Antonio de Areco, 2013).

10 Los arequereros denominan al folklore (música y danzas) de la región pamepana-bonaerense como «surero» (e.g. huella, milonga).

«Entonces vos vas reforzando esa identidad que podía estar endeble por los cambios que traía el mundo y sobre todo Argentina, que no se respetan las tradiciones. Las reforzamos, ¿qué está mal? «esto, esto y esto» las cosas puntuales te estoy hablando y las transformamos en lo que era antiguamente. Entonces se reforzó esa personalidad, esa identidad» (Entrevista 27, artesano local y prestador turístico, 2013).

Si bien existen diferentes posturas y opiniones, varios entrevistados, sean vecinos, prestadores turísticos, artesanos y funcionarios municipales concuerdan que la «Tradición» fue y es el distintivo que les permitió posicionarse como producto turístico y logró consolidarse por la continuidad de sus políticas turísticas que vienen desarrollándose desde fines de la década de 1930. Y como menciona uno de los entrevistados, la fiesta de la tradición tiene «sabor a cultura» criticando las fiestas gastronómicas que se fueron promoviendo estos últimos años desde el gobierno bonaerense, manifestando de esta manera que San Antonio de Areco tiene sus atractivos consolidados y legitimados como tal.

Como se observa en las entrevistas, en este caso, las políticas implementadas por el gobierno provincial contribuyen a consolidar su título de «Cuna de la Tradición» al denominarlo en su folletería como «Santuario Gaucho» de la Provincia. Se puede decir entonces que en este caso sí existe un encuentro y articulación entre las políticas turísticas desarrolladas desde la municipalidad de San Antonio de Areco y la provincia de Buenos Aires. Ambas destacan, por un lado, la figura del gaucho y las tradiciones rurales de la región pampeana bonaerense. Por el otro, el crear una ruralidad idealizada de un tiempo pasado. San Antonio de Areco lo hace particularmente al buscar mantener y representar una ruralidad ganadera característica de 1926, como esta descrito en el libro *Don Segundo Sombra*.

3.2. Exaltación de la Cruz y su historia local

El partido de Exaltación de la Cruz, limita con San Antonio de Areco. A mediados de 1994, el casco histórico de su ciudad cabecera, Capilla del Señor, fue declarado «Bien de Interés Histórico Nacional» (BIHN) por la CNMMLH (Decreto Nacional N° 1648/1994). La Declaratoria generó, además de nuevas normativas vinculadas a la gestión y conservación de su patrimonio, un turismo incipiente en la ciudad que fue organizado y direccionado a través de políticas turísticas municipales (Pérez Winter, 2013c). Así lo indican los testimonios de dos funcionarios del área de turismo y cultura:

«Nosotros al estar en llanura pampeana competimos con casi 130 otros municipios que tenemos la misma llanura, pero lo que queremos diferenciar es esto, la historia y nuestra cultura que está muy ligada a un rubro de turismo, que es el turismo cultural. El turismo cultural lo trabajamos muy bien y con los años también se acopló el turismo rural, que es el aprovechamiento de los recursos llamados estancias (...). Entonces de ahí, el turismo necesariamente utiliza el recurso que es el patrimonio, como elemento diferencial frente a otras localidades. Nosotros con [San Antonio de] Areco nos unen nuestros orígenes como a nosotros nos une con Zárate y Campana que eran territorios nuestros en su momento, pero diferenciamos el producto turístico. Areco trabaja lo que es el gaucho y la tradición, nosotros trabajamos la historia y la cultura desde el punto de vista técnico. Nosotros no

promocionamos la figura del gaucho, promocionamos la escuela, un diario¹¹. Si bien entra dentro de lo que es ruralidad y provincia de Buenos Aires, pero es un factor diferenciado para no competir con el mismo producto porque Areco lo desarrolla muy bien y lo tiene muy bien establecido. (...) Capilla del Señor mantiene muy fuerte lo de las tradiciones, los ritos en los lugares, y el turismo puede acoplarse a eso. Puede generar un poco de recursos que se pueden destinar a que esa ganancia extra se aplique a la preservación patrimonial, pero de ninguna manera puede querer cambiar. Porque se extingue el recurso principal que es Capilla como «Bien de Interés Histórico Nacional» o «pueblo histórico» como se dice cariñosamente» (Entrevista 2, funcionario de turismo, 2011).

«Que no tenían mar, que no tenían montañas, que no tenían playa, sino que tenían que apelar a otros recursos para promocionar turísticamente. Capilla estaba muy bien posicionado por qué, porque era un pueblo en medio del campo con muchos edificios que hacían, viste que esto, de que se pudiera valorizar, ¿no? para la gente que venía de afuera. Y después, otra de las cuestiones que digamos eran importantes que ya habían acá, vuelvo a repetirte, era la historia» (Entrevista 3, funcionario de cultura, 2011).

Como el caso de San Antonio de Areco, se plantea la cuestión de carecer de algún elemento topográfico o hídrico que les permitiera desarrollar el turismo. Y el paisaje pampeano, si bien es valorizado, no se lo considera un atributo exclusivo de una localidad. Desde el inicio, la Dirección de Turismo y Cultura de Exaltación de la Cruz buscaron entonces elementos con los que pudieran competir regionalmente. Y decidieron promocionar su «historia y cultura». Es decir, su patrimonio local que ya estaba legitimado como tal al encontrarse detallado en la Declaratoria de «BIHN». Que luego se lo transformó en atractivo para generar un turismo cultural, en el cual Capilla del Señor fue definida como el lugar turístico del partido (Pérez Winter, 2013a).

Si bien algunos vecinos piensan que Capilla del Señor aún no ha encontrado una «identidad turística», los que sí consideran que la tiene la asocian a la valorización de su historia local (como los elementos que son mencionados en la declaratoria de «BIHN») y a sus espacios verdes públicos:

«...viene mucha gente de afuera. Porque te das cuenta por ejemplo en el paseo¹², los fines de semana, los feriados que días lindos que se llena de gente y gente que no es de acá» (Entrevista 38, vecina de Capilla del Señor, 2013).

«...el camping, el arroyo es lo mejor que tiene el pueblo. EL arroyo es lo mejor sí. Si porque después si, para que entienda que le interese la parte más antigua, la iglesia, esas cosas más históricas. Pero eso es para el entendido se me hace a mí» (Entrevista 12, vecino de Capilla del Señor, 2013).

11 La mayoría de los elementos enunciados en la Declaratoria son los que se promocionan como atractivos. Se indica que Capilla del Señor es uno de «los parajes» más antiguos de la provincia, mencionando otras características como sus dos estaciones de ferrocarril; su «entorno rural» de eucaliptos, casuarinas, tambos, estancias y chacaras; el cementerio del siglo XIX; la inauguración de la iglesia en 1865 que contó con la presencia del gobernador M. Saavedra; la creación de la primera escuela pública de la campaña bonaerenses en 1821 (que nombra el entrevistado); la primera imprenta; la edición del primer periódico de la provincia el «Monitor de la Campaña» de 1871 (este es otro elemento que aparece en la cita de la entrevista), entre otros (véase Decreto Nacional N° 1648/1994).

12 El entrevistado hace referencia al Paseo Arco Iris frente al arroyo de la Cruz que se encuentra en la entrada de la ciudad de Capilla del Señor.

Acá se puede observar que según el perfil del turista es lo que va a valorar más de la ciudad de Capilla del Señor. Según el segundo testimonio, la parte de la historia local de la ciudad es lo que estaría dentro del turismo cultural. Generalmente, el turista que adhiere a esta propuesta busca conocer la cultura y costumbre de la localidad receptiva y consumir productos diferentes a los encontrados en el turismo de masas. Y es la parte histórica la que los funcionarios de turismo y cultura buscan promover y destacar, en el que se coloca como atractivo su ya reconocido patrimonio local (Pérez Winter, 2013a).

Si bien Exaltación de la Cruz aprovecha ciertas iniciativas impulsadas por el gobierno bonaerense, las entrevistas a funcionarios de cultura y turismo dejan en claro la intención de no explotar la figura del gaucho porque San Antonio de Areco lo viene promoviendo hace décadas. En este caso se puede apreciar que la propuesta que Exaltación de la Cruz busca promover (su historia local) se ve diluida ante la representación de ruralidad pampeana bonaerense que promociona el Provincia. Aquí claramente hay un desencuentro y poca articulación entre lo que la municipalidad ofrece y lo que la Provincia intenta mostrar al mercado turístico.

3.3. Las expresiones folklóricas

Como muchos municipios de la Provincia, el folklore¹³ es un elemento común en ambas localidades, y en la región «Campo». En Exaltación de la Cruz, además de valorizar y mantener en la memoria a sus canta-autores locales, también se organizan celebraciones como la «Navidad Folklórica» (fin de semana anterior a navidad), el «Día Mundial del Folklore» (22 de agosto), el concurso musical «Exaltación canta» (14 de septiembre). Porque, como lo expresa un funcionario del área de turismo:

«Capilla tiene un patrimonio intangible de altísima calidad. No te olvides vos que [tiene] el segundo cancionero de Sudamérica. ... ya eso te da una dimensión para ponderar la riqueza del patrimonio intangible, en este caso musical. Es un trabajo que hizo el Instituto de Literatura (...) de la Universidad de la Plata. Hicieron un informe, detectaron la riqueza patrimonial musical y vinieron a relevarla y publicaron ese famoso cancionero que actualmente es una biblia para cualquier intérprete de música tradicional bonaerense. (...) Nosotros, esta es tierra de músicos maravillosos. Este caso que te decía que trasladamos los restos del músico ciego¹⁴, realmente marcó una etapa muy importante en Capilla del Señor, sobre todo porque él supo entender lo que fue la música tradicional bonaerense,

13 Desde el ámbito académico el término «folklore» ha ido cambiando. En Argentina, desde la conceptualización de Cortázar (1942) o de Vega (1960), se lo caracterizaba como un fenómeno: colectivo, tradicional, anónimo, oral, empírico, y que lo folk necesita de un cierto tiempo para constituirse como «auténtico», quedando además restringido al campesino analfabeto, de tradiciones ancestrales, sin acceso a la tecnología, entre otras cosas. Hoy por hoy, se concibe al folklore como un proceso de comportamiento social en el que intervienen diferentes grupos productores del ámbito rural o urbano, y la tradición ya no es pensada como mero legado inmutable y estático opuesta a la modernidad, sino como complementaria (Blache, 1991-1992). Sin embargo, algunas de las características de las anteriores concepciones aún son utilizadas por algunos funcionarios de Exaltación de la Cruz y San Antonio de Areco para definir el folklore de sus partidos. Por eso no llama la atención que varios entrevistados destaquen que sus intérpretes desconozcan el origen de los temas que ejecutan.

14 El entrevistado hace referencia a Marciano Montalvo quien nació en Capilla del Señor el 18 de julio de 1867. A los 5 años perdió la visión por causa de la viruela. Compuso varias piezas musicales de diversos ritmos: polca, chotis y mazurcas. Fue payador y podía ejecutar distintos instrumentos: guitarra, bajo, violín,

pero también dejarse influir por los inmigrantes. (...) Y todo eso dio como un folklore de Capilla del Señor que bueno, hoy es el que se cultiva y se canta en cualquier peña más allá de los cantos que son hitos o símbolos. Y te diría después de lo intangible es la memoria. En cuanto a la música me olvidé de decirte que la municipalidad a través de la Dirección de Cultura el año pasado [2010] hizo una tarea como de recopilación, la versión del siglo XXI del viejo cancionero, donde se digitalizaron autores e intérpretes locales y que realmente es un pedazo de la memoria de Capilla del Señor. Un trabajo que aún yo creo no ha sido valorado a nivel provincial y nacional. No todos los pueblos tienen tanta riqueza como para plasmar en uno y tenemos hasta 5 CDs con música propia de autores locales» (Entrevista 2, funcionario de turismo, 2011).

En esta entrevista se pone de manifiesto la importancia que tiene la música folklórica, particularmente en la ciudad de Capilla del Señor, y las diferentes actividades y eventos que se realizan para activarlo y difundirlo.

En San Antonio de Areco, en cambio, se busca:

«...que el pueblo sea protagonista. Nunca, nunca, en los 9 años, levanté un dedo para traer a alguien, a Tarragó Ros¹⁵. No, no, nosotros lo que vamos a promocionar es lo nuestro. Porque a Tarragó Ros, o lo que sea, lo van a ver a Buenos Aires en un teatro más cómodos con buenas butacas, con aires acondicionado con esto y lo otro. En cambio a Rufino Leguizamón¹⁶ no lo ven en ninguna parte solamente lo pueden ver en San Antonio de Areco y es un tipo que toca la verdulera desde que tiene 5 años y toca canciones que ni él sabe de dónde las sacó, ni él sabe de dónde salieron esas canciones. Entonces eso es lo que tiene que consumir, lo que tenemos que proponer nosotros al visitante, al turista que vea, así tenemos que vender nuestra cultura, ¿no? de otra forma. Después vienen los otros y te piden el escenario, los tachos con luces. O sea, eso está bueno para la gente de acá porque nunca los va a ver, entonces que venga uno cada tanto, pero no lo piensen con función turística porque es una mentira o un negocio» (Entrevista 5, funcionario de turismo, 2012).

Tras la muerte del artista Rufino Leguizamón en junio de 2013, varios vecinos de San Antonio de Areco lo recuerdan de esta manera:

«(...) yo digo «que triste ¿no?» Rufino pasa a convertirse en patrimonio intangible y ha tocado en las fiestas de la Tradición, ha tocado en un montón de lugares sin importarle el color político de turno, siempre participando, apoyando la institución, un tipo cuando vos decís «una maravilla de persona». (...) Obviamente, ¿quién lo conoce a Rufino?, en San Antonio de Areco y alguno un poquito más allá. Ha formado músicos y todo lo demás» (Entrevista 8, ex-funcionario de cultura, 2013).

En ambos partidos existieron y existen artistas locales que son valorados, recordados y homenajeados y se activan elementos del folklore bonaerense (danzas y músicas), aunque

acordeón, entre otros. Fue el organista oficial de la iglesia local desde 1887 hasta su muerte y director de la banda de música. Falleció el 21 de noviembre de 1944.

15 Tarragó Ros es un representante de la música folklórica a nivel nacional en Argentina.

16 Rufino Osmildo Leguizamón nació en San Antonio de Areco el 13 de septiembre de 1930. A sus 15 años se mudó a la ciudad cabecera donde aprendió a tocar la guitarra y la verdulera. Tocó con varios artistas locales y difundió la música folklórica bonaerense. Fue un artista muy homenajeados y reconocido en San Antonio de Areco. Falleció el 11 de junio de 2013.

en Exaltación de la Cruz aparecen artistas no locales y se exponen otros géneros que no sean representativos de la región pampeana. San Antonio de Areco es un poco más localista en ese sentido. No obstante, ambos buscan, a través de la organización de eventos, celebraciones y homenajes, continuar difundiendo el «patrimonio intangible» que poseen, más allá del tipo de producto turístico que cada municipio desarrolla.

4. LA «1° FIESTA REGIONAL DEL DÍA INTERNACIONAL DEL FOLKLORE»

En 2009, la Dirección de Folklore de la Provincia, a cargo de Miriam Farías Gómez, decidió organizar la «1° Fiesta Regional del Día Internacional del Folklore», como parte de las políticas turísticas que se vienen desarrollando. El objetivo, según Juan Carlos D' Amico, que en ese momento era el presidente del Instituto de Cultura de la provincia de Buenos Aires, era: «...darle impulso al folklore a través de nuestro apoyo a las fiestas regionales que representan nuestra identidad provincial» (Prensa provincia de Buenos Aires, 2009). Para esa ocasión se eligió a la ciudad de San Antonio de Areco. Un festejo que en el partido no se encuentra entre sus celebraciones oficiales, pero que sí lo era de la ciudad de Capilla del Señor. En este testimonio de un funcionario de cultura de Exaltación de la Cruz se expresa la relevancia de ese festejo en la localidad:

«... acá se hacía por ejemplo, una de las cosas que me acuerdo el «Día Mundial del Folklore» que implicaba la declaratoria del «Interés Municipal», ¿no es cierto?, como una distinción a un acontecimiento muy importante que entonces el municipio invertía cualquier cantidad de dinero. Culminaba con un artista importante esa jornada que era un día domingo cerca del, por el veinte, veinte y pico de agosto. Por allí se hacía esa fiesta, y estaba declarada de «Interés Municipal». Buscamos la declaratoria de «Interés Municipal» porque es una celebración ¿no?» (Entrevista 1, funcionario de cultura, 2011).

Haber elegido a la ciudad de San Antonio de Areco para realizar ese evento generó disconformidad entre los funcionarios de Exaltación de la Cruz:

«... yo por eso dejé de hacer las Fiesta del Folklore porque la vez que la Provincia dijo «voy a poner dinero y espectáculo para la Fiesta del Folklore», la hizo en [San Antonio de] Areco. Sabés yo cómo me puse. No, ahí dije no la hago nunca más. La llamé a Marián Farías Gómez, la Directora de Patrimonio, que en ese momento era la Directora de Folklore y le dije «vos estás auspiciando algo que no existe». Y el gobernador me dijo que hiciera algo por el día de la Tradición. Claro, «Tradición-Areco», esa cosa también, así de cortedad [haciendo gesto de algo pequeño]. Areco no es solo la Tradición y no nos equivoquemos con eso. Acá durante años yo banqué una fiesta por el día del Folklore, y nadie me lo reconoció. Le mandé todas las cosas a la Directora de Folklore en su momento y ahora Directora de Patrimonio y le digo «mirá acá...» (Entrevista 1, funcionario de cultura, 2011).

El entrevistado expresa un descontento ante la acción del gobierno bonaerense, no por incentivar la creación de celebraciones regionales, sino por la desconsideración de otras localidades que tal vez no tienen una representación turística tan instalada y reconocida, pero que en el caso de Exaltación de la Cruz, viene organizando y celebrando ese festejo durante años. Un festejo que de alguna manera, en conjunto con otras acciones y activaciones, valoriza y difunde los elementos, sujetos y manifestaciones folklóricas que

caracterizan a ese partido y que se reconoce como un festejo importante y tradicional de ese municipio. Por otra parte, pone de manifiesto que las representaciones y discursos turístico-identitarios de una localidad terminan definiendo su imagen, como en el caso de San Antonio de Areco en el que se lo asocia con la tradición, el folklore, y la figura del gaucho. Por lo tanto, todo aquello que se vincula con estos términos, parece ser directamente direccionado a este partido. La imagen, o el producto turístico que San Antonio de Areco promociona se encuentra tan consolidado que los municipios lindantes parecen no tener oportunidad de mostrar y visibilizar, aunque sea con propuestas similares o diferentes, aquellos atractivos que se relacionen con lo folklórico u otra manifestación-elemento a fin.

Asimismo, el festejo de la «1° Fiesta Regional», fue vivenciado por algunos funcionarios de turismo y cultural de San Antonio de Areco de la siguiente manera:

«El día Internacional del Folklore. Yo se lo puedo decir con una mano en el corazón. Eso, eso para mí fue un «blef». Me parece que había que rellenar una fecha ahí y le pusieron la fecha a Areco. Nosotros, funcionarios, nos enteramos de la fiesta Internacional del Folklore, una cosa así, creo que una semana antes y tuvimos que armar un todo de golpe. (...) [D]espués aparecía en un ámbito como en Güiraldes [Museo] que se cuida mucho. O sea, que en el Güiraldes no se pueden tocar instrumentos eléctricos, no se puede tocar bombos (...). O sea, solamente la pureza digamos, tradicional. Y nos dijeron que se iba a respetar eso y cuando llegó el momento apareció un muñeco de Mafalda¹⁷ y apareció...y decíamos «pero esto es una cosa muy rara»... O sea, esto lo tuvieron que, lo inventaron de golpe para llenar un almanaque, una estadística. Entonces una pena. (...) Acá tuvimos en agosto sino me equivoco eso de la fiesta del folklore que nos mirábamos así entre todos y decíamos «¿qué es esto?» Porque ni siquiera lo teníamos en el calendario turístico. Nosotros que éramos muy puntillosos a la hora de armar el calendario mensual...» (Entrevista 5, funcionario de turismo, 2012).

«... [F]ue en la zona de la matera en el Parque Criollo. Estuvo Yamila Cafrune cantando, si un escenario un poquito más grande, casi al ras del piso, fue en el mes de agosto. Hubo participación, pero no te puedo decir que fue desbordante la participación. El título suena muy rimbombante, pero no es una cosa que tuvo difusión. Vino Marián Farías Gómez que es del área de cultura. Estaba en ese momento D' Amico que era el presidente del Instituto Cultural de la Provincia de Buenos Aires. Sí, digamos hubo una participación, pero si te digo que en todo el movimiento hubo 500 personas y capaz que hubo ese número. (...) [En San Antonio de Areco] sí se festeja el día del folklore, pero por ahí tiene más que ver con el día de la fundación de la Escuela Municipal de Danzas de acá. O tal vez se vuelca más toda la energía con la fiesta de la Tradición y todo entra alrededor de eso. No me acuerdo cuál es la fecha del Día del Folklore. Pero no, no es una cosa que hasta ahora haya estado en la agenda cultural del municipio ni nada. (...) Y tampoco fue algo así como ¡uh qué éxito! viste. (...) Yo creo que no cumplió las expectativas de la Provincia para nada» (Entrevista 8, ex-funcionario de cultura, 2013).

Estos extractos de entrevistas muestran que en San Antonio de Areco se organizó un festejo que no es propio de la localidad, aunque sus representaciones turísticas y culturales

17 Mafalda es un personaje de historieta argentino muy conocido creado por Quino.

estén vinculadas a difundir y valorizar el folklore, pero de un tipo particular: músicas, danzas sureras (bonaerenses) interpretado por sus artistas locales. De hecho, como menciona un entrevistado, festejan el día del Folklore pero asociado a la fundación de la escuela local de danzas. Además, se llevó a cabo en un espacio en el que existen pautas de lo que está y no está permitido realizar. En este caso, la representación turística que existe en torno a San Antonio de Areco es el resultado de los enfrentamientos entre la lógica turística-comercial y la lógica identitaria. Se simplifica una imagen de lo que San Antonio de Areco es, cuándo lo que promocionan como patrimonio y atractivo es más complejo y local, y además se desconsideran los otros municipios que la propia Provincia las expone como lugares donde «participar de fiestas tradicionales y presenciar espectáculos folklóricos como la doma, la yerra, los fogones y guitarreadas» (Folleto «Tierra de Gauchos») y que «todas las ciudades y pueblos de la Provincia de Buenos Aires se muestran a través de sus fiestas populares» (Folleto «Guías de Fiestas Populares»).

Por lo tanto, en la Provincia también existen algunos desencuentros en sus propias iniciativas turísticas. Ya que busca incluir a la mayor cantidad de municipios para diversificar sus ofertas y promover el turismo en localidades donde no existe o está en desarrollo y termina por elegir para el evento, no solo un destino consolidado dentro de la región, sino uno en el que nunca había organizado ese festejo. Sobre todo si se considera que la región «Campo», que se caracteriza por ofrecer la parte «rural» de la provincia, participan 24 partidos, entre los cuales se encuentra Exaltación de la Cruz. Por otra parte, la «Fiesta Regional de Folklore» iba a instalarse como un evento fijo dentro del calendario turístico provincial, pero según los entrevistados no tuvo continuidad.

5. CONSIDERACIONES FINALES

Como se expuso en este artículo, desde hace dos décadas se inició un proceso de turistificación en la Provincia que tomó fuerza a partir de la incorporación de D. Scioli como gobernador. A través de las políticas turísticas implementadas, se seleccionaron elementos que son colocados como atractivos, que algunos además ganaron el reconocimiento de ser «Interés Turístico Provincial», y otros también llegaron a ser declarados patrimonio (provincial o nacional). Estos procesos, que impulsa la Secretaría de Turismo provincial, con la adherencia de casi la totalidad de los municipios que participan de alguna manera en las diferentes iniciativas, contribuyen a construir un discurso identitario de la Provincia como «tierra de gauchos». De esta forma, se promueve una ruralidad pampeana bonaerense de carácter esencialista e idealizado, estableciendo relatos de un pasado rural ligado, no solo a la figura del gaucho, sino también a determinadas colonias de inmigrantes, dejando de lado otros sujetos y elementos que también forman parte de la historia rural argentina y bonaerense (Pérez Winter, 2013b; Pérez Winter y Zusman, 2014). Aunque estos relatos, atractivos y patrimonios pueden contar con el apoyo de expertos, técnicos, académicos y de los gobiernos y comunidades locales, no garantiza que no se produzcan situaciones de tensión y conflicto. Particularmente, cuándo se cuestiona cómo se está activando el patrimonio, a quiénes está representando, y cómo la mercantilización, a través del turismo, puede llevar a la banalización de su patrimonio (Prats, 2006, 2011).

De lo expuesto en el trabajo, cabe señalar algunas reflexiones. Exaltación de la Cruz y San Antonio de Areco aprovechan varias instancias de promoción de sus partidos (e.g. registro de festejos y estancias, participación en la FEBATUR). Empero en el caso de Exaltación, no hay una articulación entre lo que el municipio intenta promover (Capilla del Señor como «Pueblo Histórico» urbano y de «cultura brillante» en el que se distancia de la figura del gaucho) y lo que propone la Secretaría de Turismo en la región «Campo» y las folleterías mencionadas. En relación a la «Fiesta Regional del Folklore», no cumplió con las expectativas y dejó en evidencia los problemas recién planteados. Además de no haber respetado los lineamientos establecidos por San Antonio de Areco, y haber provocado la disconformidad de los funcionarios de una localidad en la que la fiesta del «Día Mundial del Folklore» ya era tradicional. Para finalizar, algunas de las acciones del gobierno bonaerense ayudan a desenvolver el turismo en los diferentes municipios, aunque las representaciones de aquellos que ya tienen un turismo y una imagen consolidada, de alguna manera dificultan la visibilidad de aquellos que están comenzando a desarrollarlo y posicionarse regionalmente como se mostró en los casos analizados.

Se espera entonces que en las gestiones futuras se logre articular mejor las políticas turísticas que los municipios buscan implementar con aquellas que la Provincia quiere incentivar para que se produzcan más encuentros que desencuentros y de esa manera aunar y aprovechar de manera más efectiva los recursos locales y provinciales.

6. AGRADECIMIENTOS

Agradezco a las Dras. Mónica Rotman y Perla Zusman por el apoyo y sugerencias, a los funcionarios de Turismo y Cultura y vecinos de Exaltación de la Cruz y San Antonio de Areco por su participación en las entrevistas y a los evaluadores anónimos que gracias a sus sugerencias se mejoró la exposición del trabajo presentado.

BIBLIOGRAFÍA

- ALMIRÓN, A., BERTONCELLO, R. y TRONCOSO, C. (2006): «Turismo, patrimonio y territorio. Una discusión de sus relaciones a partir de casos de la Argentina», *Estudios y Perspectivas en turismo*, vol. 15, n° 2, pp. 101-124.
- BARROS, C. (1999): «De rural a rururbano: transformaciones territoriales y construcción de lugares al sudoeste del área metropolitana de Buenos Aires», en *Scripta Nova*, vol. 45, n° 4, 20 de septiembre de 2013. Universidad de Barcelona Disponible en <http://www.ub.edu/geocrit/sn-45-52.htm>.
- BELL, D. (2006): «Variations on the Rural Idyll», en *Handbook of Rural Studies*. Londres, pp. 149-160.
- BERTONCELLO, R. (2006): «Turismo, territorio y sociedad. El «mapa turístico de la Argetina»», en *América Latina: ciudades, campo e turismo*. Buenos Aires, pp. 317-336.
- BERTONCELLO, R., CASTRO H., Y ZUSMAN, P. (2003): «Turismo y patrimonio: una relación puesta en cuestión», en *Procesos Territoriales en Argentina y Brasil*. Buenos Aires, pp. 277-291.

- BLACHE, M. (1979): «Dos aspectos de la tradición en San Antonio de Areco», *Folklore Americano*, n° 27, pp. 163-194.
- BLACHE, M. (1991-1992): «Folklore y nacionalismo en la Argentina: su vinculación de origen y desvinculación actual», *Runa*, vol. XX, pp. 69-89.
- BLASCO, M. E. (2013): «El peregrinar del gaucho: del Museo de Luján al Parque Criollo y Museo Gauchesco de San Antonio de Areco», *Quinto Sol*, vol. 17, no 1, pp. 1-22.
- BRUNER, E. (2001): «The Maasai and the Lion King: authenticity, nationalism, and globalization in African tourism», *American Ethnologist*, vol. 28, n° 4, pp. 881-908.
- CHAMOSA, O. (2012): *Breve historia del folclore argentino. 1920-1970: identidad, política y nación*. Buenos Aires, Edhasa.
- CRAVIOTTI, C. (2007): «Tensiones entre una ruralidad productiva y otra residencial: El caso del partido de Exaltación de la Cruz, Buenos Aires, Argentina», *Economía, sociedad y territorio*, vol. VI, n° 23, pp. 745-772.
- GORENSTEIN, S., NAPAL, M. y OLEA, M. (2007): «Territorios agrarios y realidades rururbanas. Reflexiones sobre el desarrollo rural a partir del caso pampeano bonaerense», en *Eure*, vol. XXXIII, n° 100, pp. 91-113, 23 de septiembre de 2013. Pontificia Universidad Católica de Chile. Disponible en <http://www.scielo.cl/pdf/eure/v33n100/art06.pdf>.
- HARVEY, D. (1998): «Comprensión espacio-temporal y condición posmoderna», en *La condición de la posmodernidad. Investigación sobre los orígenes del cambio cultural*. Buenos Aires, pp. 314-339.
- HERNÁNDEZ, F. (2009): «Urbanizaciones privadas en América Latina, los 'guetos' del Siglo XXI. El caso del crecimiento de countries y barrios privados en la costa atlántica argentina», en *12 Encuentro de Geógrafos de América Latina*, Montevideo. Disponible en <http://egal2009.easyplan-ners.info/>.
- HIERNAUX NICOLAS, D. (2002): «Turismo e imaginarios» en *Imaginarios sociales y turismo sostenible*. FLACSO, Costa Rica, pp. 7-36.
- INDEC. 2010. Instituto Nacional de Estadística y Censos. Disponible en: http://www.censo2010.indec.gov.ar/CuadrosDefinitivos/P1-P_Buenos_Aires.pdf.
- MACCANNELL, D. (1973): Staged authenticity: arrangements of social space in tourist settings», *American Journal of Sociology*, vol. 79, no 3, pp. 589-603.
- MONTALDO, G. (1993): *De pronto, el campo. Literatura argentina y tradición rural*. Buenos Aires, Viterbo.
- PASTORIZA, E. (2011): *La conquista de las vacaciones. Breve historia del turismo en Argentina*. Buenos Aires, Edhasa.
- PÉREZ WINTER, C. (2013a): «Patrimonialización, turistificación y Autenticidad en Exaltación de la Cruz, provincia de Buenos Aires», *Estudios y Perspectivas en Turismo*, vol. 22, n° 4, pp. 785-804.
- PÉREZ WINTER, C. (2013b): «Patrimonio y Turismo rural en Argentina: Exaltación de la Cruz, un caso del campo bonaerense», *Investigaciones Turísticas*, n° 6, pp. 47-70.
- PÉREZ WINTER, C. y ZUSMAN, P. (2014): «Touristification and cultural heritage in the Pampas. New ruralities and idyllic stories of rural areas in the province of Buenos Aires Argentina», en *Rural Tourism, an International Perspective*. Newcastle, (en prensa).

- PRATS, L. (2011): «La viabilidad turística del patrimonio», en *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, vol. 9, no 2, pp. 249-264, 21 de septiembre de 2013. Universidad de la Laguna. Disponible en http://www.pasosonline.org/Publicados/9211/PS0211_03.pdf.
- PRATS, L. (2006): «La mercantilización del patrimonio: entre la economía turística y las representaciones identitarias», *PH Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico*, vol. 58, pp. 72-80.
- PRENSA PROVINCIA DE BUENOS AIRES. Nota publicada el 19 de agosto de 2009 en la página oficial del gobierno de la provincia de Buenos Aires. Disponible en <http://www.prensa.gba.gov.ar/nota.php?idnoticia=5919>.
- PRIETO, A. (1988): *El discurso criollista en la formación de la Argentina moderna*. Buenos Aires, Sudamericana.
- QUESADA ARAMBURÚ, J. y CADELLI, E. (2012): «Hacia una caracterización de los municipios bonaerenses. Ministerio de Economía». *La Plata, Argentina, Dirección Provincial de Estudios y Proyecciones Económicas*. Disponible en http://www.ec.gba.gov.ar/areas/estudios_proyecciones/documentos/Hacia%20una%20clasificaci%C3%B3n%20de%20los%20municipios%20bonaerenses.pdf.
- RAMIREZ, L. (2008): «Desarrollo, sustentabilidad y turismo. Balance y armonía o conflicto y pragmatismo», en *Actas de las X Jornadas Cuyanas de Geografía*, Mendoza.
- RATIER, H. (2002): «Rural, ruralidad, nueva ruralidad y contraurbanización. Un estado de la cuestión», *Revista de Ciencias Humanas*, vol. 31, pp. 9-30.
- ROTMAN, M. (2009/2010): «El campo patrimonial: procesos de configuración y problematización de alteridades», *Memória e Patrimônio: ensaios sobre a diversidade*, vol 1, n° 1, pp. 22-42.
- SÁNCHEZ, J. (1985): «Por una geografía del turismo de litoral. Una aproximación metodológica», *Estudios Territoriales*, vol. 17, pp. 103-122.
- SANTANA TALAVERA, A. (2002): «Mirar y leer: autenticidad y patrimonio cultural para el consumo turístico», en *6º Encontro Nacional de Turismo Como base local*. Universidade de Santa Cruz do Sul.
- SILVERMAN, H. (2011): *Contested Cultural Heritage. Religion, Nationalism, Erasure, and Exclusion in a Global World*. New York, Springer.
- SVAMPA, M. (2010): *El dilema argentino. Civilización y barbarie*. Buenos Aires, Taurus.
- TRONCOSO, C. (2012): *Turismo y patrimonio en la Quebrada de Humahuaca. Lugar, actores y conflictos de un destino turístico argentino*. Colección Pasos edita n° 9. Tenerife, Pasos.
- TRONCOSO, C. y ALMIRÓN, A. (2005): «Turismo y patrimonio. Hacia un relectura de sus relaciones», *Aportes y Transferencias*, vol. 1, n° 9, pp. 56-74.
- ZUSMAN, P. (2011): «La (re) invención de las imágenes de la pampa argentina. De los paisajes pictóricos a los paisajes preformativos», en *Coloquio Internacional Paisaje y territorio*. Una visión desde la geografía humana, México.

