

Flores, F. Rebottaro, A. 2016. El “otro” Luján turístico. El caso de Carlos Keen, *Revista del Departamento de Ciencias Sociales*, Vol. 3 Nro. 1:214-234

EL “OTRO” LUJÁN TURÍSTICO. EL CASO DE CARLOS KEEN.

Fabián Claudio Flores (CONICET-UNLu)

Alan Ignacio Rebottaro (UNLu-CIN)

Departamento de Ciencias Sociales

Universidad Nacional de Luján

licfcflores@gmail.com; alanrebottaro@gmail.com

RESUMEN

El partido de Luján ha ido consolidando a través del tiempo un perfil turístico monolítico fundado en el turismo religioso. Este sistema hegemónico fue resultado de complejos y disímiles procesos de producción espacial de larga data que terminaron imponiendo discursos e imágenes que se plasmaron en la hierópolis argentina por excelencia.

Paralelo a esto, las políticas de promoción turística del municipio reforzaban estos imaginarios, complementando lo religioso con algunas pocas alternativas secundarias.

En los albores de este siglo XXI, el panorama comenzó a diversificarse y entre las ofertas turísticas lujanenses emergió el del turismo rural como alternativa novedosa en un esquema que salía del centro de la ciudad y sumaba a las aglomeraciones rurales del partido.

Nos interesa especialmente analizar el caso de la localidad de Carlos Keen y su posicionamiento como polo turístico emergente. En el artículo analizaremos desde una perspectiva metodológica cualitativa, las particularidades de este proceso de posicionamiento del lugar como “otra” alternativa al turismo religioso dominante en Luján.

Palabras claves: turismo, ruralidad, atractivos turísticos, geografía cultural.

Abstract:

Over the years, Luján township has been consolidating a monolithic tourist profile based on religious tourism. This hegemonic system was the result of complex and dissimilar ancient spatial production processes which imposed speeches and images that were embodied in argentinian hieropolis.

At the same time, municipal policies to promote tourism strengthened them, complementing the religious with few secondary alternatives.

At the dawn of this century, the picture began to diversify and among lujanenses tourist offering emerged rural tourism as a new alternative in a scheme that left the city center and added the rural agglomerations.

We are especially interested in analyzing the case of the town of Carlos Keen and its positioning as an emerging tourist destination. In this article, we analyze from a qualitative methodological perspective the specifics of this process, positioning the site as "other" alternative to the dominant religious tourism in Luján.

Keywords: tourism, rurality, tourist attractions, cultural geography.

Introducción:

El partido de Luján ha ido consolidando a través del tiempo un perfil turístico monolítico fundado en el turismo religioso. Este sistema hegemónico fue resultado de complejos y disímiles procesos de producción espacial de larga data que terminaron imponiendo discursos e imágenes que se plasmaron en la hierópolis argentina por excelencia.

Paralelo a esto, las políticas de promoción turística del municipio reforzaban estos imaginarios, complementando lo religioso con algunas pocas alternativas secundarias como la visita a sitios históricos relacionados al pasado colonial de la ciudad (Complejo Museográfico Udaondo que incluye el Museo Colonial e Histórico y el Museo de Transporte, la Casa de Ameghino) y la valorización de la ribera del río Luján.

En los albores de este siglo XXI, el panorama comenzó a diversificarse y entre las ofertas turísticas lujanenses emergió el del turismo rural como una alternativa novedosa en un esquema que salía del centro de la ciudad (donde se concentraba la mayor parte de los atractivos en torno al llamado “Eje histórico-basilical”) y sumaba a las aglomeraciones rurales del partido.

En este sentido, la localidad rural de Carlos Keen pasó a constituir una de las nuevas ofertas turísticas del municipio vinculadas a los circuitos gastronómicos, posicionando al lugar como “otra” alternativa al turismo religioso dominante en Luján.

Carlos Keen cuenta con 550 habitantes aproximadamente y se encuentra a 13 Km. de la ciudad cabecera del partido, y a 83 Km. de la Capital Federal.

Figura 1. Localidad de Carlos Keen (Luján).



Fuente: elaboración propia sobre la base de Google Earth.

Su origen, al igual que otras tantas aglomeraciones de la zona pampeana, se vincula al asentamiento de población rural en el marco del modelo agroexportador de fines del siglo XIX y, sobre todo, con la instalación del ferrocarril Oeste de Buenos Aires que unía Luján con Pergamino, y luego el ramal a San Antonio de Areco.

En el espacio rural circundante, la población dispersa desarrollaba las actividades en torno a la ganadería ovina, con una notable participación de inmigrantes irlandeses, sobre todo desde mediados del siglo XIX. Si bien, ya desde la década de 1870 comienza a haber un retroceso de los lanares en toda la zona pampeana, hasta fines de esa centuria la cría de ovinos fue una constante en toda la región en cuestión.

Dos componentes van a ser la clave de su crecimiento: el ferrocarril y la inmigración. El ferrocarril dinamizó el territorio y, luego de la instalación de la estación de Carlos Keen en 1881, se aceleró y acrecentó el contacto con otras regiones permitiendo una mayor circulación de mano de obra hacia las zonas rurales y el traslado de la producción hacia el centro exportador.

El componente migratorio fue notable, sobre todo por su aporte al crecimiento demográfico de la localidad. Predominaron los inmigrantes italianos (casi la cuarta parte de la población de Carlos Kenn hacia 1895), seguidos por los españoles y algunos cuantos franceses que se integraron a la estructura social, productiva y territorial de distintas formas, respondiendo a diferentes estrategias y utilizando las redes pre y pos migratorias en las que se hallaban inmersos (Ceva, Marquiegui, 2004)¹.

¹ El correlato territorial de todos estos ingredientes fue el aumento de población de la localidad y su afianzamiento como lugar. De sus 300 habitantes de 1888, se pasó a 430 (a los que debemos sumarle unos 560 censados como población rural dispersa) hacia 1895 en el marco del 2º Censo Nacional de Población y

El auge de la aglomeración rural se alcanza en la última década del siglo XIX y las dos primeras décadas del siguiente, cuando en el marco de la consolidación agrícola, el núcleo experimenta sus mayores transformaciones materiales y simbólicas.

Las representaciones espaciales erigidas desde la prensa local y desde el estado municipal vinculaban a la localidad como “símbolo del progreso”, como “el adalid del crecimiento”, “el modelo a seguir”; imaginarios construidos y reproducidos a través de los espacios de representación (Lefebvre, 1991) que dotan al sitio de una fuerte carga simbólica e identitaria, esto es: lo constituyen en tanto lugar (Massey, 2007).

Mediando la década de 1930, un conjunto de factores emergentes en todas las escalas (mundial, nacional, local) se conjugarían para iniciar el proceso de estancamiento y posterior despoblamiento de la localidad².

Las últimas décadas del siglo pasado fueron épocas de grandes transformaciones en las zonas urbanas y rurales de la Argentina en el marco de la aplicación de las políticas neoliberales. Nuevos fenómenos y lógicas espaciales invadieron los bordes entre las ciudades y el campo. Estas dinámicas novedosas consolidaron formas rururbanas de habitar y experimentar el espacio.

En la Argentina neoliberal de los años 1990, la neorruralidad adquirió varias aristas: desde el repoblamiento selectivo con habitantes de la ciudad en nuevas formas de residencia periféricas (casas de fin de semana, countries, chacras, barrios cerrados, etc.), micro emprendimientos productivos no convencionales (apicultura, lombricultura, cunicultura, cultivos específicos, etc.), grandes inversiones de empresas extranjeras hasta la puesta en valor del patrimonio natural, cultural de las zonas rurales en pos del turismo rural.

En este contexto de transformaciones, la localidad rural de Carlos Keen experimenta muchas de las experiencias espaciales de la década. Pasa del abandono sistemático y el despoblamiento, a un proceso de repoblamiento selectivo y refuncionalización de las estructuras materiales y simbólicas generando nuevos procesos de “lugarización”.

La patrimonialización y construcción de un nuevo polo turístico local irrumpen en la cartografía de los atractivos turísticos lujanenses modificando los destinos y nichos turísticos que el municipio ofrece en su abanico de posibilidades. El turismo rural, con polo

Viviendas. En 1902 el Censo Municipal registra una población de 650 personas y en el Censo Nacional de 1947 eran de 520 pobladores.

² Tres son los factores centrales que se produce un retroceso de la producción rural y la mano de obra disponible en las zonas rurales, por otro lado, la redefinición del sistema de circulación que prioriza el transporte vial en detrimento del ferrocarril dejará sus huellas en la localidad (A partir de 1934 disminuyó la frecuencia de trenes de pasajeros y cargas, lo que significó un fuerte impacto para la comunidad, que años más tarde, hacia década del 1970 vio cerrar definitivamente la estación con la suspensión total del servicio. Paralelamente se extendió la red vial y se construyó el nuevo recorrido de la ruta nacional N°7 hacia mediados del 1930) y además, hay que tener en cuenta que otro factor que colaboró con la emigración de la población fue la apertura de la Algodonera Flandria en la localidad de Jaureguí (Partido de Luján). Su inauguración hacia 1928 dio origen a una inmensa demanda de mano de obra, siendo así que muchos pobladores de esta localidad no dudaron en radicarse junto a la nueva fuente de trabajo.

gastronómico para escapadas de fin de semana será la alternativa viable a “otro” turismo por fuera del clásico y consolidado turismo religioso del partido de Luján.

2. Estado de la cuestión:

Los estudios del fenómeno turístico desde una perspectiva espacial se han ido incrementando a partir de las dos últimas décadas y mediante la incorporación de una mirada egocéntrica centrada en los sujetos (prácticas, representaciones, experiencias, memoria) y en los escenarios turísticos.

En principio, creemos conveniente posicionarnos en entender el turismo como una práctica social que implica el desplazamiento de sujetos por un período de tiempo relativamente limitado hacia otros destinos no relacionados con su cotidianidad y cuya motivación principal -aunque no la única- es el ocio. Este hecho turístico está motivado por la presencia, en los sitios de destino de ciertos rasgos que tienen la característica de ser fijos, es decir que no pueden ser trasladados al sitio donde vive habitualmente el turista, sino que es éste quien debe movilizarse (Kuper, Bertoncello, 2008). La construcción de esos rasgos en atractivos turísticos es resultado de un proceso complejo, en el que interactúan muchos sujetos sociales con diferentes intereses en el marco de relaciones de poder.

Las prácticas turísticas entonces, conectan espacios, actores, representaciones, y si bien implican un impacto económico en las zonas donde se pone en valor el atractivo, también modifican otras esferas como las sociales y culturales y, por sobre todas, las cosas redefinen los lugares.

En nuestra perspectiva nos interesa centrarnos puntualmente en este aspecto, que refiere a cómo la implementación del proyecto de turismo en torno a la aglomeración de Carlos Keen redefine a la localidad en cuanto a lugar. Ese proceso de reelaboración del lugar –ahora devenido en burbuja turística (Remy, 1998)- se enmarca en los cambios ocurridos hacia la década de 1990 cuando se organizan los primeros pasos del proyecto de puesta en marcha de la turistificación. Este entramado implica la participación de sujetos locales y extralocales, entre ellos el Estado (en varias escalas) que operan, desde distintos ángulos y respondiendo a intereses no siempre convergentes, que generan tensiones.

Por otra parte, el incipiente éxito del fenómeno turístico carloskeniano, también implica la reelaboración material y simbólica del espacio local en pos de construir un perfil turístico apoyado en imaginarios que son edificados desde adentro, pero también desde afuera; esto es de los emprendedores turísticos, publicaciones especializadas en turismo, la prensa, los propios visitantes, etc. Estas imágenes rescatan el pasado ferroviario y su identidad como lugar rural y escenifican un sitio ideal donde el habitante urbano (con solo una escapada de poco tiempo) puede vivir la experiencia auténtica (MacCannell, 2003) del campo. Esto involucra un conjunto de prácticas, donde el consumo gastronómico ocupa un rol importante, pero no es la única.

Coincidimos con Joan Nogué y Abel Albet (2004) que en estos modelos de turismo posmoderno y posindustrial, los lugares –y no sólo lo que allí se hace o se vende- se

convierte en mercancía (Nogué, Albet, 2004: 191). Éstos no solamente son el sitio donde consumir, sino que el mismo es posible de ser consumido a través de una tematización del paisaje que “implica la negación de lo auténtico y una definitiva mercantilización de los lugares” (García Ballesteros, 2000: 33).

Orientados por las perspectivas anteriormente descriptas y apostando a un enfoque interpretativo sustentado en herramientas cualitativas, el artículo se propone explorar el proceso de transformación espacial de Carlos Keen y su construcción como alternativa turística novedosa a los circuitos turísticos tradicionales del partido de Luján.

3. Materiales, datos y métodos

Sostenemos una metodología cualitativa que permita interpretar y comprender los procesos socio-territoriales mencionados desde una perspectiva interdisciplinaria de raíz espacial.

En este sentido, el esquema de un análisis geográfico de tinte cultural nos sitúa desde una serie de presupuestos que giran en torno a la idea de que el espacio -y los lugares en este caso- son socialmente producidos, históricamente concebidos, vividos, sentidos, experimentados; algo así como lo que Henri Lefebvre (1991) definió como las tres componentes de la producción espacial: *las prácticas espaciales* vinculadas con las experiencias cotidianas del espacio, *las representaciones del espacio*, o sea el espacio organizado desde las instituciones, sus líderes, los discursos sobre el territorio, y *los espacios de representación* emparentados con los componentes simbólicos que son extraídos de las vivencias y las prácticas cotidianas que le dan sentido al territorio. Este esquema lefebvriano funcionaría, de alguna manera, como el eje teórico-metodológico que articule el trabajo, en un ida y vuelta constante entre lo teórico y lo empírico, de modo tal que se retroalimenten y resignifiquen.

Se hace necesario entonces, profundizar en una renovación de estrategias metodológicas, incorporando instrumentos cualitativos como la entrevista y las historias de vida, y la redefinición del trabajo de campo tradicional hacia uno de corte experiencial³, con mayor nivel de involucramiento en el territorio y los sujetos.

Complementando el trabajo en el territorio con las entrevistas y narrativas, acudimos a la recopilación de material audiovisual y su posterior análisis. Se indagó también distintos materiales de promoción del destino (sitios webs, medios audiovisuales y folletería) provenientes de distintos ámbitos y el trabajo con medios de prensa actuales y pasados.

Las tareas que permitieron orden el trabajo incluyeron:

³ A fines de la década del 1960 el geógrafo Graham Rowles introduce la idea del trabajo de campo experiencial a partir de lo que denomina el «conocimiento interpersonal de los sujetos». Esto implicaba una continua y persistente visita a campo entrando poco a poco en confianza con los sujetos, construyendo un acercamiento y empatía a esos «otros» que se da en forma progresiva, compartiendo incluso experiencias no previstas.

- a. Revisión bibliográfica crítica.
- b. Recopilación, sistematización y análisis de información publicada en periódicos nacionales y locales (como *El Civismo*, *Lujan en línea*, *Luján hoy*, *Presente hoy*) tanto actuales como históricos.
- c. Trabajo de campo experiencial.
- d. Desarrollo de entrevistas/narrativas espaciales. Se realizarán entrevistas de distinto tipo y en múltiples circunstancias a todos los sujetos involucrados como: representantes municipales (Secretaría de Turismo), comunidad local (Asociaciones locales, ONGs, prensa local, vecinos, etc.), turistas durante el contexto de la práctica y no, etcétera.
- e. Procesamiento y análisis de las entrevistas.
- f. Recopilación y análisis de material visual (folletos, publicidades, webs, volantes, afiches) generados por distintos actores en todas las instancias.
- g. Contrastar los supuestos teóricos con el referente empírico obtenido.
- h. Conclusiones. Redacción del trabajo.

4. Descripción y análisis de los resultados:

4.1. El proceso de construcción del atractivo. Una patrimonialización conflictiva

La producción de un espacio turístico es resultado de un proceso histórico, en el que diferentes sujetos sociales tejieron un conjunto de relaciones que responden a mecanismos que le son propios a sus intereses. Es en definitiva, producto de mutaciones que llevaron a determinar que ciertas condiciones (naturales o no, pero siempre socialmente determinadas) se convirtieran en atractivos turísticos a partir de la selección de dichos atributos, que no es neutro, sino por el contrario, en el que se juegan relaciones de poder, tensiones, desacuerdos y negociaciones.

La patrimonialización, la puesta en valor del paisaje local y la invención del atractivo en torno a Carlos Keen se inicia a fines de la década de 1980 y en el contexto de otros procesos más generales que vivían los espacios rurales, especialmente los cercanos a los grandes centros urbanos. Los geógrafos comenzaron a hablar de “retorno al campo” o neoruralidad. Este fenómeno implicaba entonces, no solamente el repoblamiento selectivo que experimentaron los espacios rurales –sobre todo en el mundo europeo- con habitantes urbanos, sino también una serie de transformaciones materiales y simbólicas que implicaron el surgimiento de nuevas formas de producir, experimentar, valorar y habitar el universo rural.

La cercanía con la gran urbe, el desarrollo de las vías de circulación rápidas (y privatizadas) y una mayor disponibilidad de tiempo para el ocio son algunos de los factores asociados con el éxito de los emprendimientos turísticos en el medio rural. Al respecto del último punto –el ocio- parece no ser un factor menor. Experimentamos un lento pasaje a las sociedades del ocio: la reducción de las jornadas laborales, implica el incremento del tiempo libre o tiempo para el ocio. Esto modifica profundamente a los sistemas productivos y también las dinámicas sociales, y sus consecuencias materiales y simbólicas.

La conjunción de todos los procesos y factores confluyen en catapultar a la localidad de Carlos Keen como un potencial destino turístico para las “escapadas urbanas” de fin de semana, proceso que se comienza a gestar a fines de los 1980 y que se va a consolidar en los decenios siguientes.

La génesis se sitúa a partir de la conformación de acciones llevadas a cabo por un conjunto de actores locales y extra-locales, en donde el Estado, no quedó al margen del mismo. Un periódico local refería a estos inicios mencionando que:

No todo fue muy rápido o muy fácil en este cambio. Llevó muchos años. Recuerdo que hace más de veinte se empezó a hablar de turismo y si bien esta realidad la han construido entre varios, hubo una persona que ha sido la piedra basal de esta iniciativa; y no digo piedra por lo ‘pesada’ aunque algunos lo crean, digo piedra por lo dura, por la resistencia a la hora de batallar y batallar con sus ideas y principios durante años, años y años. Una mujer excepcional, tozuda, tesonera, trabajadora, una verdadera «loca», de esas que no abundan lamentablemente. Esa señora es nuestra querida y admirada Noidéé Tocchini⁴, que hoy, más que feliz, disfruta la hermosa realidad de su pueblo⁵.

Hacia 1988 visitaron el pueblo tres arquitectas; dos eran de Buenos Aires y una representaba a la Municipalidad de Lujan con la idea de convertir a Carlos Keen en un polo de miniturismo, o turismo de fin de semana. Las arquitectas se reunieron con la Noideé Tochinni que apoyó la idea y, con varias mujeres del pueblo, creó la Comisión de Preservación, “cuya finalidad era conservar el patrimonio histórico, la realización de actividades culturales y el desarrollo del miniturismo”⁶.

Sobre estos tiempos iniciales, la propia Noideé prioriza como génesis del actual resurgimiento, al encuentro con las tres arquitectas, en su lectura teñido de componentes casi místicos, y al rol que le tocó jugar como ejecutora del proyecto. En este sentido menciona que:

Fueron casi 40 personas que estuvieron conmigo trabajando desde el comienzo, y digo que parece mentira que un pueblo que estuvo dormido casi 50 años, en sólo 13 años que trabajó la Comisión de Preservación, desde 1989 al 2002, cuando tuve forzosamente que bajar las persianas, todo lo que movilizó y que el resultado sea éste.

⁴ Los relatos de la historia oficial local (como el caso del historiador local Alfredo Horacio Grassi) sitúan a esta mujer y su familia como “la iluminada”, “la pionera” en la idea de poner en marcha el proyecto patrimonial. No es oriunda de la localidad, sino que con su marido arribaron a Carlos Keen en 1974. Su esposo y, sobre todo ella, tuvieron una intervención muy activa en las instituciones locales, y sobre todo, durante la puesta en valor y la invención del atractivo. Participaron durante toda la década de los 1980 de la instalación de una oficina postal en su propia vivienda (1980), el predio de la Sociedad de Fomento (1982), un Jardín de Infantes (1983) y el Centro de Atención Primaria de Salud (1983).

“Este era el panorama desolador en septiembre de 1974 cuando, como consecuencia de **una serie de casualidades** (*resaltado propio*), Noideé y su familia se radicaron en Carlos Keen. Podría haber sido otro pueblo pero fue Carlos Keen.

La familia vivió tiempos duros, pero logró salir adelante; Tiziano ocupado del comercio y Noideé al cuidado de la casa, de sus hijos y de la cría de conejos. Su primera actividad fuera de la casa fue la Cooperadora de la escuela primaria donde asistía su hija Clarisa. Así fue prendiendo en ella la necesidad de participar y estar allí donde surgiera cualquier iniciativa asociacionista, ya fuerza impulsándola o acompañándola” (Riba, 2010).

⁵ “En Carlos Keen todo fue soñado” en *Semanario Presente*, Año XX, N° 1003, 26 de noviembre de 2010.

⁶ www.lujan.gov.ar/doc/Noideee_porRiba.pdf (última consulta julio de 2015).

En realidad fue algo increíble. Considero que Carlos Keen es un pueblo que está bendecido, no sé por qué, ni por quién, pero es uno de los pueblos que de tanto en tanto le cae algo que lo va a favorecer, así como vinieron esas tres arquitectas: dos de Buenos Aires y una de Luján, la arquitecta Oteiza, que vinieron y dijeron, tienen un pueblo precioso, quedado en el tiempo, cuidenlo y ¿por qué no se atreven a soñar que puede ser miniturismo de Luján?⁷.

Es evidente que el contacto de las tres profesionales con la vecina marca el punto de inicio de la patrimonialización que se llevará a cabo en los años siguientes. La presencia de una representante de la Municipalidad de Luján, la arquitecta Ana Oteiza, directora de Planeamiento Urbano y Rural del municipio evidencia la temprana actuación estatal como articuladora de la comunidad local (las redes informales) y el municipio.

Hacia 1988 comienzan una serie de medidas tendientes a lograr la puesta en marcha de la patrimonialización: se conforma una Comisión de preservación liderada por la propia Tochinni y compuesta por un conjunto de miembros del pueblo (muchos de ellos mujeres relacionadas con Noideé) y unos meses más tarde se logra que Carlos Keen sea declarado de interés municipal para “la conservación, preservación, revalorización de las características y valores ambientales”⁸. Este primer decreto pone en valor un componente central del patrimonio tangible, la arquitectura de la localidad. Esto se complementó con dos ordenanzas de 1989: por un lado, una que refiere a la puesta en valor y protección de los inmuebles y su entorno del casco fundacional, y por otro, una ordenanza que reglamenta la preservación de las características arquitectónicas y urbanísticas de Carlos Keen.

Vale la pena aclarar que entendemos por patrimonio “al acervo de una sociedad, el conjunto de bienes (naturales o culturales, materiales o inmateriales) acumulados por tradición o herencia” (Almirón *et al.*, 2006) pero de ninguna manera es algo estático, preexistente o “natural”, sino por el contrario, es resultado de procesos actuales de «activación patrimonial». Por ende no es algo dado, sino socialmente construido por grupos que logran imponer valores hegemónicos. La selección de determinados elementos con el fin de ser patrimonializados implica que otros son descartados u olvidados y su activación como tal envuelve “la legitimación de referentes simbólicos a partir de fuentes de autoridad o sacralidad extraculturales -en el sentido de estar más allá del orden social-” (Almirón *et al.*, 2006). En este sentido “el patrimonio no es un conjunto de bienes estables y neutros con valores sentidos y fijados de una vez para siempre, sino un proceso social que, como el otro capital, se acumula, se renueva, produce rendimientos y es apropiado en forma desigual por diversos sectores” (García Canclini, 1999: 43).

El Municipio y la Comisión de Preservación local fueron los encargados de ejecutar el proceso de selección de los atributos posibles de ser patrimonializados. En este caso la opción es inclusiva, y si bien la arquitectura constituye el componente central, es el pueblo como totalidad (con componentes materiales e inmateriales) lo que se resulta de esa elección. En definitiva se patrimonializa el lugar.

⁷ Semanario *El Presente*, 26 de noviembre de 2010.

⁸ Decreto Municipal N°1472 del 29 de septiembre de 1989.

A esto se van a sumar una serie de actores que exceden la esfera local y se anclan en otras escalas: los medios de comunicación local y extra-local, la ONG “ICOMOS”⁹ y el Estado provincial a través del programa “Pueblos Turísticos” del Banco Provincia.

Con respecto al rol de los medios de prensa, tuvo un protagonismo central el periódico *Presente* de la ciudad de Luján, y su director, Santiago Rossini participó activamente en la promoción de las obras que desarrollaba la Comisión de Preservación durante los primeros años y durante el despliegue posterior del turismo rural.

En el año 2000, periodistas del suplemento “Barrios privados” del *Diario La Nación*, conocen el sitio y luego publican un artículo referido al lugar. A partir de allí las notas periódicas van a ser una constante en los suplementos rurales, de turismo y barrios privados de los diarios *Clarín* y *La Nación*, especialmente promocionando los atractivos puestos en valor y construyendo la mirada del turista. La prensa nacional permitió que los procesos desarrollados trasciendan lo local y se proyecten a nivel nacional, continuando con una etapa de legitimación del patrimonio. Además, sabemos que una vez que los elementos son activados como patrimonio, se constituyen en una versión de la “identidad normalizada” por cantidad y calidad de adhesiones que sucinta (Almirón, *et. al.* 2006) y en esto la prensa (ya sea local o nacional) ocupó un espacio clave como difusora del patrimonio y su posterior valorización turística.

Las gestiones de la Comisión, no exentas de tensiones, logran el reconocimiento de la Provincia, (que en el año 1990, decreta a Carlos Keen de interés turístico provincial), y de la Nación, (que en 1999, elabora un proyecto de Turismo rural para la localidad lujanense).

En tanto la construcción del patrimonio y su desenvolvimiento como recurso turístico, son procesos complejos, se suscitaron varios conflictos, sobre todo tensiones referidas a la participación de la comunidad local y sus referentes en la activación patrimonial. La figura de Noideé Tochinni era cuestionada por no ser “nativa” del lugar y haber llegado en la década de 1970 cuando el pueblo ya estaba sumido en la crisis; por otro lado, estas resistencias también se visualizaron en las perspectivas a futuro sobre la valorización turística del patrimonio y los negocios posibles que de ello se derivarían.

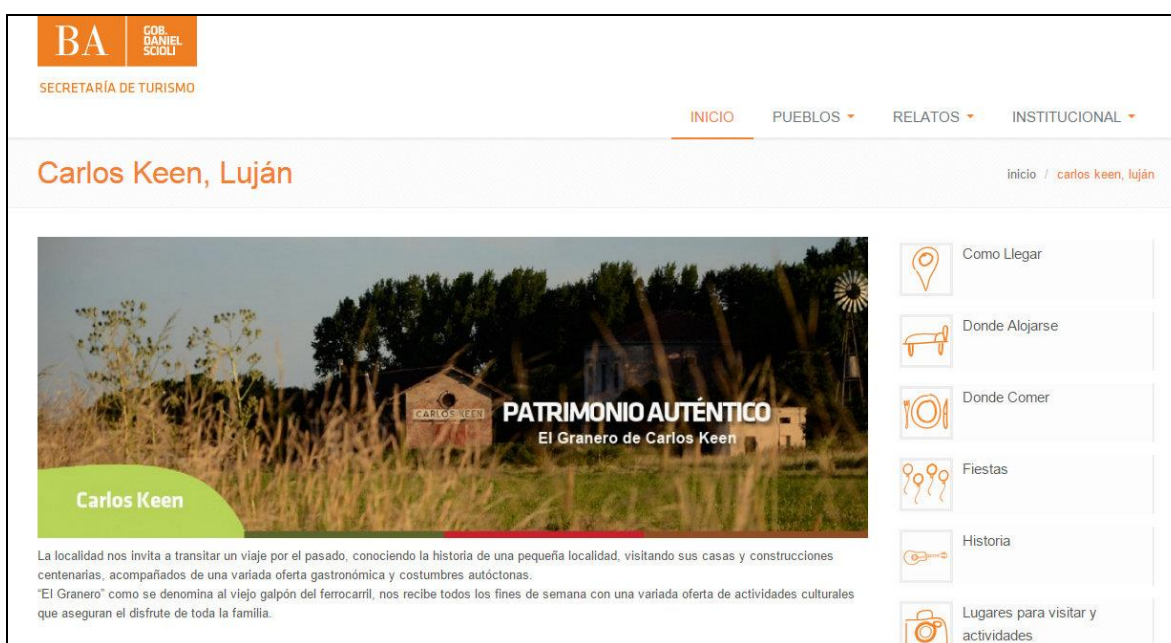
Los conflictos alcanzaron su punto de algidez en 2002 cuando la Comisión de Preservación tuvo que disolverse debido a que los problemas de liderazgo eran evidentes y a que una deuda contraída con el ferrocarril no pudo ser cubierta. Pero la disolución no dejó trunco el proceso que se había iniciado una década atrás; se llevó adelante, redefiniendo las

⁹ ICOMOS (Internacional Council on Monuments and Sites) es una organización no gubernamental internacional que funciona en Argentina a partir de 1973. El Consejo Internacional de Monumentos y Sitios (ICOMOS) es la principal organización no gubernamental internacional que agrupa a expertos, profesionales e instituciones que trabajan por la conservación, protección y valoración de los monumentos, conjuntos de edificios y sitios de interés histórico y cultural. Sus profesionales participaron en el proceso de patrimonialización, interactuando con la Comisión de Preservación y asesorando al Municipio de Luján, sobre temas vinculados con aspectos teóricos y operativos de la construcción y conservación del patrimonio.

posiciones de los actores y acelerando la puesta en valor patrimonial canalizada hacia el desarrollo turístico.

Tres acontecimientos denotan que el proceso sigue encauzado: en 1999, la Secretaría de Turismo de la Nación efectúa un proyecto de turismo rural para Carlos Keen; en el año 2003, la Comisión Nacional de Monumentos y sitios históricos declara a la localidad como “poblado histórico” y en el año 2004, se crea en el ámbito de la provincia de Buenos Aires, el Régimen de Promoción de pequeñas localidades bonaerenses, antecedente de lo que cuatro años más tarde será el Programa “Pueblos Turísticos”

Figura 2. Carlos Keen en el Portal “Pueblos Turísticos”.



Fuente: <http://www.pueblosturisticos.tur.ar/pueblos/carloskeen>

Casi paralelo a este proceso, surge el primer emprendimiento comercial de la localidad: el restaurante “Angelus” de propietarios porteños, que se instala, hacia 1998, en una antigua casona frente a la estación abandonada. Hay que tener en cuenta que para esa época el acceso a la localidad era muy complicado ya que no estaba pavimentado, y los 10 Km. de ingreso desde la ruta 7, se encontraban en muy malas condiciones. Quizás sea este emprendimiento pionero el que inicia una nueva etapa de transición en donde el patrimonio arquitectónico material y la preservación del conjunto de dispositivos patrimoniales inmateriales comienzan a orientarse en un segundo proceso selectivo, ahora en pos de la construcción del atractivo turístico. “La elección de patrimonio para turismo refuerza los procesos de elección propios de la activación patrimonial y otorga más visibilidad y relevancia al patrimonio elegido, relegando al resto de una mayor opacidad y desjerarquización” (Bertoncello, 2009: 12).

La valorización turística se activa cuando un determinado patrimonio, sea natural, histórico, religioso o cultural en general, es sometido a un proceso de (segunda) selección en el que se conjugan intereses, discursos, prácticas y representaciones. En el mismo, otros se desechan, se descartan o se encubren.

4.2. “Otra” oferta turística lujanense: entre el “campo” y el “pasado”

En el 2008 se pone en marcha el Programa “Pueblos Turísticos” de la Secretaría de Turismo a través de la Subsecretaría de Turismo Social y Comunitario, y del Banco de la Provincia de Buenos Aires mediante el CITAB (Centro de Investigaciones Territoriales y Ambientales Bonaerenses). Éste tiene la finalidad de promover e incentivar el desarrollo de actividades y emprendimientos turísticos sostenibles en pequeñas localidades de la provincia de Buenos Aires. En el lanzamiento del Programa sus gestores mencionaban: “en estos pueblos se puede ver el campo desde cualquier esquina donde uno se pare y eso para el turista es un privilegio”¹⁰. Para Alfredo Grassi, director del CITAB, “la idea es que los pueblos no pierdan su identidad, su tranquilidad, que preserven los edificios tal como están y cuiden los espacios verdes”, y al respecto refería:

Hace 20 años me tocó recorrer estas calles. En ese momento hice un relevamiento y Carlos Keen era el pueblo del silencio. Había muchas caras de preocupación para que no desapareciera y ahí conocí a la vecina Noideé Tochini quien nunca bajó los brazos [...] Hoy este pueblo ya no es lo que era. Ha crecido en todos los aspectos: turismo, gastronomía, población... Aquí la gente viene a buscar tranquilidad. Carlos Keen tiene esta particularidad que no tienen otros pueblos: su patrimonio, su arquitectura, su gente, su historia, este es un pueblo declarado de interés histórico nacional¹¹.

En los discursos se legitimaba el proceso de selección de los atractivos a poner en valor: la identidad “rural”, por un lado, y “la tranquilidad vinculada al contacto con la naturaleza y como opuesto a lo urbano”, por el otro. Si bien ambos componentes constituyen las potencialidades de todo el conjunto de localidades que conforman el Programa, un módulo adicional sumaría la singularidad del caso carloskeniano: la gastronomía. La identidad rural es reapropiada y la manera en que se ejecuta esta reinterpretación, hace que sea una identidad ideológica y política (Gómez, 2009). La figura de Grassi, director del CITAB, constituye un actor central; además de ser el funcionario que dirigía la institución encargada de llevar a cabo el programa del Banco Provincia, es historiador oriundo de Luján y el encargado, a través de su producción literaria, de construir la versión “oficial” de la historia del pueblo. Creemos que este dato no es menor en dos sentidos: por un lado, porque la afinidad de Grassi con la localidad y, seguramente la redes entabladas con otros vecinos como él (tal cual lo expone en el discurso) actuaron favoreciendo una mejor y más rápida inserción del distrito en el programa provincial; pero por otro lado, su presencia - efectiva y/o discursiva- tuvo una importante incidencia en la interpretación de los atributos dignos de poner en valor a través del patrimonio. Esto es, se privilegió esa **versión oficial**

¹⁰ Portal Infobae.com 28/05/2009.

¹¹ Discurso proclamado por Alfredo Grassi en la presentación del Programa Pueblos Turísticos en la localidad de Carlos Keen el 18 de noviembre de 2008.

de la historia local construida por el propio historiador, donde se exaltan algunos procesos y se opacan otros.

En el discurso y las representaciones que primaron en la construcción de la atraktividad, afloran un conjunto de ideas que propugnan “traer el pasado al presente”. De esa totalidad patrimonializada que constituye el lugar rural, y en el marco de tensiones y especulaciones sobre cuáles serán los componentes viables para transformar el sitio en un nuevo polo turístico, se visibilizan algunos aspectos de ese pasado y se encubren otros.

En el Portal oficial del Programa Pueblos Turísticos se presenta a la localidad de la siguiente manera:

La localidad nos invita a transitar un viaje por el pasado, conociendo la historia de una pequeña localidad, visitando sus casas y construcciones centenarias, acompañados de una variada oferta gastronómica y costumbres autóctonas.

“El Granero” como se denomina al viejo galpón del ferrocarril, nos recibe todos los fines de semana con una variada oferta de actividades culturales que aseguran el disfrute de toda la familia¹².

Evidentemente, el pasado como recurso a turistificar ocupa un papel medular. Pero, ¿de qué pasado hablamos a la hora pensar el resultado de esa selección que emana del complejo vínculo entre patrimonio y atractivo? Se trata de un pasado reinventado por el entramado de actores que participaron de esos procesos, y en consonancia con la exégesis histórica de Grassi. En ella, dos componentes claves van a ser reflatados: **la identidad ferroviaria y el carácter rural de “pueblo criollo”**, con todas las imágenes que implica esta representación. Y en esto, como menciona Bertoncetto (2003), se plantea el tema de la consolidación y redefinición de identidades, hasta la invención de otras nuevas, en donde lo que se rediseña en definitiva, es el lugar como tal. Es necesaria además la construcción de estereotipos espaciales e identitarios que reinventen el lugar, y del cual la práctica turística se nutrirá constantemente (Bertoncetto, 2003).

La nueva identidad del lugar, en pos de la atraktividad de Carlos Keen exaltará el pasado ferroviario, el carácter criollo del pueblo pampeano, el ambiente natural y el contacto con ese refugio de la “naturaleza” y sus vínculos con el centro religioso más importante del país (Luján) –todas en consonancia con la lectura hegemónica sobre el pasado-, y eclipsará un componente principal de esa historia: la inmigración. Nada dice esta identidad espacial sobre la localidad genovesa, el peso del resto de las colectividades, las actividades agrícolas vinculadas a ellos, ni la impronta espacial que sellaron en el territorio, como el estilo constructivo de las viviendas.

Sumado a este proceso de recuerdos y olvidos, de visibilidad de algunos e invisibilidad de otros, se adiciona un rasgo identitario novedoso orientado claramente a la explotación económica del turismo: la gastronomía, claro que como bien aclaran las representaciones espaciales, la gastronomía criolla.

¹² <http://www.pueblosturisticos.tur.ar/pueblos/carloskeen> (última consulta julio de 2015).

El arribo del turismo cultural como actividad novedosa al comienzo del nuevo siglo XXI, es entendido bajo la lógica de concebir a esta práctica como estrategia para superar la crisis y el estancamiento de la localidad. No es la única mirada, pero sí una posible.

Las primeras transformaciones espaciales en vista del nuevo proyecto comenzaron a visibilizarse a mediados de los años 2000. En ese entonces, se constituyó la Feria de Artesanías y antigüedades que funciona los fines de semana en el andén de la antigua estación; se mejoraron las condiciones edilicias de la Biblioteca y de otros edificios puestos en valor a partir de la creación de un circuito turístico cultural-natural: la Iglesia de San Carlos Borromeo y la remodelación de la vieja estación de Ferrocarril y su predio, donde los fines de semana se despliega la feria local.

Uno de los cambios territoriales más relevantes, es la refuncionalización del predio del ferrocarril, tanto la estación ferroviaria como el ex galpón donde se guardaban cargas y encomiendas.

Esta rugosidad del espacio (Santos, 1996) en tanto es testigo de un pasado, vuelve a este presente tenso redefiniendo su uso y su carga identitaria. Ya no es el ámbito donde se cargan y descargan inmigrantes y mercaderías vinculadas al modelo agroexportador y a la lógica cotidiana que convertía al pueblo como lugar; ahora es el sitio que recibe a turistas ávidos de informarse sobre las propuestas de ocio, culturales de la localidad. Es el sitio de las exposiciones de fotografías, pinturas, esculturas que –poco o nada tienen que ver con imágenes o signos vinculados a lo local-, pero también recrea algunos de los componentes triunfantes de ese proceso de selección patrimonial: lo ferroviario y lo rural.

Foto 3: vista del predio ferroviario donde funciona “El Granero”.



Fuente: fotografía de los autores.

La construcción de este nuevo predio cultural (Centro Cultural Carlos Keen) inaugurado en el año 2008, se edificó con el aporte económico de actores que operando en distintas escalas, intervinieron en la transformación. Este sitio conocido como “El Granero” además nuclea actividades culturales los fines de semana, como recitales, muestras o espectáculos de danza, y talleres varios (coro, telar, orquesta) durante los días de la semana.

La carga simbólica de “El Granero” visualiza el triunfo del modelo turístico, y en el discurso de los actores –tanto de los que participaron activamente en la construcción, como en el de los visitantes- se transforma en una referencia, un marcador territorial. De hecho el folleto oficial que se entrega a los visitantes producido por el Municipio menciona al respecto:

Este emblemático edificio fue construido en el 1884 y sirvió como depósito de mercaderías y ganado que cargaban y descargaban de los carros y vagones.

Además se utilizó como lugar de festejos y para realizar las romerías, donde concurrían habitantes de la zona a los bailes populares de la época.

Luego de caer en desuso, el estado de deterioro era tal que se encontró en peligro de derrumbe. En el año 2005 el edificio comenzó a ser reciclado y puesto en valor, consolidando su estructura y agregando una nueva planta¹³.

Esta intervención sobre la materialidad ferroviaria se inscribe en un proceso más general de revitalización y reutilización de alguna infraestructura orientadas a nuevas actividades recreativas, culturales y de consumo, poniendo un fuerte énfasis en la estetización y el embellecimiento (Bertoncello, Kuper, 2008) de estructuras obsoletas, introduciendo nuevos usos a viejos sitios renovados, mediante cierta recreación ficticia de los atributos puestos en valor (Gómez, 2009).

El llamado museo rural es otro de los atractivos puestos en valor a partir de la refuncionalización espacial. Se trata de un sector dentro del predio del cuadro del ferrocarril donde se exponen al aire libre una serie de herramientas y elementos de labranza utilizados en las tareas agrícolas y ganaderas. Es un sitio abierto, a la intemperie, y por ende es gratuito, sólo cuenta con una señalización con los nombres de los elementos.

Pero sin dudas, el proceso territorial que más impactó es la instalación de locales de gastronomía en las antiguas casonas del pueblo. Luego del pionero *Angelus*, abierto en 1998, recién a mediados de la primera década del siglo XXI surgieron los nuevos emprendimientos en esa sintonía. Además, hacia el 2005 comenzaron a realizarse mejoras en el camino de acceso a la localidad cuyo pavimento se encontraba muy deteriorado. Así, hacia el año 2007 el pueblo contaba con 7 locales destinados a la gastronomía. La mayoría erigidos en las casas de fines de siglo XIX de arquitectura italiana, luego deteriorados por el abandono y recuperadas, y recicladas con una estetización y escenificación de los componentes rurales, reforzando la identidad rural a la que hacíamos mención anteriormente. De hecho, la página web oficial lo presenta como un pueblo turístico donde:

¹³ Folleto turístico sobre Carlos Keen confeccionado por la Municipalidad de Luján.

Los restaurantes se ubican en su mayoría alrededor de la estación. Conservan recicladas sus fachadas originales, con ambientes cálidos y agradables, típicos de zonas rurales. El plato principal es el asado, pero también se ofrecen picadas, pizzas, el especial del día y las infaltables pastas caseras. Abierto solo los fines de semana para reservas semanales comunicarse con los teléfonos de contacto¹⁴.

Esto se fortalece con la construcción que se hace desde los medios de promoción y publicidad, como páginas de Internet, artículos en secciones especializadas de los diarios, folletos producidos por el Municipio, etc. Todos éstos montan imaginarios y construyen la mirada del turista (Prats, 1998) que desarrolla las prácticas en torno al polo turístico.

Tradicionalmente se conceptualizaba al turista como un sujeto moderno, que se inserta en un contexto social, político, económico, cultural e ideológico que responde a esta condición y, que además es propio de las sociedades occidentales, mayoritariamente. Claro que se han ido desarrollando una serie de interesantes transformaciones que se advierten en la práctica turística posmoderna que implican el paso de este sujeto “turista” propio de la modernidad, a otro “pos-turista” propio de la posmodernidad (Lash, Urry, 1998: 370). Según éstos autores, el desarrollo de los medios masivos condujo a una enorme proliferación de imágenes y a la estetización de la vida cotidiana, lo que generó un nuevo pos-turista, influido por la des-diferenciación de las esferas de la realidad, problematizando el nexo entre ésta y sus representaciones; por lo tanto en este turismo se consumen signos visuales y, a veces, simulacros a partir de la construcción de ciertos ambientes temáticos, algo así como un «viaje a la hiper-realidad». A finales del siglo XX, no se trata sólo de viajes reales que aniquilan el espacio y producen una compresión espacio-temporal, sino también de viajes simulados y de la reproducción y circulación extraordinarias de imágenes y signos, que son predominantemente visuales y adhieren a toda clase de objetos y servicios que «hechizan» al pos-turista (Lash, Urry, 1994: 364-370).

Muchas de las prácticas que despliegan los visitantes a Carlos Keen en las escapadas de fin de semana, parecen situarse en los marcos de este modelo. Donde el consumo del lugar y de sus atributos construidos, constituye el corazón de esta “experiencia auténtica” de vivir lo rural. La puesta en escena de esas identidades encuentra en el espacio local montado un anclaje territorial; son identidades espaciales inventadas, resignificadas a través de los símbolos, que conducen en ese viaje a la hiper-realidad. A modo de ejemplo, citamos una publicación que condensa todas esas miradas y que vende al lugar de la siguiente manera:

Los árboles añejos con sus inmensas sombras, la tranquilidad y el silencio a la hora de la siesta, el sol, las casas antiguas, las calles estrechas hacen que un día de paseo en Carlos Keen sea como visitar un pueblo rural detenido en el tiempo.

En Carlos Keen el reloj está demás, tómese su tiempo para caminar, despejarse, disfrutar en familia o con amigos. El alma y la hospitalidad de la gente se cuele por los ladrillos del pequeño pueblo de Carlos Keen. Este es, sin duda, un sitio ideal para su próximo paseo¹⁵.

¹⁴ <http://www.pueblos-turisticos.com.ar/> (última consulta 17-06-2015).

¹⁵ Lanutti, Angela, “Encontrá tu interior” en *Revista Confines*, Luján, 2009.

Se trata de una imagen donde el campo es construido como un lugar seguro, tranquilo, en oposición al ritmo acelerado y a la inseguridad de la ciudad. A su vez, el hombre de campo se construye como amable y predispuesto al buen trato y la atención. De esta misma manera, los visitantes también son contemplados y percibidos a través de construcciones de sentido común, a partir de las cuales los nativos clasifican a los distintos tipos de turistas (Espil, 2005).

Foto 4: Carlos Keen en los imaginarios de la prensa.





Fuente: periódicos varios.

6. Conclusiones:

En primer término podemos decir que la refuncionalización material y simbólica de la localidad de Carlos Keen fue el motor para que esta aglomeración rural, estancada durante más de cinco décadas como consecuencias de las transformaciones socio-económicas, y previos procesos de patrimonialización del lugar y construcción de atractivos se pudiera convertir en una alternativa novedosa en los sitios turísticos promovidos en el turismo lujanense. Al tradicional turismo religioso combinado con la valorización de la ribera del río y la visita a los museos, se sumó una nueva posibilidad: la del turismo rural.

A su vez, la complejidad del proceso de transformación se sostiene en la multiplicidad de actores sociales que participaron tanto de la patrimonialización como de la construcción de los atractivos. Actores que se sitúan con diferentes niveles de posicionamiento a la hora de ejercer el poder sobre el manejo de los recursos y construir las versiones sobre el patrón de turismo a seguir. La presencia temprana del estado municipal articulando redes tendidas en la comunidad con actores sociales claves muestra el encauzamiento de los procesos hacia un determinado modelo de puesta en valor del patrimonio y de explotación económica del mismo. No hay que desestimar tampoco el papel que cumplieron los medios de comunicación (prensa escrita local y nacional y portales de Internet) tanto durante la primera etapa de promoción de la nueva burbuja turística orientada a la gastronomía, como en el período posterior a modo de productores y reproductores de la mirada del turista. Sin desatender el importante peso que tienen las redes interpersonales en la circulación de la información del potencial destino turístico recomendado.

Por otro lado, “turismo y consumo del tiempo libre, como actividad productiva, reproducen lugares controlados, normatizados, homogéneos, dispuestos de forma

jerárquica, imponiendo ritos, gestos, modelos que se articulan, como parte integrante del proceso más general de reproducción de las relaciones sociales” (Carlos, 2004: 5). Para la autora, muchos de los espacios producidos por la industria del turismo pasan a convertirse en no-lugares (Carlos, 1996), en espacios destinados al consumo, un espacio presente sin espesura y sin identidad (Alessandri, 2004). No creemos que sea ese –necesariamente- el perfil de la localidad que hemos tratado de explorar, y si bien responde a patrones de consumo que se repiten en muchos otros lados (y el Programa de Pueblos Turísticos es ejemplo de ello) la presencia de la identidad se ancla en el territorio. Se trata de una identidad transformada, inventada, resignificada recurriendo al pasado para traerlo en un presente tenso (Lindón, 2010) y construir un espacio-simulacro, una imitación de la identidad del lugar encauzada al consumo turístico en este caso. Varias postales posibles de ver en una recorrida denotan tal presencia: desde niños vestidos de gauchos ofreciendo la carta en la puerta de los restaurantes, hasta bajando al sótano de una antigua casona –hoy restaurante- que actualmente funciona como cava para elegir el vino que van a consumir, hasta una multiplicidad de productos “manufacturados” que se venden en la feria “artesanal” del predio de la estación o ver una práctica de pato –deporte nacional argentino- y demostraciones de mansedumbre con los caballos llevados a cabo por un grupo local denominado “Guarda Pampa”.

Con respecto a las prácticas sociales desarrolladas en el espacio se caracterizan por la multiplicidad, en donde se combinan varias formas, y donde la gastronomía funciona como factor subsidiario de otros atractivos gestados en torno a la patrimonialización de los componentes culturales e históricos resultantes de la versión hegemónica del pasado. Ilustración de ello es la valoración de la “tranquilidad”, “la oposición al caos urbano” y “el contacto con la naturaleza” como imaginarios privilegiados por los visitantes.

Referencias bibliográficas

- Almirón, Analía, Rodolfo Bertoncetto, y Claudia Troncoso (2006), “Turismo, patrimonio y territorio. Una discusión de las relaciones a partir de casos de Argentina”, *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 15 (2): 101-124, Buenos Aires: CIET.
- Barros, Claudia, (2005) “Las caras de la neorruralidad” en Fauba - www.agro.uba.ar.
- Bertoncetto, Rodolfo, *Turismo y Geografía. Lugares y patrimonio natural-cultural de la Argentina*, Buenos Aires, Ciccus, 2009.
- Bertoncetto, Rodolfo, Hortensia Castro y Perla Zusman (2003), “Turismo y patrimonio en la Argentina. Hacia una conceptualización desde las geografías culturales” en *Actas de la Conferencia Historical dimensions of the relationship between space and culture*, International Geographical Union, Commission on the Cultural Approach in Geography, Río de Janeiro, (Actas en CD).
- Carlos A., Ana F. (2004), “Nuevas contradicciones del espacio” en *Litorales*, 4, 4, Buenos Aires.
- Ceva Mariela y Dedier N. Marquiegui, (2004), “El papel de la inmigración en el desarrollo del pueblo agrícola de Carlos Keen, Buenos Aires (1881-1928)” en *Estudios Migratorios Latinoamericanos*, Año 18, 55, Buenos Aires, CEMLA, 2004.
- Claval, Paul (2010) “La geografía en recomposición: objetos que cambian, giros múltiples. ¿Disolución o profundización? En Alicia Lindón y Daniel Hiernaux, *Los giros de la geografía humana –desafíos y horizontes-*, Barcelona, Anthropos.

Espil, Manuel (2005), “Turismo de estancias. La construcción de representaciones acerca de una experiencia turística auténtica” *Tesina de Grado para la carrera de Ciencias de la comunicación*.

García Canclini; N (1999), *Imaginarios urbanos*, Eudeba, Buenos Aires, (2º Edición).

Gomez Schettini, Mariana, “Del atractivo turístico auténtico a la construcción de la autenticidad. Turismo y renovación urbana en el barrio de la Boca de la Ciudad de Buenos Aires” en R. Bertoncello, *Turismo y Geografía. Lugares y patrimonio natural-cultural de la Argentina*, Buenos Aires, Ciccus, 2009.

Hiernaux, Daniel (2006), “Geografía del turismo” en Alicia Lindón y Daniel Hiernaux (dirs.) en *Tratado de Geografía Humana*, México: UAM, Antrophos.

Kuper, Diego y Rodolfo Bertoncello, (2008) “Turismo e infraestructura urbana: la refuncionalización de la estación del ferrocarril de Gualeguaychú como atractivo turístico” en *CD de las VII Jornadas Patagónicas de Geografía. Prácticas, problemas y desafíos de la Geografía actual. Una mirada integradora*, Neuquén.

Lash, Scott y John Urry (1998), *Economías de signos y espacios – sobre el capitalismo de la posorganización-*, Buenos Aires, Amorrortu editores.

Lefebvre, Henr (1991), *The production of Space*, Cambridge, Blackwell, [original francés de 1974].

MacCannell, D. (2003), *El turista: una nueva teoría de la clase ociosa*, Barcelona, Melusina.

Massey, Doreen (2007), *For Space*, London: SAGE publications Inc., 2007 [original de 2005].

Nogué Joan y Abel Albet (2004), “Cartografía de los cambios sociales y culturales” en Juan Romero (coor.) *Geografía Humana*, Barcelona, Ariel.

Prats, L. (1998), “El concepto de patrimonio cultural”, en *Política y Sociedad*, 27, Madrid.

Remy, Jean (1998) “L’implication paradoxale esta l’expérience touristique” en Jean Remy, *Sociologie urbaine et rurale (L’espace et l’agir)*, París, L’Harmattan.

Santos, Milton (1996), *Metamorfosis del espacio habitado*, Oikos.

Stratta Fernández, Ricardo y Ignacio de los Ríos Carmenado (2010), “Transformaciones agrícolas y despoblamiento en las comunidades rurales de la Región Pampeana Argentina” en *Revista Estudios Geográficos*, Vol. 81, 268.

Troncoso, Claudia (2003), “El turismo como alternativa a la crisis agraria. Posibilidades y limitaciones” en *Actas de las III Jornadas Interdisciplinarias de Estudios Agrarios y Agroindustriales*, FCE, UBA, Buenos Aires.