

LA CIUDAD COMO OBJETO DE DESEO TURÍSTICO: RENOVACIÓN URBANA, CULTURA Y TURISMO EN BUENOS AIRES Y SALTA (ARGENTINA)¹ TE CITY AS A TOURIST'S OBJECT OF DESIRE: URBAN RENEWAL, CULTURE AND TOURISM IN BUENOS AIRES AND SALTA (ARGENTINA)

RODOLFO BERTONCELLO²

CLAUDIA TRONCOSO³

Instituto de Geografía de la Universidad de Buenos Aires

RESUMEN

Este trabajo aborda los procesos de transformación material y simbólica que convierten funciones y atributos urbanos en atractivos turísticos y conducen a que cada vez más ciudades, y con más intensidad, se conviertan en destinos turísticos. Teniendo en cuenta estas dimensiones, se analizan los casos de dos ciudades de la Argentina, Buenos Aires y Salta, atendiendo a su conformación como destinos turísticos, la definición de sus atractivos y las transformaciones socio-territoriales vinculadas con esto. Se trata de

Fecha de Recepción: 8 de abril de 2014 Fecha de Aceptación: 3 de junio de 2014

¹ Este trabajo recoge resultados de investigaciones llevadas a cabo en el Instituto de Geografía de la Universidad de Buenos Aires (UBA), mediante proyectos acreditados por dicha Universidad (UBACYT F 230/11) y por el Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas-CONICET (PIP IU N°0161). Una versión preliminar de este texto fue presentada en las *XI Jornadas Cuyanas de Geografía y IV Congreso Nacional de Geografía de las Universidades Públicas*, 23, 24, 25 y 26 de octubre de 2013. Mendoza, Argentina.

² Investigador independiente de CONICET en el Instituto de Geografía de la UBA. Profesor titular del Departamento de Geografía de la UBA. E.mail: bertoncello.rodolfo@gmail.com.

³ Investigadora de CONICET en el Instituto de Geografía de la UBA. Docente en la Universidad de Buenos Aires y en la Universidad del Centro de la Provincia de Buenos Aires. E.mail: claudia_troncoso@yahoo.com.ar.

dos ciudades que, presentando condiciones netamente diferentes, se han orientado fuertemente al desarrollo de actividades turísticas, apoyadas en la oferta de patrimonio y actividades culturales que concitan el interés y la visita turística. Los efectos benéficos de esta valorización, que constituyen una representación dominante y legitiman su implementación, son analizados teniendo en cuenta también aquellos otros que contradicen esta positividad, y que quedan, en gran medida, ocultos tras esta representación dominante.

Palabras Clave: Turismo, renovación urbana, patrimonio, turismo cultural, Buenos Aires, Salta, Argentina,

ABSTRACT

The article focuses on contemporary material and symbolic processes that transform urban functions and attributes into tourist attractions, and cities into tourist destinations. Taking this under consideration the paper concentrates on recent processes that take place in two cities in Argentina: Buenos Aires and Salta. Although they are different from each other, these cities have oriented actions to capture tourists' attention promoting their heritage and cultural attributes. The paper specifically pays attention to how these cities have become tourist destinations, which attributes were defined as tourist attractions and what social and spatial transformations were involved. Positive effects (that legitimize these renewal initiatives based on heritage and culture) are also analyzed in contrast to those hidden effects that highlight the contradictions of these processes.

Key Words: Tourism, tourism, urban renewal, heritage, cultural tourism, Buenos Aires, Salta, Argentina

1. INTRODUCCIÓN

Las ciudades se han convertido en destinos turísticos de relevancia en el contexto actual y a nivel internacional, hecho que diversos estudios vienen constatando (véase, entre otros, Judd y Fainstein, 1999; Page, 1995; Selby, 2004). Este fenómeno se enmarca en un contexto más amplio de crecimiento del turismo en general, que cada vez más viene ocupando un rol central en las denominadas sociedades postindustriales en términos de su importancia como actividad económica o de su incidencia en las dimensiones socioculturales de las sociedades (Meethan, 2001; WTO, 2013).

Es un hecho ya conocido y constatado que muchas ciudades han concitado el interés de los turistas a lo largo del tiempo, transformándose en destinos turísticos ya tradicionales, como sucede con Roma, París o El Cairo. Contando con acervos artísticos, condiciones históricas o roles destacados en el contexto social general, ellas se beneficiaron de estos flujos y contribuyeron a establecer, en gran medida, las bases sobre las que se sustentan las visiones positivas

acerca de los efectos del turismo, ya sea en términos del desarrollo económico de estos lugares, ya en relación a los beneficios para quienes viven en ellos o los disfrutan al visitarlos (Vera, 1997; Pearce, 1986).

En décadas recientes, sin embargo, esta situación se ve modificada por la incorporación de un gran número de ciudades que, sin contar con estas condiciones excepcionales, también se han transformado en destinos turísticos. Ofrecen a los turistas un conjunto de atractivos y productos que, si bien son singulares y propios de cada una de ellas, comparten rasgos básicos comunes a muchas, sin con esto perder su condición de interés para los turistas. La diversidad de estas ofertas, junto con la búsqueda de nuevas experiencias, incentiva la práctica turística contribuyendo a consolidar las tendencias precitadas (Judd y Fainstein, 1999).

Estas tendencias y situaciones se observan también en la Argentina, donde junto al crecimiento que el turismo viene mostrando, en especial a partir del cambio de siglo, se reconoce la consolidación de un conjunto de ciudades como destinos turísticos con alta capacidad de captar el interés de los turistas, merced a su valiosa oferta cultural. En este trabajo se presentan resultados de estudios de caso en dos de estas ciudades: Buenos Aires, ciudad capital del país y núcleo de una gran área metropolitana, y Salta, ciudad capital de la provincia homónima, ubicada en el noroeste del país.

2. CIUDADES, TURISMO Y RENOVACIÓN URBANA. TENDENCIAS RECIENTES E INTERPRETACIONES

Diversas dimensiones pueden tomarse en cuenta para comprender los actuales procesos de valorización turística de las ciudades. Ellas pueden organizarse en torno a dos ejes analíticos, que son los que han concitado mayor interés entre los estudiosos. Uno de ellos gira en torno a la práctica turística en sí misma. El otro se relaciona con las transformaciones que experimentan los centros urbanos. En la conjunción de ambos se establecen las condiciones de posibilidad para el actual desarrollo del turismo urbano.

En relación a la práctica turística, diversos autores han observado y analizado las transformaciones que ella experimenta en las últimas décadas. Complementando o reemplazando (discusión aún en debate) las modalidades arquetípicas del turismo de masas dominante en la segunda mitad del siglo XX (vacacional, hacia destinos de sol y playa, legitimadas por la necesidad de descanso y restauración física), nuevas formas de turismo se han difundido y consolidado, caracterizadas fundamentalmente por la fragmentación y diferenciación de usuarios y prácticas, lo que conlleva una necesaria multiplicación de atractivos y lugares de destino. La

fragmentación del tiempo de ocio multiplica los viajes e incentiva la búsqueda de nuevos destinos, en los cuales se valoran no sólo los atractivos que ofrecen sino también la experiencia turística que en ellos se puede realizar (Vera, 1997; Meethan, 2001).

Estas nuevas formas de practicar turismo tienen en la cultura una base importante. Al tradicional interés por los atractivos reconocidos como auténticos y excepcionales, valorados en tanto expresiones paradigmáticas de la historia y la cultura universal, se suma un creciente interés por las manifestaciones culturales más diversas, que asociado a una concepción más amplia de la cultura, incluye también la observación de la vida cotidiana de los otros (Barreto, 2007). El interés por lo diferente va dejando de lado los tradicionales fundamentos (autenticidad, excepcionalidad) para valorarse en sí mismo en tanto diferente, y cada vez más realizar prácticas cotidianas en estos contextos constituye una fuente de satisfacción para los turistas (Cohen, 2005).

Las más diversas manifestaciones de la historia, la cultura o la identidad se convierten así en atractivos para los turistas en tanto definidos como diferentes y propios de ese (otro) lugar. Conocer el patrimonio arquitectónico o cultural del lugar, recorrer los ámbitos de vida cotidiana al tiempo que se disfruta de servicios sofisticados, introducirse en el conocimiento de su historia o realizar prácticas cotidianas junto con los habitantes, se encuentran entre las actividades que los turistas realizan y valoran como satisfactorias en relación a sus expectativas. Las ciudades, en tanto concentran condiciones ideales para estas prácticas, se convierten en destinos turísticos de primer orden

Por otra parte, no debe desconocerse que estas nuevas formas de hacer turismo en las ciudades se producen en el marco de transformaciones urbanas que se inscriben en tendencias estructurales que han afectado sus roles y funciones tradicionales. Existe ya una amplia literatura que analiza los cambios que las ciudades experimentan en el contexto de profunda reconfiguración en los órdenes más diversos, asociada a las denominadas sociedades postindustriales o capitalistas avanzadas (véase en general Jameson, 1995; Harvey, 1998). Desde estos estudios, la expansión de las actividades turísticas se ha puesto en relación con la declinación de las funciones tradicionales (como por ejemplo las industriales) que, habiendo cumplido un papel central en el crecimiento urbano, en las últimas décadas pierden importancia en estos ámbitos.

La búsqueda de nuevas funciones que permitieran superar los contextos de crisis y decadencia detectados, ha sido

el común denominador de un conjunto de medidas que, muchas veces encuadradas en prácticas y discursos vinculados con la planificación estratégica y el *city-marketing*, han buscado dotar a las ciudades decadentes de nuevas condiciones que contribuyan a superar este contexto negativo (Smith, 1996). Estas nuevas apuestas han dado prioridad a los servicios en general, y entre ellos a los turísticos, en la medida en que se los ha considerado como nucleares para el resurgimiento urbano (Britton, 1991).

En un contexto de intensa competencia y homogeneización de las tendencias dominantes en el contexto global, estas medidas y apuestas han procurado reposicionar a cada ciudad en un lugar destacado recurriendo, en gran medida, a la valorización de sus especificidades. El recurso al patrimonio (material o inmaterial), junto con la construcción de íconos (materiales o discursivos) ha jugado papeles importantes en estos procesos de renovación y refuncionalización urbana. Los ejemplos de ciudades como Bilbao, Baltimore o Barcelona han sido paradigmáticos de estas estrategias, y se han convertido en modelos imitados por muchas otras ciudades del planeta (Harvey, 1998; Harvey, 2002, Judd, 2003).

El turismo se inscribe plenamente en estos procesos, no sólo porque incluye o usa el conjunto de servicios que se privilegian como actividades para estos nuevos contextos urbanos y que consolidan su faceta más moderna e integrada al contexto global, sino porque gran parte del patrimonio al que se ha recurrido (valorizándolo, resignificándolo o refuncionalizándolo) para singularizar a cada ciudad, se convierte en atractivo turístico de cada una de ellas y, de este modo, contribuye a su integración a los flujos turísticos actuales (véase, en general, Paes y Oliveira, 2010).

Estas transformaciones, orientadas a dar nuevas funciones a las ciudades, a reposicionarlas en el contexto global y a contribuir a superar contextos de crisis y decadencia, definen de este modo lugares turísticos que ofrecen condiciones muy favorables para las nuevas tendencias y demandas que el turismo hoy presenta. El permanente recurso a las ya clásicas representaciones del turismo como impulsor del desarrollo, con sus concomitantes beneficios en términos de generación de puestos de trabajo o redistribución de ingresos, se articula con este contexto y, teniendo como ejemplo alguno de los precitados “modelos exitosos”, incentivan y guían las acciones de diversos actores sociales que ven en el turismo una estrategia para la superación de situaciones locales desfavorables, alimentando la difusión de esta oferta turística.

3. EL TURISMO EN ARGENTINA Y LOS DESTINOS URBANOS.

El turismo ha tenido un importante y temprano desarrollo en Argentina, mostrando claros vínculos con los procesos sociales generales y valorizando de formas específicas sus lugares (véase en general Pastoriza, 2011; Bertonecello, 2006a). En este marco es posible, asimismo, reconocer a partir de los inicios del presente siglo una expansión de las apuestas al turismo como impulsor del desarrollo, que se expresa tanto en la implementación de acciones concretas como en la creciente visibilidad e interés que las acompaña. Expresión de estos cambios es, entre otras, la activa política turística implementada a nivel nacional, que ha sido acompañada por acciones similares a niveles provinciales y locales, todas ellas justificadas en gran medida por los precisados argumentos de incentivo al desarrollo, y en parte también por los que han puesto énfasis en las potencialidades del turismo para superar situaciones de crisis y pobreza.

Estas acciones coinciden con un crecimiento del número de viajes turísticos, los cuales muestran, asimismo, características similares a las señaladas en el título precedente. Las estadísticas relativas a pasajeros internacionales y a pernoctes en establecimientos turísticos dan cuenta de esto, en su dimensión cuantitativa (Argentina, Ministerio de Turismo, 2012). La fragmentación del período vacacional y las “mini-vacaciones” a lo largo de todo el año, junto con la proliferación de nuevos destinos y productos que compiten con (o complementan a) los tradicionales, son otras expresiones de estos cambios. El “mapa turístico” del país, en consecuencia, se ha vuelto más heterogéneo, merced a la multiplicación de lugares de destino, en los que se brinda, asimismo, una diversificada oferta de productos turísticos. Las ciudades y el turismo cultural se encuentran entre los destinos y productos que se ofrecen en este contexto.

A continuación se presentan los casos de dos ciudades de la Argentina -Buenos Aires y Salta-, analizando su transformación en destino turístico, la definición de sus atractivos, y las modificaciones socio-territoriales vinculadas con esto. Teniendo en cuenta el contexto y las dimensiones analíticas expuestas aquí, el estudio se orienta a conocer y analizar los procesos de transformación material y simbólica que convierten funciones y atributos urbanos en atractivos turísticos y conducen a que cada vez más ciudades, y con más intensidad, se conviertan en destinos turísticos.

Las ciudades de Salta y Buenos Aires se han elegido por varias razones. En primer lugar porque presentan un fuerte

incremento de sus funciones turísticas, y porque éstas resultan relativamente novedosas en relación con sus roles tradicionales. En segundo término, se trata de ciudades muy diferentes entre sí y que ocupan posiciones contrastantes en el sistema urbano nacional, lo que incentiva a tratar de comprender qué las aúna en sus roles turísticos y qué papel juega este rol en dicho sistema. Por último, interesa también conocer las características específicas que el turismo adopta en ambas ciudades, y la incidencia que, en cada una de ellas, ejerce sobre la organización socio territorial. Los resultados que se presentan aquí provienen de tareas de investigación llevadas a cabo en años recientes, con información proveniente de análisis documental, observación de campo y entrevistas.

4. BUENOS AIRES: LA CIUDAD COSMOPOLITA Y EXÓTICA

A mediados de la década de 1980 el Plan Federal de Turismo de la Argentina (Argentina, 1984) presentaba a la ciudad de Buenos Aires como un destino turístico vinculado a la función de puerta de entrada al país del turismo internacional, y como una ciudad que ofrecía servicios diversificados y vinculados, en gran medida, a su condición metropolitana y de capital del país, sin mayor destaque. No deja de sorprender que, dos décadas más tarde, la ciudad se haya convertido en uno de los destinos turísticos más importantes de América Latina por la cantidad de turistas, la diversidad de productos y atractivos, o la actividad económica vinculada, al tiempo que un porcentaje importante de los turistas que recibe la tengan como destino único a visitar.

La ciudad de Buenos Aires que hoy se ofrece a los turistas conjuga un conjunto de atractivos que coinciden con los grandes imaginarios turísticos presentes en la actualidad. La intrincada y compleja coexistencia de rasgos de *homogeneidad globalizada* (la ciudad moderna y cosmopolita) junto con otros nítidamente peculiares y propios parece constituir el núcleo de su atraktividad turística. Ellos derivan, en parte, de la complejidad de la vida cotidiana de la gran ciudad y, en parte, son el resultado de diversas políticas públicas que objetivan la revitalización económica, el rescate patrimonial o la legitimación política, gran parte de ellas sin fines turísticos explícitos, pero que tienen una profunda incidencia en el mismo. Estas medidas, a su vez, están acompañadas por acciones de múltiples agentes privados.

En efecto, los materiales de difusión turística, al igual que la opinión de agentes sectoriales y turistas consultados, rescata atractivos diversos que pueden ser caracterizados en torno a grandes núcleos. Por una parte, la *ciudad europea* representa un apelativo turístico que destaca rasgos de

urbanidad y nocturnidad propios de las grandes ciudades del primer mundo, donde el uso de los espacios públicos en general, y en particular de los espacios verdes (con su singular acondicionamiento paisajístico), definen un entorno urbano digno de apreciación y disfrute turístico. Este apelativo es asociado también con aquellos que refieren al carácter cosmopolita de la ciudad, donde lo moderno y lo tradicional se imbrican para dar lugar a un contexto pintoresco fuertemente valorado por el turismo, y en el que se enfatizan los aportes de diversas culturas presentes en la ciudad. Lo anterior se complementa, en gran medida por oposición, con los atractivos que definen a Buenos Aires como una ciudad exótica, entre los que se encuentran el tango y su sensualidad, el gaucho y la tradición, o la literatura con sus personajes y lugares. Son estos los ejes de la atractividad turística actual que la ciudad ofrece a sus visitantes, sean extranjeros o nacionales⁴.

La Buenos Aires turística es, al mismo tiempo, el resultado de un conjunto de transformaciones materiales y simbólicas que han tenido lugar a lo largo de las últimas décadas, algunas de ellas directamente orientadas al turismo. La pérdida de funciones tradicionales y el deterioro y obsolescencia de parte de sus construcciones fue el contexto en el que se inscribieron acciones tendientes a reposicionar a la ciudad en el nuevo orden global, marcadamente a partir de los años noventa, cuando la crisis social y económica hizo perentorio buscar alternativas superadoras.

En este contexto, las primeras medidas de preservación patrimonial implementadas en las décadas de 1970 y 1980 fueron retomadas e inscriptas en programas más amplios, que tomarían mayor impulso en torno al cambio de siglo.⁵ La transformación del barrio de San Telmo en pro de su recreación como el barrio histórico y bohemio de la ciudad se inscribe en

4 Véase, por ejemplo, el folleto elaborado por el Ente Turismo de Buenos Aires (2010) con el que el Gobierno de la Ciudad promociona este destino. En su página inicial sintetiza estos aspectos de la ciudad describiéndola como: “Histórica y reciente, autóctona y multifacética, la Ciudad de Buenos Aires vibra en sus calles. Dueña de una arquitectura que combina el pasado y las vanguardias, la capital de Argentina emociona a quienes recorren sus grandes bulevares, el Río de la Plata, sus parques y plazas, sus calles adoquinadas. Los visitantes pueden disfrutar de la incansable movida nocturna que garantiza propuestas todos los días de la semana; los bares modernos o tradicionales; los barrios que conservan su esencia; la gastronomía de primer nivel; los espectáculos deportivos; la bohemia; el diseño; los circuitos comerciales y una amplísima oferta cultural por la que Buenos Aires es reconocida como Capital Cultural de Latinoamérica. Esta ciudad cosmopolita, que se transforma día a día al ritmo del Tango, sorprende en cada uno de sus rincones”.

⁵ Las primeras medidas de patrimonialización se tomaron en la década de 1970 con el objetivo de preservar constructos del período colonial, en el barrio de San Telmo. Acciones importantes en el mismo sentido fueron también las que se llevaron a cabo, en la década siguiente, en el casco histórico central de la ciudad, entre ellas las de preservación y revitalización de la Avenida de Mayo (sobre este tema, véase Sosa, 2006).

este proceso, y dará lugar a uno de sus atractivos turísticos más frecuentados.⁶ Otro tanto sucede con el barrio de La Boca, a partir del acondicionamiento del paseo ribereño y la valorización turística de Caminito y sus adyacencias, convertidos en centro de servicios organizado en torno a las vistas pintorescas, las referencias al pasado inmigratorio o la presencia de artistas plásticos destacados.⁷

En el ya citado contexto, en el que prácticas y discursos del neoliberalismo desempeñan un papel destacado en la transformación de la ciudad, tendrá lugar también la refuncionalización de Puerto Madero, basada en medidas de protección y rescate patrimonial, asociadas a un proyecto de desarrollo urbano fuertemente marcado por los intereses inmobiliarios. El *waterfront* resultante atrae a los turistas con su oferta de servicios y su propuesta moderna y cosmopolita, al tiempo que sus atributos patrimoniales le otorgan una identidad singular y propia que refuerza su carácter atractivo.⁸

Procesos similares suceden en el Centro tradicional de la ciudad, donde calles, monumentos y edificios son acondicionados para su consumo estético mediante refacciones y acondicionamientos materiales, asignación de nuevas funciones vinculadas con el ocio y la recreación, u oferta de actividades culturales nuevas o potenciadas.⁹ También el barrio de la Recoleta es incorporado en estas tendencias, reforzando enfáticamente sus cualidades estéticas vinculadas con el origen europeo y la alta cultura, rescatadas en los apelativos turísticos sobre la “París de Sudamérica”.¹⁰ La difusión de nuevos equipamientos hoteleros, muchos de ellos con base en edificios de carácter patrimonial, refuerza y sustenta este carácter que el turismo encuentra en la ciudad.

⁶ El barrio de San Telmo se consolidó como lugar turístico a partir de la puesta en valor de su carácter de barrio histórico, mediante acciones tendientes a su preservación, acondicionamiento y embellecimiento. El adoquinado de sus calles, la instalación de mobiliario temático, la refacción y refuncionalización de sus edificios más importantes, se encuentran entre las acciones más significativas en este sentido (véase, entre otros, Zunino Singh, 2007).

⁷ A partir de las obras construidas con el fin de evitar la inundación de áreas ribereñas al Riachuelo durante las crecidas del río, se construyó un paseo peatonal que vincula el viejo puente Avellaneda con Vuelta de Rocha y el adyacente Caminito, lugares típicos de las imágenes turísticas de la Boca (véase, entre otros, Herzer, 2008).

⁸ El antiguo puerto Madero, desafectado de sus funciones y en estado de obsolescencia, fue objeto de un proceso de refuncionalización que produjo su incorporación a la ciudad como un nuevo barrio, y conllevó desde la renovación y refuncionalización de sus diques y depósitos (preservados como patrimonio) hasta la incorporación de nuevas superficies afectadas al uso urbano y a la actividad inmobiliaria (véase, Bertonecello, 2006b).

⁹ A modo de ejemplo pueden citarse la renovación de la Avenida de Mayo destacando su imagen europea y específicamente madrileña; la refuncionalización de la antigua sede del diario La Prensa como sede de la Secretaría de Cultura porteña, o la peatonalización y embellecimiento de las calles del micro centro, aún en curso.

¹⁰ Promoción de museos y centros culturales, mobiliario y equipamiento temático. Inclusión de antiguos palacetes en infraestructura hotelera de alta gama.

A lo largo de los años transcurridos del siglo XXI, la ciudad fue incorporando nuevos barrios a la oferta turística (Palermo, Abasto, entre otros), en un proceso en el que las transformaciones materiales se articulan con operaciones discursivas que orientan las lecturas y usos turísticos de cada lugar, al tiempo que impulsan el desarrollo de nuevos emprendimientos turísticos (y no turísticos). Así, gran parte de la ciudad vivida por sus habitantes se va convirtiendo en un ámbito atractivo para el disfrute turístico, en el cual los deseos y expectativas de los turistas se cumplen de acuerdo a lo previsto.

La ciudad convertida en un escenario para ser mirado y admirado por los turistas va incluyendo cada vez más fragmentos de su totalidad cotidiana, garantizando la oferta de nuevos productos y el mantenimiento de su atraktividad. Pero este escenario que se disfruta mediante su visita y recorrido, es también un lugar donde los turistas realizan prácticas próximas a su cotidianeidad pero que se especifican y distinguen, precisamente por el ámbito donde ellas ocurren, convenientemente embellecido y tematizado.

De este modo, los turistas que visitan la ciudad no sólo valoran su paisaje o el patrimonio que pueden conocer y visitar. Valoran también la posibilidad de realizar actividades que se reconocen como propias de las ciudades modernas y pujantes pero que se llevan a cabo en contextos singulares y específicos de esta ciudad. La sobrevaloración de la oferta de servicios culturales o gastronómicos, muchos de ellos inscriptos en una matriz patrimonial, de los que hacen uso los turistas, se inscribe en esta tendencia. Así, es frecuente encontrarlos sentados en un bar, comiendo en un restaurant, en una muestra o espectáculo artístico, en prácticas que son también habituales en sus lugares de origen, aunque aquí cargadas de una connotación propia y singular que sólo el lugar les otorga, y que son compartidos por los lugareños.

La ciudad turística de Buenos Aires es el resultado de un complejo proceso de *estetización* y *exotización* en el que se combinan transformaciones materiales y discursivas, que dan como resultado un destino turístico que mantiene su vigencia, en gran medida, a través de una recreación continua de estos procesos, que incorporan nuevos lugares o barrios, nuevas dimensiones y servicios, nuevas propuestas y productos. Ella no sólo convive con la ciudad vivida cotidianamente por sus habitantes, sino que se alimenta, en gran medida, de ella. Y es en esta relación donde se van a registrar también diversos conflictos y contradicciones, cuya resolución en muchos casos está en proceso.

El uso turístico de la ciudad se asocia a procesos más amplios y estructurales de cambio que producen nuevas fragmentaciones sociales, nuevas segregaciones y, también, nuevas exclusiones. Los barrios revitalizados y, en gran medida, destinados al turismo, han sufrido procesos de expulsión de residentes tradicionales, de construcción de equipamientos específicos para el turista (y excluyentes para los residentes), y de transformación de hábitos y costumbres tradicionales. Los usos turísticos convierten una parte de las viviendas en inaccesibles a los residentes, y lo mismo sucede con equipamientos culturales, gastronómicos o de recreación.

La desigual distribución del turismo en la ciudad reafirma (y en muchos casos incrementa) la desigual cobertura de equipamiento, infraestructura y servicios disponibles para sus habitantes, ya de por sí inequitativa, incorporando estos cambios a la arena política de reclamos y negociaciones. Tradiciones e identidades, hábitos y costumbres, se ven afectados por los discursos y prácticas del turismo, produciendo nuevas adscripciones y exclusiones, que la población local procesa de formas muchas veces conflictivas o violentas (véase, entre otros, Zunino Singh, 2007; Herzer y otros, 2011).

5. SALTA: LA CIUDAD COLONIAL Y TRADICIONAL

La visita turística a la ciudad de Salta forma parte de un viaje más amplio que, para turistas nacionales y extranjeros, suele incluir otros destinos cercanos del noroeste argentino. Sin embargo, a diferencia de esos otros lugares de visita, la ciudad de Salta se ha consolidado como el más importante centro de llegada y estadía de la región: allí arriban los turistas desde distintas ciudades del país, especialmente del área metropolitana de Buenos Aires (principal centro emisor de turistas nacionales y lugar de llegada y distribución de turistas extranjeros) y desde allí se emprende el viaje a otros destinos regionales (que en algunos casos se visitan en el día regresando a la ciudad de Salta)¹¹.

En términos turísticos, Salta ha sido admirada en su condición de ciudad histórica, expresada en un acervo de edificaciones del período colonial y otras más recientes (siglo XIX y XX) concentradas en su centro histórico.

Estas expresiones arquitectónicas dan cuenta del rol de la ciudad durante el dominio colonial español cuando constituyó un importante centro político, económico y

¹¹ Estos otros destinos comprenden las localidades San Lorenzo y La Caldera, el Dique Cabra Corral, los Valles Calchaquíes y la Quebrada de Humahuaca o la visita a la Puna con la excursión del Tren a las Nubes.

demográfico¹². Así, la concentración de edificaciones de este período (poco frecuente en otras ciudades argentinas) constituye uno de sus principales atractivos turísticos. Asimismo, la figura del gaucho (especialmente cuando se lo vincula al héroe local Martín Miguel de Güemes¹³), y la música folklórica, como también las diferentes manifestaciones religiosas vinculadas al catolicismo completan el panorama de atractivos que llaman la atención de los visitantes.

En general, el centro histórico de la ciudad de Salta se recorre a pie en un itinerario que reúne los referentes arquitectónicos del pasado salteño (edificaciones eclesiásticas, civiles y domésticas) concentrados alrededor o en las cercanías de la plaza central 9 de Julio. Estos itinerarios suelen incluir los monumentos a héroes locales o nacionales y aquellos que conmemoran eventos históricos de relevancia provincial o nacional (como, por ejemplo, el Monumento a Güemes o el que conmemora la Batalla del 20 de Febrero, librada como parte de la gesta independentista). Estos recorridos en ocasiones están orientados por guías y en algunos casos forman parte de un servicio de *city tour* en vehículos ofrecidos por distintas empresas. Además, frecuentemente incluyen la visita a puntos panorámicos localizados en los cerros circundantes a la ciudad (cerro San Bernardo y mirador de Portezuelo). En los recorridos por el centro histórico los turistas ingresan a museos e iglesias, pero también a los locales de ventas de artesanías ubicados en esta área de la ciudad. También suelen detenerse con frecuencia en los locales gastronómicos que abundan en esta área (pues el centro histórico también constituye una importante área de consumo).

Estas formas de hacer turismo en la ciudad han sido facilitadas y estimuladas por dos procesos complementarios y convergentes en las últimas décadas: la construcción de una imagen turística de la ciudad y las transformaciones materiales efectuadas en el centro histórico. La construcción y difusión de la imagen de la ciudad es un proceso que ha involucrado la participación de diferentes actores del sector público (y de diferentes niveles de gobierno -municipal, provincial y nacional-) y privado. Especialmente desde el gobierno

¹² La ciudad fue fundada en 1582 como parte de una estrategia que buscó reforzar la ocupación española en la Gobernación del Tucumán (Virreinato del Perú) y proteger el comercio entre Córdoba y el Alto Perú. Más tarde, y ya conformado el Virreinato del Río de la Plata, tuvo un papel destacado como sede de la Intendencia de Salta del Tucumán y como un importante centro que vinculaba estrechamente Potosí con la ciudad de Buenos Aires (Mata de López, 1998).

¹³ Martín Miguel de Güemes fue un militar salteño que participó en la guerra por la independencia argentina comandando milicias compuestas en su mayoría por gauchos. Es reconocido como un héroe provincial y tanto él como los gauchos asociados a la gesta patriótica constituyen en la actualidad pilares centrales de la identidad provincial.

provincial en las últimas décadas se ha llevado adelante una intensa promoción turística de la ciudad y la provincia en general. Así se ha ido consolidando la imagen de la ciudad histórica y especialmente colonial que se señaló más arriba¹⁴.

Por otro lado, el centro histórico que se recorre en las visitas turísticas ha sido objeto de diferentes intervenciones como parte de un proceso de renovación urbana iniciado a comienzos de la década de 2000 (momento que coincide, por un lado, con un aumento en la llegada de turistas a la provincia y al país en general, y por otro, con la implementación de la política sectorial a nivel nacional anteriormente mencionada).

Esta iniciativa forma parte de la apuesta al turismo por parte del gobierno provincial para hacer de él una de las principales actividades económicas de la provincia. Esto incluyó una política turística que buscó generar inversiones¹⁵ y desarrollar cierta infraestructura¹⁶ con vistas a hacer de esta provincia un destino destacado en el contexto nacional (e internacional).

Así, en la ciudad capital se apuntó a estimular la visita turística exhibiendo sus aspectos culturales. Este proceso de renovación incluyó la restauración, pintura e iluminación de edificios emblemáticos concentrados en el centro histórico (como la Catedral, el Cabildo, el Convento de San Bernardo, la iglesia de San Francisco). También como parte de este proyecto se intervinieron las calzadas (adoquinamiento, semipeatonalización) y las veredas (ensanchamiento), se dispuso una iluminación específica (farolas en las paredes y faroles de pie) y se instaló un mobiliario urbano de aspecto histórico. Básicamente se trató de intervenciones al patrimonio edificado combinadas con la transformación del espacio público reforzando la idea de un centro de carácter histórico.

Más recientemente, normativas especiales como la designación del centro histórico como “Bien de Interés Arquitectónico y Urbanístico de la Provincia” (2009) y el Plan Regulador Área Centro Ciudad de Salta (PRAC) (2011) fueron

¹⁴ Un ejemplo de cómo suele presentarse en la actualidad la imagen turística de la ciudad de Salta puede verse en la revista *Salta Argentina* de 2010, editada por el gobierno provincial: “...Salta conserva aún buena parte de su carácter hispánico. Un distintivo que la hace única entre las capitales argentinas. Casas e iglesias de estilo colonial deslumbran en los alrededores de la plaza principal, enmarcadas por los cerros circundantes. Orgullosa de sus riquezas y tradiciones, amable y hospitalaria, Salta ofrece al visitante una gran variedad de entretenimientos y eventos culturales” (Gobierno de la provincia de Salta, Ministerio de Turismo y Cultura, 2010; 6).

¹⁵ En efecto, especialmente desde la década de 2000 el gobierno provincial encaró una serie de acciones de estímulo a la inversión privada a través de exenciones impositivas y créditos fiscales en el territorio provincial que permitió, entre otras cosas, ampliar la cantidad de plazas disponibles (BID, 2003).

¹⁶ Expresadas, por ejemplo, en la construcción de un centro de convenciones, la modernización de la terminal de ómnibus, el mejoramiento en los accesos a la ciudad y el aumento de vuelos y destinos desde y hacia el aeropuerto local. Parte de estas obras fueron realizadas a partir de dos préstamos consecutivos del BID otorgados desde 2003.

Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas n° 9 Enero-Junio 2014 pp. 4-26

creando el marco legal necesario para reforzar la condición de patrimonio de esta área y para fijar criterios acerca de su apariencia y los usos para ella pensados. De esta manera, y atento a complacer la experiencia de recorrido del centro histórico por parte de los turistas, esta normativa orienta y pauta las transformaciones en el área referidas a altura máxima de los edificios, los volúmenes edificables, las líneas de retiro (en frentes y fondos) y la preservación, la iluminación y el color de las fachadas.

Esta definición y transformación (material y simbólica) del centro histórico implicó la participación del sector privado vinculado al turismo, beneficiado por ventajas ofrecidas por el gobierno provincial ampliando sus propuestas para el turista. En efecto, como parte de la organización de este destino, surgieron desde el sector privado nuevos bienes y servicios, algunos de tipo exclusivo, orientados hacia un consumidor de alto poder adquisitivo (hotelería “5*” y *boutique*, gastronomía *gourmet*, objetos de diseño). Asimismo, como sucede en tantos otros casos, estas transformaciones fueron acompañadas de una dinamización del mercado inmobiliario (para usos residenciales, comerciales y turísticos) alentada por el aumento en los valores de terrenos e inmuebles en el área formalmente reconocida como patrimonio y sujeta a protección (Troncoso, 2013).

El área renovada también fue transformándose en un espacio de consumo donde se comercializan los nuevos productos y servicios. Allí puede verse cómo las veredas ampliadas fueron utilizadas para la colocación de mesas y sillas de los locales gastronómicos, por ejemplo. Dentro de este nuevo espacio de consumo, las zonas más importantes son la plaza 9 de Julio y un tramo de la calle Balcarce. En esta última, además de locales gastronómicos, se congrega la oferta de entretenimientos (espectáculos folklóricos, entre otros) que se disfruta especialmente por la noche. Sin embargo, estos espacios no involucran exclusivamente la presencia de turistas; también constituyen las áreas elegidas por la población local para sus actividades de ocio, entretenimiento y consumo en general. En efecto, la zona de los alrededores de la plaza 9 de Julio (y la plaza misma) son frecuentados por la población local que realiza distintos tipos de actividades (se dirige a su lugar de trabajo o estudio localizados en el área, realiza trámites, compras, o simplemente pasa un tiempo de descanso o recreación en la plaza); asimismo, la zona de la calle Balcarce, por la noche, convoca por igual a turistas y residentes.

Estas estrategias de intervención patrimonial y de promoción de imágenes e ideas acerca del centro histórico de Salta hablan de un espacio particular que no solo queda

definido por una normativa que marca sus límites espaciales sino por una temática (Gottdiener, 2001) que lo organiza articulada en torno a lo colonial, lo histórico, lo señorial, lo ilustre y lo tradicional. Así, en términos generales, todas estas intervenciones apuntaron a tematizar un centro de la ciudad como centro histórico y patrimonial y a definir un entorno que resulta apropiado para el consumo, en términos generales, y para el consumo turístico en particular. Y este espacio tematizado es el espacio que se sugiere visitar en una estadía en la ciudad. Esta *promenade* histórica (Boyer, 2004), recreada desde la política pública, es la que estará a disposición del turista para su admiración pero también para el consumo turístico mostrando que es allí y no en otro lugar donde tiene sentido consumir determinados bienes y servicios que hacen a la visita turística (productos gastronómicos locales, artesanías tradicionales, espectáculos folklóricos, etc.). Este proceso de transformación estuvo marcado por la selección de ciertos aspectos de la ciudad para lo cual resaltó su visibilidad (todo lo referido al pasado colonial y noble del pasado salteño), pero a su vez, intentó invisibilizar o suprimir otros (como se verá más adelante).

Este proceso de transformación que recurrió fuertemente al patrimonio suscitó algunos cuestionamientos. La dinámica del mercado inmobiliario y también las omisiones e imprecisiones de la gestión pública (especialmente en el proceso de establecer una normativa definitiva respecto del patrimonio) fueron cuestionadas por algunos actores locales, entre los que se destaca la Comisión Permanente de Defensa del Patrimonio Salta (creada en 2009) que congrega a distintas organizaciones no gubernamentales¹⁷. Fundamentalmente desde estos sectores se cuestionaba la permisividad para demoler algunas edificaciones históricas y los permisos otorgados para la construcción de nuevos inmuebles en el área centro. Estas objeciones pueden resumirse en dos posturas: por un lado, aquella marcada por una intención de resguardo del patrimonio histórico como referente identitario de la sociedad salteña¹⁸; por otro lado, la defensa de la calidad de vida para los

¹⁷ Entre ellas la Red Sol –la más activa respecto de los reclamos- y el Centro Patrimonio Salta (organización vinculada directamente con cuestiones patrimoniales).

¹⁸ En este sentido lo que se pone de relieve es la importancia de preservar los aspectos de la ciudad que hablan de su pasado histórico noble manifestando, por ejemplo, la necesidad de preservar los edificios vinculados a personalidades relevantes de la historia local, los materiales originales con los que fueron contruidos o su representatividad respecto de un determinado período histórico. Como parte de estos reclamos, el evento más destacado fue el “abrazo simbólico” que se realizó en 2009 para proteger dos inmuebles históricos localizados en el centro de la ciudad que eran propiedad de la Municipalidad y fueron vendidos a un particular que tenía intención de demolerlos. A partir de estas acciones se logró frenar estas demoliciones.

habitantes del centro histórico que es percibida como amenazada.¹⁹

Más allá de los cuestionamientos expresados por ciertas organizaciones locales, este proceso también definió actores que quedaron excluidos de esta área renovada de la ciudad. El caso paradigmático es el de los vendedores ambulantes dedicados a la reventa de todo tipo de productos no artesanales. A ellos les es permitido trabajar sólo en las áreas más periféricas del centro histórico protegido y en horarios de poca circulación de personas (luego de las 22hs). En efecto, como parte del proyecto patrimonial y turístico no solo se controlan aspectos de la apariencia visual del espacio edificado (iluminación, altura, volúmenes, colores) sino que a través de sus normativas y acciones concretas la política también procura hacer menos visibles ciertos actores y determinados usos del área central que no se consideran acordes con su carácter y status patrimonial.

6. BUENOS AIRES Y SALTA: RENOVACIÓN URBANA, TURISMO CULTURAL Y CONSUMO

Los resultados de investigación en ambas ciudades permiten constatar rasgos comunes y diferencias, que contribuyen a comprender el fenómeno de valorización turística en ambas, y de los efectos que se derivan de la misma. En primer término, cabe destacar que ambas ciudades muestran hoy un perfil turístico definido por una marcada especificidad, que contribuye a sostener su atractividad turística en un contexto de alta competencia entre potenciales lugares de destino. En ambos se reconoce un proceso de transformación acelerado, que más allá de las diferencias temporales y de escala, convierte a estas ciudades en destinos paradigmáticos del turismo cultural en la Argentina. En ambas este proceso es resultado de acciones específicas orientadas a estos fines.

En vinculación con los estímulos que guiaron estas transformaciones interesa rescatar el hecho de que la experiencia porteña es anterior a la salteña. En efecto, los proyectos de transformación más importantes de la capital nacional se inician a fines de la década de 1980 pero se pueden identificar antecedentes una década antes. Salta comienza su proceso de transformación del centro en la década de 2000,

¹⁹ En efecto, los reclamos para poner límites a las construcciones en altura, por ejemplo, están impulsados por el deseo de que esta zona mantenga bajas la densidad y la altura de las edificaciones. En palabras de la responsable de una de las organizaciones: “en realidad acá todos quieren vivir en el centro; hemos descubierto que todos quieren vivir en este sector; bueno, ahora que digan cómo lo van a hacer porque yo creo que la ciudad tiene que tener una planificación...” (entrevista personal, septiembre de 2012).

emulando no solo a los grandes modelos ya consagrados de transformación urbana (mencionados al inicio) sino también a la propia Buenos Aires (iniciativa que siguieron también otras ciudades del país). Esto tiene su correlato con otros procesos de transformación de espacios de consumo en el país, donde la experiencia en la capital nacional se replica luego en otras ciudades del mismo (como sucede con los *shopping centers*).

Más allá de estas diferencias, ambas ciudades atraviesan un proceso de valorización turística intenso en las últimas décadas que las coloca en lugares destacados en el concierto turístico nacional e incluso internacional. Estos procesos se inscriben en un contexto que puede caracterizarse como de oportunidad y necesidad. La oportunidad está dada por las tendencias actuales del turismo, tanto su crecimiento como la difusión de nuevas modalidades; en gran medida, la celeridad de los procesos refleja esta situación. Pero al mismo tiempo, el contexto se caracteriza por la necesidad, que se refleja en la apuesta a una actividad que es vista como viable y útil para la superación de contextos adversos. En este sentido, la pervivencia de discursos tradicionales a favor del turismo como impulsor del desarrollo ha jugado, en ambos casos, un rol central impulsando las acciones públicas y privadas orientadas al desarrollo turístico de estos lugares.

Ambos casos presentan una marcada adscripción a los principios que el turismo cultural muestra en la actualidad. La valorización de las expresiones culturales más diversas representa una oportunidad para cuyo aprovechamiento las ciudades atraviesan procesos de acondicionamiento que, al tiempo que permiten ofrecer los servicios y equipamientos necesarios, definen sus atractivos. En esta definición de atractivos son activados diversos elementos y estrategias, entre los que la patrimonialización ocupa un lugar destacado. En este sentido, en ambas es posible observar que el patrimonio es seleccionado y acondicionado con el fin de enfatizar su condición de atractivo turístico, lo que conlleva también su acondicionamiento material (restauración, embellecimiento, iluminación) y simbólico (producción de relatos y tematización).

Este patrimonio es seleccionado de entre un amplio acervo patrimonial, con fines de valorización turística pero, al mismo tiempo, también se orienta a cumplir funciones para la población local, lo que contribuye a mantener su vigencia como referente cultural de la sociedad receptora. Pero esto mismo contribuye a dar más valor a sus usos turísticos, como se observa en la convivencia y usos compartidos que realizan turistas y habitantes de los mismos lugares y atributos.

El patrimonio que se valora como atractivo turístico es, asimismo, parte de un patrimonio que, en gran medida, ha perdido sus funciones originales. En rigor, es parte de un

amplio acervo que, resignificado, reingresa al proceso social en la medida en que es valorado como tal, al tiempo que el resto permanece olvidado (disponible para futuras incorporaciones, o destinado al deterioro y reemplazo). Estos procesos de selección y activación patrimonial, complejos y contradictorios en sí mismos, suelen serlo aún más cuando el interés turístico los atraviesa. En ambas ciudades se observan estas complejidades, que desembocan en inclusiones y exclusiones sociales y culturales, que en algunos casos alcanzan expresiones de abierto conflicto.

Otro de los aspectos que caracterizaron estas experiencias fue la tematización del espacio urbano implicada en la transformación material y simbólica de ambas ciudades, si bien estos procesos tomaron características diferentes para cada uno de los casos. La tematización en el caso de Buenos Aires presenta una diversificación más marcada que en el caso de Salta, con la presencia de áreas diferenciales que hablan de la ciudad bohemia (San Telmo), inmigrante (La Boca), europea (Recoleta), vanguardista (Palermo). En este sentido se trata no solo de una diversificación temática sino también de una diversidad de fragmentos de la ciudad implicados en este proceso (relacionada con la propia complejidad de la metrópolis). En el caso de Salta las transformaciones materiales y simbólicas ligadas a la renovación urbana se circunscriben temática y espacialmente en la figura del centro histórico que condensa el pasado colonial.

Estos dos casos, asimismo, invitan a reflexionar acerca de la relación entre turismo y vida cotidiana. En ambas ciudades estos espacios tematizados combinan distintas actividades, algunas exclusivamente encaradas por la población residente, otra exclusivamente por los turistas pero varias compartidas por estos dos grupos. Esto es especialmente evidente en la ciudad de Buenos Aires donde áreas de recreación, de consumo de todo tipo o de actividades culturales nuclea a turistas y residentes por igual. Asimismo, se suma a una tendencia que señala Judd (2003): la dificultad para distinguir espacios de ocio exclusivos para turistas y otros frecuentados solo por residentes. Esto se vincula con este nuevo aspecto de la práctica turística donde la vida cotidiana de los residentes forma parte de la atraktividad turística.

Por último, ambos casos muestran la presencia de situaciones conflictivas, que al tiempo que cuestionan las virtudes asignadas al turismo como impulsor del desarrollo y el bienestar de los habitantes, ponen en evidencia la manifestación de nuevas formas de conflicto y exclusión. Nuevamente, en el caso de Salta estas situaciones conflictivas fueron más puntuales e involucraron a trabajadores y residentes

de un área espacialmente acotada: el centro urbano. En el caso de la ciudad de Buenos Aires las instancias conflictivas respondieron a situaciones diferenciadas según los barrios de la ciudad que se manifestaron también en distintos momentos.

7. REFLEXIONES FINALES: VALORIZACIÓN TURÍSTICA, CULTURA Y TRANSFORMACIONES URBANAS

La puesta en valor turístico de las ciudades analizadas permite formular algunas reflexiones de interés para la comprensión de la relación entre turismo y organización socio territorial, específicamente en las ciudades. Los procesos de valorización turística han requerido e impulsado profundas transformaciones en los lugares analizados. En ambas ciudades se registra un intenso proceso de transformación material orientado a la satisfacción de las necesidades del turismo. Ellas tienen relación con la provisión de equipamiento e infraestructura, como sucedería también frente a otras actividades, pero poseen como rasgos específicos el estar fuertemente atravesadas por objetivos de estetización y tematización. En efecto, las transformaciones materiales tienen un fuerte vínculo con los objetivos de definición de una atraktividad turística indispensable para dar bases a la práctica turística. La tematización en torno al carácter histórico en el caso de Salta, o de la ciudad cosmopolita, europea y exótica, en Buenos Aires, representa un eje que guía las transformaciones materiales, y que vincula a éstas con los contenidos representacionales que están involucrados en la definición de sus atractivos turísticos.

Al tiempo que lo anterior advierte acerca de la importancia que los discursos y las representaciones tienen en estas transformaciones, no debe olvidarse que sus dimensiones materiales adquieren una importancia singular, ya sea porque es este carácter el que fija al lugar la tematización convertida en atractivo turístico, ya sea porque es a través de ella que se procesan las principales oportunidades de negocios, como así también gran parte de las exclusiones.

Retomando lo anterior, conviene decir que en el turismo está siempre presente la necesidad de fijar en un lugar concreto aquellos atributos que se tornan atractivos para la práctica, y que concitan el interés y motivan el viaje de los turistas. La historia o la tradición, lo cosmopolita o lo moderno, sólo se convierten en atractivos turísticos cuando son asociados a constructos fijos a un lugar, o cuando se expresan o vivencian en él; cuando, en síntesis, se vinculan con un lugar. Así, puede sostenerse que el turismo resignifica el lugar en función de los objetivos que los actores vinculados a él persiguen. Y si bien estos objetivos son fuertemente económicos, también están

atravesados por intereses políticos y sociales, por matrices culturales o ideológicas. Todas estas dimensiones están presentes en las transformaciones implícitas en la definición del atractivo turístico, que al concretarse en un lugar específico, lo transforman.

La tematización de un lugar para el turismo destaca la importancia de las imágenes. La ciudad tematizada es, además, una ciudad bella y embellecida, que invita a su contemplación y disfrute, y que en ocasiones representa motivo de admiración para quienes la visitan y de orgullo para quienes viven en ella.

Pero es claro que esta tematización consiste, al mismo tiempo, en un proceso de selección de una parte respecto de la totalidad, lo que coloca en forma inmediata la pregunta acerca de qué porción resulta beneficiada por las imágenes que la expresan, y cuáles no. De quiénes habla la ciudad turística, a quiénes expresan los lugares y atractivos visitados, y a quiénes no, son preguntas cuyas respuestas remiten a los procesos de contestación y cuestionamiento de la ciudad tematizada para el turismo; los casos analizados muestran estas cuestiones y advierten sobre la conflictividad social inherente a ellos.

Los objetivos de propiciar el desarrollo de los lugares vía la actividad turística aparecen con fuerza en ambos casos, retomando una vieja discusión acerca de los reales alcances de estas expectativas, que parece resolverse en la recurrente indefinición de los mismos y en la reiteración de las expectativas. En los casos analizados, el rescate patrimonial juega un papel adicional, no sólo por su necesaria participación en la definición de atractivos, sino porque su resguardo y preservación aparecen como objetivos complementarios del desarrollo turístico, potenciando su virtual positividad. El rescate patrimonial también contribuye a la cristalización de la tematización en el lugar, y ambos procesos se complementan en la producción del lugar turístico.

Nuevamente, conviene señalar que el rescate patrimonial (o lo que algunos autores denominan la activación patrimonial) tampoco está exento de contradicciones y conflictos, que se potencian cuando a las tradicionales preguntas acerca de qué es patrimonio y de quién es el patrimonio, se suma en el caso de su valorización turística la que se orienta a saber acerca de para quién es este patrimonio.

Por último, conviene rescatar los vínculos entre la calidad de vida de los habitantes y el desarrollo turístico del lugar. Considerar los conflictos y las nuevas formas de exclusión que muestran los casos analizados podría enriquecer las visiones acerca del turismo y sus reales alcances para el desarrollo de los lugares, y sería un aporte que los estudios específicos podrían realizar a la comprensión del fenómeno.

8. BIBLIOGRAFÍA CITADA

- ALMIRON, A., R. Bertoncetto, D. Kuper y L. Ramirez (2008): "El turismo como impulsor del desarrollo en Argentina. Una revisión de los estudios sobre la temática", *Aportes y Transferencias*, N° 12 (1), págs. 57-86.
- ARGENTINA, MINISTERIO DE ECONOMIA, SECRETARIA DE COMERCIO (1984): *Bases para un plan federal de turismo*, Buenos Aires, Min. Economía.
- ARGENTINA, MINISTERIO DE TURISMO, SUBSECRETARIA DE DESARROLLO TURÍSTICO (2012): *AET 2012 Anuario Estadístico de Turismo*, Buenos Aires (Disponible en: <http://desarrolloturistico.gob.ar/anuarios-estadisticos>)
- BARRETTO, M. (2007): *Turismo y cultura. Relaciones, contradicciones y expectativas*, Tenerife, ACA y Pasos (Colección Pasos edita, 1), 176 páginas.
- BERTONCELLO, R. (2006a): "Turismo, territorio y sociedad. El "mapa turístico de la Argentina", en *América Latina: cidade, campo e turismo*, A. GERAIGES, M. ARROYO y M. SILVEIRA (orgs), Buenos Aires, CLACSO-USP, pp.317-36.
- BERTONCELLO, R. (2006b): "El Puerto Madero de Buenos Aires. El turismo como objetivo y como estrategia", *Patrimônio: Lazer & Turismo, Revista Eletrônica*, maio (Disponible en: <http://www.unisantos.br/pos/revistapatrimonio>).
- BID-Banco Interamericano de Desarrollo (2003): *Programa de Apoyo al Desarrollo Integrado del Sector Turismo de la Provincia de Salta. Propuesta de préstamo*.
- Boyer, M. C. (2004): "Ciudades en venta: la comercialización de la historia en el South Street Seaport", en *Variaciones sobre un Parque Temático. La nueva ciudad americana y el fin del espacio público*, M. SORKIN, Barcelona, Gustavo Gili, págs. 205-230.
- BRITTON, S. (1991): "Tourism, capital, and place: towards a critical geography of tourism", *Environment and Planning, D Society and Space*, N° 9, págs. 451-478.
- COHEN, E. (2005): "Principales tendencias en el turismo contemporáneo", *Política y Sociedad*, Vol. 42, N°1, págs. 11-24.
- El Intransigente* (2011): "Conservar el patrimonio arquitectónico es conservar la identidad". Disponible: <http://www.elintransigente.com/notas/2011/5/19/conservar-patrimonio-arquitectonico-conservar-identidad-84043.asp>
- GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES, ENTE TURISMO DE BUENOS AIRES (2010): *Buenos Aires*.

- Gobierno de la provincia de Salta (2011a): *Plan Estratégico de Turismo Salta Sí + (2010-2020)*.
- Gobierno de la provincia de Salta, Ministerio de Cultura y Turismo (2011b): *Para mí Salta es...* Spot publicitario.
- Gobierno de la provincia de Salta, Ministerio de Cultura y Turismo (2012): *Imágenes de Salta*, video promocional.
- Gobierno de la provincia de Salta, Ministerio de Finanzas y Obras Públicas (2011): *Plan Regulador del Área Centro, Salta*.
- Gobierno de la provincia de Salta, Ministerio de Turismo y Cultura, Secretaría de Prensa (2008): “Reencontrarnos con nuestra cultura no es sólo marketing turístico, dijo Urtubey”. Disponible en <http://www.salta.gov.ar/noticia-gobierno-salta.php?IdNoticiaSalta=140>
- Gobierno de la provincia de Salta, Ministerio de Turismo y Cultura (2010): *Revista Salta Argentina*.
- GOTTDIENER, M. (2001): *The Theming of America. American dreams, media fantasies and themed environments*, Oxford, Westview, 216 páginas.
- HARVEY, D. (1998): *La condición de la posmodernidad. Investigación sobre los orígenes del cambio cultural*, Buenos Aires, Amorrortu, 401 páginas.
- HARVEY, D. (2002): “The art of rent: globalization, monopoly and the commodification of culture”, *Socialist Register*, Vol. 38, sp.
- HERZER, H. (org.) (2008): *Con el corazón mirando al sur. Transformaciones en el sur de la ciudad de Buenos Aires*, Buenos Aires, Espacio Editorial, 367 páginas.
- HERZER, H. y otros (2011): “Unos llegan y otros se van: cambios y permanencias en el barrio de La Boca”, *Población de Buenos Aires*, N° 8(14), págs. 7-30.
- JAMESON, F. (1995): *El posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado*, Barcelona, Paidós, 121 páginas.
- JUDD, D. (2003): “El turismo urbano y la geografía de la ciudad”, *Revista Eure*, N° XXIX (87), págs. 51-62.
- JUDD, D. y S. Fainstein (1999): *The Tourist City*, London, Yale Univ. Press, 344 págs.
- KUPER, D., L. Ramírez y C. Troncoso (2010): “Política turística y planificación: ¿de las estrategias centralizadas a las estrategias participativas?”, *Actas del XI Coloquio Internacional de Geocrítica*, Buenos Aires, UBA, mayo.
- MEETHAN, K. (2001): *Tourism in global society. Place, culture, consumption*, Nueva York, Palgrave, 226 páginas.
- PAES, M. T. Duarte y M. Ramos da Silva Oliveira (2010): *Geografía, turismo e patrimônio cultural*, San Pablo, Annablume, 230 páginas.

- PAGE, S. (1995): *Urban tourism*, New York, Routledge, 269 páginas.
- PASTORIZA, E. (2011): *La conquista de las vacaciones. Breve historia del turismo en la Argentina*, Buenos Aires, Edhasa (Temas de la Argentina), 294 páginas.
- PEARCE, D. (1986): *Tourist development*, Nueva York, Longman, 341 páginas.
- SELBY, M. (2004): "Consuming the city: conceptualising and researching urban tourist knowledge", *Tourism Geographies*, N° 6(2), págs. 186-207.
- SMITH, N. (1996): "Gentrification, the frontier and the restructuring of urban space". en S. Fainstein & S. Campbell, *Readings in Urban Theory*, Oxford, Blackwell Publishers, págs.338-358.
- SOSA, V. (2006): *Buenos Aires as a Global City: the reterritorialization of the urban centre*. Ponencia presentada en la International Conference "Urban Conditions and Life Chances", University of Amsterdam, 6-8 July.
- TRONCOSO, C. (2013): "Política turística y patrimonial en la ciudad de Salta Argentina: disonancias en la protección y los usos del centro histórico", *Estudios y Perspectivas en Turismo*, en prensa.
- VERA, J. F. *et al.* (1997): *Análisis territorial del turismo*, Barcelona, Ariel. 435 págs.
- WTO-World Tourism Organization (2013): *World Tourism Barometer*, Vol.11.
- ZUNINO SINGH, D. S. (2007): *Los usos económicos de la cultura en los procesos de renovación urbana. Las políticas de patrimonio y el turismo en el caso del barrio de San Telmo (casco histórico de la ciudad de Buenos Aires)*. Tesis de Maestría, Buenos Aires, IDAES-UNSAM.