



Revista Universitaria de Geografía
ISSN: 0326-8373
ISSN: 1852-4265
ceditorialdgyt@uns.edu.ar
Universidad Nacional del Sur
Argentina

La cultura como recurso turístico. Actores y discursos en el proceso de nominación de los clubes de remo del municipio de Tigre como Patrimonio de la Humanidad de la UNESCO

Gorgone, Aluminé; Becka, Leandro; Barrios, Diego; Darago, Luisina; Salessi, María Lucila
La cultura como recurso turístico. Actores y discursos en el proceso de nominación de los clubes de remo del municipio de Tigre como Patrimonio de la Humanidad de la UNESCO
Revista Universitaria de Geografía, vol. 30, núm. 1, 2021
Universidad Nacional del Sur, Argentina
Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=383267985005>
DOI: <https://doi.org/10.52292/j.rug.2021.30.1.0019>



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0 Internacional.



La cultura como recurso turístico. Actores y discursos en el proceso de nominación de los clubes de remo del municipio de Tigre como Patrimonio de la Humanidad de la UNESCO

Aluminé Gorgone
FLACSO - UNLP, Argentina
alumine.gorgone@econo.unlp.edu.ar

DOI: <https://doi.org/10.52292/j.rug.2021.30.1.0019>
Redalyc: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=383267985005>

Leandro Becka
UNLP, Argentina
leandro.becka@econo.unlp.edu.ar

Diego Barrios
UNLP, Argentina
diego.barrios@econo.unlp.edu.ar

Luisina Darago
UNLP, Argentina
luisina.darago@econo.unlp.edu.ar

Maria Lucila Salessi
UNQ - UNLP, Argentina
lucila.salessi@econo.unlp.edu.ar.

Recepción: 24 Agosto 2020
Aprobación: 22 Febrero 2021

RESUMEN:

En 2015, el gobierno municipal de Tigre llevó a cabo el proceso de inscripción de la “Ciudad de Tigre y sus clubes de remo” a la Lista Tentativa de la República Argentina para postular a la Lista del Patrimonio Mundial de UNESCO. Dicho proceso se fundamentó en un intercambio de valores humanos, expresados en el paisaje urbano y en la arquitectura, donde la ciudad se consolidó como un centro turístico y deportivo relacionado con el medio ambiente fluvial. En este sentido, los clubes de remo establecidos entre finales del siglo XIX y principios del XX por las colectividades europeas ocupan un lugar central en la propuesta. El presente trabajo constituye una aproximación a un caso inscripto dentro de procesos globales de nuevos usos de la “cultura”, patrimonialización y turistificación, con el paradigma del turismo como impulsor de desarrollo. Mediante un enfoque cualitativo se indaga en estos procesos partiendo del punto de vista de los actores intervenientes en la arena turística patrimonial de Tigre. Como conclusión, se arriba a diferentes manifestaciones en donde se ponen en tensión el uso turístico del patrimonio con procesos identitarios, correspondientes a diversos modos de entender y vivir la “cultura”. Estas cuestiones a su vez se inscriben en una politización no solo de la “cultura”, sino también de la “identidad” y de la “comunidad”.

PALABRAS CLAVE: Actores sociales, Clubes de remo Tigre, Sitio Patrimonio Mundial, Turistificación, Usos de la cultura.

ABSTRACT:

In 2015, the municipal government of Tigre submitted the “City of Tigre and its rowing clubs” to the National Tentative List for applying to the UNESCO World Heritage List. Such process was based on an exchange of human values shown in the urban landscape and architecture that consolidated the city as a tourist and sports center closely related to the river environment. In this sense, the rowing clubs established between the end of the 19th century and the beginning of the 20th century by European communities take a central place in the proposal. The present work constitutes an approach to a case inscribed within global processes of new uses of “culture”, patrimonialization and touristification with the paradigm of tourism as the driving force for development. By means of a qualitative approach, these processes are investigated from the point of view of the actors involved in the heritage tourism arena in Tigre. As a conclusion, we outlined different scenarios where the tourist use of heritage is put in

tension with identity processes corresponding to different ways of understanding and living “culture”. These issues, in turn, are part of politicization not only of “culture”, but also of “identity” and “community”.

KEYWORDS: Social actors, Tigre rowing clubs, World Heritage Site, Touristification, Uses of culture.

INTRODUCCIÓN

Inmersos en un mundo global de alta movilidad turística y con los elevados ingresos en términos de divisas que genera dicha actividad¹, la “cultura” se ha convertido en un recurso turístico, con fines tanto económicos como sociopolíticos. El término “cultura” desde la década de los noventa ha ingresado en diversos campos, entre ellos el del desarrollo exterior, deviniendo entonces en un uso político del mismo (Wright, 1998). Incluso las ciudades propiamente dichas, a través de lo que se denomina turismo cultural, se transforman en destinos turísticos por la conversión de sus singularidades en atractivos, reposicionándolos en las redes globales de consumo turístico (Bertonecello y Iuso, 2016). En este sentido, el proceso de construcción de atractividad y valorización turística muchas veces se produce a través de la patrimonialización (Almirón, Bertonecello y Troncoso, 2006) con la intervención de actores extralocales como la UNESCO² que institucionalizan la puesta en valor de lo que se denomina bienes tangibles e intangibles. Este es el caso particular de Tigre, ciudad que se encuentra frente a una posible inclusión como “Ciudad de Tigre y sus clubes de remo” a la Lista Indicativa de Sitios de Patrimonio Mundial (LIPMH).

La iniciativa de Tigre parte desde el poder ejecutivo municipal, data del año 2015 y se encuentra actualmente inscripta en la “Lista Tentativa” de dicha organización, bajo la categoría de “sitio cultural”. Esta Lista hace referencia al inventario de sitios patrimoniales —culturales y naturales— que todo Estado parte del convenio firmado en 1972 confecciona y mantiene actualizado con vistas a proponer su inclusión en la Lista del Patrimonio Mundial en un lapso de 5 a 10 año, los cuales deben tener Valor Universal Excepcional y cumplir con al menos uno de los diez criterios de selección que se establecen en dicha convención. El Valor Universal Excepcional de la nominación se sustenta en dos criterios, 1) “exhibir un importante intercambio de valores humanos, durante un período de tiempo o dentro de un área cultural del mundo, sobre desarrollos en arquitectura o tecnología, artes monumentales, planificación urbana o diseño de paisajes” y 2) “dar un testimonio único o al menos excepcional de una tradición cultural o de una civilización que está viva o que ha desaparecido”³. La propuesta de nominación fue elaborada entonces en relación con esos criterios: atestigar el intercambio de valores humanos, expresados en el paisaje urbano y en la arquitectura, donde la ciudad se consolidó como un centro turístico y deportivo relacionado con el medio ambiente fluvial. En este sentido, los clubes de remo ocupan un lugar central en la propuesta, puesto que condensan sentidos de la inmigración europea, preservando una tradición viva relacionada con la práctica del deporte y el turismo⁴.

Los efectos inmediatos de la inscripción de un sitio en la Lista del Patrimonio Mundial pueden entenderse en dos sentidos. Desde un lado simbólico, hacen a la legitimación de los valores del sitio por la comunidad mundial, de modo que el destino recibe otro estatus por su vinculación con la UNESCO (Almirón et al., 2006). Desde un costado más material, se habilita la posibilidad de acceder a un sistema de cooperación internacional para secundar a los Estados parte en la conservación y gestión de sus sitios patrimoniales declarados (UNESCO, 1972). Por otro lado, existen autores que afirman que los efectos que produce dicha inscripción se ven materializados en el incremento de los ingresos por turismo y en la mejora de las infraestructuras (Vargas Velásquez, 2015); más aún si se trata de ciudades que ofrecen turismo cultural basado en el patrimonio, ya que los cambios en los gustos y preferencias de los turistas han provocado una diversificación de la demanda trayendo mayores beneficios económicos a aquellas ciudades Patrimonio de la Humanidad (Melgosa Arcos, 2001). No obstante, se ha registrado, por medio de la observación directa en el territorio, algunas circunstancias que podrían interferir con la autenticidad y la integridad del sitio, según los criterios de la UNESCO, poniendo así en riesgo su nominación. Se trata de, por un lado, problemas

ambientales vinculados por ejemplo a la existencia de restos de residuos sólidos en las cuencas fluviales que componen el conjunto. Así mismo, se advirtió la presencia de ciertas zonas litorales que presentan un abandono, con edificaciones estructuralmente deterioradas, sumado a zonas con vegetación abundante que evidencian un descuido estético como así también un riesgo sanitario. Por último, se observan ciertas disonancias con impacto en el paisaje urbano delteño, que se traducen en barreras visuales como el Parque de la Costa, y algunas edificaciones residenciales modernas.

Esta articulación entre los usos de la “cultura”, la posible nominación y, así, la puesta en valor turística del patrimonio de los clubes se manifiesta en un espacio concreto en donde se intersectan trayectorias de diversos actores en múltiples escalas, bajo prácticas de producción, consumo, gobernabilidad, gestión e identidad. Partimos desde la conceptualización del espacio de Massey (2005), como un lugar de encuentro —o desencuentro— de múltiples trayectorias de pluralidad, de su entrecruzamiento, mutua influencia y conflicto. El espacio es entonces producto de interrelaciones a causa de su multiplicidad, y por ende es relacional y abierto; no es cerrado ni acabado, sino en constante transformación. Es decir, la autora incorpora la noción de la política, y por ello “el espacio en sí como parte integral de la producción de la sociedad” (p. 123). Debido a que en su concepción espacio y tiempo se encuentran inexorablemente intrincados, esas interrelaciones se van concretando de determinada manera en un devenir histórico. Desde esta perspectiva, nos interesa pensar esa contingencia, ese encuentro de una multiplicidad de actores con diferentes trayectorias, con posiciones diferenciales en el espacio social y con diferentes universos de referencia, que juegan en la arena turístico-patrimonial. Como objetivo entonces de este artículo se disparan una serie de preguntas a indagar desde las perspectivas de los actores en su entramado social e institucional en el municipio de Tigre: ¿qué vínculos y relaciones se intersectan en este espacio ?, ¿cuáles son las representaciones, usos y opiniones de los actores intervenientes sobre estos procesos de nominación y puesta en valor turística de los clubes de remo en su práctica social, es decir, en su vida cotidiana y bajo sus propios puntos de vista? ¿Cómo se articulan dichas nociones con procesos globales de usos de la cultura y de turistificación en pos de la agenda del “desarrollo”?

CARACTERIZACIÓN SOCIOTERRITORIAL Y TURÍSTICA DE TIGRE

La ciudad de Tigre pertenece al partido homónimo que se ubica en el noreste de la provincia de Buenos Aires, Argentina, en lo que constituye el extremo norte del Área Metropolitana (ver Fig. 1), y cuenta con una superficie de 367,79 km². La ciudad cabecera, Tigre, está localizada a 32 km de la Ciudad de Buenos Aires. Ubicada entre el delta del Paraná y el Área Metropolitana del Gran Buenos Aires, la ciudad cuenta con dos ambientes diferenciados, uno continental y otro insular. La zona continental se extiende a través de 147,97 km², formando parte de la región pampeana, caracterizada por la planicie del terreno y, dentro de esta, en el área denominada pampa ondulada. Respecto a la zona insular, abarca 221 km², correspondiendo al sector inferior del delta del río Paraná que, a diferencia de otros deltas en el mundo, es el único que no desemboca en el mar sino en otro río, representando un macrosistema de humedales caracterizado por inundaciones periódicas de los ríos Paraná y Uruguay y con un gran valor ambiental. En definitiva, Tigre se localiza entre los dos sistemas naturales, la pampa ondulada y el delta. Respecto al primer sistema, la zona continental se encuentra mayormente en los bajos que reciben la influencia de los cursos fluviales afluentes del Río de la Plata, por lo que es frecuente la presencia de humedales y áreas inundables. Esta situación ha condicionado la configuración del territorio donde se emplaza la ciudad, así como las actividades que han caracterizado históricamente a la localidad, siendo entonces el paisaje ribereño su particularidad, cuestión central en el argumento de la nominación (Conti, Comparato, Moscoso y Charne, 2016).

El poblado fue establecido poco después de la segunda fundación de la ciudad de Buenos Aires en 1580, en el paraje Las Conchas (Bertонcello y Iuso, 2016). Durante sus primeros años —y aún hoy— la economía de los isleños se basó en la industria maderera, sin embargo, también se destacan las plantaciones de mimbre,

que se utiliza para la fabricación de papel y otros artículos artesanales (Fernández, 2002, p. 5). La llegada del ferrocarril en 1865 configura un hito fundamental para la región. Impulsa la afluencia de los sectores acomodados de la élite porteña, quienes primero escapaban de las epidemias y que luego fueron eligiendo a Tigre como lugar de veraneo, antecedente fundacional del turismo de élite en Tigre (Bertонcello y Iuso, 2016, p. 115).

Durante el proceso de organización nacional y su consiguiente proyecto “civilizador”, este partido recibe las primeras migraciones inglesas, francesas, italianas y portuguesas que se asientan permanentemente (Conti et al., 2016). Se destacan en esta época el lujoso Tigre Hotel (que fue demolido) en la confluencia del río Reconquista con el río Luján; y el Tigre Club, como espacio social dedicado al deporte y el juego, que actualmente es el Museo de Arte de Tigre (Bertонcello y Iuso, 2016, p. 116).

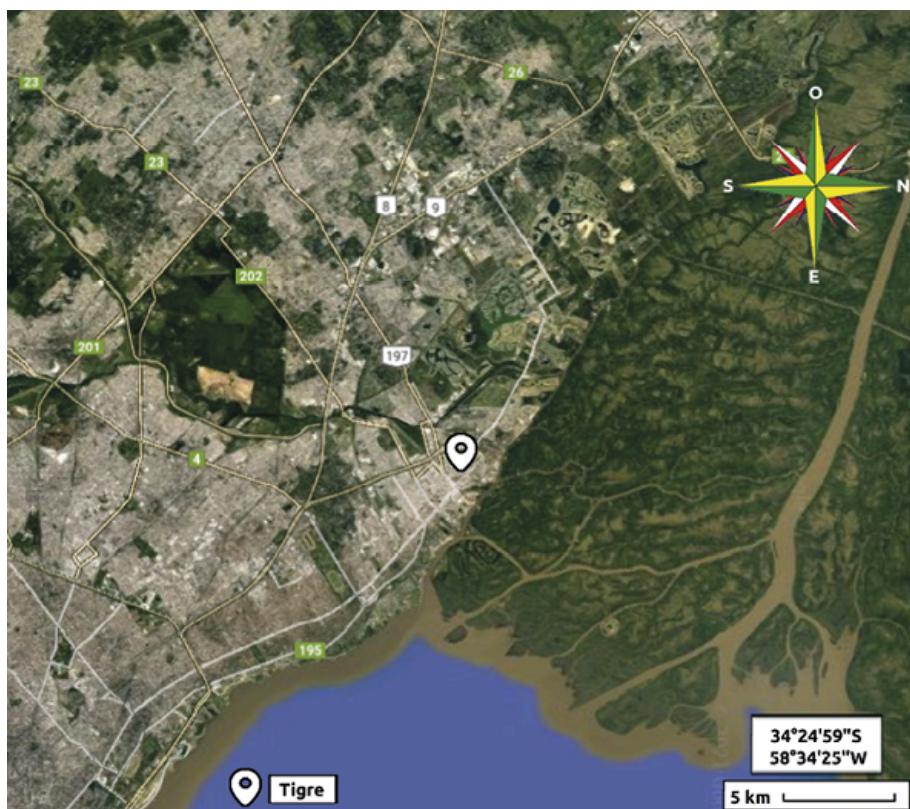


FIGURA 1.

. Localización de la ciudad de Tigre con relación al Área Metropolitana de Buenos Aires.

Fuente: elaborado por Gorgone et al. (2021) sobre la base de Google Maps.

Para el año 1930, durante la crisis económica y financiera mundial, Tigre se destaca en la región por su rol turístico, como centro de servicios. Comienza a funcionar en su actual ubicación el Mercado de Frutos del Puerto de Tigre (Fernández, 2002, p. 6), que luego se refuncionaliza hasta ser, hoy por hoy, uno de los principales atractivos turísticos de la ciudad, punto de encuentro de miles de turistas al año (según datos de la Subsecretaría de Promoción Turística de Tigre). Luego, en los años cuarenta, ya habiendo entrado en decadencia el modelo de turismo de “Tigre Belle Époque”, en la región se desarrolla el sector industrial, acorde al nuevo modelo político y económico del país (Bertонcello y Iuso, 2016, p. 16). Esta nueva faceta de la ciudad se vio acompañada por un importante proceso de migraciones internas en busca de trabajo en las pujantes industrias de la zona. Bajo este nuevo esquema territorial, el municipio de Las Conchas, denominado Tigre a partir de 1951, se fue estructurando hacia el norte del Área Metropolitana del Gran Buenos Aires. En la década del noventa, en el contexto de globalización económica y reforma del Estado (Fernández, 2002, p. 6), se destacan el fuerte desarrollo de emprendimientos urbanísticos cerrados, así como la revitalización de

espacios turísticos y nuevos estímulos al desarrollo de la actividad por parte del Municipio. Estas acciones se inscriben en procesos de reconfiguración de centros urbanos a nivel mundial en el marco de las sociedades posindustriales o capitalistas avanzadas (véase, en general, Harvey, 1998; Jameson, 1995), en donde el turismo es una alternativa nuclear para el resurgimiento urbano (Britton, 1991), y así se determina su configuración como destino turístico a través del turismo cultural, bajo el argumento del turismo como instrumento para impulsar el desarrollo (Bertонcello y Iuso, 2016, p. 110-111).

En cuanto al turismo actual, Tigre posee un perfil promocionado en torno a la oferta paisajística y natural. Desde la página oficial del Ente de Turismo de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA)⁵ se lo destaca como un paisaje cercano a la “multifacética” Ciudad de Buenos Aires, y se la caracteriza fundamentalmente como contraste de lo urbano de CABA, acentuando su carácter natural a través del delta y posibilitando de esa manera una conexión con la naturaleza y con un estilo particular de vida isleño⁶. No obstante, también se manifiesta su aspecto cultural, dando importancia al pasado inmigratorio europeo y a la vida social de fines del siglo XIX y principios del XX, destacándose la impronta generada por los clubes de remo. Visto en el contexto provincial, su perfil pertenece a la categoría “turismo de escapadas”, es decir, aquel traslado caracterizado por estadías cortas, cuya oferta se basa en actividades acuáticas, de pesca, de turismo rural, de turismo de naturaleza, de turismo religioso, entre otras. En la provincia de Buenos Aires tiene lugar en localidades como Chascomús, Lobos, La Plata, Luján, San Miguel del Monte, San Antonio de Areco, Tigre y el Corredor del Paraná Inferior (ecorregión Delta e Islas del Paraná), siendo Tigre la segunda área turística de importancia de Buenos Aires dentro de esta categoría⁷ (Ministerio de Hacienda de la Nación, 2018).

Entre los atractivos de índole cultural, el Puerto de Frutos se erige como el principal caracterizado por la venta de artesanías de mimbre combinada con otras de diseños modernos. Por otro lado, la Estación Fluvial configura el centro de partida de las excursiones y paseos, de gran relevancia turística. En el centro de Tigre, se encuentra el Casco Urbano, compuesto por diversos edificios de importancia histórica. El circuito comprende 35 manzanas ubicadas entre Lavalle, Paseo Victorica, Avenida Liniers y Esmeralda; y abarca iglesias, museos y quintas emblemáticas. Muchas de estas residencias de veraneo se construyeron entre fines del siglo XIX y principios del XX, y son los exponentes —junto con los clubes de remo— del surgimiento de Tigre como destino de descanso y veraneo de la clase alta de Buenos Aires (Conti et al., 2016, p. 26), así como de sus inicios como destino turístico.

En lo que refiere a la demanda turística, Tigre se destaca como uno de los destinos de mayor arribo de excursionistas residentes argentinos a nivel nacional⁸. Según datos provistos por la Subsecretaría de Promoción Turística de Tigre referidos al período 2010-2017, la llegada de visitantes anuales a Tigre durante el lapso estudiado ronda entre los 3,5 y 6,5 millones, teniendo su valor máximo en el año 2015 (6.212.616) y su valor mínimo en 2012 (3.870.171). Es importante destacar que durante los fines de semana largos la cantidad de personas en el distrito aumenta casi al 50% de la población, lo cual genera, fundamentalmente, problemas en el tránsito y el estacionamiento, pudiendo afectar la capacidad de carga urbanística y psicológica tanto del residente como del turista (Vera, 1997). El promedio de ocupación hotelera anual ronda entre el 40% y el 50%, observándose un fuerte crecimiento en los meses de enero, febrero y marzo respecto al resto del año y durante los fines de semana largos. Según la información provista por la Municipalidad de Tigre, la capacidad de hospedaje en 2017 fue de 1.668 plazas, incluyendo el alojamiento en el Delta (12 establecimientos con 507 plazas) y en la zona continental (22 establecimientos con 1.161 plazas). Por su parte, la estadía promedio fue de tres noches.

En lo que respecta a la estacionalidad, y siguiendo con los datos obtenidos por la Subsecretaría de Promoción Turística de Tigre, no se observa ninguna tendencia fuerte en el destino, manteniendo una estabilidad anual en el nivel de excursionistas recibidos. Si bien el número de visitantes suele aumentar levemente en los meses de febrero, marzo y julio respecto al resto del año, esta tendencia no es homogénea en todo el período 2010-2017. Con respecto a la procedencia de los visitantes, se observa que de marzo a noviembre la mayor cantidad son extranjeros, y que durante el verano el 80% son nacionales. Estos datos

dejan entrever la consolidación de Tigre como uno de los destinos más visitados del país en fines de semana largos con una gran cantidad de propuestas para los turistas.

METODOLOGÍA

El presente trabajo explora los procesos de patrimonialización, nominación y turistificación de Tigre desde el punto de vista de los actores sociales, sus interpretaciones y usos singulares, específicos y socialmente situados (Balbi y Boivin, 2008). Se sustenta en un abordaje de corte cualitativo, aunque se presentan datos e información numérica, a fin de establecer la relevancia turística del destino a escala metropolitana en términos de afluencia turística.

Se trata de un método de investigación empírica, es decir, la teoría se desprende de los datos, desde los propios discursos y acciones particulares y conjuntas de los actores. Según Taylor y Bogdan (1986) la metodología cualitativa es aquella que se refiere, en términos amplios, “a la investigación que produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas, y la conducta observable (...) es inductiva. Los investigadores desarrollan conceptos, intelecciones y comprensiones partiendo de pautas de los datos, y no recogiendo datos para evaluar modelos, hipótesis o teorías preconcebidos” (p. 20).

Tomamos a Bertoncello y Iuso (2016) como antecedente importante en lo que concierne a la construcción de atractividad, la refuncionalización y la turistificación del espacio de la ciudad de Tigre. Desde el enfoque metodológico, recuperamos a Canale y Morel (2005) que analizan la patrimonialización de una manifestación popular en Argentina a través de la noción de patrimonio inmaterial, a partir de las concepciones de patrimonio de los actores involucrados.

En términos generales, se realizó un trabajo de campo que consistió, en primera instancia, en la detección y selección de los actores sociales que intervienen y/o se ven afectados en el proceso propositivo de nominación. Entre ellos, se encuentran algunos agentes turísticos definidos por Barbini, Cacciutto, Castellucci, Corbo y Roldán (2011) como aquella persona, grupo u organización con poder para generar un efecto sobre el desarrollo turístico, es decir, con capacidad de intervenir, modificar o influir en su curso, con diversas posiciones en el campo, así como relaciones de poder entre ellos. En este sentido, se advirtieron los actores locales y extralocales que juegan en la arena turístico-patrimonial de Tigre, los roles y posiciones que asumen, sus interrelaciones y sus representaciones, usos y opiniones sobre los procesos bajo indagación.

Para ello, se estableció un primer contacto de manera telefónica preferentemente, y a través de correo electrónico, en su defecto. Dicha selección se definió de la siguiente manera. Respecto a los once clubes de remo existentes en la zona nominada, se pudo tomar contacto con ocho de los cuales solo cinco accedieron a ser entrevistados, los cuales fueron: Canottieri, Club Suizo, Club Hispano, Buenos Aires Rowing Club y Club Argentino. La importancia de recopilar el testimonio de dichos actores radica en el papel protagónico dentro del proceso de patrimonialización y puesta en valor de sus valores tangibles e intangibles para la mencionada nominación.

En representación del sector público, se contactó con las siguientes dependencias del municipio de Tigre: Secretaría de Servicios Públicos y Conservación de Infraestructura, Subsecretaría de Ordenamiento Territorial y Subsecretaría de Gestión Ambiental, y la Agencia de Turismo de Tigre. De los citados actores solo se pudo concretar una entrevista con la Agencia de Turismo de Tigre. Esto, sin embargo, no representó un déficit ya que este último organismo es crucial en la política turística de Tigre y se encuentra estrechamente vinculado con la intención de nominación salida directamente desde el municipio de Tigre. Es decir, como se menciona en la introducción, la propuesta se enmarca en procesos globales de poner en valor la cultura a través del turismo, como recurso dinamizador de la economía.

Por el lado del sector privado, se contactaron a los siguientes actores: Federación Empresaria Hotelera Gastronómica de la República Argentina (FEHGRA), Centro de Guías de Turismo de Tigre y Delta, Comisión de la Regata Internacional del Tigre y Asociación Argentina de Remeros Aficionados. Se concretó,

por un lado, una entrevista con FEHGRA, cuya importancia está ligada al nucleamiento del sector de hospedaje en vistas a un posible aumento de la demanda. Por el otro, se participó de una visita guiada organizada por el Centro de Guías de Turismo de Tigre y Delta (entidad que dinamiza varias de las actividades turísticas, en particular las visitas guiadas en los clubes, organizadas en interrelación con la Subsecretaría de Promoción Turística), en la cual se tomó testimonio de dos de sus guías.

A los fines de la presente investigación, y conforme nuestro principal objetivo de estudio, no se ha seleccionado a la comunidad local puesto que la sociedad cumple con un rol más bien pasivo que el poder imperante dentro del proceso de patrimonialización, que funciona, según sostiene Prats (1997), “como legitimadora de lo legitimado” (citado en Pinassi, 2016, p. 76). Aun así, los clubes de remo, si bien configuran un actor privado más, son actores de la sociedad civil, que a través del proceso de patrimonialización son entendidos como una “comunidad” cuyos valores se deben proteger y revalorizar.

En referencia al trabajo de campo, se realizaron dos visitas durante el año 2019. En primera instancia, un reconocimiento y mapeo de la ubicación concreta de los actores y los bienes (tangibles e intangibles) a patrimonializar, junto con los atractivos turísticos ya consolidados que están dentro de la zona nominada. Consiguientemente se volcó esa información en un plano de acuerdo con el recorte territorial establecido por la propuesta de la nominación. Como técnica principal se realizaron entrevistas semiestructuradas definidas como una “forma especial de encuentro: una conversación a la que se recurre para recolectar determinado tipo de información” (Marradi, Archenti, Piovani, 2018, p. 265). Las entrevistas a los actores contactados (Tabla I) se estructuraron en función de cuatro ejes disparadores: la imagen del destino Tigre, la vinculación entre los diferentes actores, la opinión de cada uno de ellos sobre la patrimonialización de la ciudad y sus clubes y, por último, las problemáticas y vacancias percibidas en torno al proceso. Consiguientemente, a partir de la información recabada, se fueron haciendo intelecciones a la luz de la teoría propuesta, mayormente plasmadas en los últimos apartados. Complementariamente se aplicaron otras técnicas cualitativas para recabar nueva información o para corroborar el diagnóstico turístico realizado previamente con fuentes secundarias. Estas incluyen el análisis de señalética y folletería oficial, observación participante y relevamiento fotográfico. De manera específica, se participó en una guiada del Club Suizo de Remo, lo cual facilitó el acceso a otro tipo de información de primera mano, estableciendo un rol más de turistas que de entrevistadores.

TABLA I.
Listado de actores entrevistados y rol que cumple cada uno.

Nomenclatura referencial	Actor entrevistado	Rol
E.1	Buenos Aires Rowing Club	Club de remo
E.2	Club Canottieri Italiani	Club de remo
E.3	Rowing Club Argentino	Club de remo
E.4	Club Regatas Hispano Argentino	Club de remo
E.5	Club Suizo de Buenos Aires	Club de remo
E.6	Agencia de Turismo de Tigre	Sector público
E.7	FEHGRA	Sector privado
E.8	Asociación de Guías	Sector privado

Fuente: elaborado por Gorgone et al. (2021).

Por último, se analizaron los registros y estadísticas turísticas provistas por el municipio de Tigre. También se indagó en diferentes sitios y portales web, tanto de promoción turística como de notas periodísticas al respecto, acerca de los atractivos y actividades turísticas, culturales y específicamente de los clubes y la actividad y tradición del remo en la ciudad. De manera general, se analizaron las páginas de promoción turística de la región, del municipio de Tigre, de CABA y provincial, para conocer cómo la política turística construye el perfil del destino.

ANCLAJE TERRITORIAL Y SUS ACTORES

La definición preliminar de límites que se presenta a continuación engloba, en la zona a nominar y en una única unidad territorial, los atributos que expresan el potencial Valor Universal Excepcional de Tigre en el Informe Técnico (Conti et al., 2016). Esta área constituye la más característica del paisaje urbano típico de Tigre en donde se incluyen la mayor cantidad de edificios significativos relacionados con el potencial valor universal del bien. En esta zona quedan incluidos los siguientes clubes de remo: L'Aviron, Buenos Aires Rowing Club, Club Canottieri, Nahuel Rowing Club, Club Regatas América, Club Suizo Argentino, Teutonia, La Marina, Club de Regatas Hispano Argentino, Tigre Boat Club y Rowing Club Argentino. Se incluyen además los edificios correspondientes a la Estación Fluvial Tigre, Museo Naval y Museo de Arte de Tigre (ex Tigre Club). Así como varios ejemplos de villas y casas de veraneo y fin de semana a lo largo de la calle Lavalle y del Paseo Victorica. Mientras que en la zona planteada como “de amortiguación”, además del Club de Remeros Escandinavos, aparecen los principales atractivos del destino como el Puerto de Frutos y el Parque de la Costa, ambos con gran afluencia de visitantes. En el aspecto turístico, los clubes actualmente forman parte del recorrido típico que hacen los visitantes en el destino beneficiados por su emplazamiento cercano al río y a los puntos de acceso a la ciudad (Fig. 2).

Según Conti et al. (2016), la instalación de clubes de remo, desde la década de 1870, convirtió a Tigre en el principal centro de práctica de ese deporte del país, lo que se mantiene hasta la actualidad y constituye otro de los rasgos que inciden en la identidad de la ciudad. Una característica particular consiste en que los clubes fueron establecidos por diversas colectividades europeas durante fines del siglo XIX y principios del XX, un período crucial para la República Argentina en lo que concierne a llegada de inmigrantes, con el consiguiente impacto demográfico, social y cultural. Los edificios sociales e instalaciones complementarias de los clubes fueron materializados según el eclecticismo arquitectónico vigente en la época, en ocasiones con expresiones estilísticas ligadas a los países de proveniencia de las colectividades fundadoras de las instituciones deportivas. Esta circunstancia resulta otro rasgo esencial para la identidad de la ciudad y la distingue y diferencia en relación con otros centros de práctica del remo en el mundo.

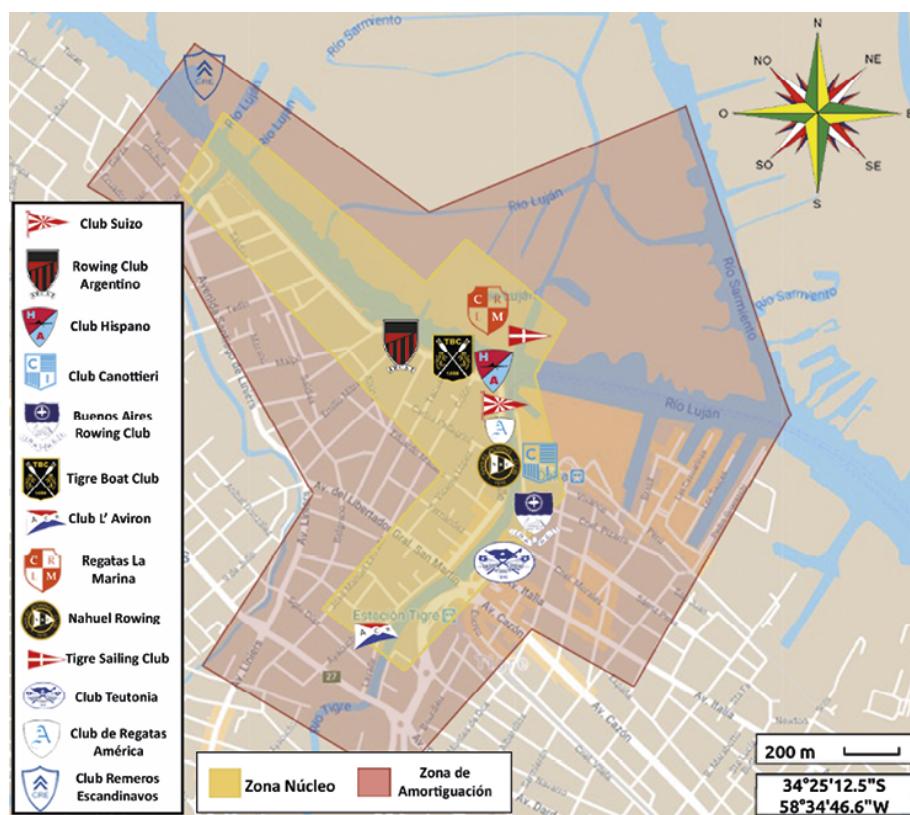


FIGURA 2.
Distribución de clubes en el área postulada para la nominación UNESCO.

Fuente: Elaborado por Gorgone et al. (2021) en base a mapa de Google e iconos de clubes del Sitio Web Municipal de Tigre (<http://www.tigre.gov.ar/tigre/remo>)

CLUBES DE REMO

Los clubes de remo son asociaciones civiles sin fines de lucro que cuentan con una masa societaria a la que responden poniendo a disposición diversos servicios, principalmente orientados a la realización del remo en particular, además de significar un espacio tradicional de pertenencia y reunión comunitaria. La importancia de dicha actividad deportiva trasciende la mera práctica individual de los socios, ya que Tigre es uno de los principales destinos argentinos para la realización de regatas, habiendo sido declarada Cuna del Remo en el año 1973⁹.

El primer club visitado fue el Buenos Aires Rowing Club (Fig. 3). Fue fundado en 1873 por un grupo de jóvenes entre los que predominaban inmigrantes ingleses. Si bien la primera sede se encontraba en la ciudad de Buenos Aires, en 1876 se consideró apropiado trasladar la sede a Tigre, ubicándola sobre la calle Gral. Bartolomé Mitre, a orillas del Río Tigre. Cuando se le consultó al representante acerca de la “imagen” de Tigre, expresó que es un destino de “fin de semana” y argumenta que “hoy sólo con pararse en la puerta del club un fin de semana, uno ve un desfile de turistas y vecinos” (E.1). En este sentido, indica que el perfil de visitantes son mochileros que visitan las islas, europeos que se interesan por lo cultural, concluyendo que “hay mucha diversidad” (E.1). Además, sostiene que no ve en el visitante a un potencial socio para los clubes, si bien los clubes hacen un “aporte cultural hacia el visitante” (E.1). En lo que respecta a la nominación de Tigre para ingresar a la LIPMH, el representante muestra una posición a favor de esta. Dice haberse informado de la postulación a través del vínculo con el municipio y agrega que no ve impactos negativos en su concreción,

sino que, destacando la historia del club, espera un mejor posicionamiento y visibilidad del deporte tanto dentro como fuera del país y entre otros deportes, dándole un “mayor crecimiento a Tigre” (E.1).



FIGURA 3.
Buenos Aires Rowing Club. Vista desde el Río Tigre.
Fuente: fotografía tomada por Leandro Becka (3 de mayo de 2019).

Por otro lado, en cuanto a problemáticas del destino detectadas por el entrevistado, resalta la contaminación de las pistas de remo y un problema jurisdiccional de aguas, y que “hoy Tigre no está preparado para recibir una mayor oleada de turistas por las plazas hoteleras” existentes (E.1). Amén de ello, destaca que el club ha reacondicionado sus instalaciones y hoy cuenta con diez habitaciones para albergar a turistas. En referencia a los actores con los que el club tiene relación, señala al municipio con quien desde hace un año lleva adelante eventos en general y el programa “A Puertas Abiertas”¹⁰ en particular que, en conjunto con la Asociación de Guías, persiguen poner en valor los clubes de remo, su arquitectura y cultura en el marco de la postulación ante la UNESCO.

El siguiente club visitado fue el Club Canottieri Italiani (Fig. 4). Fundado por la colectividad italiana en 1910, su sede se ubica sobre la calle Gral. Bartolomé Mitre a orillas del Río Tigre. Al hablar de la actualidad de Tigre, el entrevistado indica que hace algunos años, el destino no tenía buena apariencia y era “más agreste” (E.2) pero que actualmente se han realizado muchas mejoras desde el municipio en materia turística y “hoy es más ciudad, luminoso, seguro” (E.2). Por estas razones, hoy la ciudad atraería a mucho turismo internacional (“chinos, alemanes, españoles”) interesado por el Delta. En este sentido, y con relación a las visitas guiadas al Club, plantea que “a Tigre viene mucha gente de diferentes tipos, hay unos con los que hay que tener mucho cuidado. Estamos muy seguros, Tigre tiene una seguridad increíble (...) pero uno no puede, por seguridad de los socios y porque no les va a gustar, hacer una libre entrada” (E.2).

Entre las problemáticas del destino que el actor detecta están la falta de capacidad hotelera y la mirada negativa sobre la organización del tránsito fluvial. Además, presenta como una problemática del club en particular los problemas de mantenimiento, razón por la cual se recurre al alquiler de las instalaciones —para restauración y eventos varios— como forma de financiar a la institución. Otra forma de financiamiento

implementada es la del servicio de alojamiento, valiéndose de las sesenta plazas con que cuentan para albergar a los competidores remeros. Por otro lado, plantea que para poder revertir la situación del club es necesario tener cuatro veces más socios que la cantidad actual, puesto que sostener la cuota social solo para realizar remo es “difícil”, ya que compiten con megagimnasios que poseen diversidad de actividades.

Acerca de la vinculación con otros actores, la entrevistada cita la Municipalidad de Tigre (los ayudan con las tramitaciones para arreglos del club, por ejemplo, la rampa de concreto para bajar remos) y la Asociación de Guías, con quienes realizaron visitas guiadas por los edificios en dos ocasiones el año pasado.



FIGURA 4.
Galpón Veneciano del Club Canottieri y pinturas murales internas
Fuente: fotografía tomada por Leandro Becka (3 de mayo de 2019).

En referencia a la inclusión de Tigre en la LIPMH, el representante manifiesta no haber estado enterado de la postulación y piensa que la comunidad tampoco lo está. Agrega que no hicieron parte al club de dicha nominación. Sin embargo, le interesa que se declare Patrimonio de la Humanidad, aunque en ese caso considera necesario que el municipio brinde ayuda económica y guías. Además, el entrevistado agrega que:

a única manera que esto nos ayude es poder retener a la gente. O tener subsidios, de distintos lugares, que los hay. Nosotros tenemos problemas, las cargas sociales son terribles y estamos tratando de no hundirnos. Necesitamos ayuda de otro lado... (E.2).

El tercer club visitado fue el Rowing Club Argentino (Fig. 5). Este club se fundó 1905 a manos de los hijos de ingleses nacidos en Argentina. La sede se ubica en el denominado Paseo Victorica a orillas del río Luján. Al ser consultado por la imagen de Tigre, el representante del club manifestó que el destino es “una maravilla de por sí, geográfica y por su naturaleza” (E.3), además de resaltar su cercanía con la ciudad de Buenos Aires y de poseer aún áreas con “selva virgen”. Sin embargo, reconoció que el destino presenta problemas de contaminación en el río y una falta de inversión para su limpieza. En cuanto a los clubes en sí, el entrevistado señala que los problemas financieros son una problemática común a la mayoría, aludiendo que la cuota societaria no alcanza y que, por esa razón, “generalmente los clubes concesionan” sus instalaciones (E.3). Por otro lado, reconoce que al club llegan grupos coordinados de visitantes los fines de semana. Respecto al vínculo con otros actores, el representante señala a la Asociación Argentina de Remeros Aficionados y al Municipio.

En referencia a la postulación de Tigre, el entrevistado recuerda que el club había recibido una circular para sumarse a dicha nominación, pero no recordaba quién la había enviado. Además, el entrevistado ve como un hecho positivo que Tigre sea declarado finalmente Patrimonio de la Humanidad, ya que estaría preparado para recibir un aumento de visitantes, resaltando servicios como restaurantes y locales comerciales. Sin embargo, no hace referencia a los alojamientos. Siguiendo con la postulación, dice no percibir una “afectación inmediata” para los clubes de remo y sostiene: “no veo que nos puedan imponer nada derivado de

ser patrimonio... Salvo que no permitan cambiar las fachadas, pero justamente, es lo que nosotros queremos [cuidar las fachadas]" (E.3), en referencia a la voluntad expresada por algunos representantes de los clubes acerca de modificar o hacer tareas de mantenimientos a los edificios sede de los clubes.



FIGURA 5.

Rowing Club Argentino, aspecto original y actual.

Fuente: fotografías tomadas por Leandro Becka (18 de mayo de 2019).

La cuarta visita correspondió al Club Regatas Hispano Argentino (Fig. 6). Fundado en 1913 por la colectividad española, inauguró su sede en 1914 sobre el Paseo Victorica a orillas del Río Luján. En esta oportunidad, el entrevistado se mostró abierto a responder las preguntas referidas al club, aunque no sobre Tigre como destino en sí. En relación con el rol de los clubes de remo dentro del turismo en Tigre, plantea que los clubes "son clubes de remo que no tienen por qué tener actividades con turistas. No somos una agencia de turismo, no alquilamos botes. Esto es para el que quiera realmente entrenar y vivir una vida de club y punto" (E.4).

Sin embargo, también agrega, como una observación general acerca de sus realidades, que "con la masa societaria a los clubes no les alcanza, nunca" y sostiene que se debe "pensar sí o sí en una concesión" de instalaciones para mantenerlo (E.4). En referencia a esto último, enfatiza que toda concesión, "producto" o "movida" que se haga desde el club tiene que ser pensada "en favor y no en detrimento de la masa societaria" (E.4). En este sentido, y en relación con una de las estrategias impulsadas por el municipio, critica el programa "A Puertas Abiertas" por no dejar socios nuevos para la institución y por generar complicaciones para el club, puesto que implica el destino de personal del club, uso de vestuarios, entre otras cosas. De todas formas, el representante indica que se le solicitó al club fijar cartelería publicitaria en sus instalaciones, pero que, amén de ello, no existe una comunicación continua ni fluida con el municipio, destacando que esta situación "es un gran problema" (E.4). Por otro lado, reconoce que hay una falta de comunicación con el resto de los clubes. Además, agrega que tanto el municipio como la provincia deberían coordinarse con la Asociación Argentina de Remeros Aficionados para mejorar las pistas de remo, ya que están afectadas por la contaminación de las aguas.



FIGURA 6.

Deterioro del Club Regatas Hispano. Vista desde la calle.

Fuente: fotografía tomada por Leandro Becka (3 de mayo de 2019).

En cuanto a la nominación de Tigre para ingresar a la LIPMH, el entrevistado argumenta haberse hecho eco de ella a través de la Agencia de Turismo, si bien explica que una de las socias del club fue quien tuvo la iniciativa para la postulación. Con relación a esta nominación, el representante expresa que tiene “más aspectos negativos que positivos”, esgrimiendo que su temor es “no poder tocar el edificio” (E.4) si finalmente se declara Patrimonio de la Humanidad. En este sentido, debe destacarse que la infraestructura edilicia del Club Regatas Hispano Argentino durante el trabajo de campo era la más deteriorada de todos los clubes visitados. Por otro lado, manifiesta no presuponer que a futuro esta declaratoria vaya a incrementar la cantidad de socios del club siendo, en sus propias palabras, “lo único que le importa [al club]” (E.4). Finalmente, tan solo destaca como aspecto positivo la posibilidad de un ingreso de “capital directo” (E.4).

La última visita se realizó dentro del marco del programa “A Puertas Abiertas” al Club Suizo de Buenos Aires (Fig. 7), fundado en 1913 por la colectividad suiza, pero cuya sede se instaló en Tigre hacia 1924 sobre la calle Lavalle a orillas del Río Tigre. Allí hubo oportunidad de recorrer las instalaciones del club y tomar participación como turistas. Posteriormente, se pudo realizar una entrevista formal con un representante del club. En principio, se menciona que Tigre es un destino de escapada, donde el grueso de los visitantes solo llega para “pasar el día” (E.5) primando la movilidad propia. En este sentido, sostiene que se está intentando hacer que el turista se quede y pernocte en el lugar, aunque, señalan, el destino no posee actualmente “muchas hotelerías” (E.5). Por otro lado, indica como problemáticas del destino la contaminación de las aguas — escenario fundamental para la práctica del remo — y el desarrollo de emprendimientos edilicios que atentan

contra la “visibilidad del patrimonio” (E.5). Respecto a la vinculación con otros actores, desde el club señalan la Secretaría de Turismo, a través del Programa Puertas Abiertas que les da visibilidad en redes sociales y la Asociación de Guías que oficiaron de contacto para entrar al programa.

En virtud de la nominación de Tigre para ingresar en la LIPMH, el representante muestra una posición neutral y argumenta que supo de la misma solo a través de los medios de comunicación, y que si bien cree que se trata de “una buena idea” (E.5), no cree que el potencial aumento de turistas pueda afectar el desarrollo de las actividades del club. Seguidamente, hace referencia a las problemáticas que el club presenta. Por un lado, generaliza lo “cerrados” que son los clubes “en el sentido de abrirse a más allá de los socios” (E.5). Indica, además, que existe la necesidad de sumar socios ante la baja masa societaria actual. Por otro lado, plantea que la posibilidad de sumar actividades culturales podría apoyar a las actividades tradicionales y al desarrollo del club, destacando que “nosotros no tenemos un edificio patrimonial” (E.5). Agrega que no ven al vigente programa “A Puertas Abiertas” como un recurso para obtener ingresos, sino como un medio de difusión.



FIGURA 7.
Frente del Club Suizo de Buenos Aires.
Fuente: fotografía tomada por Leandro Becka (3 de mayo de 2019).

AGENCIA DE TURISMO DE TIGRE-SUBSECRETARÍA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

La Agencia de Turismo fue creada en el año 2007. Se trata de un organismo público de gobierno encargado de la actividad turística que contiene varios niveles de gestión y que, al mismo tiempo, nuclea a varios agentes relacionados con la actividad turística. Su estructura interna se compone de los siguientes cargos: director ejecutivo de la Agencia, subsecretario, director general de Estación Fluvial, directora de Servicios Turísticos, directora de Turismo Social, subsecretario de Promoción Turística, director general de Promoción Turística y director general de Puerto de Frutos¹¹. Otro organismo de importancia para la gestión del turismo en el destino es el Consejo Asesor de Turismo, instituido en el año 2014 como órgano consultivo y deliberativo. El mismo es integrado por un secretario ejecutivo y veinticuatro vocales titulares (con ocho vocales suplentes) y, además, representantes del sector privado, entre ellos empresas de transporte fluvial (“lanchas”), oferta de hospedajes en el delta, actividades recreativas y culturales (museos, paseos, spa, atracciones), centro de guías y clubes de remo¹².

Los representantes de la Agencia con los que se pudo tomar contacto y accedieron a realizar la entrevista fueron el Subsecretario de Promoción Turística y la Directora de Servicios Turísticos. Al hablar de la imagen

de Tigre como destino, afirman que este ha pasado por distintos estadios en su desarrollo turístico. En un primer momento, fue considerado como un destino al que arribaban visitantes de un día; sin embargo, con la creación la Agencia se planteó un nuevo paradigma, concibiendo al turismo como una “actividad transversal y dinamizadora” que debe ser planificada de forma “integral y multisectorial” (E.6). Esta estrategia es coincidente con el paradigma internacional¹³ del turismo como “motor del desarrollo”. En este sentido argumentan que “desde hace 4 o 6 años la economía se fue debilitando” (E.6), por lo que han estado trabajando en la diversificación de productos orientada a diferentes públicos objetivo. En líneas generales, se destacan las siguientes líneas de acción en términos de política turística de este organismo:

- El objetivo principal de la gestión es transmutar la imagen de Tigre “como destino de paso” (E.6) y así aumentar la estadía promedio ya que recibe un porcentaje más bajo de turistas que de visitantes.
- Sobre la base de una clara distinción entre la oferta continental y la oferta del delta, se trabaja con cada uno de los productos que ambas ofrecen para “generar una experiencia completa” (E.6). Se insiste en procurar que el turista “elija” el destino por los productos que ofrece y no que “sea traído” como parte de una excursión más de su viaje (E.6).
- Se persigue modificar el segmento de la demanda. Cambiar el tipo de turismo que reciben, tratando de captar turistas con mayor poder adquisitivo pero que generen menor impacto negativo. Se adopta una visión estratégica que deja de lado las clásicas variables cuantitativas, para priorizar un turismo consciente y responsable, de muy bajo impacto negativo ambiental y de muy alto impacto positivo socioeconómico.
- Prestar apoyo a prestadores locales a partir de los Sistemas de Calidad.
- Consolidar los clubes de remo como un producto turístico y así traccionar un mayor número de visitantes motivados por la candidatura de estos.

Relacionado con este último punto, los entrevistados no desconocen la realidad de los clubes, ya que explicaron que a lo largo del tiempo fueron perdiendo socios, tanto por cuestiones referidas a dinámicas sociales como etarias. Por esta razón, indican que se pensó en generar nuevas propuestas que les permitieran incorporar nuevos socios y que, a su vez, les posibiliten generar nuevos ingresos complementarios. “De esta forma, se podría sostener y poner en valor este patrimonio arquitectónico y cultural de cada uno de los clubes” (E.6), sostuvieron. Además, agregan que se comenzó a trabajar en conjunto con estos actores, generando nuevas acciones. Entre ellas citan el dictado de clases gratuitas de remo y kayak en los clubes durante vacaciones de invierno; una actividad que involucró a instructores de remo, prestadores del sector privado y otros actores, con el Estado “como facilitador”. Este tipo de acciones, según los entrevistados, comenzó a generar una sinergia entre los clubes y un “descubrimiento” del Delta. Así mismo, en el año 2018 se iniciaron las visitas guiadas, buscando llevar a toda la comunidad el “acervo y patrimonio” de cada club de remo. Para ello, cada club tuvo una guía asignada acompañada siempre de los socios, quienes iban brindando anécdotas sobre su institución y su historia a los visitantes. Este tipo de actividades, que fueron sostenidas en el tiempo con la implementación del programa “A Puertas Abiertas” configuraría un antecedente en una política más fuerte orientada en poner en valor a los clubes de remo.

En virtud de la inclusión de Tigre a la LIPMH, declararon que los clubes de remo forman parte “del acervo multirracial de la ciudad, italianos, franceses, alemanes, suizos” (E.6). Con respecto concretamente a la iniciativa, expresan que surgió desde el ámbito privado, de los clubes de remo, más precisamente de un grupo de socios. En este sentido argumentan que desde el primer momento se intentó que sea aquel quien se apropie la iniciativa, actuando el Estado con un rol de facilitador, promoción y acompañamiento. Es decir, la intención estaría puesta en incluir a la posible nominación como “política de Estado” y no directamente dependiente del sector público, ya que puede haber sucesivos cambios de gestión y que así no se garantice la “trazabilidad de esta política” (E.6). En este marco, sostienen que una eventual declaración de Tigre como Patrimonio de la Humanidad “nos va a permitir mejorar nuestro *share* respecto del turismo

internacional” (E.6). Sin embargo, cuando se consultó si poseían registro de datos o estudios que previeran la demanda potencial de dicha postulación, manifestaron que no cuentan con el personal ni los recursos necesarios, ya que “todos esos proyectos tienen un valor, un costo” (E.6), y el hecho de estar en una lista tentativa conlleva un proceso que dura varios años:

Nos parecía que estar hoy pensando en cuál es la demanda potencial en el caso que sea declarado, [la] inversión necesaria para hacer eso hoy la necesitamos poner en otra cosa, como por ejemplo todo el sistema de recabado de información de los visitantes para transformarlos en turistas (E.6).

Por último, se consulta a los entrevistados acerca del manejo de los impactos que el turismo produce en el destino. En este sentido, éstos manifiestan que lo que se está buscando es una “maduración del parque de prestadores” (E.6), es decir que el sector privado vinculado al turismo vaya en crecimiento de acuerdo con el aumento de la demanda. Complementario a esto, y en su búsqueda de atraer un nuevo “público objetivo” manifiestan que “la cantidad de plazas hoteleras se ha triplicado” (E.6).

FEHGRA: FEDERACIÓN EMPRESARIA HOTELERA GASTRONÓMICA DE LA REPÚBLICA ARGENTINA

FEHGRA fue creada en 1941 y se define como la entidad que representa a toda la actividad hotelera y gastronómica del país. Su objetivo es defender los intereses del sector y colaborar en el desarrollo de la hotelería, la gastronomía y el turismo. Para el caso de Tigre, la filial que tiene injerencia sobre la localidad es la denominada Filial ASEN (Asociación Empresaria del Noreste de la Provincia de Buenos Aires), ubicada en el partido de San Isidro.

Al consultarle al secretario de la institución por la imagen del destino Tigre, declara que “Tigre es un gran destino turístico” (E.7) y diferencia entre dos áreas a las que atribuye dinámicas diferentes. Por un lado, destaca la zona del Puerto de Frutos, que es visitado por excursionistas —en su mayoría provenientes de CABA— los fines de semana, en cambio “los días restantes la ciudad se encuentra vacía” (E.7). No menciona otros atractivos. Y agrega que, si bien la capacidad hotelera es insuficiente, “a priori no sería un problema, dado que la estadía promedio es reducida” (E.7). Por otro lado, se encuentra el Delta, al cual define como “una zona muy particular” donde su principal atractivo es “su naturaleza fantástica” (E.7). En esta área, la afluencia de turistas dependería “fundamentalmente de cómo estará el clima los fines de semana” (E.7). En relación con la gastronomía del destino, plantea que esta depende de los factores antes mencionados y de la cantidad de turistas que decidan pernoctar, ya que “como las lanchas se retiran muy temprano se pierde la posibilidad de generar ingresos en la franja horaria nocturna” (E.7).

Las motivaciones del turista que llega al destino se basan, según el entrevistado, en que “la oferta de CABA se encuentra gastada, y Tigre recibe un gran derrame de excursionistas por ese motivo” (E.7). En este marco, considera favorable la Declaración de Tigre como Patrimonio de la Humanidad por varios motivos. En primer lugar, dar a conocer la historia de los clubes de remo a través de una posible patrimonialización, así como también por medio de propuestas de turismo cultural. Esto podría ayudar a las instituciones a captar más socios y lograr una mayor visibilización de la oferta de servicios recreativos, culturales y gastronómicos mejorando, al menos, algunos de los problemas económicos que afrontan, además de otorgarle protección ante un potencial incremento en la cantidad de turistas. En segundo lugar, en un nivel macro, estima que traería beneficios económicos para el destino, además de la posible ampliación del público que recibe y de la cantidad de pernoctes. Por último, considera que esta declaratoria implica tener una “visión de futuro”, ya que no solo se beneficiaría Tigre, también se generaría un derrame económico en sus alrededores.

Como desafíos, plantea que con esta declaratoria habrá que “cambiar la mentalidad de los argentinos, y enseñar que esto será beneficioso a largo plazo y que contribuirá al cuidado del planeta” (E.7). Sostiene que, si bien “estar dentro del casco histórico conlleva prohibiciones y no se pueden cambiar las normas, va a haber

un público que viaje exclusivamente por ese casco histórico. Por ello, lo que se pierde, por un lado —mayores restricciones— será compensado por ganancias en otros aspectos —mayor número de visitas—.” (E.7). En este sentido, sostiene que, si aumentara la demanda, el impacto “va a ser muy alto” (E.7). Por esta razón, plantea que debería comenzarse a “tomar medidas ahora para preservar la zona del Delta” (E.7). En el caso de la ciudad haría falta mayor capacidad hotelera, en donde el Estado debería otorgar facilidades para la promoción de la inversión hotelera. Así, reconoce la falta de articulación entre los sectores público y privado, esgrimiendo además que “los establecimientos hoteleros no se apoyan en el sector público. Optan por trabajar en la informalidad, y así evitar elevadas cargas” (E.7).

CENTRO DE GUÍAS DE TURISMO DE TIGRE Y DELTA DEL PARANÁ

El Centro de Guías de Turismo de Tigre y Delta del Paraná fue fundado en 1996 con la misión de hacer conocer, a través de sus visitas guiadas, capacitaciones y eventos culturales, el patrimonio natural, cultural, religioso, deportivo y ecológico del partido de Tigre¹⁴. Según señala la entrevistada, actualmente la vinculación del Centro de Guías con otros actores del territorio se da a través del ya mencionado programa “A Puertas Abiertas” (Fig. 8). El mismo prevé la realización de visitas guiadas todos los sábados a uno o dos clubes que se van alternando a lo largo del mes. Los clubes que están participando hasta el momento son Tigre Boating Club, Argentino Rowing Club, Club Suizo, Buenos Aires Rowing Club, Club Regatas Hispano Argentino y Club de Regatas La Marina, aunque la convocatoria permanece abierta para la incorporación del resto. La temática de las visitas está basada en la cultura del remo y en el impacto de los inmigrantes que se instalaron en el destino, haciendo hincapié en la cultura particular de cada club. El público que generalmente participa de estas visitas guiadas está conformado por visitantes provenientes de la ciudad de Tigre, en su mayoría por adultos mayores.



FIGURA 8.
Visita guiada al Club Suizo. Programa “A puertas abiertas”.

Fuente: elaboración propia sobre la base de la participación en la visita guiada al Club Suizo. Fotografías tomadas por Leandro Becka (18 de mayo de 2019).

La iniciativa habría sido diseñada entre el municipio, el centro de guías y clubes de remo, en el marco de la postulación ante la UNESCO. En este sentido, la entrevistada afirma haber percibido que los clubes de remo estaban quedándose sin socios, sobre todo jóvenes, y que por ello dicho programa podría configurarse como una solución para dar a conocer “el rico patrimonio cultural” que posee cada uno de estos clubes (E.8). Además, acota que los clubes “se dieron cuenta que una de las razones por las que no tienen nuevos socios es porque se cerraron mucho” (E.8), por lo cual estos paseos tendrían como objetivo dar a conocer a la comunidad la existencia misma de los clubes, su razón de ser, como también los servicios que brindan a la comunidad.

Con relación a la iniciativa concreta de postulación de LIPMH, dicen no tener conocimiento sobre quién ideó la propuesta. A pesar de ello, plantean estar a favor, sosteniendo que el hecho de dar a conocer la historia de los clubes, sumado a la gastronomía como punto fuerte, podría ayudar a captar más socios y mejorar los problemas económicos que afrontan.

DESMONTANDO “LOS CLUBES DE REMO”: SU HETEROGENEIDAD Y SUS PROBLEMÁTICAS

A continuación, se expondrá, desde un nivel más descriptivo hasta uno más analítico, las consideraciones sobre el caso, siguiendo lo propuesto en el objetivo. En el plano más concreto, se encontraron diferentes problemáticas. Por un lado, los clubes de remo presentan dificultades financieras para la administración y funcionamiento de los clubes y sus edificios, así como para los gastos en infraestructura y mantenimiento general. En este sentido, el pago de una cuota por parte de los socios no es insumo suficiente, motivo por el cual la mayor parte de los clubes relevados optan por diversificar la forma en que generan ingresos. Algunos de ellos concessionan parte de sus instalaciones, cuestión que podría poner en riesgo su preservación edilicia y así, su nominación. Por ejemplo, uno de los entrevistados mencionó que estaban acondicionando las instalaciones para brindar alojamiento no solo a competidores —como es costumbre histórica en todos los clubes— sino también a turistas interesados en pernoctar por otras razones. Hay clubes que buscan explotar los aspectos arquitectónicos particulares de sus edificaciones para diversificar su principal actividad: el remo. En este sentido, pudo observarse que algunos actores prefieren mantener su dinámica tradicional, enfocada en un funcionamiento que cumpla con las expectativas y satisfaga las necesidades del socio y la comunidad local, con el cual se sienten “cómodos”, evitando así modificar sus actividades cotidianas; frente a una mayor visibilidad internacional, y sus consecuentes responsabilidades, que le demandase la inclusión en la Lista de Patrimonio de la Humanidad. Es por ello que, ante esta necesidad de refuncionalización y de atraer nuevos socios, la apertura al público a partir de la visibilidad y la publicidad que ofrece la Declaración como Sitio Patrimonio Mundial representaría una oportunidad para contar con una nueva fuente de ingresos. Sin embargo, para tener éxito, los clubes requerirán de apoyo externo, sobre todo en lo que respecta a la publicidad de estos y la difusión de las actividades que ofrecen, ya que la mayoría están dirigidos por gente mayor y no cuentan con presencia en los medios de comunicación actuales. Además, poseen una masa societaria envejecida y en merma, por lo cual requieren visibilizar y promocionar sus actividades y orientarlas hacia un público joven. Esto invita a reflexionar sobre cómo las instituciones se perciben a sí mismas y cómo se adecuan a cambios en el entorno, tales como los que podría provocar la patrimonialización. Se debe entender que las reestructuraciones de los espacios físicos pueden llevar a cambios en las actividades cotidianas e históricas de las instituciones, poniendo así en riesgo la identidad que aseveran querer preservar.

Otra de las problemáticas recurrentes en las entrevistas a los clubes fue la mención de la contaminación, ya que repercute en la actividad del remo. Hoy en día, estos llevan a cabo sus prácticas deportivas en el río Reconquista, que es el más alejado geográficamente del centro de la ciudad y de la estación de ferrys respectivamente. Aun así, esto no evita que la contaminación en las aguas sea un gran problema, dado que no ven acciones contundentes para la limpieza de los ríos, y que hace tiempo ya fueron desplazados de la cercanía de sus instituciones.

Con respecto a lo anterior, debemos decir que la situación es similar en todos los clubes relevados; sin embargo, hay algunas cuestiones que afectan de manera diferencial a cada uno, ya que como hemos expuesto, no se encuentran todos en el mismo lugar en el espacio social, y que a causa de esto se producen y/o acrecientan tensiones entre ellos. Existen ciertas jerarquías que responden a los vínculos políticos con el sector público y a la situación económico-financiera de cada uno, entre otras causas. Así mismo el estado en el que se encuentran las estructuras edilicias de los clubes se ve materializadas algunas de estas diferencias simbólicas; marcando un cierto *status quo* respecto al grado de participación activa de los socios y/o vecinos en la vida social de los clubes. El modo en el que el aspecto edilicio de un club y sus atributos inmateriales generan

identidad dentro de sus comunidades lleva a crear un cierto estatus entre clubes, un sentido y un orgullo de pertenencia que hacen que se diferencien entre sí, tanto entre ellos como ante la mirada del visitante. En este sentido, se observa en las respuestas de los entrevistados cierto recelo y/o prejuicio entre los clubes que crean distinciones simbólicas que se terminan materializando en lo arquitectónico: clubes con menor necesidad de ser subvencionados, ya que poseen ingresos por otros medios, y en contraposición, clubes como el Hispano, que han recurrido a una concesión de varias zonas de sus predios, sacrificando espacios exclusivos para sus socios.

Estas cuestiones marcan la pauta sobre la heterogeneidad de los clubes de remo, sumado a la existencia de diferencias en torno a sus representaciones, intereses y opiniones respecto al proceso de propuesta de nominación. No obstante, esta no es la visión de la Agencia, ni de la UNESCO, y tampoco la de FEHGRA, que, aunque algunos de estos conocen la realidad de los clubes, hacen referencia a ellos como una totalidad más o menos homogénea y armónica. Desde el lado de la UNESCO, se considera a los clubes de remo desde sus instalaciones deportivas (conjunto arquitectónico), sus bienes muebles (embarcaciones de competición y recreativas), su impacto de la inmigración, sus conocimientos y habilidades tradicionales relacionados con la construcción y reparación de embarcaciones de competición, y la persistencia de actividades deportivas, religiosas, sociales y culturales tradicionales como “los atributos tangibles e intangibles que expresan los valores excepcionales de la propiedad” (Conti et al., 2016). En este sentido, los clubes serían más una cualidad que actores. De esta manera, entendemos a la UNESCO como un actor más, y a sus categorías de “atributo”, “valor” y “patrimonio cultural” como su respectivo punto de vista. Por otro lado, y en relación con lo anterior, resulta contradictorio que la Agencia afirme ser un facilitador y no el protagonista en poner en valor a “los clubes de remo”, y al mismo tiempo no parece haber existido una instancia consultiva o al menos una comunicación ordenada. Los clubes hicieron fuerte hincapié en la falta de comunicación tanto con la municipalidad durante todo el proceso de nominación y posible patrimonialización, como entre los mismos, ya que todos manifestaron haberse enterado de la postulación por distintos medios.

De igual manera, se obtuvieron distintas respuestas al preguntar por el contacto entre los clubes y el municipio: mientras algunos sentían apoyo y acompañamiento, otros se sentían excluidos tanto en el proceso de nominación como en otras acciones llevadas a cabo por el Estado. Frente a esto se puede dilucidar que el *status* de cada club se corresponde con lugares diferenciales en el espacio social según el poder que tengan frente a la municipalidad, pudiendo, o no, ser tenidos en cuenta en la toma de decisiones.

En definitiva, dada toda esta heterogeneidad, estamos frente a un espacio complejo, no simplemente una manifestación de una “cultura viva”, sino en una arena en la que hay disputa entre una multiplicidad de actores, donde se pone en tensión los fines y usos de la “cultura”, cuestión que se profundizará a continuación.

“CAMBIAR LA IMAGEN DE TIGRE”: TENSIONES ENTRE EL USO TURÍSTICO Y LA RAZÓN DE SER DE LOS CLUBES

En referencia a los atractivos del destino, ninguno de los actores reconoce a los clubes de remo como un atractivo demandado (o cuanto menos consolidado) por los visitantes actualmente, en contraposición con el Delta que algunos mencionan como destacado. Por ello, se percibe —tanto en las entrevistas como en el análisis de folletería— que no consideran que los clubes estén posicionados como un producto turístico en sí dentro del destino a pesar de pertenecer al programa “A Puertas Abiertas”. Al momento de analizar un posible proceso de turistificación del patrimonio, los representantes de los clubes entrevistados creen que no se verán afectados por grandes impactos ante un hipotético aumento de visitantes, aunque mencionaron como una potencial problemática la pérdida de identidad de los clubes ante dicha situación. Por otro lado, todos los clubes coinciden que Tigre no cuenta con la cantidad de plazas hoteleras suficientes para dicho aumento de la afluencia de turistas, idea que comparten con el resto de los actores entrevistados. Por este motivo, desde FEHGRA sostienen que es el Estado el que debe otorgar facilidades para que el sector hotelero pueda

responder a la creciente demanda. Respecto a la posibilidad de nominación ante la UNESCO, surgieron diversas manifestaciones. Los clubes que están a favor de la patrimonialización resaltan principalmente el aspecto emocional de ser reconocidos y el orgullo que les generaría preservar los valores migratorios de los clubes y de la práctica del remo. Además, podría darle posicionamiento al remo y así la posibilidad de “ganar terreno” en la política pública del deporte argentino. Este grupo de entrevistados manifestó haberse informado por su cuenta del suceso, y mostraron cierto conocimiento turístico del destino. Por otro lado, aquellos que detentan una percepción neutral, si bien aluden las bondades de ser considerado Patrimonio de la Humanidad, resaltaron la falta de recursos de los clubes como una gran problemática actual, percibiendo que la patrimonialización generaría aún más preocupaciones para su tranquilidad financiera. Por último, los clubes con una percepción directamente negativa al respecto entienden que, al tratarse de una entidad deportiva, la patrimonialización atacaría contra la autonomía del club, lo que podría ir en detrimento de la masa societaria, perdiendo su razón de ser. Desde otra óptica, los clubes con postura neutral y negativa manifestaron que la mayor responsabilidad que tienen los clubes es aumentar el número de socios y no veían que este proceso pudiera ayudarlos frente a eso.

Desde la Agencia de Turismo, existe la intencionalidad de consolidar a los clubes de remo como un producto turístico, poniendo en valor su “acervo”, y su “cultura” a través de la patrimonialización, y que coadyuvaría a consolidar la “oferta cultural” del destino. Actualmente, el turismo cultural no se basa solo en la monumentalidad o en el patrimonio material, sino que hay un interés creciente por lo inmaterial, la dimensión simbólica de lo urbano, así como las prácticas y experiencias que ello conlleva (Judd, 2003; Lacarrieu, 2007). Esta tendencia se observa en la necesidad de transformar las ciudades con el objetivo de refuncionalizar y reconfigurar determinados espacios que han sido centros de esplendor y opulencia económica pero que han entrado en decadencia en las últimas décadas (Bertoncello y Iuso, 2016). Estos espacios que fueron representativos para ciertos grupos o procesos hoy encuentran en el patrimonio la forma de “atestiguar” ese pasado más allá de los cambios sociales (Canclini, 1999).

En consecuencia y como se expuso anteriormente, existe una clara tensión entre la posible activación y uso turístico del patrimonio, sostenida por la Agencia de Turismo y por FEHGRA; y las necesidades y aspiraciones de los clubes. Por un lado, los clubes se arraigan a su sentido de pertenencia, en donde construyen y reconstruyen su identidad “en tanto establece actos de distinción entre un orden interioridad-pertenencia y uno de exterioridad-exclusión” (Restrepo, 2007, p. 25), lo cual explica que expresen aspiraciones a incrementar los números de socios, preservar su “acervo” y en todo caso visibilizar el deporte del remo como práctica inherente a su identidad y que, en cambio, no aparezca la refuncionalización para un uso turístico como una de las primeras prioridades. Esto encuentra una expresión clara en el discurso del Buenos Aires Rowing Club que, si bien está a favor de la nominación, expresa que los clubes hacen un “aporte cultural hacia el visitante” (E.3), y no al revés. También explicaría sus actitudes de estar “cerrados” que manifiestan tanto uno de los clubes como la Asociación de Guías. Asimismo, por medio de la participación en la guiada en el Club Suizo, se pudo dar cuenta de esta importancia que se le da a las ideas de identidad y comunidad (también resaltadas por la Agencia) a través de acciones puntuales como la degustación de gastronomía típica. En cambio, la iniciativa de patrimonialización, entendida como el resultado que consiste en la legitimación de ciertos objetos tangibles o intangibles como referentes simbólicos a partir de los criterios de selección de determinados actores e intereses a partir de la apropiación y valorización de estos (Bustos Cara, 2004; Prats, 2000), impulsada desde la gestión pública estatal, configura una herramienta para la turistificación de la “cultura”. Esto se inscribe en un escenario global de refuncionalización de las ciudades poniendo en valor sus especificidades para su conversión en destinos turísticos, ya que el turismo configura una de las estrategias para el desarrollo (Bertoncello y Iuso, 2016).

Frente a la condición de Tigre como destino de “escapada” la Agencia de Turismo manifiesta su política de estar trabajando en la conversión del excursionista en turista, cuestión que fue confirmada por otros actores. Lo interesante de esto es que apunta a otro tipo de segmento de mercado, más “responsable”,

que, si bien se trataría de una tendencia mundial, deja entrever que el interés está puesto en los turistas extranjeros. Podríamos pensar que la motivación por la postulación está influida por lo que algunos estudios han demostrado, que el turista extranjero “responsable” suele escoger destinos con algún tipo de protección¹⁵, ya sean para los atractivos “naturales” (parques nacionales, reservas) como para los “culturales”. En términos generales, esta relación entre la propuesta de nominación para el aumento del mercado receptivo internacional ha sido fundamentada en algunos estudios. Por un lado, Almirón et al. (2006) argumentan que la intención de la nominación de la Quebrada de Humahuaca como Sitio Patrimonio de la Humanidad fue parte de un reposicionamiento de la región en el escenario internacional. Por otro lado, y en el contexto que mencionamos del Estado neoliberal, Schenkel y Pinassi (2015) sostienen que desde fines del siglo XX el turismo pasa a ser política de Estado como factor de crecimiento económico. A través de los procesos de declaratoria patrimonial de la Humanidad de la Unesco, se legitiman los elementos a escala internacional, convirtiéndolos en recursos públicos tendientes a la conformación de una oferta turística orientada al mercado internacional y así de entrada de divisas, sobre todo como alternativa a la crisis del 2001¹⁶. En este sentido, la selección que se persigue patrimonializar podría estar en función de los intereses y las expectativas propias de los actores locales pero también de las que provienen del lugar de origen de los turistas, lo que Urry (1996) denominó “mirada del turista” o, al menos, lo que Agencia considera que motiva a su “público objetivo”. Lo que sí es seguro, y pensando junto a Bertoncello y Iuso (2016), es que la atractividad ya consolidada del Delta (con sus legislaciones de protección ambiental)¹⁷ y del modo de ser “isleño”, junto con El Puerto de Frutos, es un combo exótico de “autenticidad” (natural y cultural) posicionado y que la Agencia busca sinergizar con la propuesta “cultural” de los clubes.

No obstante, existen otras facetas a considerar de este uso de la “cultura”. En primer lugar, porque la misma se ha convertido en un recurso con fines tanto económicos como sociopolíticos (Yúdice, 2002). Luego, el uso del término “cultura” en el ámbito de la política contemporánea implica su politización, es decir, una disputa misma por el sentido del concepto.

LA POLITIZACIÓN DE LA “CULTURA” Y LA “IDENTIDAD”: USOS POLÍTICOS, ECONÓMICOS Y SOCIOPOLÍTICOS DE LA CULTURA DE LOS CLUBES DE REMO A TRAVÉS DEL PATRIMONIO

La Agencia de Turismo considera importante poner en valor y proteger el patrimonio arquitectónico y cultural de los clubes, fomentando el sentido de pertenencia en la comunidad y otorgando reconocimiento a los clubes y todo lo que implican como institución. En palabras del subsecretario: “Cuando se los invita a enseñar su cultura y a narrar la historia de sus raíces, se genera en los ciudadanos en general, y en sus socios en particular, el orgullo de pertenecer” (E.6). La revalorización de la identidad y el patrimonio cultural, como plantea Molano (2006), es una herramienta en la que muchos países se han apoyado para el desarrollo de un territorio y el fortalecimiento del sentido de pertenencia, logrando cohesión social y generando interés sobre las diferentes actividades económicas, entre ellas el turismo.

Siguiendo con este argumento, durante el trabajo de campo realizado, se detectó un llamativo uso del campo semántico de la “identidad”, en términos de “comunidad”, “pertener”, “reforzar rasgos”, por parte de los clubes de remo y de la Subsecretaría de Promoción Turística. Para el sector público, la identidad representa una serie de rasgos característicos e inmutables que homogenizan al interior del grupo, pero también al exterior de toda la “comunidad”, entendiendo que los clubes de remo son “instituciones muy tradicionales, centenarias, fundamentales e identitarias de la cultura de Tigre” (E.6). En este sentido, puede decirse que aparece un uso repetido y polivalente de la palabra “comunidad”. Por momentos, la misma se refiere a los clubes de remo, representantes de lo “multirracial”, sin embargo, también se utiliza en referencia a un grupo más amplio como son los “ciudadanos”. Así indica: “el programa ‘A Puertas Abiertas’ otorga visibilidad: la comunidad local participa y se involucra en las guiadas generando la puesta en valor del acervo

patrimonial material e inmaterial y reforzando rasgos de identidad” (E.6). En este sentido, según Canale y Morel (2005), “en la agenda política contemporánea el orden ‘cultural’ tiene un valor específico” y agregan, que desde diversas declaraciones de la UNESCO “aparece como prioridad la creación de políticas relativas a la cultura, en tanto promoción y defensa de la diversidad cultural, valorándola como un espacio de posible solución para los problemas que se plantean en el orden económico y político dentro del contexto de la globalización, así como un espacio de pluralismo y afianzamiento democrático” (p. 114). De esta manera, la cultura se tornaría un término plausible de ser politizado, así como también la identidad y la idea de comunidad por parte de la Agencia de Turismo de Tigre (y al sector político general que impulsó la propuesta de nominación), con finalidades más allá de las estrictamente económicas que desarrollamos arriba, sino de fomento de sentidos de pertenencia y cohesión social en toda una comunidad. Como menciona Yúdice (2002), el uso de la cultura como un recurso legitimador es utilizado desde la dimensión política como herramienta para fortalecer ciertos rasgos sociopolíticos y económicos en la sociedad civil. El valor de la utilidad de la cultura, en este sentido, consiste en consolidar una ciudadanía a través de la puesta en valor de bienes culturales para promover el desarrollo económico local y la cohesión social.

Según Wright (1998), el término “cultura” desde la década de los noventa ha ingresado en diversos campos, entre ellos el del desarrollo exterior. Se trata de “viejas ideas” antropológicas del término —que aún persisten— y que adquirieron dimensión pública al ser utilizados por tomadores de decisiones (políticos, funcionarios y asesores académicos). Estas ideas implican un conjunto de características definidas y delimitadas, que hacen a la “cultura” como entidad autocontenida compartida por un grupo de personas, auténtica y estática, ahistórica. Insertos dentro de este paradigma, tanto la Agencia de Turismo como la UNESCO, conceptualizan los clubes como fuente de una “cultura” en este sentido. Lo que sucede aquí es que, bajo esta caracterización, se borra la instancia de conflicto que supone en realidad el acto de definir. Al considerar las “culturas” como entidades discretas y estáticas, se las objetiva, en vez de examinar el campo de actores con diferentes capacidades de agencia que intervienen en la construcción de significado. Esto último sí estaría contemplado en las “nuevas ideas” de cultura, “las identidades culturales (...) son dinámicas, fluidas, y construidas situacionalmente, en lugares y tiempos particulares” (Wight, 2008. pp. 130-131), dicho de otro modo: “no como una ‘cosa’, sino como un proceso político de lucha por el poder para definir conceptos clave, incluyendo el concepto mismo de ‘cultura’” (Ibidem, p.139). Justamente esto es lo que quisimos mostrar en este trabajo, la multiplicidad de voces que se intersectan en un espacio, sus consideraciones acerca de un determinado proceso y, por último, poder reflexionar sobre sus posibles efectos.

Siguiendo esta consideración, en definitiva todos los actores vinculados a la arena turística de Tigre directa o indirectamente, desde diferentes usos y fines, conceptualizan a los clubes como fuente de una “cultura” en el sentido de definida, estática, consensuada y auténtica. A pesar de que para los clubes de remo representa un acto de reafirmación de la identidad hacia su interior, también politizan la “cultura” para defender sus prácticas y su razón de ser, ante un contexto sociopolítico, económico y también cultural cambiante en el que se hallan en desventaja. Cada uno dejó entrever su preocupación ante la posible pérdida de ciertos rasgos característicos, como su sentido de pertenencia, que podría suponer la patrimonialización por parte de la UNESCO; pero en la mayoría de los casos, consideran la propuesta en tanto y en cuanto les sirva a sus fines y propósitos. Lo mismo sucede respecto de las distinciones que crean entre ellos, que se vislumbran en su tenencia patrimonial y en vínculos políticos más cercanos con actores como el Municipio.

Siguiendo con el argumento, los procesos de construcción social del patrimonio se insertan en esta politización de la cultura y la identidad, ya que se operativiza y cristaliza un uso de la “identidad”, en cuanto remiten a citas de autoridad (expertos, científicos, la ciencia en general etc.). De esta manera, el uso de la cultura y la identidad para la agenda del desarrollo, tanto económica como para el afianzamiento democrático de la Agencia de Turismo de Tigre tiene más poder en términos de hegemonía, en cuanto utiliza como base discursos ya sancionados como legítimos, en este caso la nominación ante la UNESCO, y la referencia a un pasado fundacional de la identidad argentina, el mito de origen de la nación como europea, blanca y civilizada,

que es justamente lo que se busca patrimonializar. En este sentido, Lacarrieu (2007) plantea que aquellas imágenes de la ciudad que en el pasado fueron utilizadas en función de crear una identidad nacional, hoy en día son utilizadas con el objetivo de refuncionalizar la actividad tanto en la dimensión económica como en la política y social. Es interesante entonces pensar cómo esta estrategia pública tiene amplia vinculación con una función performativa de los destinos. Como señalan Schenkel y Pinassi (2015), las declaratorias patrimoniales de la humanidad del país fueron utilizadas por la política turística para articular los principales centros turísticos de alcance internacional, conformando una imagen turística del país. Pero también nos lleva a reflexionar, a la luz de los otros fines de uso de la cultura, qué efectos podría tener sobre lo social la intencionalidad de la creación de esta nueva imagen del destino turístico de Tigre.

CONCLUSIONES Y REFLEXIONES FINALES

La activación patrimonial y turística de los clubes de remo respondería, por un lado, a la necesidad de refuncionalización de los clubes y, por otro, a la necesidad del municipio de proponer espacios culturales y abiertos haciendo hincapié en la identidad local, la pertenencia y la cohesión social. Sin embargo, estas cuestiones no están exentas de tensiones correspondientes a la multiplicidad de procesos socioculturales que se dan en una realidad concreta. Por un lado, y siguiendo a Bertoncello y Iuso (2016), Tigre, o una parte de él más exactamente, atraviesa un proceso de reconversión para volverse un recurso turístico, respondiendo a una lógica local-global, es decir, una reconfiguración urbana con énfasis en considerar el turismo como impulsor del desarrollo, atravesado procesos de reacondicionamiento, puesta en valor, restauración, refuncionalización, revalorización, acondicionamiento paisajístico entre otras acciones dentro de un “marco más amplio de las nuevas modalidades turísticas —la estetización de la vida cotidiana y la valorización de la cultura e historia como atractivo—” (p. 121). Desde esa óptica, es cierto que los clubes de remo y sus valores culturales e inmigratorios podrían jugar un rol diversificador en la oferta de turismo cultural de Tigre, pero para lo cual se hace necesarios estudios de mayor profundidad que puedan analizar principalmente las motivaciones de la demanda actual y potencial. En términos de política turística, el eventual proceso de nominación y el consecuente prestigio que este le otorga a los sitios parece representar una oportunidad para el sector público para captar a un tipo de turismo que genera menos impactos negativos a la vez que deja mayores ganancias. Pero al mismo tiempo, existen cuestiones ambientales y paisajísticas que amenazan tanto la nominación como el desarrollo óptimo de la actividad de remo y que no pueden ser dejados de lado a la hora de pensar un producto turístico integral. Por último, la activación patrimonial y turística conlleva problemas tanto teóricos como prácticos a la hora de llevar adelante una política integral e inclusiva en el municipio. Esto es de destacar, ya que como expresa Judd (2003) es necesario pensar políticas a largo plazo para evitar problemáticas como la segregación y la gentrificación, entre otros conflictos territoriales asociados a actividades de turismo urbano.

Cuando la Agencia de Turismo hace alusión al acervo y tradición de los clubes, aparecen en el centro de la escena dos cuestiones. Por un lado, deja el descubierto la selección intrínseca a todo proceso de construcción patrimonial, ya que el carácter de patrimonio de los edificios revalorizados para el turismo cultural refleja los elementos pertenecientes a la parte de la historia que se busca visibilizar. En este caso, se busca mostrar y rescatar aquella que alude al apogeo y la suntuosidad asociada a prácticas y costumbres de origen europeas (Bertoncello y Iuso, 2016). Y por el otro, se manifiesta un uso particular de la “cultura” que al descansar sobre la nominación actualiza los “viejos significados de cultura” (Wright, 1998) entendida como una serie de rasgos y atributos delimitados y “auténticos” para su uso estratégico político: sea para el desarrollo económico o para el afianzamiento democrático y la construcción de ciudadanía, o como plantea Canclini (1999) para “reconstruir la verosimilitud histórica” (p. 33). Más aún, la conversión de la “cultura”, referida en este caso a unas prácticas e identidades históricas que responden a una época que resulta paradigmática para la fundación de la nación argentina, en un recurso turístico no solo es una herramienta política en términos

llanos. También implica disputas por ciertos órdenes sociales, en donde la valorización turística a través del patrimonio no solo produce efectos de diferenciación territorial, sino que hay una doble o hasta triple construcción, por la acumulación de citas de autoridad. Precisamente, se evidencia el rol preponderante en el discurso del sector público, la cuestión de la identidad.

Así, la “imagen de Tigre” podría no solo referirse a una “imagen turística”, sino a una reactualización y reaffirmación de la identidad hegemónica en la que se basa la nación argentina, en tanto “comunidad imaginada” (Anderson, 2003). Como dicen Fuentes Gómez (2000) y Lacarrieu (2007), los imaginarios urbanos también son construidos a partir de la elección de determinados elementos culturales de la ciudad. La imagen que se crea no representa a la ciudad, sino la ciudad anhelada, una idea parcial construida de la misma y que es configurada por las relaciones de poder. Estas imágenes responden a un discurso que las legitima y les otorga cierta preponderancia con respecto a otras, lo cual significa que a partir de estos elementos o imágenes se definen e imponen comportamientos, atributos culturales y formas de apropiar el espacio urbano (Lacarrieu, 2007). Esto explicaría cómo la propuesta de nominación de la Agencia y del municipio se vincula no solo con los objetivos de ampliar la gama de oferta de tipo “cultural”, sino con la intención de “cambiar la imagen de Tigre” y los objetivos de cohesión social de la “comunidad”.

En síntesis, el presente trabajo constituye una aproximación a una manifestación concreta y situada de una intersección entre lo global y lo local, a través de procesos de nuevos usos de la cultura, de patrimonialización y turistificación, con el paradigma del turismo como impulsor de desarrollo. Se persiguió un enfoque cualitativo que supone indagar en un proceso desde distintas perspectivas situadas, recurriendo a diferentes herramientas analíticas que permitieran acercarnos a una realidad compleja. Con relación a esto, podemos pensar el espacio en varios sentidos. Por un lado, en los términos de reconfiguraciones del mismo, tanto material como simbólica. Pero también es posible considerar el espacio como parte de producción de lo social (Massey, 2005), es decir, y pensando específicamente en esta arena turística: ¿qué mapa de relaciones se tejen (y se tejerán) de acá en adelante entre los actores situados, intervenientes del proceso de turistificación y patrimonialización? y, así, ¿qué “imágenes de Tigre”, pensando en la dimensión turística pero que interviene en la configuración de la sociedad, se disputarán en función de la “cultura” o la “identidad”?

REFERENCIAS

- Almirón, A., Bertoncello R. & Troncoso, C. A. (2006). Turismo, patrimonio y territorio: una discusión de sus relaciones a partir de casos de Argentina. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 15, 101-124.
- Anderson, B. (2003). *Comunidad imaginada*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Balbi, F. A. & Boivin, M. (2008). La perspectiva etnográfica en los estudios sobre política, Estado y gobierno. *Cuadernos de antropología Social*, 07-17.
- Barbini, B., Cacciutto, M., Castellucci, D. I., Corbo, A. & Roldán, N. G. (2011). Desarrollo y actualidad del turismo en Mar del Plata: el papel de los actores organizacionales en el diseño e implementación de políticas de reconversión. *Realidad, Tendencias y Desafíos en Turismo*, 11(9), 57-69.
- Bertoncello, R. & Iuso, R. (2016). Turismo urbano en contexto metropolitano: Tigre como destino turístico en el Área Metropolitana de Buenos Aires (Argentina). *Cuadernos de Geografía-Revista Colombiana de Geografía*, 25(2), 107-125.
- Britton, S. (1991). Tourism, Capital, and Place: Towards a Critical Geography of Tourism. *Environment and Planning, D Society and Space*, 9, 451-478.
- Bustos Cara, R. (2004). Patrimonialización de valores territoriales. Turismo, sistemas productivos y desarrollo local. *Aportes y transferencias*, 8(2), 11-24.
- Canale, A. & Morel, C. H. (2005). Actores y representaciones en la patrimonialización de las agrupaciones del carnaval porteño. *Cuadernos de antropología social*, (21), 111-131.

- Canclini, N. (1999). Los usos sociales del Patrimonio Cultural. En Aguilar Criado, E. (ed.). *Patrimonio Etnológico. Nuevas perspectivas de estudio*. Granada: Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía.
- Conti, A., Charne, U., Comparato, G., Gorgone, A., Moscoso, F., Rucci A. & Sahores V. (2016). *Ciudad de Tigre y sus clubes de remo. Informe Técnico para su inclusión en la Lista Tentativa de la República Argentina de bienes a nominar a la Lista del Patrimonio Mundial de UNESCO*. Universidad Nacional de La Plata, Facultad de Ciencias Económicas, Instituto de Investigaciones en Turismo. Inédito
- De Jager, J. E. (2017). Dinámicas identitarias y territorialidad en el bajo delta del Paraná bonaerense. *Cuadernos de Antropología*, (17), enero-junio, 29-46.
- Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares, (2013). *Informe sobre Destinos turísticos en Argentina*. Secretaría de Turismo de la Nación. Argentina. Recuperado de <http://www.yvera.tur.ar/estadistica/documentos/descarga/764963e66a7eba7f815658e96a0277d9e76f00ed.pdf>
- Fuentes Gómez, J. (2000). Imágenes e imaginarios urbanos: su utilización en los estudios de las ciudades. *Ciudades*, 46, 3-10.
- Fernández, L. (2002). *Servicios ecológicos en humedales, el caso de Tigre, Buenos Aires*. Argentina: Instituto del Conurbano, Universidad Nacional de General Sarmiento.
- Harvey, D. (1998). *La condición de la posmodernidad: investigación sobre los orígenes del cambio cultural*. Buenos Aires: Amorrortu
- Jameson, F. (1995). *El posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado*. Barcelona: Paidós
- Judd, D. R. (2003). El turismo urbano y la geografía de la ciudad. *EURE (Santiago)*, XXIX(87), 51-62.
- Lacarrieu, M. (2007). La “insopportable levedad” de lo urbano. *EURE (Santiago)*, XXXIII(99), 47-64.
- Marradi, A., Archenti, N. & Piovani, J. I. (2018). *Manual de Metodología de las Ciencias Sociales*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Massey, D. (2005). La filosofía y la política de la espacialidad. En Arfuch, L. (comp.). *Pensar este tiempo. Espacios, afectos, pertenencias*. Buenos Aires: Paidós.
- Melgosa Arcos, F. J. (2001). *Turismo y sostenibilidad en las ciudades patrimonio de la humanidad: principios, marco e instrumentos de actuación*. Salamanca: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Recuperado de <https://gredos.usal.es/handle/10366/122092>
- Ministerio de Hacienda, República Argentina (2018). *Caracterización socio productiva de la Provincia de Buenos Aires*.
- Ministerio de Hacienda de la Nación (2018). Informes productivos provinciales. Secretaría de Política Económica. Subsecretaría de Programación Microeconómica (SSPMicro). Nº 24. Recuperado: https://www.economia.gob.ar/peconomica/dnper/fichas_provinciales/SSPMicro-Informes_Productivos_Provinciales-BuenosAires.pdf
- Molano, O. L. (2006). La identidad cultural, uno de los detonantes del desarrollo territorial. En: *Territorios con identidad cultural*.
- Ordenanza 3343-13. *Plan de manejo integral del Delta de Tigre*. Tigre, 7 de marzo de 2013. Recuperado: http://servicios.tigre.gov.ar/digesto/documentos/digestos-pdf/urbanismo-ordenanza_3343-13.pdf
- Pinassi, C. A. (2016). *La configuración de un nuevo espacio turístico recreativo a través de la valorización del patrimonio cultural: el caso de Bahía Blanca*. (Tesis Doctoral en Geografía). Universidad Nacional del Sur, Departamento de Geografía y Turismo, Bahía Blanca.
- Prats, L. (1997). *Antropología y patrimonio*. Barcelona: Ariel.
- Prats, L. (2000). El concepto de patrimonio cultural. *Cuadernos de Antropología Social*, (11), 115-136. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7174790>
- Reinius, S. W. & Fredman, P. (2007). Protected areas as attractions. *Annals of tourism research*, 34, 839-854.
- Restrepo, E. (2007). Identidades: planteamientos teóricos y sugerencias metodológicas para su estudio. *Jangwa Pana*, (5), 24-35. Recuperado de <http://www.ram-wan.net/restrepo/documentos/identidades-jangwa%20pana.pdf>
- Schenkel, E. & Pinassi, A. (2015). Patrimonios de la Humanidad: estrategia de la política turística en la Argentina. *Revista Universitaria de Geografía*, 24(2), 41-67. Recuperado de <http://bibliotecadigital.uns.edu.ar/pdf/reuge/v24n2/v24n2a03.pdf>

- Subsecretaría de Promoción Turística de Tigre (2018). *Estadísticas de visitantes*.
- Taylor, S. & Bogdan, J. (1986). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Buenos Aires: Paidós.
- UNESCO (1972). *Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial*.
- UNESCO. *Lista Tentativa de nominación de Sitios Patrimonio de la Humanidad*. Recuperado de <https://whc.unesco.org/en/tentativelists/>
- UNESCO. *Criterios de selección*. Recuperado de <https://whc.unesco.org/en/criteria/>
- UNWTO (2019). *Panorama del Turismo Internacional*. Recuperado de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421237>
- Urry, J. (2004). *La mirada del turista*. Lima: Universidad de San Martín de Porres.
- Vargas Velásquez, A. G. (2015). *Impacto socio-económico y turístico de la inscripción de la ciudad maya de Palenque en la lista del Patrimonio Mundial de la UNESCO* (Tesis de Maestría). Recuperada de <http://deposit.ub.edu/dspace/handle/2445/69354>
- Velazco, M. (2009). Gestión turística del patrimonio cultural: enfoques para un desarrollo sostenible del turismo cultural. *Cuadernos de Turismo*, (23), 237-253
- Vera, F. (Coord.). (1997). *Análisis territorial del turismo*. Barcelona: Ariel Editorial.
- Wright, S. (1998). La politización de la cultura. *Anthropology Today*, 14, 112.
- Yúdice, G. (2002). *El recurso de la cultura. Usos de la cultura en la era global*. Barcelona: Gedisa.

NOTAS

- 1 Según el último informe de la OMT (2019), Panorama de Turismo Internacional, las llegadas de turistas internacionales crecieron un 5% en 2018 hasta alcanzar la cota de los 1.400 millones. El total de las exportaciones del turismo internacional (ingresos por turismo internacional + transporte de pasajeros) aumentaron un 4%, es decir, USD 1,7 billones superando la media de crecimiento global. Fuente: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421237>
- 2 Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (en inglés, United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization).
- 3 Los criterios se pueden consultar en el sitio web de la UNESCO: <https://whc.unesco.org/en/criteria>
- 4 El expediente se encuentra disponible en: <https://whc.unesco.org/en/tentativelists/6288/>
- 5 Sitio oficial de la Ciudad de Buenos Aires con la promoción de Tigre: <https://turismo.buenosaires.gob.ar/es/article/%C2%BFpor-qu%C3%A9-conocer-tigre>
- 6 Acerca de esta cuestión existen varios estudios que dan cuenta de la construcción de la identidad isleña en función de la dinámica territorial específica marcada por el aislamiento continental, por ejemplo, Jager (2017). Se menciona a título de que la identidad isleña es usufructuada por el turismo y está íntimamente relacionado con el bioma ribereño que se persigue patrimonializar.
- 7 El primer lugar es ocupado por el Corredor de la Costa Atlántica (destinos de sol y playa) que posee el 60% de las plazas hoteleras de la provincia y cuya principal destino y puerta de entrada resulta ser la tradicional ciudad de Mar del Plata, la de mayor infraestructura turística (Ministerio de Hacienda de la Nación, 2018, 2018).
- 8 Los destinos elegidos por el 34% de los excursionistas nacionales se concentraron en unas pocas ciudades cercanas a las grandes urbes, principalmente en las cercanías del Área Metropolitana del Gran Buenos Aires (AMBA), de los cuales Tigre fue el más visitado (3,2% del total nacional). En particular, del total de los excursionistas nacionales que visitan los destinos de cercanía del AMBA, la zona más visitada fue la de las “Escapadas Norte” compuesta por el Delta del Paraná junto al Corredor del Paraná Inferior (38,6%). Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (2013). Informe sobre Destinos turísticos en Argentina. Secretaría de Turismo de la Nación. Argentina. Recuperado de <http://www.yveratur.ar/estadistica/documentos/descarga/764963e66a7eba7f815658e96a0277d9e76f00ed.pdf>
- 9 Sitio Web Oficial de Tigre-Remo. Fuente: <http://www.tigre.gov.ar/tigre/remo>
- 10 Programa diseñado entre el Municipio, el centro de guías y los clubes de remo con el fin de poner en valor el patrimonio cultural (material e inmaterial) de estos últimos. Será detallado más adelante.
- 11 Sitio web Agencia de Tigre. Fuente: <http://servicios.tigre.gov.ar/turismo/institucional.htm>
- 12 Consejo Asesor de Turismo del Municipio de Tigre. Sitio web Agencia de Tigre. Fuente: http://servicios.tigre.gov.ar/turismo/3919_consejo_asesor_de_turismo_del_municipio_de_tigre.htm

- 13 Sustentado por Organismos Internacionales como la Organización Mundial del Turismo (OMT).
- 14 Sitio web Centro de Guías de Tigre y Delta. Fuente: <https://guiastigreydelta.com.ar>
- 15 Ciertas investigaciones como la de Reinius, Fredman (2007) sugieren que las Áreas Protegidas otorgan mayor atractividad a ciertas áreas turísticas.
- 16 Esta reconversión de la política turística argentina se ve institucionalizada a través de la sanción de la Ley Nacional de Turismo n.º 25997/05, la cual considera al turismo receptivo como actividad de exportación no tradicional (Schenkel y Pinassi, 2015, p. 53).
- 17 En el año 2013, el Municipio de Tigre aprobó el Plan de Manejo Integral del Delta en el cual se fijan los criterios, normas y estrategias de ordenamiento ambiental Disponible en: http://servicios.tigre.gov.ar/digesto/documentos/digestos-pdf/urbanismo-ordenanza_3343-13.pdf