Turismo urbano en contexto metropolitano: Tigre como destino turístico en el Área Metropolitana de Buenos Aires (Argentina)*

Rodolfo V. Bertoncello**

Romina Iuso***

Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires - Argentina

Resumen

Este artículo aborda el tema de las ciudades como destino turístico, específicamente, en relación con las configuraciones y dinámicas metropolitanas. Se analiza el caso de la localidad de Tigre como destino turístico que, siendo parte constitutiva del Área Metropolitana de Buenos Aires, se oferta integrado al "destino turístico Buenos Aires". El papel de la localidad turística en el contexto metropolitano es analizado a partir del reconocimiento de la escasez de estudios sobre el tema en esta escala. El análisis se enfoca en los procesos que desembocan en la configuración de la localidad como destino turístico, asumiendo que dicho carácter es resultado de acciones específicas, orientadas a adecuar el lugar a los requerimientos turísticos. Con esto, se cuestionan los difundidos enfoques que asumen, en forma naturalizada, la "vocación turística" de los lugares.

Palabras clave: área metropolitana, Buenos Aires, localidad de Tigre, turismo urbano.

CC BY NC ND

DOI: dx.doi.org/10.15446/rcdg.v25n2.56905

RECIBIDO: 29 DE ENERO DE 2016. ACEPTADO: 20 DE MARZO DE 2016.

Artículo de investigación sobre las características de la localidad de Tigre como destino turístico, considerando las acciones que han conducido a su condición como tal. De igual forma, se hace una reflexión sobre su rol en el contexto del "destino turístico Buenos Aires".

CÓMO CITAR ESTE ARTÍCULO: Bertoncello, Rodolfo V., y Romina Iuso. 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* 26 (2): 107-125. doi: 10.15446/rcdg.v25n2.56905.

* Este artículo es resultado del proyecto "Turismo y territorio: imágenes e imaginarios geográficos en la definición de lugares y atractivos turísticos de la Argentina", n.º Q 316 de la Programación UBACYT, Secretaría de Ciencia y Técnica de la Universidad de Buenos Aires, acreditado y subsidiado, desde junio de 2014 y ejecutándose actualmente, director Rodolfo Bertoncello.

** Dirección postal: Facultad de Filosofía y Letras - Universidad de Buenos Aires, Instituto de Geografía; Calle Puan n.º 480, piso 4; 1406. Ciudad de Buenos Aires, Argentina.
Correo electrónico: bertoncello.rodolfo@gmail.com

*** Correo electrónico: rominaiuso@hotmail.com

Turismo urbano em contexto metropolitano: Tigre como destino turístico na Área Metropolitana de Buenos Aires (Argentina)

Resumo

O artigo discute o tema das cidades como destino turístico, especificamente com relação às configurações e dinâmicas metropolitanas. Analisa-se o caso da localidade de Tigre como destino turístico que, sendo parte integrante da Área Metropolitana de Buenos Aires, oferta-se integrado ao "destino turístico Buenos Aires". O papel da localidade turística no contexto metropolitano é analisado a partir do reconhecimento da escassez de estudos sobre o assunto nessa escala. A análise enfoca-se nos processos que levam à configuração da localidade como destino turístico, assumindo que tal caráter é o resultado de ações específicas, orientadas a adequar o lugar às necessidades turísticas. Desse modo, questionam-se as generalizadas abordagens que assumem de modo naturalizado a "vocação turística" dos lugares.

Palavras-chave: área metropolitana, Buenos Aires, localidade de Tigre, turismo urbano.

Urban Tourism in the Metropolitan Context: The Town of Tigre as Tourist Destination in the Metropolitan Area of Buenos Aires (Argentina)

Abstract

This article addresses the issue of the city as tourist destination, specifically in relation to metropolitan configurations and dynamics. The article analyzes a tourist destination -the town of Tigre- as part of the Metropolitan Area of Buenos Aires and its incorporation into the so called "Buenos Aires tourist destination". The role of the tourist resort in the metropolitan context is analyzed beginning with the recognition of the paucity of studies on the subject at this scale. The article focuses on the analysis of the processes that lead to the establishing of the town as a tourist destination, assuming that this character is the result of specific actions to adapt the locality to tourist requirements. This focus questions the widespread approaches that assume the "tourist vocation" of localities as natural.

Keywords: metropolitan area, Buenos Aires, town of Tigre, urban tourism.

Introducción

Este trabajo aborda el tema de las ciudades como destinos turísticos en el contexto del sistema turístico actual. Parte de registrar la importancia que hoy tiene la función turística en muchas ciudades, notablemente en las grandes y de carácter metropolitano, y expone las principales características que ellas presentan como destinos de prácticas turísticas encuadradas en lo que, genéricamente, se define como turismo cultural. Se reconoce que, a pesar de la destacada presencia de ciudades grandes e incluso del carácter metropolitano entre estos destinos turísticos, los estudios sobre turismo urbano han atendido poco a esta cuestión, en tanto que han enfocado su interés en el análisis de las áreas centrales o históricas de estas grandes urbes; esto ha contribuido a que hoy se cuente con escaso conocimiento sobre la presencia turística en otras zonas que también integran estos grandes conjuntos urbanos —por ejemplo, las denominadas periferias— o sobre el rol que esta práctica turística juega en los procesos y dinámicas metropolitanas.

En este contexto, este artículo aborda el estudio del "destino turístico Buenos Aires", cuyo análisis también ha presentado el sesgo citado. Sin embargo, la detección de una oferta turística de gran presencia y convocatoria situada dentro de la trama del Área Metropolitana de Buenos Aires —en adelante, AMBA[1]—, localidad de Tigre, ha motivado su indagación en profundidad; en este artículo se exponen los resultados de esta indagación, articulándolos, asimismo, con temas y preocupaciones más generales relacionados con el proceso de configuración metropolitana y sus transformaciones recientes. El artículo tiene por objetivo no solo conocer las características de la localidad de Tigre como destino turístico y su rol como parte integrante del destino turístico Buenos Aires (como se le conoce en el mercado turístico), sino también reflexionar sobre su relación con otros procesos y características propios de la metrópoli, en particular, con aquellos que se manifiestan en tiempos recientes.

Los contenidos de este artículo exponen resultados de investigaciones llevadas a cabo por los autores en el marco del grupo de investigación sobre Turismo y territorio que tiene sede en el Instituto de Geografía de la Universidad de Buenos Aires (Argentina). Dichas investigaciones han sido acreditadas y subsidiadas por la Secretaría de Ciencia y Técnica de dicha Universidad a través de proyectos de su programación UBACYT. La investigación sobre turismo en Tigre ha sido realizada como tesina de grado (autoría y dirección del co-autor de este artículo), al tiempo que la caracterización del turismo en Buenos Aires recupera sintéticamente resultados de trabajos precedentes de uno de los autores, en parte publicados desde otras perspectivas.

Las investigaciones cuyos resultados se exponen en este artículo han tenido un carácter descriptivo y un abordaje desde la perspectiva geográfica. Han producido datos a partir de relevamientos primarios que incluyeron entrevistas en profundidad e información de campo, así como relevamientos y sistematización de información secundaria proveniente de documentos e informes gubernamentales, artículos de prensa y gacetillas informativas; también se han consultado materiales turísticos tanto en formato de folletería impresa como sitios web de organismos oficiales, agentes turísticos y blogs de usuarios.

Las ciudades apuestan al turismo

El denominado 'turismo urbano' ocupa hoy un lugar destacado en el sistema turístico internacional, tal como lo destacan numerosos estudios (Judd y Fainstein 1999; Page 1995; Selby 2004). Son muchas las ciudades que han suscitado el interés de los turistas a lo largo del tiempo, siendo hoy destinos turísticos consagrados, como sucede con París, Roma o El Cairo; gracias a los atractivos artísticos o culturales excepcionales, o a las largas historias consideradas de interés, ellas han estado en el núcleo de las modalidades propias del turismo cultural. Actualmente, a ellas se suma un gran número de otras que, sin contar con atractivos de cualidades excepcionales, también interesan a los turistas, ya sea por sus ofertas de servicios de consumo y entretenimiento, de sus manifestaciones culturales típicas o de las posibilidades que brindan para lograr experiencias consideradas valiosas y placenteras. De este modo, el sistema turístico actual se ha encaminado hacia una marcada proliferación de

1 El AMBA está integrada por la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (Capital Federal de Argentina) y el conjunto de 24 municipios o partidos pertenecientes a la provincia de Buenos Aires que la rodean, y sobre los cuales se extiende un hábitat urbano continuo, que ignora los límites políticos. Este conjunto urbano corresponde a la aglomeración Gran Buenos Aires, definida por la continuidad física de equipamiento urbano. Suele reconocerse, asimismo, la existencia de una región metropolitana, en la que se incluyen junto al AMBA, otros municipios limítrofes en los que se registran procesos rururbanos típicos, es decir, muy vinculados a la dinámica metropolitana, aunque no siempre continuos al entramado consolidado (Bertoncello 2010b).

ciudades de destino turístico, lo que se asocia, asimismo, con una intensa competencia entre ellas para atraer la atención de los potenciales turistas y sostenerla a lo largo del tiempo.

Este turismo urbano puede ser analizado teniendo en cuenta tanto las características que la propia práctica turística ha ido adoptando en las últimas décadas, como los objetivos que los gestores urbanos persiguen al incentivar el desarrollo turístico en sus ciudades. En cuanto a la 'práctica turística', cabe reconocer que esta ha adquirido características diferentes respecto de las del denominado turismo masivo que predominó desde fines de la Segunda Guerra Mundial hasta la década de los setenta, orientado fundamentalmente hacia los destinos de sol y playa, y legitimado socialmente por su vinculación con el descanso y la restauración física de los trabajadores. Hoy se asiste a una oferta creciente de productos turísticos diversificados y muy orientados a la satisfacción de intereses heterogéneos de potenciales turistas que buscan lo diferente y lo que satisfaga sus intereses más específicos; con el nombre de turismo de nichos a la carta o alternativos, la multiplicación de productos y destinos resulta una condición fundamental para alimentar estos nuevos y heterogéneos intereses (Meethan 2001).

Estas transformaciones se evidencian también en las nuevas propuestas de turismo cultural. En un contexto de cuestionamiento a la idea de autenticidad en el turismo (Cohen 2005; MacCannell 2001; Wang 1999), que sustentó el interés casi exclusivo por las manifestaciones más destacadas del arte, la historia y el patrimonio universal —la tradicionalmente denominada 'alta cultura'—, hoy se asiste a una creciente predilección por las manifestaciones culturales más diversas, que se tornan atractivas por su condición de tal, ya sea que se les asocie a lo excepcional, a lo exótico o a lo meramente diferente. El énfasis en la experiencia en sí misma pone también una dosis de cambio, en la medida en que lo que motiva el viaje turístico ya no es solo el conocimiento de lo diferente y valioso por sus cualidades intrínsecas, sino la posibilidad de vivencias y experiencias agradables y confortables, que satisfagan necesidades de descanso o alejamiento del lugar de residencia habitual, contribuyendo asimismo a evidenciar distinción social. De esta forma, se expanden modalidades turísticas que se aproximan a 'experiencias cotidianas desplazadas'. La caracterización que Erick Cohen (2005) hace del denominado posturismo, asociado ya no al deseo de conocer atributos excepcionales del arte y la cultura, sino fundamentalmente a disfrutar de una experiencia placentera y previsible, en contextos singulares y diferentes, aunque reconocibles —de una alteridad 'controlada'—, con una oferta amplia y diversa de servicios de confort y entretenimiento, permite comprender la explosión de destinos de turismo cultural y urbano a la que hoy se asiste.

En este contexto, las ciudades se van transformando en destinos turísticos privilegiados. Concentran una amplia gama de servicios y atractivos, de actividades posibles de ser realizadas por los turistas, de manifestaciones culturales para observar y reconocer. Desde el conocimiento de sus barrios y 'rincones' peculiares y distintivos hasta la visita a un centro comercial o el paseo por sus peatonales, todo en ellas se transforma en un apelativo para el turismo.

Asimismo, debe señalarse que estas nuevas formas de hacer turismo en las ciudades se producen en el marco de 'transformaciones urbanas' que se inscriben en tendencias estructurales que han afectado negativamente sus roles y funciones tradicionales. Diversos autores han analizado las transformaciones que los centros urbanos experimentan en el contexto de profunda reconfiguración en los órdenes más diversos, asociadas a las denominadas sociedades postindustriales o capitalistas avanzadas (véase, en general, Harvey 1998; Jameson 1995). Tratar de contar con nuevas funciones que permitieran superar los contextos de crisis y decadencia detectados, ha sido el común denominador de un conjunto de medidas que —muchas veces encuadradas en prácticas y discursos vinculados con la planificación estratégica y el *city-marketing*— han tratado de dotar a las ciudades "decadentes" de nuevas condiciones y contribuir con esto a superar esta condición (Smith 1996). Estas nuevas apuestas han dado prioridad a los servicios en general, y entre ellos a los turísticos, en la medida en que se les ha considerado como nucleares para el resurgimiento urbano (Britton 1991), recurriendo también a los tradicionales argumentos legitimadores que asignan al turismo el rol de impulsor del desarrollo[2].

Especial interés tienen aquí las grandes ciudades y áreas metropolitanas, que han crecido vinculadas, principalmente, al desarrollo industrial y que, ante estas situaciones de crisis, llevan adelante programas de revitalización que ponen énfasis en las funciones vinculadas con los servicios y la gestión, aceptando que el turismo

2 Un análisis de estos argumentos y del papel que han jugado en distintos contextos puede encontrarse en Almirón et ál. (2008), donde se presentan encuadrando un análisis sistemático de su tratamiento en la literatura turística para el caso de Argentina.

puede ser una alternativa viable para encaminar estas transformaciones. Las grandes ciudades poseen condiciones propicias para convertirse en destinos turísticos, por una parte, debido a que cuentan con equipamientos e infraestructura —beneficiados en muchos casos por las inversiones que se realizan para reposicionarlas en el plano global— indispensables para formar parte del sistema turístico. Al mismo tiempo, en ellas existen pautas culturales o hábitos y costumbres materializados en constructos icónicos que pueden ser convertidos en atractivos turísticos capaces de atraer la atención de potenciales turistas, motivándolos a visitarlas. La amplia y variada oferta de servicios comerciales y personales, y de industrias culturales (museos, espectáculos), también contribuyen a consolidar esta condición de destinos turísticos que 'vale la pena conocer' mediante el viaje turístico.

La ciudad como destino en el sistema turístico actual

Abordar a las ciudades como destino turístico requiere tener en cuenta las cuestiones precitadas, tanto las específicas a la práctica turística como las que atañen a los desafíos actuales de la gestión metropolitana, en varias escalas de observación y análisis.

En primer término, es necesario analizar el papel que juega el turismo en los procesos que a escala global se han caracterizado con el término de globalización y, en relación con esto, cabe reiterar que las transformaciones que el turismo —y en particular, el turismo urbano y cultural— ha experimentado en las últimas décadas han ocurrido acompañando una profunda reorganización social, que ha implicado también una concomitante reorganización territorial. Sin pretender ni poder desarrollar aquí en forma exhaustiva esta cuestión, es necesario reconocer que se ha producido una profunda integración territorial a escala planetaria, vinculada a una creciente fluidez, aunque muy diferencial entre factores y lugares, lo que se asocia también a una creciente homogeneización en términos de pautas económicas, sociales y culturales. Esto ha implicado, de igual forma, una profunda transformación de los lugares, en tanto que la fluidez diferencial y la homogeneización han incidido en la redefinición de su inserción en el contexto global. Todo esto ha exigido la implementación de estrategias para reposicionar a los lugares en el contexto global, las cuales han alcanzado logros diferentes y también han provocado consecuencias negativas en muchos de ellos (Harvey 1998; Ortiz 1996).

El turismo no solo se ha inscrito en estas tendencias y transformaciones, sino que es parte nuclear de las mismas. Diversos autores han señalado que el turismo ha sido pionero en prácticas que luego se tornaron nucleares en la integración y homogeneización global, y estas condiciones han sido indispensables para que las nuevas tendencias que el turismo hoy muestra pudiesen, a su vez, ser viables. De hecho, entre estas dimensiones, habilitantes tanto del crecimiento cuantitativo como de la diversificación de los flujos turísticos, se han destacado: la facilitación de los flujos turísticos mediante normas, equipamiento e infraestructura; el abaratamiento y la mayor eficiencia de los sistemas de transporte; así como la homogeneización de bases tecnológicas que permiten el desplazamiento de personas y garantizan su confort en los lugares de destino, tornándolos legibles y accesibles (Britton 1991; Vera et ál. 1997).

La complejización del sistema turístico es el resultado de estos procesos, que conducen a la proliferación de nuevos lugares de destino turístico; estos se ofrecen multiplicando los actos de consumo turístico, se fundamentan en motivaciones vinculadas con la búsqueda de lo diferente, y se realizan con el apoyo de normas, infraestructura y equipamiento que facilitan el desplazamiento turístico y la integración entre lugares. La imagen de un planeta cubierto de turistas que viajan desde cualquier lugar hacia cualquier otro se ha popularizado, al tiempo que ha incentivado el interés de los lugares por asegurar su presencia en este sistema, desatando una fuerte competencia por lograr éxito en este objetivo.

Este es, en definitiva, el contexto general en el cual puede pensarse la presencia e importancia de las ciudades como destinos turísticos. Para muchas ciudades, la inclusión en el sistema turístico global es una vía para formar parte de procesos dominantes en el contexto mundial actual, y para superar los desafíos y limitaciones que muchas enfrentan para lograrlo. En el contexto de intensa competencia y homogeneización de las tendencias dominantes en el contexto global, el turismo ofrece a las ciudades una vía de inclusión a partir de sus especificidades adecuadamente convertidas en atractivos turísticos y complementados con los servicios y equipamientos necesarios y adecuados. Estos servicios y equipamientos indispensables para el turismo están disponibles en muchas ciudades y lugares, en tanto que forman parte de un conjunto más amplio cuya provisión se privilegia en los nuevos contextos urbanos y que consolidan su faceta más moderna e integrada al entorno global; en tanto tales, no son exclusivos del turismo. Los atractivos, en

cambio, son la 'materia prima' indispensable para establecer la singularidad de cada lugar, con la cual garantiza su capacidad para atraer a los potenciales visitantes a ese lugar y que, así, efectivicen el hecho turístico. Estos atributos atractivos singularizan al destino turístico —a cada ciudad como destino turístico— permitiendo su integración efectiva a los flujos turísticos actuales (véase, en general, Duarte y Ramos 2010).

En síntesis, se puede afirmar que transformarse en un lugar de destino turístico se ha convertido, en el contexto actual, en una meta deseable, orientada siempre por los objetivos de incentivo al desarrollo vía del turismo. Para aquellos lugares afectados negativamente por la globalización, esta estrategia se torna viable en tanto que puedan ofrecer las condiciones para integrarse a las redes globales, condición que, por cierto, no solo es necesaria para el turismo, sino para el conjunto de actividades. Claro que estas intenciones deben resolver el 'problema' de contar, en dichos lugares, con atractivos que conciten interés y motiven la visita turística.

La ciudad deviene turística

Los abordajes más tradicionales del turismo han considerado a los atractivos turísticos de un lugar como atributos inherentes al mismo, cuya existencia sería un recurso disponible a la espera de ser descubierto y utilizado a través de su incorporación a productos capaces de motivar el interés turístico. Si bien estos abordajes resultaron suficientes cuando los destinos turísticos se caracterizaban por sus atractivos de carácter excepcional, únicos y capaces por sí mismos de atraer la atención de potenciales turistas, han mostrado no serlo para dar cuenta del turismo en la actualidad, caracterizado por el interés dirigido a atractivos múltiples y, en gran medida, presentes en muchos lugares[3]. Los destinos turísticos urbanos son un claro ejemplo de esto, ya que ofrecen atractivos similares disponibles, incluso, en los propios lugares de residencia habitual de los potenciales turistas.

El reconocimiento de estas limitaciones ha conducido a un creciente interés por indagar acerca de los procesos específicos que llevan a que determinados atributos de ciertos lugares —y no otros— se conviertan en atractivos turísticos. Esto implica asumir que el atractivo turístico no es un recurso disponible sino el resultado de un proceso específico de producción o 'construcción de atractividad', en el que intervienen tanto la consideración de los intereses de los potenciales turistas cuya atención se busca despertar y satisfacer (Urry 1996), como el rol de los distintos actores sociales que llevan adelante estos procesos en función de sus roles y objetivos específicos (Bertoncello 2008). La asunción del carácter socialmente construido del atractivo turístico se asocia, a su vez, con la aceptación de que un lugar es turístico a partir de su transformación en función de los objetivos que se persiguen en esta práctica social; Knafou (1992) denomina "turistificación" a este proceso, ofreciendo de este modo una vía para abordar el estudio de lugares de destino turístico.

Lo anterior constituye una vía analítica para el estudio de lugares de destino turístico, que conlleva la necesidad de indagar por los procesos específicos que conducen a que un lugar —que, en el contexto actual, puede ser cualquier lugar— se convierta en un destino turístico, reconociendo actores, objetivos, consensos y contradicciones en situaciones concretas. La sistematización de estos análisis permite, a su vez, detectar la existencia de estrategias o mecanismos que se han venido implementando en forma reiterada en estos procesos de turistificación y construcción de atractividad; como tales, pueden convertirse en guías para otros estudios, por lo que conviene reseñarlas brevemente a continuación.

Una de estas estrategias implica un conjunto de acciones de **acondicionamiento del lugar** para la definición de sus atractivos y la provisión de condiciones para su disfrute. Mientras todo lugar se caracteriza por poseer una multiplicidad de atributos que le son propios y lo singularizan, solo 'algunos' de ellos resultan atractivos para el turismo; las acciones de acondicionamiento se orientan, precisamente, a poner en destaque estos rasgos y hacerlos accesibles a los turistas, lo que conlleva procesos de selección y jerarquización de estos atributos. Se trata de diversas acciones vinculadas con la adecuación material, como, por ejemplo, la construcción de accesos, lugares de exposición o ámbitos de interacción, que conllevan transformaciones en la configuración espacial de dichos lugares. Una presencia muy significativa tienen aquí las acciones orientadas al 'embellecimiento' y la adecuación paisajística, en tanto que la visión es una función privilegiada en el turismo (Crang 1999; Crouch y Lübbren 2003); también las acciones articuladas en torno a la noción de "estetización" (Duncan y Duncan 2001), es decir, aquellas que seleccionan atributos en función de potenciales destinatarios involucrando matrices culturales y diferenciaciones sociales: bases de

3 Para un tratamiento detallado de estas perspectivas tradicionales y sus críticas, puede verse Bertoncello 2002, 2008.

mecanismos de distinción social muy importantes en la práctica turística y, también, de exclusión social. Se trata, asimismo, de acciones vinculadas con la construcción de 'narrativas' que orientan la lectura e interpretación de lo que se observa o experimenta, haciendo que 'digan' lo que se espera de ellas: los carteles, las guías y los folletos suelen ser instrumentos utilizados para la construcción de estas marcas (MacCannell 2003), contribuyendo a que los turistas vean solo aquello que se les induce a ver o lo que esperan ver —lo que, desde ya, implica instancias de ocultamiento que también podrían ser analizables—.

Las acciones de acondicionamiento son, también, instancias de intervención de los diferentes actores sociales, que participan en ellas tomando decisiones de acuerdo a sus propios objetivos y expectativas respecto del turismo. Los actores económicos tienen aquí un papel destacado, en la medida en que la oferta turística involucra un conjunto de actividades vinculadas con sus negocios. Pero también están presentes intereses políticos, corporativos o sociales diversos, cada uno de ellos interesados en que el lugar turístico resulte funcional a sus fines.

Otra estrategia muy presente en los procesos de valorización de lugares para el turismo actual es la **tematización**, entendida como resultado de un proceso de construcción de una narrativa específica en torno a un tema, articulada a un conjunto de constructos que, fijos en el territorio, permiten que ese lugar sea asociado con dicho tema, y que se torne apelativo para los turistas convocándolos a visitarlo. La tematización suele recurrir a la historia o a hechos del pasado o de la cultura local, que se concretan en un ámbito específico permitiendo que los turistas lo vivencien y conozcan (Boyer 2004; Gotham 2002; en general, Gottdiener 2001). Los relictos materiales vinculados con el tema convocante suelen constituir la base material sobre la que se monta y concreta esta estrategia, aunque la misma puede recurrir, en caso de no existir tales relictos, a la réplica y recreación de los mismos o, incluso, a la ficción más o menos explícita, como sucede con los denominados "parques temáticos" (Cohen 2005).

La tematización es una estrategia privilegiada allí donde los potenciales atractivos no tienen individualmente una capacidad de suscitar interés, o donde carecen de singularidad suficiente, por lo que son organizados en función de un tema que les otorga sentido de conjunto y, así, relevancia. La tematización permite otorgar especificidad y relevancia a un lugar, en la medida en que torna visible un rasgo que, de otro modo, sería simplemente uno más de una larga lista que, con el paso del tiempo, los desdibuja y confunde; también habilita la diferenciación entre lugares que comparten muchos atributos comunes que, sin embargo, se asignan sistemáticamente a cada uno de ellos.

Otra de las estrategias de gran relevancia actual es el recurso al patrimonio como atractivo turístico. Si bien la cuestión del patrimonio y los mecanismos que conducen a su activación exceden ampliamente las cuestiones que aquí se abordan (Bertoncello 2010a), es importante señalar que su uso turístico representa una estrategia de primer orden en la definición de lugares para el turismo, en tanto que constituye un apelativo de gran convocatoria entre los turistas, otorgando carácter distinguido a la práctica. Esto es particularmente válido en los casos en que el patrimonio ha sido instituido como tal por nóminas de prestigio, como sucede con el Patrimonio de la Humanidad de UNESCO (Almirón, Bertoncello y Troncoso 2006).

Si bien el uso turístico del patrimonio es valorado ampliamente como positivo, debe reconocerse que también puede dar lugar a conflictos. Estos no se presentan solamente por los riesgos para su preservación derivados de este uso, sino, además, por los problemas que se asocian a las discrepancias que suelen aparecer entre sus dimensiones identitarias para los anfitriones y las que privilegian los turistas. También, en relación con la distribución social de los beneficios económicos que se derivan de este uso turístico de bienes patrimoniales (Graham, Ashworth y Tunbridge 2000).

Las precitadas estrategias son recurrentemente implementadas en los procesos de turistificación y en la definición de los atractivos de cada lugar de destino turístico, lo que vale también para las ciudades turísticas. La ciudad destino turístico es una ciudad acondicionada para el turismo, puesta en función de los objetivos que se persiguen en la actividad. Es una ciudad que, al tiempo que se define como una totalidad en términos de destino turístico puesto en el mercado, es un conjunto de fragmentos seleccionados e 'iluminados' para el turismo, es decir: convenientemente estetizados y acondicionados, cargados de valores patrimoniales y narrados en torno a temas convocantes que permiten organizar su recorrido y disfrute. Ellos son incorporados como materia prima de productos: excursiones, visitas guiadas, entre otros. Son ofrecidos en variedad suficiente para garantizar el mantenimiento de la atractividad del conjunto, al que remiten en última instancia; esto es, la ciudad se coloca ella misma como un producto en el sistema turístico internacional, aunque la práctica turística en ella consista

en el consumo y disfrute de una multiplicidad de productos que sostienen el apelativo del conjunto, y que permiten efectivizar los negocios turísticos y satisfacer los deseos de los visitantes.

La ciudad turística y la escala metropolitana

En el caso específico de las grandes ciudades y, en particular, de las grandes metrópolis, algunos factores contribuyen en la producción de ofertas de turismo cultural que recurren a ellos como si fuesen materias primas, a través de estrategias y mecanismos como los antes mencionados; se trata de elementos como la disponibilidad de entramados culturales vinculados a sus complejos y heterogéneos procesos de poblamiento y a sus actividades productivas, o a los hechos políticos y sociales que en ellas acontecieron, materializados en gran medida en sus construcciones y monumentos, sus barrios y sus lugares cargados de significados. Estos procesos, en gran medida, van a coincidir con los de revitalización y refuncionalización que integran los repertorios actuales de la gestión urbana, orientados a garantizar su desarrollo. Junto a las manifestaciones de la más absoluta modernidad se presentan viejos barrios tematizados y antiguos equipamientos —ya obsoletos como tales— reciclados para el turismo, como sucede con los equipamientos portuarios de muchas grandes ciudades. La diversidad propia de toda metrópoli —expresada en sus barrios y sus funciones, en sus costumbres e idiosincrasia— también provee elementos para el consumo del turismo interesado en estos atractivos. La pobreza y la opulencia integran la oferta de atractivos, tanto de los 'villa' o *favela tours* como de los *city tours* que recorren las áreas céntricas y residenciales de alto estándar edilicio; espectáculos del circuito internacional, junto con festivales barriales, son incluidos en guías y páginas web de turismo y ofrecidos a los visitantes.

Cabe observar, sin embargo, que las características presentadas en el párrafo anterior han sido reconocidas por estudios que se han concentrado, fundamentalmente, en la función turística de los centros metropolitanos y de sus barrios más próximos y tradicionales; en efecto, los estudios sobre el turismo urbano se concentran fundamentalmente en el análisis de los centros históricos, en vinculación con los procesos de revitalización, gentrificación y patrimonialización, alcanzando, en algunos casos, también a los barrios más tradicionales vecinos al mismo (Anato y Pérez 2001; Filho y Castrogiovanni 2000; García Hernández 2004). Aunque, en menor medida, la práctica turística también ha sido analizada en las áreas de borde o rururbanas, donde se ha reconocido su presencia a partir del interés por analizar transformaciones vinculadas con el paso de usos del suelo agrarios a servicios o residenciales, o a los nuevos usos urbanos de la naturaleza en áreas de borde metropolitano (Nates Cruz y Raymond 2004). En cambio, la presencia del turismo en las periferias metropolitanas es un fenómeno muy poco estudiado, tanto en sus especificidades en las distintas localidades y barrios de las metrópolis, como en la articulación de estos lugares con el resto de la metrópoli.

Buenos Aires como destino turístico[4]

Buenos Aires es hoy un destino turístico de relevancia en el contexto del sistema turístico internacional, además del nacional. El destino turístico Buenos Aires ofrece a los visitantes un amplio y variado conjunto de atractivos en los que se conjugan imágenes de ciudad moderna e integrada al orden global, junto con atributos particulares que la singularizan como una ciudad tradicional y pintoresca, con algunos rasgos de exotismo en sus hábitos y costumbres: el tango y su sensualidad, el gaucho y la tradición, o la literatura con sus personajes y lugares; así como su marcado carácter cosmopolita, debido a la tradición de diversas comunidades inmigratorias presente en hábitos y costumbres cotidianos.

La Buenos Aires turística es disfrutada por los turistas visitando sus barrios paradigmáticos: el Centro tradicional con sus expresiones de la monumentalidad estatal y del poder económico; el barrio de San Telmo, con sus raíces coloniales imbricadas en la bohemia actual; el barrio de La Boca, donde el pintoresquismo de sus casas pintadas de colores se expone en el paradigmático paseo Caminito; el barrio de la Recoleta, expresión de la ciudad afrancesada y sede de los principales museos de arte; el nuevo barrio de Puerto Madero, emblema de infraestructura portuaria reciclada con parámetros de la extrema modernidad y el patrimonio; el barrio de Palermo con su combinación de barrio tradicional y cultura *fashion*, o con sus reputados parques y jardines públicos.

Esta oferta turística es el resultado de sucesivas intervenciones que van incorporando nuevos barrios a la visita turística; Abasto con su apelación al tango y Gardel;

4 Un análisis más amplio del tema, así como una sistematización de los estudios realizados sobre el mismo, puede encontrarse en Bertoncello y Troncoso (2014); una primera aproximación al tema, coincidente con los primeros pasos del proceso de turistificación de la ciudad, fue realizada por Bertoncello (1996).

Mataderos como ámbito de lo gauchesco en la ciudad; entre otros; esto, en un proceso en el que las transformaciones materiales se articulan con operaciones discursivas que orientan las lecturas y usos turísticos de cada lugar. Así, la ciudad convertida en un escenario para ser mirado y admirado por los turistas va incluyendo cada vez más fragmentos de su totalidad cotidiana, garantizando la oferta de nuevos productos y el mantenimiento de su atractividad.

Este escenario que se disfruta mediante su visita y recorrido, es también un conjunto de lugares donde los turistas realizan prácticas próximas a su cotidianeidad pero que se especifican y distinguen, precisamente, por el ámbito (convenientemente embellecido y tematizado) donde ellas ocurren. La sobrevaloración turística de la oferta de servicios culturales o gastronómicos —muchos de ellos inscriptos en una matriz patrimonial—, se inscribe en esta tendencia.

En síntesis, la ciudad turística de Buenos Aires puede comprenderse como el resultado de un complejo proceso de acondicionamiento, estetización y exotización en el que se combinan transformaciones materiales y discursivas, que dan como resultado un destino turístico que mantiene su vigencia, en gran medida, a través de una recreación continua de estos procesos, que 'construyen' nuevos atractivos recurriendo a nuevos lugares o barrios, nuevas dimensiones y servicios, nuevas propuestas y productos. Esta ciudad turística se despliega casi exclusivamente en el territorio central de una extensa área metropolitana, más precisamente en los sectores más antiguos y tradicionales de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, dejando de lado la gran área metropolitana de la cual constituye su núcleo originario e impulsor fundamental. Más allá del Distrito Federal, la oferta turística solo incluye algunos lugares próximos a la periferia externa de la metrópoli, vinculados con actividades rurales o hípicas (por ejemplo, clubes de polo en la ciudad de Lobos), o con patrimonio religioso (ciudad de Luján) o relacionados con la tradición gauchesca (la ciudad de San Antonio de Areco).

Entre la ciudad turística central y sus complementos periféricos —pero externos al AMBA—, solo se detecta un lugar cuya visita es presentada a los turistas como ineludible: Tigre. Esta localidad, con una impronta turística tradicional y con la particularidad de ser una puerta de acceso al Delta del Paraná, se caracteriza también por formar parte integral del área metropolitana. ¿Qué características presenta esta localidad como parte del área metropolitana y como destino turístico?, ¿qué ofrece a los turistas que la visitan?, ¿qué relación tiene el turismo con las restantes actividades del lugar en el contexto metropolitano? Las próximas secciones de este artículo se orientan a responder estas preguntas.

El Tigre en el marco de la consolidación metropolitana

La localidad de Tigre es cabecera de uno de los municipios (denominados partidos en la provincia de Buenos Aires) que integran el AMBA. Perteneciente a la denominada 'segunda corona' metropolitana (dada su ubicación distante y no limítrofe a la Capital Federal), el partido cuenta con una población de 376.000 habitantes, que representan un 3% aproximado de la población del AMBA. Recostado sobre la ribera de afluentes del río Paraná y en su desembocadura en el río de la Plata, el partido incluye un sector continental y otro insular que abarca el sector meridional del Delta del Paraná; la población se concentra mayoritariamente en el sector continental, mientras la población isleña es poco numerosa y está fuertemente marcada por el predominio de actividades primarias y por condiciones de vida asociadas al medio insular.

Establecido poco después de la segunda fundación de Buenos Aires en 1580, el entonces denominado poblado o paraje de las Conchas (hoy Tigre) tuvo un poblamiento permanente y de lento crecimiento hasta mediados del siglo XIX; en 1854 su población rozaba los 1.000 habitantes, dedicados mayormente al comercio local a través de su puerto. Vinculado con la ciudad de Buenos Aires a través del camino que acompaña aproximadamente la ribera fluvial —eje vial que se mantiene hasta la actualidad y que ha estructurado en gran medida el denominado Eje Norte Metropolitano, donde hoy predominan funciones residenciales de alto nivel socioeconómico—, Tigre aceleró su crecimiento poblacional a partir de la segunda mitad del siglo XIX, compartiendo una tendencia general de la ciudad de Buenos Aires y del país. La llegada del ferrocarril hacia mediados de la década de los sesenta facilitó su conexión con el centro de la ciudad; esto incentivó la llegada de nuevos residentes de sectores acomodados porteños que lo eligieron para instalarse durante la crisis sanitaria provocada por la epidemia de cólera de 1869 y de fiebre amarilla en 1871, y que luego adoptaron el lugar para sus residencias estivales.

Entre las últimas décadas del siglo XIX y las primeras del XX, Tigre fue el lugar elegido por los sectores acomodados de la sociedad porteña como lugar de descanso y recreación, de fiesta y encuentro, dando inicio a sus primeros pasos como destino turístico de elite. El auge

de Tigre, sostenido por el complemento entre turismo y deporte, también dio lugar a la construcción, en torno al 1900, del Tigre Hotel —un lujoso *grand hotel*— y del Tigre Club —un fastuoso club social para la práctica de deportes y el juego de azar—, además de lujosas residencias veraniegas. Diversos clubes de remo se fueron instalando construyendo grandes y pintorescas instalaciones a lo largo de los principales cursos fluviales —sobre la ribera continental y también en las isleñas—. Todo esto dio lugar a una vida social activa y selecta, en torno a las prácticas recreativas y el juego en el casino, disfrutada por personajes ilustres y por los miembros de las familias más adinerados de la sociedad porteña; las regatas y paseos fluviales en un entorno de singulares características naturales completaban este panorama. Todo se llevó a cabo en un contexto dominado por los parques cuidados y un paisaje natural caracterizado por el verde de la vegetación, el marrón del agua y el azul del cielo.

A partir de la década de los treinta, el turismo en el "Tigre *Belle Époque*", como se le ha conocido, entra en crisis, en parte por los cambios de hábitos o por la clausura del casino —pues se prohíben los juegos de azar en lugares próximos a las grandes ciudades—, en parte también por la crisis del orden social y económico que sostuvo esta práctica elitista. Hacia la década de los cuarenta, Argentina consolida un nuevo modelo político y económico que pone énfasis en la industrialización y en el consumo interno. Dicho modelo es acompañado, entre otras transformaciones, por la paulatina conformación de una extensa área metropolitana en torno a la ciudad capital del país, el AMBA. Si bien el crecimiento de Buenos Aires se había hecho muy acelerado desde la segunda mitad del siglo XIX, lo que caracteriza a este nuevo periodo es tanto el incremento poblacional alimentado en gran medida por la migración interna, como la espectacular expansión de la metrópoli sobre los municipios adyacentes a la ciudad (Capital Federal) que, siguiendo los principales ejes de circulación que convergen en el puerto de la ciudad (Bertoncello 2010b), constituyen una compleja estructura urbana en la que hoy viven 13.000.000 de habitantes (12,8 millones según el censo de población de 2010).

La localización del cada vez más importante y complejo entramado industrial cumplió un rol motriz de este crecimiento, acompañado por la expansión de usos residenciales que fueron cubriendo el territorio priorizando, en un primer momento, las tierras más aptas y mejor servidas por el transporte, para acabar ocupando en forma prácticamente continua todas las tierras disponibles. Esto estuvo asociado, asimismo, con una marcada diferenciación socioeconómica de barrios y ejes de expansión, dando lugar a una metrópoli compleja y heterogénea vigente aún hoy (Bertoncello 2010b; Torres 2001; Vapñarsky 2000).

Tigre participó plenamente en este proceso de urbanización metropolitana, con la localización en su territorio de un número creciente de industrias de las más diversas ramas, destacándose, entre ellas, las vinculadas con las actividades navales —como los astilleros instalados en la década de los cuarenta— o madereras —que aprovechan materias primas provenientes de las islas—, en una heterogeneidad característica de la metrópoli (Rougier y Pampin 2015). Esto impulsó su crecimiento poblacional, con la expansión de barrios populares y también de clases acomodadas; estas últimas, vinculadas con la continuidad que el municipio establece con el eje residencial norte, que concentra las localidades de más alto nivel socioeconómico metropolitano, como es el caso de la cercana San Isidro.

El Tigre turístico de la elite porteña fue quedando en el pasado y sus funciones de ocio se fueron reorientando hacia la recreación de los habitantes metropolitanos, en particular de sus trabajadores[5]. La presencia de recreos sindicales o privados, junto a paseos públicos y servicios de excursiones fluviales por los arroyos e islas, constituyeron una oferta ampliamente disfrutada durante los fines de semana, que era complementada por actividades deportivas como el remo tradicional o la navegación recreativa. La afluencia a Tigre de los 'nuevos' turistas y recreacionistas, al tiempo que representó un significativo avance en la democratización del acceso al tiempo libre y su disfrute recreativo expresado en su 'masividad', también fue asociado con una 'decadencia' del destino turístico elitista y distinguido. Tigre se convirtió, material y simbólicamente, en un lugar sucio con ríos llenos de basura y contaminados —cuyo mal olor podía percibirse desde la costa o las embarcaciones— y en una ciudad degradada en sus paseos y espacios verdes, o en su casco urbano tradicional, 'invadido' por los nuevos residentes cuya llegada estaba en relación con el crecimiento metropolitano. Es decir, Tigre fue uno de esos destinos catalogado como de "turismo masivo" —con todas las atribuciones negativas que se le dieron a este— y, como tal, menospreciado; la imagen de degradación cierra esta

5 La evolución del turismo en Tigre no puede ser cabalmente comprendida fuera del contexto nacional. Un análisis del turismo a escala nacional puede encontrase en Bertoncello (2006) o Pastoriza (2011).

etapa como un discurso dominante, enmarcado en un contexto general donde la misma imagen se aplica a tantas otras dimensiones de nuestra sociedad (Iuso 2014).

La crisis del modelo de industrialización y consumo interno —que se inicia en la segunda mitad de la década de los setenta y se expresa en forma contundente en la década de los noventa, cuando la implementación de medidas de corte neoliberal diezma el entramado industrial metropolitano y conduce a la desocupación y empobrecimiento a una parte considerable de su población—, tiene plena incidencia también en Tigre (Rougier y Pampin 2015). En este contexto, en Tigre se comenzaron a implementar diversas medidas orientadas a superar —o al menos a mitigar— las graves consecuencias sociales que atravesaba el lugar y sus habitantes —compartidas, por cierto, por el resto del AMBA y del país— (Svampa 2005).

Entre las acciones del municipio de Tigre se destacan dos apuestas de mayor relevancia. La primera de ellas es la que se orientó al desarrollo de nuevas urbanizaciones cerradas —algunas con marinas— que se expanden en las tierras aún desocupadas[6]. La otra es la revitalización de las actividades turísticas y recreativas, de la mano del incentivo a las actividades de servicios vinculadas con esta práctica, y del acondicionamiento del lugar para tornarlo atractivo para los visitantes, asegurando, de esta forma, el adecuado desarrollo del turismo. Esta apuesta tuvo sustento en asumir las ya comentadas virtudes del turismo como estrategia para superar situaciones de crisis locales y como impulsor del desarrollo en sentido amplio, ya fuertemente instaladas en el imaginario social del momento.

El Tigre y su apuesta al "nuevo" turismo[7]

Al tiempo que se manifestaba con fuerza la decadencia de la industria nacional —favorecida por la ley de convertibilidad y la apertura comercial—, y se aceleraba el crecimiento del sector terciario, en la década de los noventa la metrópoli asistió a la expansión de inversiones orientadas a ampliar y modernizar su infraestructura de transportes y comunicaciones, como así también a la difusión de nuevas formas de gestión y planificación, en las que el énfasis se puso en la eficiencia de los actores privados, y en el rol del Estado como facilitador (Ciccolella 1999). Las propuestas de planificación estratégica tuvieron un rol destacado en la gestión urbana de ese momento, instalando una modalidad que algunos autores han caracterizado como empresarialismo (Harvey 2007). En el contexto metropolitano de Buenos Aires, Tigre fue uno de los partidos priorizados por estas inversiones y formas de planificación y gestión. Algunos de estos emprendimientos e inversiones se orientaron a mejorar la conectividad de la localidad con el resto de la metrópoli, en especial con su área central, como es el caso de la remodelación y ampliación del Acceso Norte; Tigre también contó para estos años con la llegada del Tren de la Costa, una antigua línea férrea —que unía a la ciudad de Buenos Aires con Tigre— revitalizada y puesta en funcionamiento nuevamente con una fuerte orientación hacia el turismo y la recreación.

Otros emprendimientos e inversiones se llevaron a cabo en el ámbito específico de la localidad y, en gran medida, se orientaron directamente al turismo o tuvieron gran incidencia en su desarrollo. Se mejoraron los ingresos desde el Acceso Norte y sus áreas de estacionamiento, para evitar el congestionamiento vehicular del centro de la localidad. También se modificó el emplazamiento de la estación de trenes —que entorpecía el tránsito en el área de la estación fluvial y el puente Buenos Aires— y se construyó una nueva estación, a la vez que la vieja estación ferroviaria se reacondicionó para que albergara la nueva estación fluvial —de la que parten las excursiones fluviales—. Todos estos cambios fueron realizados de la mano de la liberalización y privatización, propios del contexto socioeconómico vigente en ese momento en el país.

Tigre también se convirtió en sede de grandes emprendimientos relacionados con el entretenimiento. En 1997 se inauguró uno de los parques de diversiones más grandes de Sudamérica: el Parque de la Costa; y, años más tarde, el casino *Trilenium*. Ambos están muy relacionados con el llamado '*boom* turístico' de la localidad. Otro de los lugares que cobró mayor relevancia como paseo recreativo y comercial en esta década es el Puerto de Frutos, catalogado, ya en esos años, como 'un *shopping* al aire libre y con vista al río'. El puerto pasa a ser, desde ese momento, un 'paseo obligado' para quienes visitan la ciudad.

El municipio llevó a cabo, asimismo, un plan general de embellecimiento urbano. Con este fin se procedió al reacondicionamiento y parquización de la costanera, que se basó en la remodelación del Paseo Lavalle-Victorica y del litoral del río Reconquista; la ciudad adquirió o recuperó así los espacios verdes que habían permanecido

6 Este tema no se aborda en este artículo; puede consultarse al respecto, entre otros, Ríos y Pírez (2008).

7 Este apartado expone en forma sintética resultados de la investigación realizada como tesina de grado por Romina Iuso (Iuso 2014).

'olvidados' durante mucho tiempo. A su vez, en el Paseo Lavalle-Victorica comenzaron a proliferar bares y restaurants que 'ahora sí' podían ofrecer una buena vista, constituyendo una nueva opción para el visitante.

También se consolidó un circuito histórico denominado 'Camino Real'. El mismo bordea los ríos Tigre y Reconquista e incorpora parte del antiguo Camino Real colonial. Por su condición de primitivo núcleo habitacional, allí se encuentran establecimientos históricos, la mayoría de ellos de los tiempos de la Colonia. Entre ellos se cuentan: el Almacén Faggionato —también conocido como Casa Rebagliati o La Carbonería, que data de 1794; en esta casa funcionó una carbonería y un almacén cuando Tigre era el "Pago Las Conchas" y es una de las construcciones más antiguas de Tigre y fue restaurada en años recientes—, la Parroquia de la Inmaculada Concepción —ubicada en el mismo predio donde se erigió la primera capilla del pago en 1730— y la antigua Aduana —también conocida como Casa Sagastume, de estilo colonial y que data de fines del siglo XVIII—. El circuito incluye también varios museos y casonas señoriales.

Entre mediados y fines de la década de los noventa también comenzó la restauración del edificio del ex Tigre Club, llevada a cabo por el gobierno municipal con el objeto de convertirlo en un centro cultural, aunque finalmente se instaló en él el Museo de Arte de Tigre (MAT). Un largo proceso de patrimonialización sostuvo la puesta en valor turístico de este edificio emblemático, lo que también sucedió con varios de los monumentales edificios sede de los tradicionales clubes de regatas de Tigre. El nuevo museo se sumó a una oferta museística significativa ya existente en el lugar —entre ellos el Museo Naval y el de la Reconquista, muy vinculados a la historia de la nación y de la patria—, que también fueron reacondicionados y actualizados en sus objetivos y gestión museográfica. De igual forma, el Delta recibió en sus islas importantes inversiones privadas relacionadas con la construcción o remodelación de hosterías, cabañas, hoteles, *spas* y *resorts*; y de otras más vinculadas con las urbanizaciones cerradas, pero que también cuentan en sus predios con hoteles y centros de convenciones.

En síntesis, puede decirse que, desde fines de la década de los ochenta, Tigre se posiciona como un destino de turismo alternativo, al tiempo que la década de los noventa puede ser considerada el momento de las grandes inversiones en la localidad. El gobierno municipal se preocupó por fomentar el turismo en la localidad y el Delta, ya sea a través de acciones directas ejecutadas por sus organismos, como de acciones indirectas vinculadas con la generación de condiciones normativas que tendieron a favorecer la inversión privada. Esto permite reconocer una alianza entre agentes estatales y privados para impulsar el turismo en Tigre, que acontece en un contexto en el cual los grandes grupos económicos habían comenzado a invertir en el negocio del ocio; y de gobiernos neoliberales que facilitan esta entrada de grandes capitales. El gobierno local contribuye con sus acciones no solo a transformar materialmente el lugar, sino también a convertirlo en 'atractivo' para estos grandes inversores que toman en cuenta estas condiciones y ventajas para tomar sus decisiones; la 'competencia de lugares' se manifiesta también en Tigre, cuya apuesta al turismo puede ser interpretada no solo como una forma de incentivar las actividades específicas, sino también como una vía para 'mostrarse' adecuado y atractivo en un mercado de ciudades y lugares ávidos por recibir estas inversiones.

El 'nuevo' Tigre turístico es el resultado de este conjunto de acciones que transforman el lugar asegurando su capacidad de atraer visitantes y de brindar los servicios necesarios para una práctica turística y recreativa satisfactoria. Comienza también a producirse información estadística sectorial, que da cuenta del origen y características de los turistas, del uso de la oferta hotelera y de entretenimiento, o de los atractivos más visitados (Iuso 2014). Esta información contribuye no solo a la buena gestión, sino también a poner en evidencia y reafirmar que la localidad 'efectivamente' ha consolidado su carácter turístico.

Estetización, narrativas y patrimonio en la construcción del Tigre turístico

El Tigre turístico que acaba de ser presentado en el título precedente es resultado de un conjunto de intervenciones específicamente orientadas a incentivar el turismo, de su 'turistificación', retomando el ya citado concepto de Remy Knafou. Para avanzar en este análisis, es necesario abordar los procesos e intervenciones mediante los cuales se han definido los atractivos y productos turísticos que se ofrecen, no solo para comprender acabadamente las características del turismo en el lugar, sino también para reconocer su incidencia en los procesos sociales más amplios en los que esta práctica turística se desenvuelve y poder evaluar sus reales o efectivos alcances para el crecimiento económico o la mejor calidad de vida de los anfitriones.

A continuación, se exponen estos procesos para algunos de los atractivos turísticos de Tigre enumerados en el título precedente. La selección responde a su relevancia como atractivos y también a la posibilidad que ofrecen para dar cuenta de los mecanismos o estrategias implementadas para su definición.

Los paseos y circuitos históricos y culturales: entre la estetización y la tematización

El Tigre turístico coloca hoy un fuerte énfasis en ofrecerse como una ciudad histórica y cultural, para lo cual pone a disposición un conjunto de bienes y atributos vinculados con su historia y su cultura, acondicionándolos para su disfrute turístico y articulándolos en 'circuitos' que, al tiempo que organizan su visita en recorridos factibles de ser realizados a pie o en bicicleta, también permiten establecer las descripciones y narrativas que los caracterizan desde la cartelería o la folletería, destacando sus particularidades e importancia, u orientando la mirada hacia lo que debe ser observado, y desviándola de lo que se espera que no se observe.

Desde el punto de vista turístico, el **Paseo Lavalle-Victorica** es una de las ofertas más exitosas. La zona que recorre el Paseo fue la más valorizada en el Tigre turístico *Belle Époque*, y en ella se instalaron las mansiones de arquitectura europea, el *grand hotel* (hoy inexistente) y a su lado el club de sociedad (Tigre Club). Posteriormente, la zona entró en decadencia —como lo demuestra la demolición del hotel y su reemplazo por una playa de estacionamiento terminal de ómnibus urbano—; recibió voluminosos contingentes de recreacionistas que reutilizaron parte del antiguo equipamiento, en parte a través de instituciones sociales y sindicales.

En la actualidad —con el fin de instalar un 'Tigre cultural' o, en otras palabras, un Tigre que busca posicionarse como uno de los destinos capaces de atraer a los potenciales turistas actuales—, toda esta zona 'exhibe' una historia que ha sido seleccionada para mostrar al turista, aunque como tal es solo una parte de la historia. Es la historia del Tigre de la denominada *Belle Époque* cuya plena vigencia se agotó hacia la década de los treinta; ella habla de una práctica marcada por el lujo y el esplendor, la pujanza y el poder; habla de hábitos distinguidos y culturalmente asociados con un modelo de país europeo y 'civilizado'; y, claramente, omite otra parte de la historia de esa zona, notablemente aquella ligada a la masividad, a los trabajadores recreacionistas que disfrutaron de su tiempo libre en el lugar, como un derecho social y laboral conquistado que, ahora, se silencia.

Entre las acciones implementadas para definir este atractivo turístico, pueden señalarse: a) el reacondicionamiento del equipamiento y parquizado del área realizado en varias oportunidades en las últimas décadas; b) la puesta en valor del ex Tigre Club —hoy Museo de Arte de Tigre; en adelante, MAT— y de los museos preexistentes —como el Naval y el Reconquista—; c) la recuperación y refuncionalización de antiguas casonas de estilo *Belle Époque* o coloniales, muchas de ellas devenidas en restaurantes y cafés, o en hoteles *boutique*, *bed & breakfast* y *hostels*; d) la revalorización de los edificios sede de los clubes de remo y de la 'cultura remera'; e) el acondicionamiento paisajístico del paseo en sí mismo, complementado con la promoción y facilitación de determinadas 'vistas' del río, la vegetación y los propios edificios, como sucede con el castillo de estilo normando sede del Club Regatas la Marina, visible como una imagen de postal desde el Paseo al otro lado del río.

En el caso del **Camino Real**, se busca instalar atractivos relacionados con la historia colonial de la localidad. Lo que hoy constituye este recorrido fue el primer núcleo poblacional de Las Conchas y, en la actualidad, puede exhibir algunas de sus construcciones de antaño. Los atractivos históricos que se articulan en este circuito remiten fundamentalmente al pasado colonial de la localidad, una cualidad distintiva que solo unas pocas localidades del AMBA pueden acreditar; se trata de una cuestión no menor si se tiene en cuenta que la mayor parte del área metropolitana carece de este 'abolengo', pues eran simplemente tierras baldías hasta su ocupación urbana.

Muy relacionado con los valorizados circuitos históricos, se encuentra también el rescate de la historia de Tigre tanto en la puesta en valor turístico de sus tradicionales **museos**, como en la proliferación de nuevos. Estos no solo han atravesado procesos de restauración y reacondicionamiento edilicio sino también una marcada redefinición de sus criterios de exposición y oferta para el público, en consonancia con las nuevas orientaciones museográficas y los nuevos usos que el público hace de estas instituciones conjugando objetivos educativos y recreativos.

En todos los casos, la función turística se apoya en la existencia de una base material que expresa la historia y la cultura que se muestran; esta base material es acondicionada a través de intervenciones de rescate y preservación que, al mismo tiempo, se acoplan a otras orientadas a la refuncionalización. La dimensión visual es destacada, en tanto que permite establecer el vínculo

entre el bien que se muestra y la descripción y narración con que se le califica garantizando su valor y relevancia, lo que los convierte en dignos de ser observados, al tiempo que también califican al observador.

El Museo de Arte de Tigre: patrimonio como atractivo turístico

Si bien este atractivo turístico también integra la oferta de turismo cultural vinculada al periodo de la *Belle Epoque* como los antes presentados, es conveniente tratarlo en forma independiente porque en él la condición de **patrimonio** se instituye como un factor determinante en su puesta en valor turístico. El **MAT** se emplaza en el edificio de estilo academicista francés del siglo XIX que otrora albergara al Tigre Club; abrió sus puertas el 28 de octubre de 2006, albergando una importante colección de obras del acerbo municipal, a las que se suman muestras itinerantes y eventos culturales diversos. Desde su inauguración se ha convertido en una de las grandes atracciones para los visitantes de la localidad.

Luego de cumplir su función como sede social de la elite en Tigre, el edificio que hoy ocupa el MAT pasó a ser símbolo de la decadencia de esa época en la localidad, una 'ruina' deteriorada y vandalizada hasta fines del siglo XX. Entre el esplendor y la ruina, el edificio cumplió funciones de alojamiento de turismo social, y de fiestas populares que son prácticamente ignoradas en el discurso turístico actual. En la década de los setenta el edificio fue expropiado y unos años después, declarado Patrimonio Municipal y Patrimonio Histórico Nacional. No obstante, estas declaraciones no le valieron su efectiva recuperación, es decir, el edificio permaneció en su estado de deterioro y no se realizaron intervenciones para revertirlo. En 1983 pasó a ser la sede del Concejo Deliberante de Tigre, que funcionó allí hasta 1997 cuando se mudó a su nuevo edificio construido en el predio contiguo —donde había estado el Tigre Hotel, luego reemplazado por el estacionamiento de una terminal de ómnibus urbano—.

Recién entonces comenzó un largo y cuidadoso proceso de restauración total del edificio, que fue posible en ese momento —y, evidentemente, no antes— por diversas razones, entre las cuales sus potenciales usos turísticos se destacan. En el nuevo contexto de la década de los noventa, con la puesta en marcha de la 'renovación' de la ciudad, contar con un patrimonio propio fue adquiriendo un papel preponderante, ahora sí de la mano del turismo y para instituir a Tigre como un destino de calidad y excelencia, un lugar diferente fundamentado en su historia —que se puede observar con ir al lugar—.

Al haberle sido otorgada la condición de patrimonio, el edificio adquiere las propiedades atribuidas a este, es decir, algo valioso en sí mismo por su belleza, excepcionalidad, expresión de la cultura del lugar, una 'herencia' sin cuestionamientos, 'algo compartido por todos'. El carácter patrimonial otorga un valor superlativo a los atractivos turísticos que cuentan con esta condición (Bertoncello 2010a) y, sobre este "*plus*", se monta el MAT. El discurso del patrimonio establece una lectura del edificio que, a su vez, coincide con lo que el turismo quiere mostrar: el esplendor y la distinción de la *Belle Époque*; y, al mismo tiempo, 'borra' o silencia la otra parte de su historia, su uso como alojamiento para turismo social, el deterioro edilicio (ruina) o sus usos populares, entre otros.

Es preciso destacar, además, que esta refuncionalización se realiza sobre un edificio con características arquitectónicas muy particulares, es decir, sobre atributos materiales que le confieren excepcionalidad y belleza, cumpliendo con las propiedades de lo que se considera tradicionalmente como patrimonio. El MAT pasa a integrar, así, la oferta de atractivos histórico-culturales de la localidad, estableciéndose como un sitio en el cual se 'consume cultura' con el *plus* de estar montado sobre el esplendor, el prestigio y la historia que posee la construcción; abriendo camino, también, a la diferenciación y distinción (estatus) del turista que lo visita. Por todo ello, no sorprende encontrarlo en gran parte de las postales, folletería o fotos de Tigre.

La restauración y refuncionalización del edificio del ex Tigre Club como museo de arte, asimismo, puede ser leída a través de los cambios en la concepción de la museificación y de los nuevos usos turísticos de los museos. Se trata de la conversión de los museos en lugares también para el entretenimiento —el museo como espectáculo— de la mano del aprendizaje, dejando atrás la concepción de lugares 'aburridos' o reservorios de objetos 'viejos'. En el caso del MAT, además, se puede mencionar la iluminación exterior del edificio e incluso la página web oficial que tiene una estética llamativa[8].

Según Hamnett y Shoval (2003), los museos también se presentan como imagen de la ciudad, como una imagen para el gobierno local y para la atracción de capitales —en el ya caracterizado contexto neoliberal— y, en especial,

8 Su función turística es explícita, como lo evidencia el hecho de que su administración estuviera a cargo de la Subsecretaría de Turismo de Tigre hasta ser transferido a la actual Agencia de Cultura Tigre.

si se trata de edificios monumentales. De hecho, no es casual la presencia física del gobierno local, esto es, la instalación del poder político municipal, literalmente, al lado. Y desde ya, los museos son atractivos turísticos relevantes en el contexto de la práctica actual, en el que la cultura se presenta como un atractivo de primer orden, otorgando distinción a quienes los consumen. La atracción del MAT puede ser perfectamente comprendida en el marco de las ya presentadas tendencias del turismo actual.

El Puerto de Frutos de Tigre: la cotidianeidad acondicionada y resignificada para el turismo

El Puerto de Frutos es hoy uno de los atractivos 'estrella' de Tigre: un paseo comercial-recreativo e histórico con un paisaje único, 'un *shopping* al aire libre y con vista al río', un lugar donde se combina el atractivo cultural con el paseo comercial. Pero, ¿qué es lo que lleva a un puerto, en un principio con funciones exclusivamente comerciales-portuarias, a ser un atractivo turístico-recreativo 'obligado' para quien hoy visita Tigre?, ¿cuáles son los procesos por los cuales se llevó a cabo su reconversión?

La refuncionalización del Puerto de Frutos debe ser analizada en el marco de las tendencias de desindustrialización y reconversión al turismo de la localidad —todo ello fusionado en las propuestas que abogan por el desarrollo local—, así como dentro del marco más amplio de las nuevas modalidades turísticas —la estetización de la vida cotidiana y la valoración de la cultura e historia como atractivo—. Lo anterior se conjuga perfectamente con las estrategias de refuncionalización de un equipamiento portuario que ha quedado obsoleto —debido a la baja en la producción y a la implementación de nuevas tecnologías— y que tiene para ofrecer no solo un valioso acervo de tierras, sino también su reconocimiento como patrimonio.

El Puerto de Frutos era un mercado local que incorporó una feria, lo que se puede analizar como una de las estrategias de sobrevivencia de los pobladores —frente al difícil contexto socioeconómico—. Años después, y con su crecimiento, ella comienza a ser 'vivida' también como un paseo, como un ámbito de experiencias y vivencias instigantes y motivadoras. El paseo, a su vez, fue cambiando sus características a medida que se iba promocionando y que llegaban más y diversos visitantes. Estas modificaciones, básicamente, se refieren a nuevos y diversos rubros presentes: de verdulerías y fruterías a mueblerías y decoración del hogar; e, incluso, entre estos últimos, cada vez de 'mayor *target*', locales de 'diseños exclusivos', 'de autor', etc. Hoy el puerto tiene para ofrecer los más variados rubros, servicios y precios, además de su historia como puerto y mercado local —estetizada, con mirada de nostalgia y añoranza—. Es decir, presenta una oferta diversificada y 'para todos', siendo un paseo obligado para quien visita Tigre.

Pero los discursos mediante los cuales se promociona al Puerto de Frutos no solo aluden a un paseo comercial donde 'encontrás de todo' y con vista al río, sino también a su historia. ¿Qué pasado se quiere contar/rescatar del Puerto de Frutos en el presente y para los turistas? Principalmente, el de localidad portuaria asociada con la producción primaria —básicamente de frutos y, en menor medida, de madera— proveniente de las islas y de 'mercado local', aquel que apela a la nostalgia y a lo pintoresco que tendrían las anteriores formas de producción —maneras de producir 'más artesanales'—. Este pasado que se rescata en los discursos es idealizado, es decir, se presenta como un todo armónico, sin conflictos y que pertenece 'por igual' a todos los tigrenses. El Puerto de Frutos es, también, un lugar de encuentro y contacto con 'la cultura isleña', cuyas manifestaciones convertidas en atractivo se disfrutan en paseos por las islas, pero que también están presentes, aunque tangencialmente en el Puerto. De este modo, el paseo y las compras se cargan de un carácter exótico (Staszak 2012) que potencia su atractividad turística.

Conclusiones: repensando la ciudad turística en clave metropolitana

La caracterización de la localidad de Tigre como destino turístico, expuesta en este artículo, permite conocer sus características y comprender los procesos y estrategias que han conducido a su condición de destino turístico actual. El análisis permite observar la apuesta explícita que, desde el poder local, se hace al desarrollo turístico en un contexto de crisis y estancamiento de las actividades que, hasta ese momento, habían motorizado el crecimiento de la localidad.

En pro de este desarrollo turístico, se recurre a implementar distintas estrategias orientadas a definir un lugar atractivo y acorde a las potenciales demandas turísticas, para lo cual el pasado junto con la cultura local y los atributos naturales se convierten en fuentes o materias primas con las que se llevan adelante estrategias de acondicionamiento, tematización y patrimonialización que dan como resultado una localidad con una alta capacidad de atraer turistas. En este sentido, el estudio

de esta localidad representa una oportunidad para reafirmar también la validez de los nuevos enfoques conceptuales y estrategias metodológicas para el análisis del turismo, superando visiones que se han denominado "ingenuas" (Bertoncello 2008), no solo porque naturalizan los atractivos y las "vocaciones" turísticas de los lugares, sino porque bloquean las posibilidades de inscribir estos procesos en contextos sociales más amplios en los que cobran sentido, encuentran razones y justifican formas de practicarlo.

Resulta interesante destacar que estos procesos se inscriben plenamente en las tendencias que el turismo urbano presenta en la actualidad y replican, en gran medida, las estrategias ya implementadas en la propia ciudad de Buenos Aires —las que también se han expuesto someramente en este artículo—, con la cual la localidad de Tigre se articula en la definición de un producto turístico único, con gran capacidad de atracción. Esto reafirma el carácter paradigmático que hoy presentan estas nuevas formas de hacer turismo y su inscripción plena en la tensión entre homogeneización y diferenciación vigente en el contexto global actual. Esta constatación conduce a reafirmar la importancia del estudio del turismo para comprender no solo la práctica en sí, sino cuestiones más amplias y relevantes para las Ciencias Sociales.

Por otra parte, se ha podido mostrar que Tigre es una localidad que ha organizado su función turística en directa relación con el turismo de la ciudad de Buenos Aires. Los turistas que la visitan provienen de la ciudad; han venido a conocer el destino turístico Buenos Aires, un destino que se ha consolidado en la ciudad nuclear. Pero, en su visita, se incluye también un lugar que no está en la ciudad nuclear sino en uno de los municipios de su periferia metropolitana. Este destino turístico, 'Buenos Aires', se concreta en un conjunto de productos que se apoyan en una ciudad turistificada en **fragmentos**. Tigre cumple el rol de ser un fragmento más de este destino, como también parecen serlo algunas de las localidades ubicadas próximas a sus límites —en la región metropolitana pero no en el AMBA como se le define habitualmente—.

Visto desde la perspectiva de la producción de conocimientos, lo anterior advierte sobre la necesidad de incorporar el juego de escalas (Cox 1998) en el análisis de los lugares de destino turístico. Tigre puede ser visto como un destino turístico en sí y, como tal, puede analizarse. Pero, al mismo tiempo, Tigre es parte de un lugar de destino turístico más amplio: el 'destino turístico Buenos Aires'. Es posible, a partir de esto, sugerir que los estudios sobre la Buenos Aires turística también se enriquecerían avanzando en la consideración de estos fragmentos subordinados que, como satélites, desarrollan sus funciones turísticas, en gran medida, articuladas con el destino turístico nuclear, al que, a su vez, enriquecen "proveyendo" nuevos fragmentos y productos que revitalizan su atractividad.

Desde los estudios metropolitanos, el caso de Tigre muestra la importancia de abordar con detenimiento las características y transformaciones de las áreas periféricas tradicionales, lo que permitiría ir más allá de las miradas que las colocan en roles pasivos —meras ciudades dormitorio, cementerios industriales o barrios pauperizados, sin historia ni proyectos propios— para reconocer cuán vivas y activas están, y cuánto siguen contribuyendo al dinamismo metropolitano. Permitirían, de este modo, "abrir la caja negra" de estas periferias tradicionales que, marginadas por el mayor interés que los estudiosos han puesto en el centro gentrificado o en las "nuevas" periferias, siguen siendo muy importantes; en el AMBA, por caso, en ellas viven "nada menos" que tres de cada cuatro de sus 13 millones de habitantes (Bertoncello 2010b).

En muchas ocasiones, estas extensas y populosas periferias han sido caracterizadas por lo que no son, por lo que carecen: no son ni el campo ni la ciudad, ni la riqueza ni la pobreza, ni la modernidad ni el atraso; y como tales, su estudio ha sido poco desarrollado. Lecturas de este tipo también han sido reconocidas como vigentes para los municipios que rodean a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y que, junto a ella, constituyen el AMBA (Gorelik 2015); estas lecturas vienen siendo interpeladas para advertir que han bloqueado o dificultado un mejor conocimiento de sus características y especificidades, de todo aquello que podría definir por vía afirmativa al conjunto o a cada una de las localidades que lo integran; definirlos y conocerlos por lo que son y poseen, y no meramente por lo que no son y carecen.

Tigre es uno de los municipios que integra el AMBA, parte de ese conjunto periférico que parece requerir más atención. El análisis de Tigre como destino turístico puede ser considerado como un indicio de la existencia de estas dinámicas y capacidades, y como una advertencia acerca de la necesidad de avanzar en la investigación de estas periferias y sus lugares, para reconocer lo que sí son en el marco de la totalidad metropolitana.

Rodolfo V. Bertoncello

Magíster en Geografía de la Universidad Federal de Río de Janeiro (Brasil) y Profesor y Licenciado en Geografía de la Universidad de Buenos Aires (Argentina). Posee Curso de Especialización en Población y Desarrollo del CEDEM - Universidad de La Habana (Cuba). Es profesor titular regular de "Geografía Social" de la Universidad de Buenos Aires, e investigador independiente del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET). Ha dictado numerosos cursos y seminarios de postgrado en temas vinculados a la Geografía del turismo y del patrimonio, en universidades nacionales y del Brasil. Dirige proyectos de investigación en temas de Geografía del Turismo orientados a la indagación de los procesos de valorización turística de lugares y su patrimonio. Entre sus publicaciones recientes se cuentan: el libro *Turismo y Turismo y geografía: lugares y patrimonio natural-cultural de la Argentina (*Buenos Aires, CICCUS); el capítulo en coautoría "Tourism research in Latin America", en el libro *Tourism Research: A 20-20 Vision* editado por Douglas Pearce y Richard Butler (Oxford, Goodfellow Publishers); el capítulo "Imaginarios de espacios distantes a partir del turismo", incluido en el libro compilado por Alicia Lindón y Daniel Hiernaux, *Geografías de lo imaginario* (México); y el artículo (en co-autoría con Claudia Troncoso) "La ciudad como objeto de deseo turístico: renovación urbana, cultura y turismo en Buenos Aires y Salta (Argentina)", en la revista *Gran Tour, Revista de Investigaciones Turísticas*.

Romina Iuso

Licenciada en Geografía de la Universidad de Buenos Aires (Argentina 2014). Cursa estudios de postgrado en la Maestría de Políticas Ambientales y Territoriales y ha sido becaria de iniciación de la Secretaría de Ciencia y Técnica de la misma universidad. Integra como investigadora-tesista el Grupo de investigación sobre Turismo y territorio del Instituto de Geografía de la Universidad de Buenos Aires.

Referencias

Almirón, Analía, Rodolfo Bertoncello, Diego Kupler, y Lucas Ramírez. 2008. "El turismo como impulsor del desarrollo en Argentina: una revisión de los estudios sobre la temática." *Aportes y Transferencias* 12 (1): 57-86.

Almirón, Analía, Rodolfo Bertoncello, y Claudia Alejandra Troncoso. 2006. "Turismo, patrimonio y territorio: una discusión de sus relaciones a partir de casos de Argentina." *Estudios y Perspectivas en Turismo* 15 (2): 101-124.

Anato, Mercedes, y Miguel José Pérez. 2001. "Turismo y recuperación de los centros históricos en América Latina y el Caribe." *Estudios y Perspectivas en Turismo* 10 (3-4): 197-228.

Bertoncello, Rodolfo. 1996. "El turismo y las grandes metrópolis: la ciudad de Buenos Aires." En *Turismo e geografía: reflexões teóricas e enfoques regionais,* editado por Adyr A. Balastreri Rodríguez, 209-223. San Pablo: Hucitec.

Bertoncello, Rodolfo. 2002. "Turismo y territorio: otras prácticas, otras miradas." *Aportes y Transferencias* 6 (2): 29-50.

Bertoncello, Rodolfo. 2006. "Turismo, territorio y sociedad: el 'mapa turístico de la Argentina'." En *América Latina: cidade, campo e turismo*, organizado por Amalia I. Geraiges de Lemos, Mónica Arroyo y María L. Silveira, 317-336. Buenos Aires: CLACSO-USP.

Bertoncello, Rodolfo. 2008. *Turismo y geografía: lugares y patrimonio natural-cultural de la Argentina*. Buenos Aires: CICCUS.

Bertoncello, Rodolfo. 2010a. "Turismo y patrimonio, entre la cultura y el negocio." En *Geografia, turismo e patrimônio cultural*, editado por Maria T. Duarte Paes y Melissa Ramos da Silva Oliveira, 33-54. São Paulo: Annablume.

Bertoncello, Rodolfo. 2010b. "Configuración espacial de una metrópoli." En *Dinámica de una ciudad: Buenos Aires 1810-2010,* editado por Alfredo Lattes, 97-129. Buenos Aires: Dirección General de Estadística y Censos, Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

Bertoncello, Rodolfo, y Claudia Alejandra Troncoso. 2014. "La ciudad como objeto de deseo turístico: renovación urbana, cultura y turismo en Buenos Aires y Salta (Argentina)." *Revista Gran Tour: Revista de investigaciones turísticas* 9:4-26.

Boyer, M. Christine. 2004. "Ciudades en venta: la comercialización de la historia en el South Street Seaport." En *Variaciones sobre un parque temático: la nueva ciudad americana y el fin del espacio público*, editado por Michael Sorkin, 205-230. Barcelona: Gustavo Gili.

Britton, S. 1991. "Tourism, Capital, and Place: Towards a Critical Geography of Tourism." *Environment and Planning, D Society and Space* 9:451-478.

Ciccollela, Pablo. 1999. "Globalización y dualización en la región metropolitana de Buenos Aires: grandes inversiones y reestructuración socioterritorial en los años 90." *EURE: Revista Latinoamericana de Estudios Urbano Regionales* 25 (76): 5-27.

Cohen, Erik. 2005. "Principales tendencias en el turismo contemporáneo." *Política y Sociedad* 42 (1): 11-24.

Cox, Kevin. 1998. "Spaces of Dependence, Spaces of Engagement and the Politics of Scale, or: Looking for Local Politics." *Political Geography* 17 (1): 1-23.

Crang, Michael. 1999. "Knowing, Tourism and Practices of Vision." En *Leisure/tourism Geographies: Practices and geographical knowledge*, editado por David Crouch, 238-256. London: Routledge.

Crouch, David, y Nina Lübbren. 2003. *Visual Cultural and Tourism.* Oxford: Berg Publishers.

Duarte, Maria Tereza, y Melissa Ramos. 2010. *Geografia, turismo e patrimônio cultural*. São Paulo: Annablume.

Duncan, James S., y Nancy Duncan. 2001. "The Aestheticization of the Politics of Landscape Preservation." *Annals of the Association of American Geographers* 91 (2): 387-409. doi: 10.1111/0004-5608.00250.

Filho, Abson Barreto, y Antonio Carlos Castro Giovanni. 2000. *Turismo urbano.* São Paulo: Contexto.

García Hernández, Maria. 2004. "La inserción de la función turística en los conjuntos monumentales españoles. Implicaciones para la gestión de los flujos de visitantes." *Geocalli, Cuadernos de Geografía* 5 (9): 15-107.

Gorelik, Adrian. 2015. "Terra incognita: para una comprensión del Gran Buenos Aires como Gran Buenos Aires." En *Historia de la provincia de Buenos Aires: el Gran Buenos Aires*, editado por Gabriel Kessler, 21-73. Buenos Aires: Edhasa.

Gotham, Kevin. 2002. "Marketing Mardi Gras: Commodification, Spectacle and the Political Economy of Tourism in New Orleans." *Urban Studies* 39 (10): 1735-1756. doi: 10.1080/0042098022000002939.

Gottdiener, Mark. 2001. *The Theming of America: American Dreams, Media Fantasies and Themed Environments*. Oxford: Westview.

Graham, Brian, Greg Ashworth, y John Tunbridge. 2000. *A Geography of Heritage: Power, Culture and Economy.* London: Arnold Publishers.

Hamnett, Chris, y Noam Shoval. 2003. "Museums as 'Flagships' of Urban Development." En *Cities and Visitors: Regulating People, Markets, and City Space,* editado por Lily. M. Hoffman, Dennis Judd y Susan Fainstein, 205-239. Oxford: Blackwell.

Harvey, David. 1998. *La condición de la posmodernidad: investigación sobre los orígenes del cambio cultural*. Buenos Aires: Amorrortu.

Harvey, David. 2007. *Espacios del capital: hacia una geografía crítica*. Madrid: Akal.

Iuso, Romina. 2014. "Turismo y patrimonio en Tigre." Tesis de Maestría en Políticas Ambientales y Territoriales, Universidad de Buenos Aires, Argentina.

Jameson, Frederic. 1995. *El posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado*. Barcelona: Paidós.

Judd, Dennis, y Susan Fainstein. 1999. *The Tourist City.* London: Yale University Press.

Knafou, Rémy. 1992. "L' invention du tourisme." En *Encyclopedie de Geographie*, editado por A. Bailly, Robert Ferras y Denise Pumain. París: Economica.

MacCannell, Dean. 2001. "Tourist Agency." *Tourist Studies* 1 (1): 23-37. doi: 10.1177/146879760100100102.

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

Meethan, Kevin. 2001. *Tourism in Global Society. Place, Culture, Consumption.* New York: Palgrave.

Nates Cruz, Beatriz, y Stéphanie Raymond. 2007. *Buscando la naturaleza: migración y dinámicas rurales contemporáneas*. Barcelona: Anthropos.

Ortiz, Renato. 1996. *Otro territorio: ensayos sobre el mundo contemporáneo*. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes.

Page, Stephen. 1995. *Urban Tourism*. New York: Routledge.

Pastoriza, Elisa. 2011. *La conquista de las vacaciones: breve historia del turismo en la Argentina*. Buenos Aires: Edhasa.

Ríos, Diego, y Pedro Pírez. 2008. "Urbanizaciones cerradas en áreas inundables del municipio de Tigre: ¿producción de espacio urbano de alta calidad?" *EURE: Revista Latinoamericana de Estudios Urbano Regionales* 34 (101): 99-119. doi: 10.4067/S0250-71612008000100005.

Rougier, Marcelo, y Graciela Pampin. 2015. "Orígenes y esplendor de la industria en el Gran Buenos Aires." En *Historia de la provincia de Buenos Aires: el Gran Buenos Aires*, editado por Gabriel Kessler, 195-223. Buenos Aires: Edhasa.

Selby, Martin. 2004. "Consuming the City: Conceptualizing and Researching Urban Tourist Knowledge." *Tourism Geographies* 6 (2): 186-207. doi: 10.1080/1461668042000208426.

Smith, Neil. 1996. "Gentrification, the Frontier and the Restructuring of Urban Space." En *Readings in Urban Theory,* editado por Susan Fainstein y Scott Campbell, 338-358. Oxford: Blackwell Publishers.

Staszak, Jean-François. 2012. "La construcción del imaginario occidental del "allá" y la fabricación de las "exótica": el

caso de los koimoko maorís." En *Geografías de lo imaginario*, editado por Alicia Lindón y Daniel Hiernaux, 179-210. México: Anthropos.

Svampa, Maristela. 2005. *La sociedad excluyente: Argentina bajo el signo del neoliberalismo*. Buenos Aires: Taurus.

Torres, Horacio A. 2001. "Cambios socioterritoriales en Buenos Aires durante la década de 1990." *EURE: Revista Latinoamericana de Estudios Urbano Regionales* 27 (80): 33-58. doi: 10.4067/S0250-71612001008000003.

Urry, John. 1996. *O olhar do turista: Lazer e viagens nas sociedades contemporâneas*. São Paulo: SESC-Studio Nobel.

Vapñarsky, Cesar. 2000. *La aglomeración Gran Buenos Aires: expansión espacial y crecimiento demográfico entre 1869 y 1991*. Buenos Aires: Eudeba.

Vera, José Fernando, Francesc López, Manuel Marchena, y Salvador Antón. 1997. *Análisis territorial del turismo: una nueva geografía del turismo*. Barcelona: Ariel.

Wang, Ning. 1999. "Rethinking Authenticity in Tourism Experience." *Annals of Tourism Research* 26 (2): 347-360. doi: 10.1016/S0160-7383(98)00103-0.