

POLÍTICA TURÍSTICA Y PATRIMONIAL EN LA CIUDAD DE SALTA - ARGENTINA

Disonancias en la protección y usos del centro histórico

Claudia Alejandra Troncoso^{*}
UBA – CONICET
Buenos Aires - Argentina

Resumen: En la última década la ciudad de Salta (en el noroeste de la Argentina) reforzó su papel de destino turístico fuertemente consolidado en el contexto regional y nacional. A esto contribuyó el incremento de desplazamientos turísticos a nivel nacional, una oferta creciente de servicios turísticos, la ampliación de su conectividad con otros puntos del país y del exterior y también, de manera central, una política pública provincial que colocó al turismo en un lugar destacado en la agenda de gobierno. Para ello incentivó la consolidación de la capital provincial como centro patrimonial buscando poner en destaque el patrimonio edificado ubicado en el centro histórico. El objetivo de este trabajo es analizar las características que toma esta política turística provincial específicamente para la ciudad de Salta, teniendo en cuenta: a) los argumentos que justificaron la apuesta al turismo por parte del gobierno provincial; b) la reafirmación de la atraktividad turística de la ciudad basada en su condición de ciudad patrimonial; y c) las acciones para proteger y exhibir el patrimonio salteño con vistas a su consumo turístico. Asimismo, el trabajo busca indagar acerca de la disonancia del patrimonio y el centro histórico surgida como parte de esta estrategia de valorización turística de este lugar.

PALABRAS CLAVE: turismo, patrimonio, Salta, política pública.

Abstract: Tourism and Heritage Policies in Salta (Argentina). Protection, Uses and Dissonance Concerning its Historic District. During the last decade Salta (northwestern Argentina) has reinforced its role as a leading tourist destination at both national and regional scales. This can be explained by general tourist flows intensification in Argentina, the consolidation of tourism industry in Salta, the connectivity that the local airport has achieved, and a provincial public policy that has considered tourism as an activity of first importance. The main purpose of this article is to analyze the tourism and heritage policies designed by provincial government taking into account: a) the positive ideas about tourism that were used to justify these policies; b) the reaffirmation of place attractiveness based on local heritage aspects; and c) the actions designed to protect and display local heritage in order to improve tourism consumption. The paper also investigates heritage dissonance that has arisen as part of the tourism valorization of Salta's heritage.

KEY WORDS: tourism, heritage, Salta, public policy

^{*} Licenciada y Doctora en Geografía por la Universidad de Buenos Aires (UBA), Argentina, e Investigadora Asistente del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET), Buenos Aires, Argentina. Lleva adelante tareas de docencia en la Universidad de Buenos Aires (UBA) y la Universidad del Centro de la Provincia de Buenos Aires (UNICEN), Tandil, Argentina. E-mail: claudia_troncoso@yahoo.com.ar

INTRODUCCIÓN

En la última década la ciudad de Salta, tradicional centro de vacaciones del noroeste argentino, reforzó su papel de destino turístico fuertemente consolidado en el contexto regional y nacional constituyéndose en el lugar de llegada, pernocte y redistribución de turistas hacia diversos destinos del noroeste. Este proceso forma parte del incremento de los desplazamientos turísticos a nivel nacional pero también ha sido posibilitado por una oferta creciente de servicios turísticos en el lugar, la ampliación de la conectividad de la provincia con otros puntos del país y del exterior y, de manera central, una política pública provincial que colocó al turismo en un lugar destacado en la agenda de gobierno. Esta política turística salteña de la última década se enmarca y tiene como elemento orientador un conjunto de herramientas de planificación sectorial que se sucedieron en las gestiones del gobierno provincial de Juan Carlos Romero (gobernador desde mediados de la década de 1990) y continúan en las de Juan Manuel Urtubey (en funciones desde 2007). El objetivo de esta política sectorial se vincula con los intentos por hacer del turismo una actividad central de la economía salteña junto con la minería, tal cual se expresa en el Plan de Desarrollo Estratégico Salta 2030 (Gobierno de la provincia de Salta - Fundación Salta, 2010), y concomitantemente de reforzar el lugar de relevancia que Salta viene teniendo en el mapa turístico nacional.

En esta propuesta la ciudad capital tiene un rol importante como centro turístico de relevancia por dos motivos. Por un lado, porque es el destino provincial que tradicional y actualmente concentra buena parte de la oferta de servicios turísticos (en la actualidad alrededor del 50% de los establecimientos hoteleros de la provincia se localiza en la capital); y por otro, porque es sede de importantes referencias patrimoniales plasmadas en la arquitectura, los monumentos, los museos y las distintas manifestaciones artísticas y folklóricas que históricamente fueron atractivas para el turismo. Estos serán puntos destacados de un proceso de *reinención* de la ciudad que apuntará a transformarla en un lugar turístico atractivo fortaleciendo una *especificidad geográfica* frente a otros destinos del país. Así, la ciudad de Salta se suma a la experiencia de tantas otras ciudades que han buscado participar en lo que se ha interpretado como una competencia entre lugares para atraer inversiones y consumidores. En el caso de Salta las especificidades geográficas exhibidas son aquellas principalmente de carácter patrimonial. Ellas serán puestas en destaque procurando satisfacer las demandas turísticas actuales en un proceso que implicó la transformación de su centro histórico.

En términos generales, este trabajo busca abordar la relación que se establece entre turismo, patrimonio, políticas públicas y transformaciones territoriales para comprender los procesos recientes de cambios en el centro histórico de la ciudad de Salta. La relación entre turismo y patrimonio ha sido ampliamente abordada por la literatura académica en ciencias sociales. Parte del tratamiento de esta relación ha señalado las especificidades que este vínculo adquirió en las últimas décadas cuando el patrimonio pasó a ser un atractivo destacado (Prats, 1998; Almirón, Bertoncetto & Troncoso, 2006). En cuanto al patrimonio, existe cierto consenso en concebirlo como resultado de un proceso de

selección de ciertos referentes identitarios que se lleva a cabo en el presente, rescatando determinados elementos del pasado (Lowenthal, 1998; Graham, Ashworth & Tunbridge, 2000). Esta selección es llevada adelante por determinados actores con poder político para hacer valer su versión de la identidad. Esto se realiza frecuentemente desde el estado (por ejemplo, a través de una política sectorial que busque proteger el patrimonio o ponerlo a disposición del público para su consumo) o contando con su apoyo (otorgando eventualmente los reconocimientos oficiales) (Prats, 1998). Ello implica, lógicamente, la existencia de otras posibles selecciones y sus correspondientes versiones identitarias. En relación con esto surgen cuestiones referidas a qué sucede con los intereses encontrados que pueden existir respecto de los usos del patrimonio. Es por esto que se ha hablado de *disonancia* para hacer referencia a la falta de acuerdos que pueden existir respecto del patrimonio (Graham, Ashworth & Tunbridge, 2000). Estos elementos patrimoniales les dan forma a una identidad local que precisamente será la que resultará atractiva para el turismo. En efecto, el turismo como práctica sociocultural se ha interesado especialmente por el patrimonio y esto a su vez ha incentivado el rescate (e incluso la invención) de elementos patrimoniales para ser exhibidos para el consumo turístico (Prats, 1998; Almirón, Bertoncetto & Troncoso, 2006). Los procesos de selección patrimonial también son deudores del turismo en la medida en que pueden nutrirse de un imaginario turístico para orientar las selecciones: los imaginarios turísticos en tanto conjunto de ideas asociadas a algún destino (o a la práctica turística) (Hiernaux-Nicolás, 2002) pueden ser retomados en los procesos de patrimonialización. Así, turismo y patrimonio han incentivado la definición de un imaginario geográfico que se alimenta de manera interrelacionada desde estos dos campos: el patrimonio se apoya en la atraktividad turística de un lugar, al tiempo que el turismo se nutre de una atraktividad reforzada por su *plus* patrimonial. Este imaginario geográfico más todas las transformaciones materiales que hayan experimentado los lugares (algunas de ellas asociadas al turismo y al patrimonio) formará parte de aquellas especificidades geográficas que alientan la competencia entre lugares que se mencionó más arriba.

En efecto, existe una larga tradición en la literatura académica que da cuenta de esta carrera por la inserción en un mercado global de ciudades a través de la recreación y exhibición de especificidades geográficas de todo tipo (entre ellas aspectos culturales y patrimoniales) aprovechadas, entre otras cosas, por el turismo -para una referencia más general acerca de estos procesos ver Harvey (1998); para un análisis de las formas en que se organiza la gestión de las ciudades con este propósito ver Harvey (1989), Sánchez (2001) y Vainer (2000); abordajes de casos concretos donde estos procesos vincularon directamente turismo y cultura pueden encontrarse, por ejemplo, en Gotham (2002), Boyer (2004), Botelho (2005), Cifelli (2009), Sotratti (2009), Gómez Schettini & Troncoso (2011). Ward (2005) habla de *reinvenición* de ciudades para hacer referencia a estos procesos. Si bien el autor analiza y reflexiona predominantemente sobre cambios recientes que experimentan ciudades postindustriales, como otras ciudades sin pasado industrial Salta comparte con las ciudades postindustriales algunas de las estrategias definidas para transformar este centro urbano, especialmente en lo que concierne a la valorización turística de sus atributos patrimoniales. Ward (2005) reconoce a la reinvenición como un proceso que involucra una dimensión simbólica

(expresada en la creación de una imagen fortalecida por el marketing urbano); una dimensión física o material (que refiere a los cambios en la apariencia de las ciudades a partir de las transformaciones en el espacio edificado en consonancia con esa imagen) y una dimensión o modelo organizacional (que implica nuevas formas de pensar y llevar adelante la gestión de la ciudad).

En el caso de la ciudad de Salta, ¿cómo se reforzaron lo que se asume como sus características únicas?, ¿de qué manera se presenta el patrimonio como especificidad geográfica para hacer de la ciudad un lugar “competente” en términos turísticos?, ¿cómo se articuló, en la política pública, esta estrategia patrimonial con las intenciones de promover el turismo en Salta? En términos generales, se colocó el acento en el patrimonio construido, especialmente edificaciones históricas (coloniales y otras más recientes) y monumentos vinculados a las luchas por la independencia (fundamentalmente aquellos asociados a la figura de Güemes) que constituyen elementos consagrados como referentes identitarios salteños, al menos en la versión hegemónica de la identidad local. La empresa de revitalizar el centro histórico la emprendió esencialmente el sector público a semejanza de lo que ha ocurrido en varias experiencias latinoamericanas (Botelho, 2005). Esto implicó el diseño y puesta en práctica de un conjunto de acciones y normativas que buscaron embellecer y regular el uso del centro histórico, generando transformaciones importantes en esa área de la ciudad. Todo esto formó parte de la política turístico-patrimonial que, como se señalara, atravesó las gestiones de gobierno provincial desde comienzos de la década de 2000 y que queda reflejada en el organigrama del gobierno provincial con la jerarquización del área turismo (pasó de secretaría a ministerio) y con la fusión de turismo y cultura en una misma dependencia (actualmente Ministerio de Cultura y Turismo).

El proyecto de apostar al turismo patrimonial se apoyó decididamente en argumentos que señalan los beneficios del estímulo al turismo en la ciudad (y en toda la provincia). Estos beneficios se resumen en el desarrollo que se podría alcanzar una vez que el turismo dinamice (económica y laboralmente) los lugares. Este no es un detalle menor para una ciudad que en los últimos años ha presentado los niveles de desocupación más elevados del país. Según la Encuesta Permanente de Hogares del segundo trimestre del 2012 la tasa de desocupación para la ciudad de Salta era de 12%, mientras que el mismo valor para los 31 aglomerados del país en los que se realiza la encuesta es de 7,6% (INDEC, 2012). Estos argumentos buscaron generar el necesario consenso para el accionar político; sin embargo, como parte de este proceso se generaron también algunas tensiones que ponen en discusión los alcances de esta política y que remiten a la disonancia del patrimonio: ¿quién y cómo decide qué hacer con el centro histórico?, ¿qué sucede con los intereses contrapuestos entre distintos actores que viven, trabajan, establecen negocios y diseñan políticas para el centro histórico?, ¿quiénes hacen o deberían hacer uso del área histórica?, ¿en qué condiciones?

En este trabajo, en particular, interesa abordar esta relación entre turismo, patrimonio y transformaciones territoriales atendiendo a tres dimensiones interrelacionadas de un mismo proceso que, formando parte de una política turística y patrimonial provincial, contribuyó a la reinención de la ciudad de Salta y reforzó el lugar destacado que ocupa en el mapa turístico nacional. Estas

dimensiones se refieren a: a) los argumentos presentados desde el gobierno provincial sobre la apuesta al turismo a través de la valorización del patrimonio salteño; b) la reafirmación de la atractividad turística de la ciudad, apoyada fuertemente en el carácter patrimonial de ciertos rasgos del lugar; y c) las acciones para proteger y resaltar el patrimonio salteño con vistas a su utilización turística. Asimismo, el trabajo busca dar cuenta de aquellas disonancias surgidas como parte de esta estrategia de valorización turística que ponen en evidencia distintas miradas acerca del patrimonio y el centro histórico como área patrimonial sujeta al consumo turístico. Para abordar estos aspectos se realizó un análisis que involucró fuentes secundarias y primarias. Entre las primeras se encuentran diversos documentos (vinculados a la promoción y la planificación turística) generados en la esfera de los gobiernos provincial y municipal (especialmente aquellos producidos por el Ministerio de Cultura y Turismo provincial), discursos y entrevistas a funcionarios provinciales difundidos en medios de comunicación, y otras fuentes oficiales como páginas web institucionales. Las fuentes primarias incluyen entrevistas realizadas a actores vinculados con la implementación de esta política desde las dependencias oficiales del gobierno municipal y provincial, miembros de la Cámara de Turismo provincial, representantes de organizaciones movilizadas para la defensa del patrimonio y vendedores ambulantes del centro histórico.

LOS ARGUMENTOS DE LA POLÍTICA TURÍSTICA PROVINCIAL PARA ESTIMULAR INVERSIONES Y VISITAS

La propuesta para consolidar a la ciudad de Salta como destino turístico se organizó a través de algunas ideas centrales de la política turística y patrimonial provincial que vinculan turismo, patrimonio, desarrollo y bienestar para la población local. Una de ellas refiere al propósito de convertir al turismo en una política de estado y en una de las principales actividades provinciales remitiendo a los clásicos beneficios que se asocian al turismo: la generación de empleo y las mejoras en las condiciones de vida de la sociedad local. Estas dos ideas estuvieron presentes durante la gobernación de Romero. En un informe sobre su gestión se afirma que *“... desde 1996 el desarrollo del turismo es una política de Estado exitosa que se mantiene en constante evolución”* (El Tribuno, 2006: 13) y en uno de los planes turísticos de los últimos años (Plan Maestro de Turismo 2006-2016) se dice que el turismo era uno de los *“motores de la economía salteña” favoreciendo la “creación de nuevas fuentes de trabajo que se traducen en mejor calidad de vida para la sociedad”* (Gobierno de la provincia de Salta, 2007: 6).

Estas ideas tuvieron continuidad durante la gestión de Urtubey. Desde la Subsecretaría de Promoción y Desarrollo del Ministerio de Cultura y Turismo provincial se afirma que *“al turismo en Salta se lo viene tomando hace más de veinte años como una política de estado. Se invierte seriamente en presupuestos provinciales para que el Ministerio de Turismo y Cultura tenga realmente recursos para poder operar, se invierte paralelamente en infraestructura de servicios y en infraestructura humana...”* (Subsecretaría de Promoción y Desarrollo, entrevista personal, diciembre de 2010).

Respecto de esta asociación entre turismo y desarrollo, la intención de vincular fuertemente el impulso al turismo con el mejoramiento de las condiciones de vida de los salteños justifica el lugar prioritario que se le otorga a esta actividad en el contexto provincial. Esto aparece como premisa y encabeza el documento de difusión del plan de turismo actualmente vigente (Plan Estratégico de Turismo Salta Sí + 2010-2020): *“El turismo es un sector de suma importancia para el desarrollo económico sustentable de un territorio, para la creación de fuentes de trabajo, de riqueza y la generación de divisas”* (Gobierno de la provincia de Salta - Ministerio de Turismo y Cultura, 2011a: 3).

Otros de los argumentos de la política pública remiten a la necesidad de asociar turismo con patrimonio como estrategia para contar con atractivos turísticos. En relación con esto se asume la necesidad de proteger y resaltar ese patrimonio para mantener su función de recurso para el turismo. En este sentido se justificó la intervención en el centro histórico de la ciudad de Salta para hacerlo más atractivo. La necesidad de recurrir a la cultura como fuente de insumos para el desarrollo del turismo es un argumento que se expone explícitamente. Así, durante la gestión de Romero (y hablando específicamente sobre el destino que tendría la ciudad en materia de planificación turística) se afirmaba que:

“Con respecto al turismo urbano, los resultados de las valoraciones demuestran la importancia de otorgar continuidad a las acciones de preservación y puesta en valor sobre el Centro Histórico de la Ciudad, extendiendo estas actuaciones hacia el entorno de la Plaza Central y corredores cercanos identificados, que vinculan a ésta con otros focos de interés turístico” [...] “En cuanto a las propuestas turísticas, sin lugar a dudas, aquellas destinadas a la innovación de la oferta cultural ocupan la primera posición” (Gobierno de la provincia de Salta, 2007: 33).

Durante la actual gestión provincial, al referirse a la nueva cartelería de estilo colonial que se agregó en el centro histórico, desde el Ministerio de Cultura y Turismo se asegura que *“en términos turísticos, el proyecto refuerza el atractivo cultural arquitectónico, que constituye uno de los principales motivos por lo que los turistas eligen visitar la provincia”* (Gobierno de la provincia de Salta - Ministerio de Turismo y Cultura, 2011b). También desde la Subsecretaría de Promoción y Desarrollo del Ministerio provincial se mantiene esta idea al proponer que la *“cultura tiene que ser un generador de actividades para turismo”* (entrevista personal, diciembre de 2010). En este sentido se apuesta a que las tareas de protección de ese patrimonio tengan continuidad en el tiempo en función del turismo.

Sin embargo, el incentivo a la visita turística no es el único motivo que explica las tareas de protección patrimonial. Los argumentos que justificaron las transformaciones en el centro histórico también hablan de acciones orientadas a la sociedad local buscando resguardar sus referentes patrimoniales y habilitando formas de disfrute de la ciudad para los residentes. Varios funcionarios han esgrimido esta idea intentando señalar la relevancia de la cultura y los referentes patrimoniales más allá de su aprovechamiento turístico. Por ejemplo, el gobernador propone como idea para

encarar la política cultural de gobierno que *“reencontrarnos con nuestra cultura no debe ser sólo marketing turístico, sino la manera de valorar nuestras raíces y sentirnos orgullosos de ellas”* (Gobierno de la provincia de Salta - Ministerio de Turismo y Cultura, 2008). Asimismo, quienes serían designados para encarar la gestión del área patrimonial del centro histórico afirman: *“no queríamos que esta ciudad se convirtiera en una ‘ciudad dormitorio’. Queríamos que el turista se quede y que sea interesante pasear para el mismo salteño”* (El Intransigente, 2011).

Todas estas ideas acerca del turismo y su vinculación con el patrimonio fueron acompañadas de la intensa promoción del destino, de las tareas concretas de transformación del centro histórico que se detallan más adelante y de un conjunto de acciones de estímulo a la inversión privada a través de exenciones impositivas y créditos fiscales en el territorio provincial que permitió ampliar la cantidad de plazas disponibles (BID, 2003). A esto se le agrega el otorgamiento, a comienzos de la década de 2000 de excepciones para la construcción en altura dentro del centro histórico que permitieron la inauguración, a mediados de la década de 2000, de los dos hoteles cinco estrellas de la ciudad. Este estímulo a la inversión junto con otras obras de infraestructura y mejoras en los servicios (como la construcción de un centro de convenciones, la modernización de la terminal de ómnibus, el mejoramiento en los accesos a la ciudad y el aumento de vuelos y destinos desde y hacia el aeropuerto de la ciudad) consolidaron el rol de Salta como centro turístico del noroeste.

En relación con esto se pone de manifiesto otro aspecto de la política turística y patrimonial desarrollada desde el gobierno provincial: la estrecha vinculación entre los sectores público y privado en toda esta propuesta. En efecto, siguiendo las tendencias actuales en materia de gestión pública, el gobierno de Salta ha incorporado algunos aspectos de lo que se ha denominado planificación estratégica y que forma parte del modelo organizacional de gestión urbana que caracteriza los procesos recientes de reinvención de ciudades (Ward, 2005). Entre las características de estas formas de gestión se destacan: la idea, ya comentada, de sumar a las ciudades a este escenario de competencia mundial que lleva a desarrollar estrategias para “exhibir” lugares (como el marketing urbano); la planificación de tipo especulativa marcada por la preocupación por alcanzar resultados (que asimila la ciudad a una empresa); y la asociación público-privado marcada por la intención y efectiva incorporación del mundo empresarial en la gestión pública (Harvey, 1989; Vainer, 2000; Sánchez, 2001). En el caso salteño, la existencia de un proyecto común entre el sector público y el privado se hace evidente en las frases recurrentes (de funcionarios y empresarios) que aseguran que el éxito del turismo en la provincia se debe a un “trabajo mancomunado” o a la “sinergia” entre el sector público y privado; de hecho, el Ministerio provincial cuenta con un Consejo Asesor del que participa la Cámara de Turismo provincial (las referencias a este trabajo en común entre ambos sectores han sido señaladas en las entrevistas personales realizadas en la Secretaría de Turismo de la Municipalidad, la Subsecretaría de Promoción y Desarrollo del Ministerio provincial de Cultura y Turismo, la Cámara de Turismo de la provincia y mencionada en numerosas entrevistas en medios de comunicación a funcionarios del Ministerio de Cultura y Turismo de la provincia -véase, por ejemplo, la entrevista al ministro provincial con motivo de la semana del turismo 2012-; Gobierno de la

provincia de Salta, Ministerio de Cultura y Turismo, 2012). El poder político con sus tareas de promoción turística, protección patrimonial, desarrollo de infraestructura y beneficios para inversiones allana el camino para el trabajo del sector privado que consolida su presencia en la ciudad revitalizando, a su vez, el comercio y los servicios. Asimismo, este dinamismo en el sector turismo brinda argumentos y pruebas para mostrar una gestión de gobierno eficaz y exitosa (como suele caracterizarse a la gestión turística salteña). De alguna manera, la marcha del turismo en la ciudad prefigura la idea de provincia que se quiere construir: pujante, sólida, desarrollada.

Como en otras oportunidades, protección del patrimonio y turismo se aúnan en la política pública, en este caso reforzando y manteniendo la atraktividad turística de la ciudad. Esto, por supuesto, es reflejo de las tendencias más actuales de recurrir a la cultura y el patrimonio con fines turísticos. Asimismo, esta propuesta procura legitimación al proteger y resaltar el patrimonio que constituye un referente identitario para los salteños. Los argumentos de la política pública sobre los beneficios de la asociación turismo y patrimonio apuntaron a generar consenso en tanto algo tanpreciado como el patrimonio estaba siendo protegido, puesto en destaque y ofrecido a visitantes que tendrían la posibilidad de entrar en contacto con una idiosincrasia local de la cual los salteños se sienten orgullosos. De alguna manera se apela a lo afectivo y lo emotivo (Sánchez, 2001) asociado a la identidad y el patrimonio para lograr cierto consenso y legitimación para esta política turística y patrimonial. A su vez, esta propuesta tiene como ingrediente destacado la promesa de que la presencia del turismo vendrá acompañada del desarrollo y las mejores condiciones de vida para la sociedad local. En efecto, lo que se espera es el florecimiento de negocios turísticos que eventualmente podrían generar puestos de trabajo en una ciudad cuyo mercado laboral presenta deficiencias.

LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS: LAS ESPECIFICIDADES DE SALTA EXHIBIDAS PARA EL TURISMO

Más arriba se mencionó que las transformaciones recientes del centro histórico de Salta se apoyaban y reforzaban en los atractivos turísticos de la ciudad. ¿Cuáles son los rasgos de este centro urbano que llaman la atención de los turistas?, ¿cómo se recurre a ellos para ponerlos a disposición del turismo?

En general al promocionar la capital provincial suele destacarse fuertemente su condición de ciudad colonial por sobre otros aspectos. Este centro urbano fue fundado en 1582 como parte de una estrategia que buscó reforzar la ocupación española en la Gobernación del Tucumán (Virreinato del Perú) y proteger el comercio entre Córdoba y el Alto Perú. Luego en el contexto de la organización política del Virreinato del Río de la Plata tuvo un papel clave como sede de la Intendencia de Salta del Tucumán. De manera sintética, puede decirse que en el trascurso del período colonial se destacaría como un importante centro económico (en lo productivo y comercial) y demográfico, vinculando estrechamente Potosí con la ciudad de Buenos Aires (Mata de López, 1998). Las edificaciones del período colonial, junto con otras posteriores, sobrevivieron hasta el siglo XX cuando algunas de ellas

fueron objeto de intervenciones para su protección y para asegurar su vigencia. Estas intervenciones patrimoniales pasadas también explican su pervivencia en la actualidad.

A pesar de que la ciudad ha experimentado variadas transformaciones desde su fundación, el pasado colonial salteño, traducido especialmente en su materialización arquitectónica, se pone de relieve por sobre cualquier otro pasado y sobre cualquier otro rasgo del lugar al momento de promocionar turísticamente la ciudad (Troncoso, 2012). Este pasado colonial se aprecia turísticamente en las visitas a los referentes de ese período (Figura 1) como el Convento de San Bernardo (1582), la Iglesia de San Francisco (1772), el Cabildo (1780), la Catedral (1858) y exponentes de la arquitectura doméstica como las casas Arias Rengel (1752), Hernández (1780) y Leguizamón (1806). Las imágenes de estos edificios coloniales se encuentran presentes en todos los materiales de promoción turística sobre la ciudad, tanto aquellos elaborados desde el ámbito de la política pública como en guías turísticas y artículos periodísticos y páginas Web dedicadas al turismo. Este conjunto de edificios emblemáticos junto con otros más recientes representantes de otros estilos (como el art déco, el academicismo francés y el neocolonial) se ubica fundamentalmente en el centro histórico de la ciudad. Este pasado colonial, la relevancia que adquirió Salta en ese momento y su condición de lugar de partida de las expediciones contra los realistas (comandadas por Güemes) son rasgos de la historia local que se rescatan como referentes identitarios de los salteños y han estado vinculados históricamente con la atraktividad turística de la provincia y especialmente de su capital.

Figura 1: Turistas recorriendo el centro histórico de Salta (Plaza 9 de Julio). Al fondo, la Catedral



Fuente: Claudia A. Troncoso

Si bien varios de estos atractivos turísticos ya se encontraban consolidados como tales, en años recientes fueron reforzados por una potente estrategia de promoción del turismo impulsada por el gobierno provincial. En efecto, una de las líneas fuertes de la política sectorial turística de la provincia es la promoción de este destino en la Argentina y el exterior. Esto se ha hecho a través de las

campañas publicitarias que diseña el gobierno provincial, por ejemplo, aquellas lanzadas recientemente: “Salí de vacaciones, quedate en Salta” (orientada a los turistas de la misma provincia), “Semana Salta”, “Viví la etapa más linda del Dakar en Salta” y “Salta, tan linda que enamora”. Asimismo, desde el ministerio provincial se promociona Salta en distintas ciudades, entre ellas importantes centros de veraneo como Punta del Este, Gualaguaychú, Rosario, Carlos Paz y Córdoba y algunos balnearios de la costa argentina.

Las actividades de promoción refuerzan la estrategia de transformar a Salta en uno de los principales destinos del país. Desde la Subsecretaría de Promoción y Desarrollo se afirma que *“tenemos que reapuntar nuestra promoción, nuestra estrategia de desarrollo, con el objetivo de seguir consolidándonos como uno de los principales destinos de la Argentina”* (entrevista personal, diciembre de 2010). Como parte de una estrategia de marketing urbano, los materiales de promoción sobre la ciudad han acentuado su carácter colonial e histórico en general, a la vez que destacan su oferta cultural que incluye eventos, museos y actividades de recreación.

Como se expresara más arriba el patrimonio, la cultura y la tradición son elementos que despiertan la atención turística en un contexto de creciente interés por el pasado en las sociedades actuales (Lowenthal, 1998; Choay, 2001). Si asumimos que los atractivos turísticos constituyen rasgos de los lugares definidos y valorizados por una sociedad concreta en un momento histórico específico (Bertoncello, 2002) no es de extrañar que estos referentes identitarios fuertemente asociados al lugar y la sociedad local formen parte de su atraktividad turística, especialmente teniendo en cuenta que son disfrutados principalmente por un turista que proviene de las grandes ciudades argentinas donde el legado colonial no tiene una presencia tan destacada.

En relación con esto, las formas de promocionar y disfrutar turísticamente la ciudad de Salta se basan en una atraktividad que se remite a un imaginario turístico vinculado con la idea de ciudad colonial, noble, patricia, cuna de la tradición y el folklore y celosa de su pasado. La apuesta a esta especificidad geográfica asociada a rasgos patrimoniales será la estrategia que le permita a la política pública provincial colocar a la ciudad en un conjunto de destinos que compiten por atraer turistas e inversiones (Harvey, 1998). Así, se buscará poner en destaque lo vernáculo, en este caso la idea de ciudad colonial (y tradicional) a partir de ciertas transformaciones atentas a la mirada del turista (Urry, 1996), es decir, considerando las demandas, gustos, exigencias, intereses de aquellos potenciales visitantes.

INTERVENCIONES EN EL ESPACIO URBANO: EMBELLECIMIENTO DEL CENTRO Y NUEVOS USOS

Pero, ¿cómo se retoma y refuerza esta atraktividad turística desde la política pública en relación a la intervención concreta en el espacio urbano?, ¿qué acciones permiten y facilitan la exhibición y disfrute de sus atractivos, re-potenciándolos? Como se mencionó, las intervenciones recientes para

poner en destaque la ciudad han venido de la mano de una política de revalorización patrimonial buscando resaltar su atraktividad como ciudad colonial. Para ello comenzada la década de 2000 se inicia el proceso de transformación del centro encarado por el gobierno provincial.

Esta no es la primera intervención con la intención de ordenar la ciudad y proteger el patrimonio existente. Los antecedentes tienen inicio en la década de 1930 con declaraciones patrimoniales oficiales nacionales y el Plan Regulador implementado por Ángel Guido que buscaba, entre otras cosas, resaltar el aspecto colonial de la ciudad. La experiencia de la década de 2000 viene de la mano del programa de Recuperación del Casco Histórico, lanzado durante la gestión de Romero, que incluyó acciones como restauración, pintura e iluminación de edificios emblemáticos (muchos de los cuales ya tenían algún tipo de distinción patrimonial) entre ellos la Catedral, el Cabildo Histórico, el Convento de San Bernardo, el edificio de la Jefatura de Policía, los museos de Arte Contemporáneo (MAC) y Arqueología de Alta Montaña (MAAM), el Palacio Legislativo, entre otros (Figura 2).

Figura 2: Convento de San Bernardo. Obras de pintura e iluminación



Fuente: Claudia A. Troncoso

Con estas obras se destacaron fundamentalmente las fachadas de los edificios más emblemáticos de la ciudad, en especial aquellos que se encuentran rodeando la Plaza 9 de Julio. De esta manera este espacio del centro histórico reforzó su rol de lugar central de encuentro, paseos, entretenimiento, ocio, turismo, etc. Esto estuvo acompañado por la instalación de un equipamiento urbano que apuntó a recrear un tiempo pasado inspirado en la época colonial que incluyó las farolas adosadas a la pared que luce la ciudad en muchas de sus esquinas y que, junto con algunos edificios emblemáticos, constituye la expresión máxima del carácter colonial que se buscó dar a la ciudad. Esto se refuerza con la nueva cartelería (de inspiración colonial) que se colocó en 2011 indicando los nombres que las calles tenían durante ese período. Ella también reafirma cierta forma de visitar y

recorrer el lugar, sugiriendo una interpretación del centro histórico como colonial, más allá de la conjunción de épocas y estilos que condensa el área urbana. La transformación se complementa con la ubicación en el espacio público de cestos, borlados, barreras de tránsito, faroles de pie que refuerzan la idea de lugar histórico (Figura 3).

Figura 3: Adoquinado y equipamiento urbano en el centro histórico



Fuente: Claudia A. Troncoso

Las acciones de intervención patrimonial se complementaron en 2006 con la sanción de la Ley provincial N° 7418 de Protección del Patrimonio Arquitectónico y Urbanístico de la Provincia de Salta orientada a la “preservación, salvaguarda, protección, restauración, promoción, acrecentamiento y transmisión a las generaciones futuras del Patrimonio Arquitectónico y Urbanístico de la Provincia”. Ya en la gestión de Urtubey estas acciones tuvieron continuidad con normativas orientadas a regular las intervenciones y usos del centro histórico. En 2009, el Área Centro de la Ciudad de Salta es declarada por Decreto Provincial N°2735/09 “Bien de Interés Arquitectónico y Urbanístico de la Provincia de Salta”. Mediante este decreto se delimita el área de la ciudad que tendrá un nuevo estatus y quedará bajo una gestión especial vinculada a su condición patrimonial. Siguiendo las tendencias más generales (Choay, 2001), y a diferencia de lo que aconteciera con las anteriores declaraciones patrimoniales que tenían como objeto edificaciones individuales, aquí el patrimonio tendrá una dimensión areal. Esta forma de concebir la gestión patrimonial en un área delimitada para la capital salteña recupera antecedentes de la década de 1980 cuando se intentó delimitar el centro histórico buscando controlar el crecimiento edilicio y proteger el patrimonio (Gasperini, 2008).

En 2009, y mediante un Acta Acuerdo, la gestión de esta área creada (antes sujeta a la gestión municipal) pasa a la órbita del gobierno provincial. Esto implicó, entre otras cosas, dejar de lado las tareas planteadas para el centro histórico en el Plan Integral de Desarrollo Urbano Ambiental (PIDUA)

que se había diseñado desde el gobierno municipal en 2003 como intento de planificación completa de la ciudad. A su vez, este acuerdo ratificó el papel del gobierno provincial en el centro histórico quien ya venía participando de forma activa a partir de comienzos de la década de 2000 con las tareas del Plan de Recuperación.

Más recientemente, y a partir de lo dispuesto por la Ley N° 7418, se creó el Plan Regulador Área Centro Ciudad de Salta (Gobierno de la provincia de Salta - Ministerio de Finanzas y Obras Públicas, 2011) para el desarrollo y conservación de esta zona de la ciudad. La idea inicial es que este plan establezca “...las bases del ordenamiento territorial para el asentamiento poblacional, la infraestructura de servicios, sistemas de comunicación, transporte y accesibilidad, considerando el desarrollo turístico, productivo y sustentable” (Ley provincial N° 7418/06). Como puede observarse el turismo aparece formando parte de los propósitos de creación de este plan poniendo de manifiesto la estrecha vinculación entre patrimonio y turismo que ha marcado la política provincial de la última década. De manera más específica, el plan se orienta a proteger los inmuebles de carácter patrimonial, ordenar y pautar las nuevas construcciones en el área centro y definir usos del suelo en el área delimitada buscando alcanzar cierta armonía en la apariencia visual de la ciudad (básicamente relacionado con la estética y el volumen de las edificaciones) (CoPAUPS -Comisión de Preservación del Patrimonio Arquitectónico y Urbanístico de la Provincia de Salta, entrevista personal, septiembre de 2012).

Pero más allá del tipo de intervención y los objetos que estén formando parte del centro histórico el embellecimiento de esta área de la ciudad habla, como todo proceso de patrimonialización, de selecciones realizadas desde un presente sobre determinados aspectos de un pasado que definen una versión (entre tantas) de la identidad local. ¿Qué versión de la identidad se pone en juego para la ciudad de Salta? La propuesta patrimonial destaca el período colonial como momento de origen de la sociedad salteña y recupera los aspectos de Salta como ciudad patricia, noble, próspera ideando una genealogía que satisface la necesidad de establecer un linaje (Lowenthal, 1999) entre la sociedad salteña actual y aquel pasado y que se ha constituido a través del tiempo en una versión hegemónica de la identidad salteña (Álvarez Leguizamón & Villagrán, 2010).

Mediante este accionar el poder político activa un (nuevo) proceso de patrimonialización. Como parte de este proceso se convoca al saber experto en materia patrimonial para dar forma a un discurso patrimonial autorizado (Graham & Howard, 2008) y fortalecer y otorgar contenido a una normativa que, entre otras cosas, buscará distinguir el área centro del resto de la ciudad procurando hacer de Salta un destino destacado a nivel nacional. Asimismo, el Plan Regulador fija su atención en el área centro (un fragmento de la ciudad) que intenta ser conectada prioritariamente con el mundo. Así se afirma que el centro histórico está “irremediabilmente inmerso en un marco global de competitividad y complementariedad espacial” (Gobierno de la provincia de Salta - Ministerio de Finanzas y Obras Públicas, 2011: 36).

Como se ha sugerido (Duarte Paes, 2012) estos procesos de transformación urbana vinculadas al patrimonio pueden ser analizados en diferentes dimensiones interrelacionadas: normativa, simbólica y material. El carácter prescriptivo de la primera permite delimitar un área y disponer una gestión y usos diferenciales respecto del resto de la ciudad, a la vez que fija ciertos aspectos materiales y simbólicos del patrimonio (determinados edificios representativos de la identidad local son protegidos en detrimento de otros). La dimensión material incluye las edificaciones y las características generales del espacio urbano (cuya apariencia, funciones, consumidores, etc. estarán definidos en parte por la normativa) que a su vez están en consonancia con la dimensión simbólica de este tipo de transformaciones urbanas. Las normativas y los cambios materiales del centro histórico refuerzan (a la vez que se nutren de) un imaginario (turístico) de la ciudad conformado por los referentes identitarios de la sociedad local dando forma a la dimensión simbólica de estas transformaciones. Está claro que todo este proceso, además, contribuye de manera central a aquél otro más amplio de reinención de la ciudad toda vez que colaboran en la definición de un lugar distintivo y atractivo.

Las transformaciones del centro histórico incluyeron, asimismo, otros cambios vinculados directamente con los usos de esta área central. Es destacada la dinámica que adquirió el mercado inmobiliario orientado a emprendimientos turísticos, comerciales y residenciales con un incremento en los valores de los inmuebles de 40% desde comienzos hasta mediados de la década de 2000 (Hendler, 2007). En el caso de emprendimientos turísticos esto se vio alentado por los incentivos ya señalados y las obras de infraestructura generadas en el centro urbano. Conforme lo que ha acontecido en otros centros urbanos que experimentaron procesos similares, el centro histórico de la ciudad de Salta comenzó a combinar usos y funciones ya clásicos de su dinámica urbana (comerciales, residenciales, educativos, administrativos, etc.) con otros nuevos favorecidos por las intervenciones patrimoniales. Vinculado con esto, se ha asistido a un proceso de refuncionalización de algunos de los edificios emblemáticos de la ciudad sujetos a protección patrimonial. Los dos ejemplos más destacados incluyen la utilización del edificio de mediados del siglo XIX estilo neogótico ubicado en la esquina de Mitre y España (que fue sede del Consejo General de Educación) para recibir al Museo Arqueológico de Alta Montaña y la creación del Museo de Arte Contemporáneo ubicado en la Casa Solá en Zuviría y España (edificio con una arquitectura del Segundo Imperio Francés que había sido sede de la Alianza Francesa, el Partido justicialista y propiedad del Banco de la Provincia (Cancinos, 2002)). Ambos museos (localizados frente a la plaza 9 de Julio) fueron inaugurados en 2004.

Otros usos novedosos que se hicieron presentes en el área protegida están vinculados con servicios prestados a los turistas que en forma creciente comenzaban a visitar la ciudad. Establecimientos que brindan alojamiento y otros dedicados a la oferta gastronómica acompañaron a los clásicos locales de artículos regionales y artesanales y a las agencias de viaje que se distribuyen en las calles céntricas. Asimismo, se estimuló la presencia de locales “adecuados” con el nuevo carácter patrimonial del lugar. Así lo expresa un documento que da cuenta de la gestión de Romero en relación con la recuperación del centro histórico: “*La plaza 9 de Julio se transformó en un centro*

de atracción turística en sí misma, con la repotenciación del sistema lumínico, la unificación de mobiliario de las confiterías y restaurantes y el nuevo aspecto que brindan los edificios circundantes, a lo que se suma la apertura de nuevos locales comerciales, **a tono con la categoría del paseo**" (El Tribuno, 2006: 15; énfasis agregado). Así, progresivamente el centro histórico fue poblándose de locales comerciales para consumidores más selectos, muchos de ellos turistas. Este tipo de locales incluyen aquellos que ofrecen todo tipo de objetos de diseño (indumentaria, decoración y bazar, muebles, etc.) muchos de los cuales resignifican lo "norteño" en productos de cierta exclusividad.

Los cambios en los usos de esta área también implicaron la restricción espacial y temporal de ciertas actividades como la venta ambulante. Se volverá sobre este punto más adelante pero aquí interesa señalar que los vendedores ambulantes han sido reubicados o desplazados de las áreas neurálgicas del centro histórico. Asimismo, esta política no sólo se ocupó de la protección del patrimonio entendida como revalorización de edificios históricos sino que dio "protección" a ciertos usuarios de ese espacio. En efecto, otro elemento destacado de la política turística y patrimonial se refiere a la seguridad urbana. La presencia de personal policial en los alrededores de la Plaza 9 de Julio es una constante que garantiza, de cierta manera, la concreción de determinados usos posibles para este espacio urbano y el veto para otros (por ejemplo, la venta ambulante).

Estos nuevos usos, algunos marcados fuertemente por la nueva normativa patrimonial, acompañan los cambios materiales y simbólicos del área protegida definiendo un espacio destinado a determinados negocios (entre ellos los que se ocupan de las necesidades de los turistas), a consumidores bien definidos (entre ellos turistas) y a actividades culturales y recreacionales. En términos más generales esta política turística y patrimonial crea una entidad territorial nueva (el área con distinción patrimonial), con un nuevo aspecto, sujeta a una normativa, a nuevos usos, a nuevos usuarios y visitantes, a nuevos trabajadores, etc. Asimismo, esto introduce una situación diferencial de esa área respecto del resto de la ciudad en la medida en que esta política turística y patrimonial es concebida sólo para un fragmento de la capital provincial.

DISONANCIAS EN TORNO A LA POLÍTICA PATRIMONIAL Y TURÍSTICA

Este proceso de apostar al turismo recurriendo al patrimonio que define la política turística y patrimonial provincial estuvo signado por ciertos disensos y tensiones respecto del centro histórico, su condición patrimonial y sus usos.

Discusiones acerca de cómo resolver la gestión patrimonial

Uno de los aspectos en los que se manifestaron discusiones acerca de este proyecto patrimonial se vincula con las diferentes posturas sobre cómo pautar los usos del suelo de esta área. Esto dio lugar a los clásicos debates que enfrentan posiciones que abogan, por un lado, por la protección más estricta y por otro, por la posibilidad de introducir cambios en las áreas bajo protección. El Plan

Regulador del Área Centro buscó constituirse en un intento de saldar estas diferencias proponiendo una estrategia combinada de protección e innovación en materia edilicia en el área histórica. Esto lo ratifican los responsables de la CoPAUPS (Comisión de Preservación del Patrimonio Arquitectónico y Urbanístico de la Provincia de Salta, órgano de aplicación de la ley provincial N°7418) cuando señalan que el Plan procura *“optimizar la preservación del patrimonio arquitectónico, sin dejar de lado el desarrollo inmobiliario”* (El Tribuno, 2011) buscando *“dar la posibilidad de hacer edificios en altura en el centro pero dirigidos en sectores puntuales que no afectan la preservación del patrimonio que es lo primordial en este sector”* (CoPAUPS, entrevista personal, septiembre de 2012). En parte, esto lo interpretan como una respuesta a las demandas encontradas: *“el salteño de por sí quiere muchísimo su tierra y su ciudad. Este plan se basa en haber escuchado las voces donde se estaba pidiendo tanto que se contemplara el desarrollo como la conservación”* [...] *“En sí el salteño disfruta mucho de su ciudad pero también quiere que la visiten y que vuelvan, por eso quiere desarrollarla, pero también preservarla”* (El Intransigente, 2011).

Todo este proceso fue acompañado de disputas acerca de quién (y concomitantemente cómo) se hacía responsable de la gestión del área céntrica de la ciudad. En efecto, este proyecto pasó de la esfera de la política municipal a la provincial (con la firma del Acta Acuerdo de 2009) y la posterior mudanza de la CoPAUPS desde la Secretaría de Cultura (Dirección General de Patrimonio Cultural) hacia el Ministerio de Finanzas y Obras Públicas (en 2010) con cambios también en sus autoridades. En esta dependencia terminó de definirse el plan con este perfil abierto que conjuga criterios técnicos vinculados a canalizar los intereses relacionados con la protección patrimonial pero también atento a intereses económicos de aquellos de los sectores de la construcción e inmobiliario que buscan tener presencia en un centro histórico cada vez más cotizado.

Objeciones surgidas de la sociedad civil

Las discusiones no han quedado sólo dentro de la esfera de la gestión pública. Desde la sociedad civil se han esgrimido objeciones a la política implementada desde el gobierno provincial y municipal. Ellas se orientaron, por un lado, a cuestionar la permisividad para demoler algunas edificaciones históricas, y por otro, a objetar los permisos para la construcción de nuevas edificaciones, principalmente aquellas que se desarrollan en altura. Este accionar ha sido llevado adelante especialmente por la Comisión Permanente de Defensa del Patrimonio Salta (creada en 2009) que congrega a distintas organizaciones no gubernamentales (entre ellas la Red Sol –la más activa respecto de los reclamos- y el Centro Patrimonio Salta –organización vinculada directamente con cuestiones patrimoniales-).

En estas manifestaciones pueden identificarse dos posturas. Por un lado, aquella marcada por una defensa del patrimonio histórico como referente identitario de la sociedad salteña. Aquí se pone de relieve la importancia de preservar los aspectos de la ciudad que hablan de su pasado histórico noble manifestando, por ejemplo, la necesidad de preservar los edificios vinculados a personalidades

relevantes de la historia local, los materiales originales con los que fueron construidos o su representatividad respecto de un determinado período histórico. Tal vez el evento más destacado en ese sentido fue el “abrazo simbólico” que se realizó en 2009 para proteger dos inmuebles históricos localizados en el centro de la ciudad que eran propiedad de la Municipalidad y fueron vendidos a un particular que tenía intención de demolerlos. A partir de estas acciones se logró frenar estas demoliciones.

La otra postura hace referencia a la defensa de la calidad de vida para los habitantes del centro histórico que es percibida como amenazada. En efecto, los reclamos para poner límites a las construcciones en altura están impulsados por el deseo de que esta zona mantenga bajas la densidad y la altura de las edificaciones. Así se expresa la responsable de una de las organizaciones: *“en realidad acá todos quieren vivir en el centro; hemos descubierto que todos quieren vivir en este sector; bueno, ahora que digan cómo lo van a hacer porque yo creo que la ciudad tiene que tener una planificación...”* (entrevista personal, septiembre de 2012). De alguna manera estos reclamos buscan impedir nuevos proyectos que atenten contra un bien posicional (Urry, 1996) (una vivienda unifamiliar en un barrio céntrico pero apacible) con que cuentan estos sectores constituidos, en general, por la clase media local.

Asimismo, algunos de los argumentos que se esgrimieron cuestionando las transformaciones que modificaban el aspecto tradicional de la ciudad apuntaban a la necesidad de presentar un centro urbano acorde a las demandas turísticas. Así, desde la Red Sol se explica que: *“lo que la gente viene a buscar acá es historia. Nos damos cuenta que la gente tiene mucha avidez de ver cosas antiguas y a veces se da con que son fachadas”* (entrevista personal, septiembre de 2012) y que *“a la ciudad se la presenta como antigua y colonial. El turista viene a conocerla, pero se da con edificios antiguos tirados al suelo. El casco histórico está siendo demolido para construir edificios: eso es lo alarmante”* (Revista Diversa, 2009). Además de los cuestionamientos (y los motivos que los inspiran) todas estas manifestaciones generan el traspaso del debate patrimonial hacia nuevas esferas. El estado y el saber experto (actores originales del proyecto patrimonial) ya no serán los únicos que participen en la definición de qué hacer en el centro histórico: ahora se le suman determinados sectores de la sociedad civil situándose como un actor más y fiscalizando (Nigro, 2002) el accionar del estado.

Actividades controladas y vedadas: el comercio ambulante

La venta ambulante en el centro histórico reviste distintas situaciones. En algunos casos, los comerciantes (en su mayoría organizados en agrupaciones) ejercen su actividad en lugares dispuestos para ello, organizados a modo de paseo o feria. Este es el caso de las ferias de artesanos localizadas en dos áreas turísticas del centro histórico: la calle Balcarce y el paseo frente a Estación Central del Ferrocarril. Allí les es permitido comercializar sus productos durante el fin de semana en un horario determinado (de 9 a 22hs). Otra agrupación de vendedores ambulantes (autodenominados manteros y dedicados a la reventa de todo tipo de productos no artesanales) también ha

experimentado una restricción temporal y espacial para realizar sus actividades. A ellos les es permitido trabajar en las peatonales Alberdi y Florida. Cuentan con un permiso provisorio para comercializar sus productos pero solo luego de las 22hs (cuando el resto de los comercios sobre estas vías de circulación se encuentran cerrados) y en las cuadras más alejadas de lo que constituye el lugar de mayor movimiento de residentes y turistas en horario nocturno: la plaza central de la ciudad.

Este control sobre la presencia de vendedores ambulantes en el centro histórico se volvió más intenso a partir de la declaración como patrimonio del área centro. La apreciación de esta situación por parte del presidente de la asociación que han conformado los manteros da cuenta de la inconformidad con la medida: *“Estamos perjudicados porque tenemos que depender de dos horas nada más de trabajo [...] a partir de la 10hs [22hs] se pone un poquitito más difícil que trabajar todo el tiempo o todo el día”* (entrevista personal, septiembre de 2012).

Las soluciones ofrecidas desde el gobierno municipal para este caso buscan ordenar de manera definitiva y legalizar este tipo de actividades como se ha hecho para el caso de las ferias de la calle Balcarce y la estación ferroviaria. En este caso, sin embargo, la idea es la salida del centro de estos vendedores ambulantes. Así, se está discutiendo la posibilidad de que alquilen un predio, localizado lejos de la plaza central, donde puedan concentrarse y comercializar sus productos. El presidente de la asociación señala: *“No nos parece mal a muchos de nosotros de darnos una oportunidad de hacer algo mejor, algo nuevo. Que sabemos que nos va a costar pero sin sacrificio sabemos que no vamos a ningún lado. Es difícil manejarse; acá hay gente que ha estado toda la vida en la calle y por ahí les es difícil pensar en esto, pero estamos tratando de hacer un trabajo de todos los compañeros [...] para ver si esto puede seguir adelante”* (entrevista personal, septiembre de 2012). Sin embargo, varios comerciantes han expresado que el costo de alquiler para acceder al uso de este espacio es demasiado elevado para ellos (entrevista personal con una de las comerciantes, septiembre de 2012).

A través de sus normativas y acciones concretas esta política también define quién y cómo hace uso de estos espacios de relevancia patrimonial. En esta definición de un espacio patrimonial se procura hacer menos visibles ciertos usos del centro urbano como la venta ambulante. Para ellos se dispone su localización en lugares específicamente destinados y organizados para ese fin, estableciendo también diferencias entre ellos: los artesanos dentro del área protegida y los vendedores ambulantes revendedores fuera de ella.

El centro histórico como espacio disputado

Es posible observar que en este proceso confluyen varios actores, todos ellos con sus posturas específicas respecto de qué hacer y cómo utilizar este patrimonio. Esto trae a un primer plano las discusiones sobre la disonancia del patrimonio que hablan de la falta de acuerdo en los distintos

significados atribuidos a un elemento patrimonial, pero también a las disidencias respecto de sus usos. En este caso, la disonancia patrimonial no sólo se expresa en las propuestas acerca de qué proteger y qué no en materia edilicia. Esta disonancia también se manifiesta en relación a la gestión y el uso del bien patrimonial: ¿quién decide respecto al patrimonio?, ¿qué razones se esgrimen para definir un plan de protección patrimonial?, ¿quiénes buscan participar o influir en las decisiones en materia patrimonial?, ¿quiénes tienen derecho al centro histórico?, ¿bajo qué condiciones?, ¿quiénes quedan excluidos del uso de este espacio protegido?

En este proceso el centro histórico puede comprenderse como un objeto de disputa por varios actores: los empresarios turísticos, el sector público (provincial y municipal), el sector inmobiliario, el de la construcción, los residentes, las organizaciones de la sociedad civil, los vendedores ambulantes, etc. Cada uno de ellos define e intenta instalar determinados propósitos (residir, trabajar, realizar negocios, consumir, invertir, defender el patrimonio, etc.) en este lugar con características distintivas, con consumidores (entre ellos turistas), con buenas posibilidades para los negocios inmobiliario y turístico, etc. En este conjunto de actores el poder político provincial ha tenido un lugar destacado en la medida en que sugiere y logra hacer valer una versión patrimonial con miras a su aprovechamiento turístico pero además regula ciertos usos de ese patrimonio con medidas que, si bien intentan complacer diferentes posturas, no pueden evitar las tensiones. Asimismo, en este caso, la intervención diseñada desde la política pública y legitimada por el saber experto define un mapa de intereses encontrados respecto al patrimonio salteño vinculada a esta disonancia: el interés por la edificación del sector de la construcción y el inmobiliario *versus* la protección demandada por especialistas y organizaciones de defensa del patrimonio; los defensores del patrimonio *versus* la gestión pública permisiva; los vendedores ambulantes *versus* las acciones impuestas como parte de la política pública patrimonial.

REFLEXIONES FINALES

Este trabajo ha procurado abordar la relación entre turismo, patrimonio, políticas públicas y transformaciones territoriales recientes en la ciudad de Salta, haciendo especial referencia a las intervenciones patrimoniales en su centro histórico. Los procesos de patrimonialización del centro de la ciudad de Salta se vinculan con los intentos de reforzar su condición de destino turístico patrimonial atendiendo al interés turístico que despierta el patrimonio. Esto pone de manifiesto un doble reforzamiento de atractivos turísticos y referentes patrimoniales que da forma a la dimensión simbólica del proceso de reinvencción de la ciudad de Salta colaborando en la construcción de un imaginario geográfico (y turístico) que la retrata como una ciudad con un pasado noble que es protegido y exhibido para turistas y residentes. Estos aspectos no pasan desapercibidos desde el punto de vista turístico en el contexto nacional. “*Heritage is a way of producing ‘hereness’*”, afirma Kirshenblatt-Gimblett (1995: 373). Precisamente a través del patrimonio salteño se define una especificidad geográfica que habla fundamentalmente de Salta como *la* ciudad colonial argentina, y esto es lo que está en juego para definir una atraktividad que marcará la diferencia en un conjunto

más amplio de destinos. Con esto Salta se suma a tendencias recientes de transformación de ciudades para atraer inversiones y consumidores a través de reforzar ciertas especificidades locales mostrando el carácter distintivo, único, especial que procura exhibir todo destino turístico.

El proceso de selección y consagración patrimonial (a través de una distinción oficial) tuvo como actor destacado al estado provincial. Desde allí y apelando a rasgos identitarios reconocidos y celebrados, e invocando las virtudes de promover el turismo, se buscaron las adhesiones necesarias para este proyecto que se forjó a través de una política turística y patrimonial que se desarrolló desde comienzos de la década de 2000. Como parte de ella se encararon tareas de transformación del centro histórico, es decir, se desarrollan los necesarios cambios en la apariencia de la ciudad que sostienen y acompañan la nueva imagen de este destino. Esta política que conjuga turismo y patrimonio (encarnada en la reciente creación del ministerio que reúne ambas esferas del quehacer estatal) está marcada por el intento de posicionar al turismo como una actividad destacada en el contexto provincial gozando de los privilegios de ser una "política de estado". Pero, además, tal como se la presenta, se trata de una política exitosa que marca el camino al desarrollo que podría seguir la provincia. Y su éxito, según se señala, se basa en la férrea alianza con el sector privado que retoma y aplica una forma organizacional que viene instalándose con fuerza en las últimas décadas para encarar la gestión de las ciudades.

Estas cuestiones patrimoniales también han implicado a otros actores con diferentes intereses y propuestas de uso del área patrimonial. Parte de ellos se vinculan con el turismo, la construcción y el desarrollo inmobiliario y han mostrado gran interés en la dinamización del centro histórico de la ciudad en tanto área codiciada para iniciar negocios. Pero también intervinieron otros actores en torno a esta cuestión patrimonial: por un lado, el saber experto, voz autorizada convocada por el estado provincial, que ha intentado conjugar criterios técnicos de gestión patrimonial con intereses políticos y económicos a la hora de diseñar e implementar la planificación del centro histórico; por otro, algunos residentes de la ciudad, nucleados en organizaciones, preocupados por la protección del patrimonio y su calidad de vida, que han inaugurando la participación de la sociedad civil en las cuestiones patrimoniales; y por último, los vendedores ambulantes que han recibido un trato diferencial que incluyó la invisibilización de algunos de ellos en un accionar que parece hablar de "*la pobreza estratégicamente definida como problema paisajístico o ambiental*" (Vainer, 2000: 82) en una revitalización urbana que pone énfasis en el aspecto visual del centro histórico.

Así, en este proceso se define quiénes y en qué condiciones participan de las decisiones en materia patrimonial y hacen uso del centro histórico renovado en tanto área sujeta a un nuevo estatus. La apuesta por definir un área distintiva (y distinguida) a través de expresiones de la cultura y la identidad salteñas también trae consigo la definición de formas determinadas de consumo (en gran medida vinculadas con el turismo), tipos específicos de consumidores y actividades adaptadas a ellos. Esto no sólo da lugar a la disonancia que caracteriza al patrimonio sino que destaca la condición del centro histórico de la ciudad como un espacio de disputa donde se hacen presentes

diversos actores con sus intereses, argumentos y acciones concretas, y donde solo algunos logran imponer o negociar sus proyectos.

Agradecimiento: la autora agradece a Rodolfo Bertoncetto la lectura y comentarios.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Almirón, A.; Bertoncetto, R. & Troncoso, C.** (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
- Álvarez Leguizamón, S. & Villagrán, A.** (2010) "Artes de gobierno y estrategias de legitimidad en la etapa neoliberal en Salta, el gobierno de Juan Carlos Romero". En: Álvarez Leguizamón, S. (comp.) *Poder y salteñidad: saberes, políticas y representaciones sociales*. CEPIHA, Salta, pp. 215-251
- BID - Banco Interamericano de Desarrollo** (2003) "Programa de Apoyo al Desarrollo Integrado del Sector Turismo de la Provincia de Salta. Propuesta de préstamo". Salta
- Bertoncetto, R.** (2002) "Turismo y territorio. Otras prácticas, otras miradas." *Aportes y Transferencias* 6: 29-50
- Botelho, T.** (2005) "Revitalização de centros urbanos no Brasil: uma análise comparativa das experiências de Vitória, Fortaleza e São Luís". *Eure XXXI*: 53-71
- Boyer, M. C.** (2004) "Ciudades en venta: la comercialización de la historia en el South Street Seaport". En: Sorkin, M. *Variaciones sobre un parque temático. La nueva ciudad americana y el fin del espacio público*. Gustavo Gili, Barcelona, pp. 205-230
- Cancinos, H.** (2002) "Sobre el imaginario urbano colonial 'La muy noble y leal ciudad de Salta'". *Revista Kairos* 11. Disponible en <http://www.revistakairos.org/k11-05.htm> Acceso el 21 de julio de 2011
- Choay, F.** (2001) "A alegoria do patrimonio". *Estação Liberdade/ Editora San Pablo, UNESP, San Pablo*
- Cifelli, G.** (2009) "A refuncionalizacao turística do patrimonio cultural: os novos usos do território apropriado pelo turismo em Ouro Preto-MG". Em: Duarte Paes, M. T. & Ramos da Silva Oliveira, M. (Org.) *Geografia, turismo e patrimônio cultural*. Annablume Editora, San Pablo, pp. 113-138
- Duarte Paes, T.** (2012) "Patrimônio e Geografia". *Jornada Geografía, turismo urbano y patrimonio cultural*, 14 de noviembre, Instituto de Geografía, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires
- El Intransigente** (2011) "Conservar el patrimonio arquitectónico es conservar la identidad". Disponible: <http://www.elintransigente.com/notas/2011/5/19/conservar-patrimonio-arquitectonico-conservar-identidad-84043.asp>. Acceso el 15 de agosto de 2011
- El Tribuno** (2006) "1995-2006. 11 años de transformaciones". Disponible: www.romerojuancarlos.com.ar. Acceso el 2 de agosto de 2012
- El Tribuno** (2011) "Con resistencias se promueve el Plan Regulador del Área Centro de Salta". Disponible: <http://www.eltribuno.info/salta/26968-Con-resistencias-se-promueve-el...1>. Acceso el 21 de julio de 2011

- Gasperini, M. A.** (2008) "Fases recientes de la preservación en el centro histórico de la ciudad de Salta (Argentina)". En: Vergara Durán, A. (Ed.) Renovación de centros históricos en grandes ciudades latinoamericanas. Ediciones Uninorte, Bogotá, pp. 127-141
- Gobierno de la provincia de Salta** (2007) "Plan Maestro de Viajes & Turismo de Salta 2006-2016". Salta
- Gobierno de la provincia de Salta, Ministerio de Turismo y Cultura** (2008) "Reencontrarnos con nuestra cultura no es sólo marketing turístico, dijo Urtubey". Disponible en <http://www.salta.gov.ar/noticia-gobierno-salta.php?IdNoticiaSalta=140>. Acceso el 22 de octubre de 2012
- Gobierno de la provincia de Salta - Fundación Salta** (2010) "Plan de Desarrollo Estratégico Salta 2030, Diagnostico". Salta
- Gobierno de la provincia de Salta - Ministerio de Cultura y Turismo** (2011a) "Plan Estratégico de Turismo Salta Sí + (2010-2020)". Salta
- Gobierno de la provincia de Salta - Ministerio de Turismo y Cultura** (2011b) "Se presentaron carteles con los antiguos nombres de las calles salteñas". Disponible: www.salta.gov.ar/noticia-gobiernosalta.php?IdNoticiaSalta=10397 Acceso el 21 de julio de 2011
- Gobierno de la provincia de Salta - Ministerio de Finanzas y Obras Públicas** (2011) "Plan Regulador del Área Centro". Salta
- Gobierno de la provincia de Salta - Ministerio de Cultura y Turismo** (2012) "Nota del Ministerio de Cultura y Turismo. Celebración Semana Internacional del Turismo". Disponible: <http://youtu.be/7JsX8pNcC2c>. Acceso el 17 de enero de 2012
- Gómez Schettini, M. & Troncoso, C.** (2011) "Tourism and cultural identity. Promoting Buenos Aires as the cultural capital of Latin America". *Catalan Journal of Communication & Cultural Studies* 3(2): 297-304
- Gotham, K.** (2002) "Marketing Mardi Gras: commodification, spectacle and the political economy of tourism in New Orleans". *Urban Studies* 39(10): 1735-1756
- Graham, B.; Ashworth, G. & Tunbridge, J.** (2000) "A geography of heritage. power, culture and economy". Arnold Publishers, Londres
- Graham, B. & Howard, P.** (2008) "Introduction: heritage and identity". En: Graham, B. & Howard, P. (Ed.) *The Ashgate Research Companion to Heritage and Identity*. Ashgate, Bodmin, pp. 1-15
- Harvey, D.** (1989) "From managerialism to entrepreneurialism: the transformation in urban governance in late capitalism". *Geografiska Annaler - Series B, Human Geography* 71(1): 3-17
- Harvey, D.** (1998) "La condición de la posmodernidad. Investigación sobre los orígenes del cambio cultural". Amorrortu, Buenos Aires
- Hendler, A.** (2007) "Salta: crecimiento con identidad", *Reporte Inmobiliario*. Disponible: <http://www.reporteinmobiliario.com/nuke/article1012-salta-crecimiento-con-identidad.html>. Acceso el 17 de agosto de 2011
- Hiernaux-Nicolás, D.** (2002) "Turismo e imaginarios". En: Hiernaux-Nicolás, D.; Cordero, A. & van Duynen Montijn, L. *Imaginarios Sociales y Turismo Sostenible*, FLACSO, San José, pp. 7-36

- INDEC** (2012) "Encuesta Permanente de Hogares. Mercado de trabajo, principales indicadores". Buenos Aires
- Kirshenblatt-Gimblett, B.** (1995) "Theorizing heritage". *Ethnomusicology* 39(3): 367-380
- Lowenthal, D.** (1999) "Fabricating heritage". *History & Memory* 10(1): 5-24
- Lowenthal, D.** (1998) "El pasado es un país extraño". AKAL Ediciones, Madrid
- Mata de López, S.** (1998) "El caso de Salta en el noroeste argentino en la segunda mitad del siglo XVIII". *Andes* 9: 143-169
- Nigro, C.** (2002) "Patrimônio cultural e território urbano". *Boletim Paulista de Geografia* 78: 45-76
- Prats, L.** (1998) "El concepto de patrimonio cultural". *Política y Sociedad - Revista de la Universidad Complutense* 27: 63-76
- Revista Diversa** (2009) "Reflejo de una percepción". RBA, Salta. N°5: 16-17
- Sánchez, F.** (2001) "A reinvenção das cidades na virada de século: agentes, estratégias e escalas de ação política". *Revista de Sociologia Política* 16: 31-49
- Sotratti, M.** (2009) "A requalificação urbana e a mercantilização do patrimônio cultural: o caso do centro histórico de Salvador-Pelourinho". En: Duarte Paes, M. T. & Ramos da Silva Oliveira, M. (Org.) *Geografia, turismo e patrimônio cultural*. Annablume Editora, San Pablo, pp. 139-154
- Troncoso, C.** (2012) "Turismo, atractivos y patrimonio. Los procesos de valorización recientes del centro histórico de la ciudad de Salta". En: Gómez Schettini, M. (comp.) *Cultura y Ciudad en el contexto del turismo global: retos y perspectivas*. Biblos, Buenos Aires, en prensa
- Urry, J.** (1996) "O olhar do turista. Lazer e viagens nas sociedades contemporâneas". Papirus, San Pablo
- Vainer, C.** (2000) "Pátria, empresa e mercadoria. Notas sobre a estratégia discursiva do Planejamento Estratégico Urbano". En: Arantes, O.; Vainer, C. & Maricato, E. *A cidade do pensamento único. Desmanchando consensos*. Ed. Vozes, Petrópolis, pp- 75-103
- Ward, S.** (2005) "Selling places. The marketing and promotion of towns and cities 1850–2000". Taylor & Francis, Londres

Recibido el 08 de febrero de 2013

Reenviado el 10 de abril de 2013

Aceptado el 17 de abril de 2013

Arbitrado anónimamente