



PROPUESTA PRELIMINAR DE FORMULACIÓN DE UN SISTEMA DE GESTIÓN PARA EL FILETE PORTEÑO, PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL DE LA HUMANIDAD

Lic. Laura ROJO BILY

Maestranda Universidad Nacional de Quilmes; Profesora Universidad

de Belgrano Correo electrónico: laurarojobily@gmail.com

Resumen

El 1º de diciembre de 2015, el Comité para la salvaguarda del patrimonio cultural inmaterial, reunido en

Windhoek (Namibia), inscribió a la lista del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad al **Filete Porteño de Buenos Aires**, técnica pictórica tradicional, sobre la que UNESCO expresa que *“combina los colores vivos con estilos tipográficos específicos. Sus realizaciones se pueden contemplar en autobuses urbanos, camiones y señalizaciones de tiendas y almacenes (...). Sus imágenes guardan relación con el patrimonio cultural de la ciudad, incorporan elementos de carácter social o religioso y constituyen una forma de memoria colectiva.”* Sobradas razones –creemos- para que el turismo, en tanto vehículo para el intercambio cultural, proporcione oportunidades responsables y bien gestionadas para su conocimiento y disfrute. Así, considerando lo antedicho, desde este trabajo preliminar nos permitimos proponer algunas medidas concretas tendientes a planificar, preservar, conservar, proteger, capacitar, promover, generar inversión, fomentar el desarrollo y dar a conocer el Filete Porteño.

Palabras clave: filete porteño – turismo cultural - gestión turística del patrimonio cultural – patrimonio cultural inmaterial de la humanidad – desarrollo turístico sustentable.

“El filete es un tango bailado a pincel.”

Mariano Pérez Aquino, Fileteador

“Si Discépolo dijo que el tango es un pensamiento triste que se baila, el filete es un pensamiento alegre que se pinta.”

Ricardo Gómez, Fileteador

Objetivos

- ✓ Nuestro objetivo general será elaborar una Propuesta Preliminar de un Sistema de Gestión para el Filete Porteño, Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad.
- ✓ Como objetivos específicos, procuraremos definir de manera más o menos unívoca conceptos tales como Cultura, Patrimonio y Turismo, a la vez que analizaremos los aspectos distintivos del Filete Porteño y su relación con el Tango y el Turismo.

Metodología

Este trabajo, enmarcado en el ámbito del turismo, es inicialmente de carácter teórico, a partir de cuya investigación y estudio propone un proyecto de intervención de gestión turística, elaborando una serie de recomendaciones que orienten la práctica.

1. Introducción

En la actualidad, tal vez marcados por siglos de industrialización, urbanización y globalización - entendidos casi como únicos sinónimos del verdadero desarrollo-, nos enfrentamos a drásticos cambios de paradigmas -lo que algunos autores denominan *giro cultural*- que resultan en nuevas tendencias y megatendencias en lo que atañe al turismo, campo ahora relevante. Entre ellas, podemos entonces decir que:

- ☐ **La racionalidad moderna va dando paso a la subjetividad contemporánea**, regresando (porque alguna vez ya estuvimos allí) a enfoques centrados en **el individuo, sus emociones y sentimientos**, dando por ello gran valor a la propia **experiencia**, por ejemplo en los viajes.

- ☒ Hay también hoy una **vuelta a lo local y lo natural**, con una creciente **consciencia del valor único** que cada sitio tiene para ofrecer –en términos de **patrimonios socioculturales**- así como del entorno y los problemas de conservación ambiental –en términos de **naturaleza**-.

- ☒ Aparecen **mundos alternativos a los “reales”**, acercados a través de las nuevas tecnologías, por ejemplo los virtuales. En todo caso, los **espacios** –cualquiera sea su tipo- están **cargados de sentido** a través de **lo simbólico**, y esto es muchas veces lo que amerita un viaje.

Entretanto, autores como Ritchie y Crouch (1997, 2003) proponen que **los factores de atracción de un destino turístico son los que determinan su éxito**. Entre ellos, **los recursos principalmente naturales y culturales son claves**, como lo son las estructuras de apoyo, los servicios y actividades que se brindan, etc. Y hoy, para los mismos autores, **un factor indispensable de la competitividad de un destino es la existencia de experiencias significativas**, que a los efectos de este trabajo, denominaremos ***Experiencias Turísticas Memorables***.

A partir de dicha hipótesis, nos proponemos entonces **indagar sobre las interrelaciones entre esos conceptos**, y particularmente en relación al **FILETE PORTEÑO**, recientemente designado **Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO**, y las posibilidades ligadas a las prácticas de **turismo cultural** que ello supone, a través de una **gestión adecuada y sustentable**.

2. Algunos conceptos: cultura, patrimonio, turismo y turismo cultural

Antes de avanzar debemos aquí decir que, lejos de la pretensión de un exhaustivo marco teórico, presentaremos a continuación sólo algunas definiciones con el fin de generar cierto

conceso preliminar respecto de dichos conceptos pero que, por tratarse de campos vastísimos, no son en absoluto excluyentes de otras que se quisiera considerar. Así:

2.2. Cultura

- *La cultura engloba un conjunto profuso, por no decir ilimitado, de recursos materiales y simbólicos extremadamente móviles - abarcando desde restos*

- *arqueológicos, monumentos históricos, museos, artesanía, folclore, hasta fiestas populares y tradiciones- recogiendo la herencia cultural de una comunidad. (OMT-Fundación Themis, 2007)*
- *“La <cultura> debe ser considerada como en conjunto de signos distintivos, espirituales, materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o un grupo social y que engloba el arte, la literatura, los modos de vida, las reglas para la vida en común, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias”. (UNESCO, 2001)*

2.3. Patrimonio

- *El concepto de patrimonio está íntimamente ligado a los testimonios históricos y los reservorios de la memoria; “parte de herencia y se define a través de las palabras tradición, pasado, identidad, cultura, nostalgia. (Graburn 1998:16)*
- *El factor determinante que define al patrimonio “es su carácter simbólico, su capacidad para representar simbólicamente una identidad. Esto es lo que explica el cómo y él por qué se movilizan recursos para conservarlo y exponerlo.” (Prats 1997:22)*

2.3.1. Algunas clasificaciones de interés

- *Patrimonio natural: recursos de la naturaleza, permitiendo la revalorización del concepto de paisaje (Ortega Valcárcel 1998:35)*
- **Patrimonio cultural:**
 - *Conjunto de obras de arte, de monumentos históricos o literarios que pertenecen a una nación y que son objeto de protección legal por parte del Estado, no sólo para los efectos de conservación, sino también para su permanencia dentro del país (La Cotera 2000:56).*
 - *El patrimonio está formado por los bienes culturales producidos por todos los estratos poblacionales de una sociedad incluidos los de la cultura popular (García Canclini 1999:16)*
 - *Así, el patrimonio cultural “abarca los paisajes, los sitios históricos, los emplazamientos y entornos construidos, así como la biodiversidad, los grupos de objetos diversos, las tradiciones pasadas y presentes y los conocimientos y experiencias vitales” (Carta Internacional de Turismo Cultural - ICOMOS)*

- *Patrimonio tangible: se refiere a todo aquello perteneciente al mundo de lo físico, de la materia, susceptible de ser considerado como patrimonio (UNESCO s/f)*
- **Patrimonio intangible:** *prácticas, representaciones y expresiones, conocimientos y técnicas, transmitido de generación en generación, que procuran a las comunidades, los grupos e individuos un sentimiento de identidad y continuidad. Los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales asociados a esas prácticas forman parte integrante de este patrimonio (UNESCO s/f)*
- **Patrimonio turístico:** *conjunto de bienes materiales e inmateriales que constituyen la materia prima que hace posible el desarrollo del turismo (OMT, 1998). Por su parte, también puede entenderse “por la relación entre los atractivos turísticos (materia prima), la planta turística (aparato productivo), la infraestructura (dotación de apoyo al aparato productivo) y la superestructura (subsistema organizacional y recursos humanos disponibles para operar el sistema).” (Tesoro Turístico Argentino, s/f)*

2.3.2. UNESCO: Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad

A continuación, algunas consideraciones extraídas del sitio web oficial © UNESCO al respecto (los resaltados son nuestros):

*“El patrimonio cultural no se limita a monumentos y colecciones de objetos, sino que **comprende también tradiciones o expresiones vivas heredadas de nuestros antepasados y transmitidas a nuestros descendientes, como tradiciones orales, artes del espectáculo, usos sociales, rituales, actos festivos, conocimientos y prácticas relativos a la naturaleza y el universo, y saberes y técnicas vinculados a la artesanía tradicional.***

*Pese a su fragilidad, el patrimonio cultural inmaterial **es un importante factor del mantenimiento de la diversidad cultural frente a la creciente globalización.** La comprensión del patrimonio cultural inmaterial de diferentes comunidades contribuye al diálogo entre culturas y promueve el respeto hacia otros modos de vida.*

*La **importancia** del patrimonio cultural inmaterial no estriba en la manifestación cultural en sí, sino en el **acervo de conocimientos y técnicas que se transmiten de generación en generación (...)**¹*

El patrimonio cultural inmaterial es:

- **Tradicional, contemporáneo y viviente a un mismo tiempo;**
- **Integrador;**
- **Representativo;**
- **Basado en la comunidad.”²**

2.4. Turismo

- *“Turismo es el complejo de actividades originadas por el desplazamiento temporal y voluntario de personas fuera de su lugar de residencia habitual, invirtiendo en sus gastos, recursos que no provienen del lugar visitado.” (Tesaurus Turístico Argentino, s/f)*
- *“El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico”. (OMT, s/f)*
- *“Turismo es todo el espectro que se genera a partir de la idea y/o de la acción que implica el desplazamiento de los seres humanos a un lugar diferente al de su residencia con posibilidades recreativas, es decir, con intenciones de descanso, diversión y/o contacto con el destino receptor. El turismo se presenta entonces como un fenómeno ubicuo, social, complejo y multidisciplinar que comprende aristas económicas, políticas, culturales, antropológicas, medioambientales, históricas, geográficas, educativas, psicológicas, comunicativas... que involucra simultáneamente al sector empresarial, al estatal, al no gubernamental, al sector profesional, a las poblaciones que habitan cada destino turístico y a los turistas.” (Ledhesma, 2017)*
- *Aquí nos interesa particularmente la definición dada por Knafou y Stock (2003) sobre el **turismo**, entendido como **“un sistema de actores, de prácticas y de espacios que participan de la “recreación” de los individuos por el desplazamiento y el habitar temporal fuera de los lugares de lo cotidiano.”***

2.5. Turismo cultural

- *“El turismo cultural es inseparable del turismo en general, pues se encuentra en su mismo origen, está íntimamente relacionado con él a lo largo de toda su historia y se propone como una de sus tablas de salvación en tiempos recientes (...)” Se remonta a la antigua Grecia, siguiendo con los romanos y más tarde con los cristianos y árabes de la Edad Media, para consolidarse -más similar a como lo concebimos hoy en día- con el Grand Tour de la Europa del Siglo XVII. Y desde entonces, hasta nuestros tiempos... (Ramos Lizana, 2007)*

¹ Consideraciones extraídas del sitio web oficial © UNESCO (los resaltados son nuestros).

² Se puede consultar el texto completo de la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial en <https://ich.unesco.org/es/convenci%C3%B3n> [en línea: 25 de julio de 2017].

“Acercarnos al concepto de turismo cultural nos enfrenta a una doble visión, observar al turismo como una actividad cultural y observar a la cultura como un recurso turístico, y esto nos conduce a asumir la existencia de un tipo o modalidad de viaje turístico que centra su interés en la riqueza intrínseca del hecho cultural a observar y en la forma en que se encara su utilización. A este fenómeno llamamos turismo cultural.” (Nélida Chan)

- *“Si bien es cierto que muchas personas deciden viajar a un destino turístico por la foto de un hermoso paisaje, cuando el viaje se produce y se llega al lugar elegido, al tomar contacto con la población local, allí comienza la verdadera y enriquecedora experiencia del <viaje hacia el otro> - facilitar esta comunión debe ser la premisa del turismo cultural-. Finalmente, esa persona hace turismo con cultura o hace cultura a través del turismo (...)” (Fellner, 2009)*
- *El turismo cultural “califica como una forma de ocio que supone a la vez liberación y alienación sin que esto suponga una contradicción. Liberación de la rutina diaria y alienación en cuanto al sometimiento a las limitaciones sociales que obligan al turista a actuar marcándole el camino, las necesidades y las posibilidades del viaje en un tiempo de ocio necesariamente acotado.” (Osorio)*
- *El turismo cultural es “el desplazamiento de personas desde sus lugares habituales de residencia hasta los lugares de interés cultural con la intención de recoger información y experiencias nuevas que satisfagan sus necesidades culturales.” (Richards, 1996)*
- *Turismo cultural es “aquella modalidad de turismo que tiene como motivación la contemplación y/o participación en forma activa de las manifestaciones culturales de los pueblos a través de un contacto directo con sus costumbres, su folklore, su arte, su ideología, su lengua, su modo de ver el mundo y su desarrollo.” (Tesoro Turístico Argentino, s/f)*
- *Se trata de “organizar y realizar un viaje con una propuesta de contenido territorial o temático para llevar a cabo actividades que permiten experimentar la cultura y las diferentes formas de vida de otras gentes y, como consecuencia, conocer y comprender sus costumbres, tradiciones, entorno físico, ideas intelectuales y lugares históricos, arqueológicos, arquitectónicos o de otra significación cultural.” (Rodolfo Vázquez, 2005)*
- *Finalmente -aunque por su subjetividad no se agota aquí- en sentido estricto, el turismo cultural incluye “movimientos de personas debido esencialmente a motivos culturales como viajes de estudio, viajes a festivales u otros eventos culturales, visitas a sitios y monumentos, viajes para estudiar la naturaleza, el arte o el folklore, y peregrinaciones.” En sentido amplio, el turismo cultural se define como “todos los desplazamientos de personas que satisfacen la necesidad humana de diversidad y tienden a elevar el nivel cultural del individuo y suscitan nuevos conocimientos, experiencias y contactos.” (OMT, citado por Pedersen, 2005).*

Para ir concluyendo e invitar a la reflexión, *“la relación entre los sitios de patrimonio y el turismo es una relación dinámica y puede implicar valoraciones encontradas. Esta relación debería gestionarse de modo sostenible para la presente y las futuras generaciones (...) Y “La planificación de la conservación y del turismo en los sitios con patrimonio debería garantizar que la experiencia (...) merezca la pena y le sea satisfactoria y agradable.”* (Principios 2 y 3 respectivamente de la Carta Internacional sobre Turismo Cultural)

3. ARGENTINA con dos integrantes de la lista representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad de UNESCO:
el TANGO y el FILETE PORTEÑO



Ilustración 1 - Tango y Fileteado

(En www.propuesta.com.uy

en línea: 12 de diciembre de 2015)

32. **TANGO:** en el año **2009** la UNESCO incluyó al Tango, la expresión ciudadana por excelencia del Río de la Plata, como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad, luego de una presentación que se realizara conjuntamente entre Argentina y Uruguay. Así se expresa al respecto:

“La tradición argentina y uruguaya del tango, hoy conocida en el mundo entero, nació en la cuenca del Río de la Plata, entre las clases populares de las ciudades de Buenos Aires y Montevideo. En esta región, donde se mezclan los emigrantes europeos, los descendientes de esclavos africanos y los nativos (criollos), se produjo una amalgama de costumbres, creencias y ritos que se transformó en una identidad cultural específica. Entre las expresiones más características de esa identidad figuran la música, la danza y la poesía del tango que son, a la vez, una encarnación y un vector de la diversidad y del diálogo cultural. Practicado en las milongas –salas de baile típicas– de Buenos Aires y Montevideo, el tango ha difundido el espíritu de su comunidad por el mundo entero, adaptándose a nuevos entornos y al paso del tiempo. Esa comunidad comprende hoy músicos, bailarines profesionales y aficionados, coreógrafos, compositores, letristas y profesores que enseñan este arte y hacen descubrir los tesoros vivos nacionales que encarnan la cultura del tango. El tango también está presente en las celebraciones del patrimonio nacional, tanto en Argentina como en Uruguay, lo cual muestra el vasto alcance de esta música popular urbana.”

33. **FILETE PORTEÑO:** por su parte, el **1º de diciembre de 2015**, el Comité para la salvaguarda del patrimonio cultural inmaterial, reunido en Windhoek (Namibia), inscribió a la misma lista esta técnica pictórica tradicional, sobre la que UNESCO expresa:

“El filete porteño de Buenos Aires es una técnica pictórica tradicional que combina los colores vivos con estilos tipográficos específicos. Sus realizaciones se pueden contemplar en autobuses urbanos, camiones y señalizaciones de tiendas y almacenes, y son cada vez más frecuentes en la decoración del hogar. Sus imágenes guardan relación con el patrimonio cultural de la ciudad, incorporan elementos de carácter social o religioso y constituyen una forma de memoria colectiva. La temática popular de esas imágenes comprende, entre otras,

representaciones de santos y personalidades políticas admiradas, así como de estrellas musicales e ídolos deportivos. Los dibujos van a veces acompañados de dichos y refranes. La ejecución de esta técnica pictórica tradicional comienza con la realización de un dibujo que se traslada a un soporte. Luego se ultima el trabajo utilizando pintura sintética, barniz coloreado y unos pinceles especiales de pelo largo. Los artesanos especialistas en fileteado transmiten su técnica a todas las personas deseosas de aprenderla. No es preciso cursar estudios en el sistema de enseñanza formal para adquirir las competencias que necesita el dominio de esta técnica, por eso su aprendizaje

constituye una oportunidad de inserción social para jóvenes de las comunidades que corren un riesgo de exclusión social. En los últimos decenios ha surgido una nueva generación de artesanas, que ha participado en talleres sobre esta técnica pictórica y la está practicando. El resultado de esto ha sido la aparición de una nueva estética de esta modalidad artística.”

Adentrémonos entonces y conozcamos a continuación más de esta interesantísima manifestación cultural.

4. FILETE PORTEÑO.

Filete: m. (del latín filo = hilo), lista angosta en molduras / línea fina para adornar dibujos / remate de hilo enlazado en el canto de ropas / pequeña lonja de carne magra o pescado sin raspas.³

La bibliografía disponible parece coincidir en que el oficio de **"fileteador o filetero"** nace a fines del siglo XIX, principios del XX, cuando los trabajadores de la ciudad de Buenos Aires buscan diferenciar sus carros en una ciudad que crece vertiginosamente al ritmo del comercio y la inmigración, haciéndolos pintar con ornamentos variados, *"según las posibilidades económicas, las preferencias y el apuro que tuviese el dueño. Cada carro constituía una obra muy elaborada, producto de la suma del trabajo paciente de los diferentes artesanos que necesariamente intervenían en su construcción."* (Genovese, 2011)

Partes de un fileteado

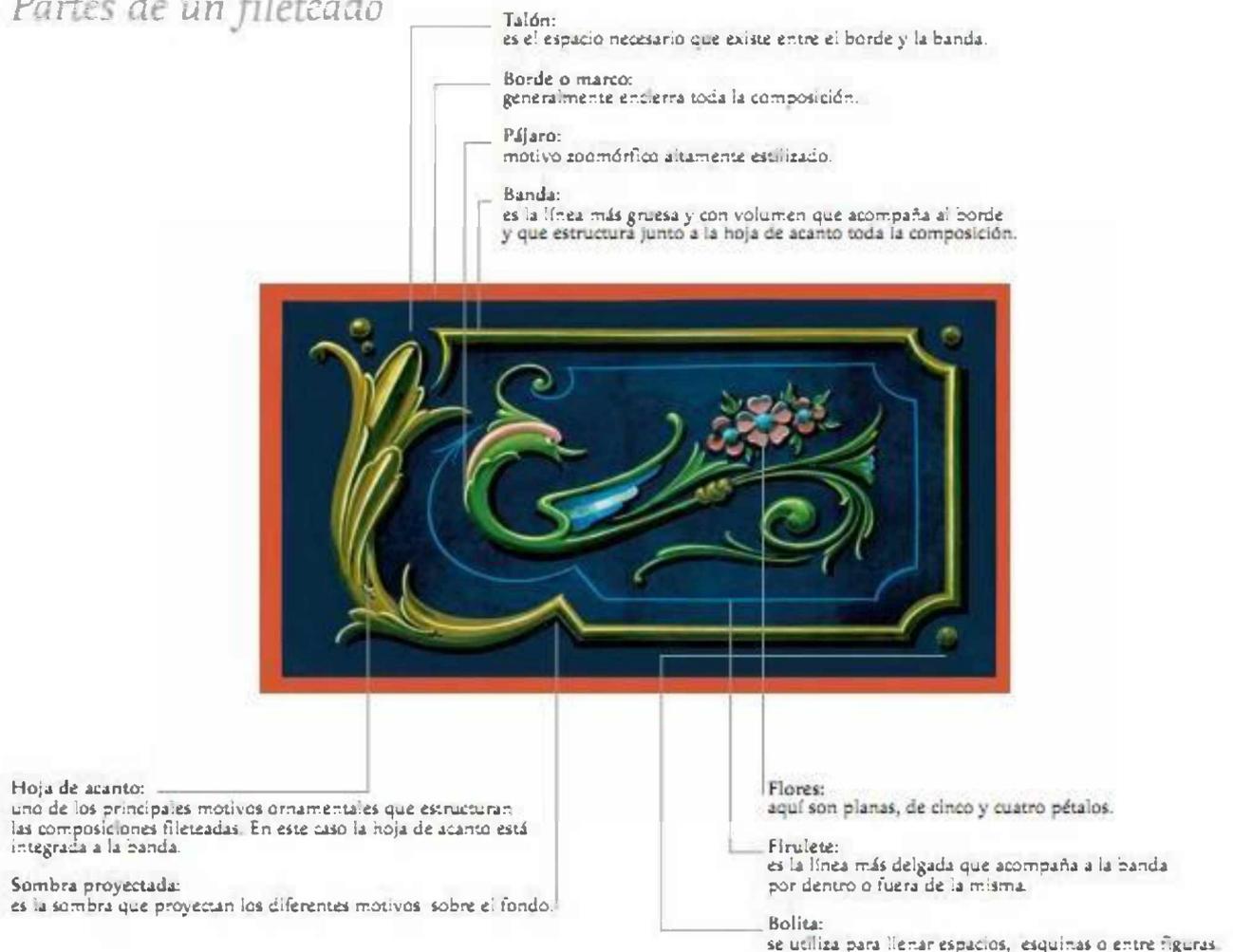


Ilustración 2 - Partes de un fileteado

Por Alfredo Genovese, 2011

Dichos “**filetes o fileteados**” se componen de **motivos y figuras**, a los que en ocasiones se suman también **frases** –muchas de ellas, por demás curiosas- que con el tiempo y el paso de la técnica de maestros a discípulos –entre los que se destacan **Salvador Venturo, Vicente Brunetti, Cecilio Pascarella, Carlos Carboni y Ricardo Gómez**, todos italianos que fueron fortaleciendo el género, enriqueciéndolo y complejizándolo- se constituirán en un **género único** y diferente de cualquier otro conocido⁴. Como técnica pictórica, se comenzará a utilizar luego para decorar también **camiones y colectivos** (otro invento argentino, aunque ese sea tema de otro trabajo), dándole a la ciudad una impronta estética propia.

Y por tratarse de un **arte popular** (considerada por muchos “menor”, como sucedió también con el tango) sobre ruedas, la intemperie y el tiempo también la van deteriorando, y si los vehículos no se restauran y los maestros mueren, el arte se va perdiendo. Pero entre diversos factores, una estocada casi final se la da el gobierno militar de 1975 que prohibía el fileteado de los colectivos en la ciudad de Buenos Aires (ordenanza de la Secretaría de Transporte de la ciudad de Buenos Aires N° 1606/75 sólo derogada en 2006), argumentando que el arte distraía a los pasajeros ya que los confundían en cuanto al número de línea y recorrido.

Pero también hay que decir que eso le abre nuevas posibilidades, ya que el fileteado –sin vehículos como soporte- comienza a decorar otros objetos diversos, y gana las **casas**, las **calles**, los **museos**. Renace así, se asocia –hoy casi de manera indisoluble- al **tango** y finalmente, algunos de los artistas actuales más reconocidos del oficio –tales como Martiniano Arce y Alfredo Genovese- incorporan el fileteado a la **cartelería**, la **gráfica** y la **publicidad**, la **indumentaria**, el **muralismo**, y hasta al **bodypainting** y el **tatuaje**, en un mágico diálogo entre el patrimonio material e inmaterial. En todo caso, hoy se reconoce al **fileteado** como un **arte valioso** y que merece ser preservado y difundido.

A continuación y cualquiera sea su uso, veamos el esquema –construido colectivamente- en que se determinan las **marcas distintivas de esta técnica pictórica** singular de Buenos Aires y Argentina:



Ilustración 3 – Lo que distingue al Filete Porteño

(En www.fileteypatrimonio.com.ar – en línea: 12 de diciembre de 2015)

5. Propuesta de Plan de Manejo o Gestión

A raíz del reconocimiento internacional que obtuvo el Filete Porteño, el Ministerio de Cultura de la ciudad tiene ahora la obligación de asumir el compromiso de adoptar una serie de medidas de salvaguarda que serán evaluadas por la Unesco todos los años, a fin de garantizar que el reconocimiento no sólo quede en eso, sino también en acciones concretas para proteger y difundir la disciplina y el trabajo de los fileteadores.

En este sentido, y tal como plantea la introducción de la Carta Internacional del Turismo Cultural de ICOMOS de 1999 (el resaltado es nuestro), **“un objetivo fundamental de la gestión del Patrimonio consiste en comunicar su significado y la necesidad de su conservación tanto a la comunidad anfitriona como a los visitantes. El acceso físico, intelectual y/o emotivo, sensato y bien gestionado a los bienes del Patrimonio, así como el acceso al desarrollo cultural, constituyen al mismo tiempo un derecho y un privilegio.”**

Para ello, es importante recordar que las decisiones deberían centrarse en algunas preguntas clave: no sólo **qué queremos hacer**, sino **cómo y para quién**. Entonces, arribar a resultados digamos exitosos surgirá de reunir las respuestas a todas estas preguntas (sumadas a “dónde”, “cuándo” y las demás que surjan), lo que debería indefectiblemente conseguirse en el marco de una verdadera **gestión integral** que procure resaltar los atributos más singulares en este caso del patrimonio cultural a trabajar, atendiendo a las necesidades y deseos tanto de los visitantes como de la comunidad anfitriona (habitantes, trabajadores, empresas, gobierno, etc.).

Y en este punto, debemos aclarar lo que aquí se entiende por un concepto tal: concebimos una gestión que se precie como un **proceso estratégico orientado, participativo, creativo, sistémico y continuo** (en oposición a las –tan conocidas por todos- acciones espasmódicas, espontáneas y aisladas), basado en la **planificación como antesala de la acción**, pero que lejos de encorsetarla, habilita el chequeo, la re- evaluación y el cambio de rumbo toda vez que se adviertan desvíos perjudiciales de los objetivos propuestos. **La gestión integral es así presente considerando el pasado y mirando el futuro.**

Retomando entonces, a nuestro entender, los pasos previos que se tornan indispensables (aunque no excluyentes) para responder a las preguntas planteadas, son los siguientes:

- ✓ **Reunir e involucrar responsablemente y de manera intersectorial a todos los actores públicos y privados**, directa e indirectamente relacionados con el patrimonio “Fileteado” a discutir, y de esta forma garantizar el tránsito por un camino abierto, plural y en red hacia el propio futuro.
- ✓ **Desaprender para aprender**, despojándose lo más posible de preconceitos e ideas y modelos rígidos preestablecidos, concentrándose ahora en nuevas perspectivas para arribar a nuevas construcciones colectivas.
- ✓ **Investigar** con amplitud de criterios, de manera dinámica y flexible, sobre bases teóricas tanto como prácticas (porque no sólo se trata ya de identificar parámetros estáticos en base a criterios más o menos tradicionales), y considerando nuevas fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, investigar –decíamos- los diversos factores intervinientes en la actualidad, y entre ellos, especialmente los directamente relacionados al desarrollo.

- ✓ **Analizar críticamente** los resultados de dichas investigaciones, poniendo a la persona humana como eje de la discusión, considerando su historia, su presente y su futuro, y atendiendo a los intereses muchas veces encontrados de los distintos sectores, buscando dejar disputas inconducentes y mezquindades individuales y particulares de lado.

Todo lo anterior permitirá entonces **diseñar planes integrales, innovadores y creativos, realistas y realizables, con objetivos claros y concretos, considerando recursos y responsables**, y con una **mirada mediano y largoplacista**, que se base en los ejes del **desarrollo sustentable**.

En definitiva, este es el momento de trabajar en el **diseño** de verdaderas “**experiencias turísticas memorables**” ligadas a nuestro Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad.

5.2. Diagnóstico

Para el caso del **Filete Porteño**, podemos decir –en función de lo que desde la propia Asociación de Fileteadores se sostiene⁵- que si hablamos de fortalezas y debilidades, las siguientes son algunas de las temáticas más candentes:

- No termina de haber aún consenso respecto de si el filete se trata de un arte, un oficio, una artesanía, un tipo de decoración, un estilo pictórico.
- Quizá debido a esa falta de consenso en su definición, el fileteado está ausente de la enseñanza académica, ni siquiera como materia extracurricular en ninguna escuela de arte, y muchas veces la transmisión del conocimiento queda librada a la iniciativa de algunos maestros, pero también al oportunismo de algunos improvisados.
- En más de 100 años de fileteado en Argentina se han preservado relativamente pocas obras, y salvo la exhibición permanente en el Museo de la Ciudad y tal vez alguna otra tímida iniciativa individual, de no ser por algunos particulares, no se contaría con carros, camiones ni colectivos dónde tantos maestros han plasmado su trabajo.
- Tampoco existe gran acervo documental ni se ha producido tanto material bibliográfico como sería deseable para que queden precedentes para las futuras generaciones.

- Pero también hay algunas muy buenas noticias: lejos de lo que para algunos es una
- “especie en extinción”, el fileteado está en desarrollo y el actual es quizás el mejor momento de la historia del filete.
- La reciente declaración de UNESCO del filete como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad (que por cierto, habla de “técnica pictórica tradicional”) es un signo inequívoco de esa vigencia e importancia.
- Y tal como manifestara Caviglia (2012), *“ojala este arte que en otros tiempos nos han arrebatado por decreto y ordenanzas municipales, vuelva al corazón de nuestra gente e inunde las calles con su colorido.”*

5.2.1. Turismo cultural y sus impactos

Siguiendo con el texto de la Carta Internacional del Turismo Cultural de ICOMOS de 1999:

“Desde que el turismo nacional e internacional se ha convertido en uno de los más importantes vehículos para el intercambio cultural, su conservación debería proporcionar oportunidades responsables y bien gestionadas a los integrantes de la comunidad anfitriona así como proporcionar a los visitantes la experimentación y comprensión inmediatas de la cultura y patrimonio de esa comunidad.” (Principio 1)

⁵ A este respecto es interesante leer el discurso de Apertura del Primer Encuentro de Fileteadores por parte de su presidente, Fernando Memo Caviglia, disponible en [//fileteadores.com/2012/08/el-filete-debe-ganarse-su-lugar-en-la-cultura-argentina/](http://fileteadores.com/2012/08/el-filete-debe-ganarse-su-lugar-en-la-cultura-argentina/) [en línea 25 de julio de 2017]

Para el caso de nuestro **Fileteado, patrimonio intangible** -y a riesgo de pecar de liviana observación, ya que amerita sin dudas mucha mayor profundización y atención, desde ya- creemos que verdaderamente unas **prácticas turísticas ligadas al desarrollo y difusión de este arte**, salvo excepciones ligadas a las infaltables tensiones “recurso económico-recurso patrimonial” (por ejemplo, la eventual comercialización de valores o aculturación producto de ciertos niveles de masificación), no pueden sino **impactar positivamente, resultando ambientalmente amigables, socioculturalmente justas y económicamente rentables**, en línea así con los pilares del Desarrollo Turístico Sustentable.

Y si los viajeros buscan “**experiencias turísticas memorables**”, ricas en emociones y en *plus* o “yapas” (para utilizar el término vernáculo), y esas experiencias son tanto más memorables cuantos más niveles experienciales involucren⁶, no es menos cierto que para que sean tales, tres factores son indisolubles de éstas:

- 1) la **calidad**, concepto en gran medida subjetivo -ligado a las necesidades, los deseos y las expectativas, que varían de una persona a otra, y a las garantías, seguridad y tranquilidad que se ofrece- que cierra su círculo y se completa en la experiencia;
- 2) la **vivencia personal**, ya que ha de ser propia, intransferible (aunque deseemos que todos puedan vivir algo igual);
- 3) su carácter de **únicas**, entre otras cosas porque **sólo pueden ser experimentadas en el lugar en el que se crean, con todas sus señas de identidad**, por lo que hay que estar sí o sí allí.

De este modo **el viaje** -entendido en el más real (ya no virtual) de los desplazamientos- cobra todo su sentido, y **la relación entre turismo y patrimonio se materializa**.

6. Definición de lineamientos políticos y objetivos de gestión

Cuando se creó la Asociación de Fileteadores, se plantearon ciertos objetivos estatutarios, y en línea con aquellos, oportunamente y entre las medidas a implementar propuestas por el entonces Ministerio de Cultura porteño en el expediente de postulación del Filete Porteño como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad ante la UNESCO, se destacan:

1. La creación de inventario,
2. La organización de exposiciones y talleres;
3. La realización de concursos fotográficos que registren los filetes de Buenos Aires y el resto del país,
4. La producción de un documental sobre el fileteado porteño,
5. La publicación de libros, encuentros académicos y congresos que estimulen nuevas investigaciones,
6. La creación de una comisión permanente integrada por fileteadores y funcionarios del área de Cultura.
7. Para garantizar la puesta en valor, se proyecta la creación de un circuito en el espacio público guiado por fileteadores, que permita apreciar los filetes de distintas épocas y estilos;
8. El incentivo a las empresas de colectivos y camiones a la contratación de fileteadores para que realicen sus pinturas en los vehículos
9. La instalación de espacios de venta en distintos puntos de la Capital.

7. Algunas propuestas concretas

Así, considerando lo antedicho, desde este trabajo preliminar proponemos concretamente las **siguientes medidas**, tendientes a **planificar, preservar, conservar, proteger, capacitar, promover, generar inversión, fomentar el desarrollo y dar a conocer el Filete Porteño**:

- 1) El Ministerio de Cultura porteño formalizará primeramente una **Unidad de Coordinación** (compuesta inicialmente por un coordinador general y dos técnicos) que a su vez identificará y convocará a una serie de reuniones-taller de referentes ligados directa e indirectamente al Filete Porteño, entendiéndose por ello a: fileteadores, historiadores y sociólogos, asociaciones y academia, miembros de los sectores arte-cultura-turismo, y todo otro organismo o persona física cuya presencia en estas instancias se considere de interés.

- 2) Dichas reuniones-taller deberían aportar las siguientes decisiones mínimas, más las que surjan de las mismas, como ejes que orienten la gestión:
 - a. La creación de una **Comisión Permanente de Filete Porteño**, integrada por el sector **público, privado y académico**.
 - b. Inicio de acciones tendientes al diseño de un **Plan Estratégico de Gestión del Filete Porteño - Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad, horizonte 2021**⁷, que represente un proceso dinámico de largo plazo, involucrando una serie de etapas progresivas de desarrollo, asumidas paulatinamente por los distintos niveles de la administración gubernamental así como por los demás actores involucrados en el quehacer turístico y cultural. Para ello contará con una herramienta específica de instrumentación, el **Plan Operativo Anual (POA)**, que ordenará metodológicamente los programas y procesos específicos de las diversas áreas de gestión, incluidos los sistemas de monitoreo.

- 3) Entre las consideraciones que el Plan Estratégico debería contemplar, se encuentran por ejemplo - y sin implicar necesariamente orden de importancia ni excluir otras- las siguientes ideas:
 - a. **Mapeo de actores-autores** y confección de un **Inventario de Recursos varios** ligados al Fileteado Porteño (fileteadores, talleres, etc.).
 - b. **Calendarización y difusión de actividades anuales ligadas al Filete** (exposiciones, ciclos, talleres, etc.), no sólo en la Ciudad de Buenos Aires sino en el resto del país, es decir, con **carácter federal**, tales como:

- I. 2da semana de septiembre, Semana de la Pintura Decorativa", incluyendo el 14 Septiembre, Día del Fileteado,
 - II. 8 de octubre, día Nacional del Patrimonio Argentino,
 - III. Declaración de Interés para el Encuentro Anual de Fileteadores, incluyendo televisación del mismo al resto del país y transmisión vía *streaming*.
 - IV. Concreción del Concurso Anual de Fileteado.
 - V. Desfile anual "Moda, Tango y Filete Porteño".
 - VI. Ciclo Federal "El Fileteado recorre el país" (muestras, workshops, etc.)...
-
- c. Concreción de **programas vinculantes entre Fileteado y Tango** (ambos, incluidos en la lista representativa de UNESCO). *Nota: algunas de las propuestas de este plan bien podrían estar insertas en estos programas vinculantes entre ambos.*
 - d. Creación de una **Academia Nacional del Filete Porteño** (a la manera de la del Tango) que centralice las tareas académicas de recopilación, ordenamiento, estudio y salvaguarda de este arte.
 - e. Sistematización de la **enseñanza del Fileteado** en diversos ámbitos públicos y privados, y desde la educación inicial, a nivel no solo porteño sino federal, utilizando herramientas y tecnologías diversas.
 - f. Creación de una **Milonga Popular** -espacio cultural y patrimonial- denominada "**El Filete**", con presencia en algún espacio accesible de la ciudad, de entrada libre y gratuita, y de carácter semanal para poder ser incluida en la grilla tanguera, donde dar difusión también a este arte.
 - g. Creación de un **espacio público** referente del fileteado, incluyendo un centro de interpretación, una feria de artistas, etc. (por ejemplo, el *Paseo del Filete Porteño*).
 - h. Firma de **convenios con empresas de transporte** –no sólo de colectivos, sino también de taxis, combis, trenes y subtes, aviones etc.- tendientes a la incorporación del fileteado en sus vehículos.
 - i. Firma de **convenios con empresas, asociaciones y cámaras de turismo**, para el diseño e implementación de circuitos temáticos del fileteado y la capacitación de

- j. guías y demás personal de contacto.
- k. Incorporación del Fileteado Porteño a la **señalética de la ciudad**, tanto en zonas particularmente turísticas (ej: cartelería indicativa de atractivos turísticos) como en general (ej: carteles con nombres de calles, paradas de colectivos, etc.).
- l. Establecimiento de un **Programa de Mecenazgo Cultural** para actividades ligadas al Fileteado, especialmente contemplando la restauración así como la investigación y producción documental y bibliográfica.
- m. Generación de un **isologo** que remita al Fileteado Porteño como **marca identitaria**, que pueda ser utilizado por todas aquellas organizaciones ligadas al mismo, y **de forma conjunta** con el **emblema de Patrimonio Mundial de UNESCO**.
- n. Creación de una **página web oficial interactiva y accesible**, apta para todo tipo de dispositivos, de **aplicaciones** y de **códigos QR** dedicados a la difusión del Fileteado Porteño.
- o. Creación y diseño de **piezas de merchandising oficial de la Ciudad de Buenos Aires**, tales como rompecabezas, juegos de ingenio, etc. que incorporen el Fileteado Porteño a la comunicación institucional.
- p. **Incorporación de los patrimonios Fileteado y Tango como productos turísticos culturales destacados e individualizables** en todas las acciones promocionales de las que participa el Gobierno de la Ciudad y la República Argentina en el país y en el exterior (ej. Ferias de Turismo), incorporando así mismo material comunicacional específico (folletos, videos, etc.).

8. A manera de corolario

La necesidad del hombre de desplazarse es tan antigua como el hombre mismo; será por eso que el futuro de los viajes parece estar asegurado... Pero también parece ser cierto que el modo de acceder a dichos desplazamientos, las motivaciones, la interrelación entre quienes en ellos intervienen, etc. es un devenir flexible y cambiante que cuesta pronosticar a ciencia cierta.

En lo que aquí estamos de acuerdo es en que el único turismo que merece ser propiciado es aquel que considera *“la creación de empleo, la mejora del equipamiento social, la formación de recursos*

humanos, la elevación de la calidad de vida de los residentes, el combate a la pobreza y la mejora de la distribución de la renta, la preservación de los recursos naturales y culturales, la mejora de la educación y la información turística, la integración productiva de proveedores locales, la elevación de la calidad del servicio turístico, el logro de una imagen positiva y la difusión de las experiencias, los conocimientos y las buenas prácticas.” (S. Paz, 2009)

Por eso, la Formulación (aunque en nuestro caso sea –de momento- preliminar) de **un Sistema de Gestión para el FILETE PORTEÑO, recientemente declarado Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad, se torna un imperativo ineludible.**

De manera que para construir verdaderos espacios con sentido, donde la persona humana es principio y fin, y donde las actividades del turismo cultural potencien aún más las experiencias vivenciales para todos –propios y ajenos-, y donde se construya verdadero desarrollo, todavía falta volver a reunirse, desaprender, reaprender, investigar, analizar críticamente, diseñar planes, consensuarlos, actuar... ¡¡¡y volver una y otra vez a empezar!!! ¿La buena noticia? Está todo dado para que sea posible...

BIBLIOGRAFÍA

- Cátedra UNESCO de Turismo Cultural Untref-Aamnb (2013). ***Documento final del workshop “Patrimonio cultural inmaterial, identidad y turismo. El tango como expresión rioplatense”.*** Buenos Aires, Argentina.
- CHAN, Nélica (2015). ***Turismo cultural desde la perspectiva de la gestión del desarrollo.*** Clases Maestría en Desarrollo y Gestión del Turismo. Universidad Nacional de Quilmes. Argentina.
- ***CHE. Una revista sobre Argentina.*** Año 1, Número 1. Diciembre 2013. Buenos Aires, Argentina: Edición INPROTUR (Instituto Nacional de Promoción Turística).

- FELLNER, Liliana (2009). *Quebrada de Humahuaca. Un itinerario cultural de 10.000 años de historia*. Artículo de Turismo Cultural II, Temas de patrimonio cultural 26, Comisión para la preservación del patrimonio histórico cultural de la ciudad de Buenos Aires. Buenos Aires, Argentina.
- GENOVESE, Alfredo (2007). *Filete porteño*. Buenos Aires, Argentina: Comisión para la Preservación del Patrimonio Histórico Cultural de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
- GENOVESE, Alfredo (2011). *Fileteado porteño*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Porteñas.
- GENOVESE, Alfredo (2011). *Manual del filete porteño*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Porteñas.
- GENOVESE, Alfredo (2010). *Tratado de fileteado porteño*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Porteñas.
- ICOMOS (1999). *Carta Internacional sobre Turismo Cultural. La Gestión del Turismo en los sitios con Patrimonio Significativo*.
- LEDHESMA, Miguel y SILVA, Mónica (2017). Travel bloggers y turismo 3.0. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Miguel Ángel Ledesma (libro digital).
- NORRILD, Juana (S/F). Patrimonio. Características y Uso. En Revista CIET, Compilación Patrimonio.
- NIDING, M. (2001), Turismo sostenible, comunidad local y competencias para el desarrollo, en AAVV, Turismo cultural y desarrollo sostenible. Análisis de áreas patrimoniales, Universidad de Murcia, Murcia, España. Pág. 101-127.
- ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA EDUCACIÓN, LA CIENCIA Y LA CULTURA Representación en Lima, Perú (2003) La gestión, clave para la preservación y sostenibilidad del patrimonio cultural.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO - FUNDACION THEMIS (2007). El Método FAS. Andorra: Fundación Themis.
- OTERO, Adriana (2006). La importancia de la visión de Territorio para la construcción de Desarrollo Competitivo de los Destinos Turísticos. Ponencia presentada en Turiciencia 06. Buenos Aires, Argentina. Pág. 13.
- PEDERSEN, Arthur (2005). Gestión del Turismo en Sitios del Patrimonio Mundial: Manual

práctico para administradores de sitios del Patrimonio Mundial. Centro del Patrimonio Mundial de la UNESCO. Paris, Francia.

- PERNAUT, Carlos (2010). Reflexiones e interrogantes sobre la identificación del Patrimonio Cultural Inmaterial en la Argentina. En López Morales, Francisco Javier (Dir. de Patrimonio Mundial). Coloquio Internacional sobre Patrimonio Inmaterial. Inventarios: Identificación, Registro y Participación Comunitaria. México, Instituto Nacional de Antropología e Historia, Pág. 151-164.
- RAMOS LIZANA, Manuel (2007). El turismo cultural, los museos y su planificación. España: Ediciones Trea.
- RITCHIE, J. R. Brent y CROUCH, Geoffrey I. (2003). The competitive destination: A sustainable tourism perspective. CABI Publishing: Wallingford, UK.
- SOTO LABBÉ, Paulina (2009). Relevamientos culturales para el turismo: las “arrugas” de los lugares y sus usos comerciales. En Argentina, Secretaría de Cultura de la Nación (2011). Cultura y Turismo. Factores del Desarrollo Económico y social. Buenos Aires, Argentina.

Sitios web consulados

- ALFREDO GENEVESE. FILETEADO PORTEÑO. www.fileteado.com
- ASOCIACIÓN DE FILETEADORES: www.fileteadores.com
- CONSEJO INTERNACIONAL DE MONUMENTOS Y SITIOS (ICOMOS): www.icomos.org.ar
- INSTITUTO NACIONAL DE PROMOCIÓN TURÍSTICA (INPROTUR): www.argentina.travel/es/patrimonio
- MINISTERIO DE CULTURA DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES, SUBSECRETARÍA DE PATRIMONIO CULTURAL, DIRECCIÓN GENERAL PATRIMONIO E INSTITUTO HISTÓRICO: www.fileteypatrimonio.com.ar y www.tangoypatrimonio.com.ar (a la fecha, fuera de línea)
- ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA EDUCACIÓN, LA CIENCIA Y LA CULTURA (UNESCO): www.unesco.org
- TESAURO TURÍSTICO ARGENTINO: www.tesauroturistico.gob.ar (a la fecha, fuera de línea)