



***“Patrimonio cultural: Las Peñas Folklóricas
y su viabilidad turística en la Ciudad
Autónoma de Buenos Aires”.***

Andrea Aquino

Legajo: 28.299

Licenciatura en Turismo.

Facultad de Turismo y Hospitalidad.

19 de Diciembre de 2011

Agradecimientos:

A Fernando por haber sido un gran guía a lo largo de toda mi carrera, a Lía por su generosidad incondicional.

A Antony y Mariano por la paciencia.

A mi hermana del alma Daiana, por ser mi sostén en esta última etapa.

A Edu, por darme la voluntad que a veces me faltaba y por alentarme para que llegue al final de este camino.

Papá y Babi gracias por acompañarme, por dejarme ser.

Y a vos Mamá, por tu incondicionalidad, por estar al lado mío a lo largo de toda mi carrera y sobre todo por enseñarme a querer nuestras raíces.

“No se quiere lo que no se conoce y no se defiende lo que no se quiere...”

Índice:

CAPÍTULO I: PRESENTACIÓN

Carátula	1
Agradecimientos	2
Introducción	6
Problemática	9
Hipótesis	9
Objetivos Generales	10
Objetivos Específicos	10
Limitaciones	10
Antecedentes	11
Propósitos	11
Justificación	12

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

Marco Referencial

Características Generales de la CABA	14
Barrios seleccionados para la Investigación	15
Antecedentes históricos de la música folklórica	22

Marco Conceptual

Concepto de Turismo	26
Turismo Receptivo	27
Motivaciones	28
Sistema Turístico	28
Clasificación de los Atractivos Turísticos	32
Jerarquía de Atractivos	33
Actividades Turísticas y Recreacionales	34
Patrimonio	36
Patrimonio Turístico y Recurso Turístico	37
Patrimonio Cultural	38
Turismo Cultural	45
Cultura	45
Identidad	46
Turismo y Patrimonio	48
Viabilidad Turística del Patrimonio	50
Folklore	56
Peñas Folklóricas	63
Ley 1.846 de Peñas Folklóricas	64
El Patrimonio y las instituciones del Estado	66

CAPÍTULO III: ASPECTOS METODOLÓGICOS

Tipo de Investigación	71
Universo de Estudio	72
Fuentes	72
Matriz de Datos	73
Operacionalización de las Variables	73
Instrumentos de Recolección de Datos	77
Encuestas	77
Modelo de la Encuesta	78
Modelo de la Entrevista	81
Relevamiento de las Peñas Folklóricas	85
Superestructura (Organismos)	87

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE LOS INSTRUMENTOS

Entrevistas	99
Encuestas	101

CAPÍTULO V: ANÁLISIS FODA Y CONCLUSIONES

FODA	120
Conclusiones	122
Propuestas	132

CAPÍTULO VI: ANEXO Y BIBLIOGRAFÍA

Anexo	133
Entrevistas	134
Leyes	157
Bibliografía	173

Título:

Patrimonio cultural: Las Peñas Folklóricas y su viabilidad turística en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Tema:

Patrimonio cultural: Análisis de las Peñas Folklóricas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y evaluación de su viabilidad turística durante septiembre de 2010 a septiembre de 2011.

Introducción:

El folklore argentino, rico en costumbres y tradiciones populares no es un mero producto autóctono, es decir, que no es solo la supervivencia de viejas prácticas aborígenes, sino que, es también en gran medida, el resultado de la aclimatación de usos importados, correspondiendo la otra parte a motivos locales, que subsistieron a la conquista, pero que fueron fuertemente influenciados por las modalidades europeas. A causa de ello, se han arraigado en el país diferentes expresiones que han sobrevivido por generaciones y entre esa mezcla de culturas migratorias con las culturas originarias, se fueron transformando y agregando nuevas manifestaciones, sin perder el valor y el origen.

El folklore es exponente del patrimonio cultural intangible. Es parte de la memoria colectiva del pueblo y es el reflejo de su identidad, contiene lo que cada generación transmite a la siguiente.

Cuando se hace mención del patrimonio cultural intangible, se está haciendo referencia a los bienes que dan cuenta de una identidad enraizada en el pasado, con memoria en el presente, reinterpretadas por las sucesivas generaciones, que tienen que ver con saberes cotidianos, prácticas familiares, entramados sociales y convivencias diarias de escaso valor físico, pero con una fuerte carga simbólica. Estos bienes dan cuenta por ejemplo, de la singularidad de ciertos oficios, músicas, bailes, creencias o expresiones artísticas¹.

Todas estas manifestaciones culturales mencionadas, son las que podemos encontrar en las Peñas Folklóricas a las cuales se abocará la presente investigación.

El folklore argentino está vigente, y en la mayoría de los casos, es a través de los festivales que se realizan cada año en todo el país, y de las Peñas que como parte de la cotidianeidad de cada una de las provincias argentinas se siguen realizando año tras año.

¹ UNESCO

Existe, y no solo en las provincias del país, sino también en la ciudad de Buenos Aires, una cantidad importante de Peñas, que cada noche reciben visitantes que se interesan en esta opción cultural, *éstas son uno de los elementos que mantienen vivo el folklore y sus tradiciones.*

De lo expresado anteriormente es que surge el presente trabajo.

Lejos de ser reducto exclusivo de las generaciones mayores, atraen cada vez más público juvenil, convocado por los renovados bríos del movimiento. Son espacios de encuentro, en los que entre chacareras, gatos, zambas, bailecitos, sayas, chamamés y escondidos, es posible en principio, llegar temprano y degustar comidas criollas o típicas de las provincias, y adentrarse en un ambiente multigeneracional y muy proclive a la comunicación. Si bien ya existían algunas Peñas tradicionales, a partir del año 2000, empezaron a gestarse una serie de nuevos espacios en suelo porteño y de a poco se fue incorporando mucha gente a escuchar la música popular.

Dicha investigación pretende explorar los significados que le atribuyen los actores sociales que participan en estos eventos al crecimiento de las Peñas Folklóricas que se realizan en la CABA (manifestado en un incremento de dichas Peñas) para luego evaluar la viabilidad turística de las mismas. Por otro lado, se considera importante reflexionar sobre el rol del poder político en la legitimación de este patrimonio para relacionarlo con la capacidad de este recurso cultural para transformarse definitivamente en un atractivo turístico en la ciudad.

Si bien no va a ser tema de mi análisis, es interesante pensar en el tango y la incidencia que han tenido las políticas oficiales sobre éste. Ya desde comienzos de la década de los '90, tanto el Estado Nacional como el gobierno local sobre la base de distintas declaraciones y normativas van interviniendo gradualmente en la implementación de políticas y eventos públicos que promuevan al tango en tanto patrimonio cultural. No obstante, la activación patrimonial del tango en el marco de las políticas oficiales se orienta principalmente, aunque no exclusivamente, al desarrollo estratégico de una economía fuertemente condicionada por el turismo internacional que ingresa a la ciudad de Buenos Aires².

No solo es legitimado el tango en la CABA a nivel nacional, sino también a nivel internacional, ya que la UNESCO lo ha declarado Patrimonio Cultural Intangible de la Humanidad. Aunque el tango no va a ser objeto de mi análisis es importante mencionar que este último "renacimiento" del tango en Buenos Aires está muy asociado al auge del baile, seguido, aunque en menor medida, por la música y la poesía. Al respecto, hay que destacar que este reposicionamiento del tango a partir del baile se expresó muy tempranamente desde el extranjero a partir de un evento puntual, más precisamente del éxito

² Morel, Hernán "El giro patrimonial del tango". Cuad. antropol. soc. n.30 Buenos Aires sept./dic. 2009

internacional del espectáculo de Tango Argentino en el Teatro Chatelet de París en el año 1983.³

Insisto que el tango no va a ser un tema que se desarrollará en la presente investigación, pero considero importante señalar estos datos. Si bien la legitimación de las Peñas facilitaría su turistificación, como se ha señalado con el tango, también facilitarían su desarrollo, el cual es importante para quienes concurren a las mismas.

Este estudio se basa en una selección de una muestra representativa de las peñas que se sitúan en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA)

Se deben dejar de lado muchos preconceptos para poder ser capaces de dejar de concebir los elementos folklóricos como simples instrumentos autóctonos que son parte del pasado y allí se quedan. Una cultura no se agota en sus tradiciones ni en valores cristalizados, sino que se destaca por su capacidad creadora.

³ (Gobello, 1999; D'Amore, 2006)

Problemática:

1. ¿Cuál es la viabilidad turística de la Peñas Folklóricas en una selección representativa de los barrios de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires durante septiembre de 2010 a septiembre de 2011?
2. ¿Qué grado de legitimación han logrado las Peñas Folklóricas del área de estudio en el Patrimonio Cultural de la CABA?

Problemas secundarios:

- 1.1 ¿Cuáles son las motivaciones de los visitantes para concurrir a dichas Peñas?
- 1.2 ¿Cuáles son las características más relevantes que poseen las Peñas Folklóricas en cuanto a los espectáculos, las actividades que realizan y servicios que se brindan en las mismas?
- 1.3 ¿Cuáles son los medios de promoción que utilizan las Peñas Folklóricas del área de estudio?
- 1.4 ¿Qué operadores turísticos, en el caso de que existan, ofrecen la visita a las Peñas Folklóricas?
- 2.1 ¿A qué le atribuyen los actores sociales involucrados en las Peñas del área de estudio el incremento del desarrollo de esta actividad en la CABA?
- 2.2 ¿Cuáles son los medios de promoción que utilizan hacia dichas Peñas, el Instituto Nacional de Promoción Turística y el Ente de Turismo de la CABA?
- 2.3 ¿Qué rol ha tomado con respecto a este Patrimonio Cultural el poder político de la CABA?

Hipótesis:

- 1- Es viable activar el patrimonio cultural de las Peñas Folklóricas como un atractivo turístico más que representa parte de la identidad argentina en la CABA.
- 2- Las Peñas Folklóricas podrían ser legitimadas como Patrimonio Cultural por la CABA ya que representan parte de la identidad argentina y han incrementado su desarrollo desde el año 2000 en dicha Ciudad. Esto podría beneficiar y alentar su turistificación.

Objetivos Generales:

1. Estudiar la viabilidad turística de la Peñas Folklóricas de los barrios de Palermo, Almagro, Balvanera, Montserrat y Caballito en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
2. Conocer su relevancia en el Patrimonio Cultural en la CABA.
3. Determinar la viabilidad turística de las Peñas Folklóricas del área de estudio a través de un análisis FODA.

Objetivos específicos:

- 1.1 Analizar si las Peñas Folklóricas pueden constituirse en una oferta turística viable.
- 1.2 Elaborar un perfil de la demanda.
- 1.3 Identificar los medios de promoción que utilizan las Peñas Folklóricas del área de estudio.
- 1.4 Determinar la relación existente entre las Peñas Folklóricas y la actividad Turística.
- 2.1 Detectar a qué se le atribuye el incremento del desarrollo de las Peñas Folklóricas en la CABA.
- 2.2 Identificar los medios de promoción que utilizan el Instituto Nacional de Promoción Turística y el Ente de Turismo de la CABA hacia dichas Peñas.
- 2.2 Determinar las acciones que lleva a cabo el Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires con respecto a este Patrimonio Cultural.
- 3 Determinar la viabilidad turística de las Peñas Folklóricas a través de un análisis FODA.

Limitaciones

Sin duda, una de las mayores limitaciones que se han encontrado para la realización de este trabajo, fue que no existe un relevamiento oficial de las Peñas Folklóricas. Por lo tanto, hay una carencia de datos sobre el objeto de estudio ya que no se puede conocer la cantidad de Peñas existentes en la Ciudad.

Otra gran limitación, fue la escasa bibliografía existente al respecto, en cuanto a la vinculación de las Peñas Folklóricas con el folklore argentino.

Antecedentes:

A pesar de una exhaustiva búsqueda no se han encontrado antecedentes. Lo que se ha podido encontrar son investigaciones referidas al folklore en sus diferentes facetas: historia, etimología, danzas, música y artesanías. Pero ninguna investigación con respecto a Peñas Folklóricas.

Propósitos

Con la presente investigación, se pretende realizar algún aporte al Ministerio de Turismo de la Nación y al Ente de Turismo de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Asimismo, para aquellos interesados en estudiar el tema y como base para estudios posteriores.

Justificación:

La Ciudad Autónoma de Buenos Aires, es una de las sociedades más cosmopolitas y grandes del mundo, posee una gran variedad de propuestas culturales para todos los turistas que llegan a ella. Entre esta variedad cultural se encuentran las danzas y las costumbres tradicionales, que año a año se afianzan a través de las Peñas Folklóricas, donde se ofrecen diversas opciones para conocer la música popular, representante del pueblo argentino.

De lo expuesto precedentemente es que surge el presente trabajo: a través de las herramientas que se han adquirido a lo largo de la carrera de turismo, se analizarán las Peñas Folklóricas de la CABA, para determinar si las mismas pueden constituirse en una oferta turística viable.

La música folklórica, que durante mucho tiempo estuvo vinculada con determinados ámbitos geográficos, hoy se está expandiendo. Cada vez más Peñas criollas se congregan en el centro y en los barrios de Buenos Aires. Se trata de lugares de encuentro para gente de edades diversas, con una especial sensibilidad hacia los sabores regionales, la música autóctona y las danzas nativas. Las Peñas porteñas invitan a bailar, probar platos típicos y compartir noches de canto y alegría, la esencia folklórica exhibe la multiplicidad de elementos culturales que dieron vida y testimonio a la raíz criolla.

Creencias, celebraciones, costumbres, manifestaciones religiosas, modos de vida y adaptaciones del lenguaje de muchos pueblos, se trasladaron a sus danzas y músicas, como parte de un legado histórico, reproducido por generaciones como un documento de identidad. Y esto es lo que las Peñas Folklóricas ofrecen a sus visitantes: tanto extranjeros como nacionales. Son importantes ya que ellas son las que mantienen vivo el folklore. Además, integran parte del Patrimonio Cultural Intangible de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Este trabajo tendrá como objetivo determinar la viabilidad turística de este tipo de patrimonio cultural y la posibilidad de su patrimonialización por parte de la CABA.

Se analizarán las Peñas Folklóricas de los Barrios de Palermo, Almagro, Balvanera, Montserrat y Caballito porque a partir de datos recabados mediante la tarea de campo, se advirtió que es el lugar geográfico donde se concentran la mayor cantidad de Peñas, constituyéndose un circuito establecido por quienes concurren a las mismas.

Por otra parte, considero al tema de significación dado que las peñas forman parte de la identidad argentina, son un medio de expresión y son un lugar de intercambio y síntesis cultural.

Marco Teórico

Marco Referencial:

Características generales de la Ciudad de Buenos Aires⁴:

La ciudad de Buenos Aires es la capital de la República Argentina, ubicada en el hemisferio sur del continente americano, latitud 34° 36' y longitud 58° 26'. La ciudad se extiende sobre un terreno llano, y tiene una superficie de 202 Km. cuadrados. Viven allí aproximadamente 3 millones de personas. Sumando la población del área metropolitana, la población total supera los 10 millones de habitantes, lo que la convierte en uno de los 10 centros urbanos más poblados del mundo.

El Río de la Plata y el Riachuelo son sus límites naturales hacia el este y el sur. La avenida de circunvalación General Paz, que bordea la ciudad de norte a oeste, completa el límite de la ciudad. Posee 48 barrios para recorrer pero las zonas más visitadas, por turistas nacionales y extranjeros, son el Abasto, Puerto Madero, San Telmo, Recoleta, Palermo, La Boca, Monserrat.

A continuación un mapa de la Ciudad de Buenos Aires:⁵

⁴ Sitio oficial de turismo de la Ciudad de Buenos Aires. www.bue.gov.ar.

⁵ Sitio oficial de turismo de la Ciudad de Buenos Aires. www.bue.gov.ar.



Acerca de los barrios seleccionados para la presente investigación⁶:

Palermo

El barrio de Palermo es principalmente residencial aunque con edificios de oficinas que fueron incrementándose en la última década. Se destaca por sus elegantes viviendas y sus calles arboladas. Es un barrio muy extenso con sectores bien diferenciados. Se destaca por la variada oferta cultural, gastronómica, y por su apabullante vida nocturna.

Está comprendido por las calles Jerónimo Salguero, Vías del F.G.B.M., Tagle, Av. Las Heras, Coronel Díaz, Mario Bravo, Av. Córdoba, Av. Dorrego, Crámer, Jorge Newbery, Av. Cabildo, Zabala, Av. Valentín Alsina, Av. Figueroa Alcorta y La Pampa, y por el Río de la Plata. Limita con los barrios de Recoleta al sudeste, Almagro al sur, Villa Crespo al sudoeste, Chacarita y Colegiales al oeste y Belgrano al noroeste, y con el Río de la Plata al noreste.

Los Bosques de Palermo se encuentran localizados en esta zona, y son el pulmón verde de la ciudad. Se trata de una extensa zona parquizada, en una

⁶ Sitio oficial de turismo de la Ciudad de Buenos Aires. www.bue.gov.ar

de las áreas más ricas de la ciudad, y en sus límites encierra un campo de golf, una cancha de polo, el Planetario Galileo Galilei, un velódromo, y el Jardín Japonés, administrado por la colectividad nipona. Además, el antiguo paseo del Rosedal y un lago. A lo largo de las avenidas que lo flanquean hay elegantes residencias, embajadas y torres de departamentos.

En Palermo se encuentran el Jardín Botánico y el Zoológico de la ciudad, que, junto con "los Bosques", reflejan las ideas urbanísticas de la clase política de fines del siglo XIX, liberal, cientificista y modernizadora.

Palermo es sin embargo un barrio muy extenso (con casi 16 km² es de hecho el barrio porteño más grande), con sectores diferenciados. El llamado Palermo Chico, que retoma el primer nombre del barrio en alusión a los inmigrantes sicilianos, es una zona de palacios y residencias, allí vive parte de la clase alta de la sociedad argentina. Palermo Viejo, en cambio, fue un barrio de inquilinatos, construidos a principios del siglo XX con la estructura de la llamada "casa chorizo" (habitaciones contiguas que daban a una galería abierta) y casas bajas de una o dos plantas. En los años 1980 del siglo pasado cundió en esa zona la fiebre restauradora: muchas casas fueron recuperadas arquitectónicamente y hoy son habitadas por profesionales y artistas.

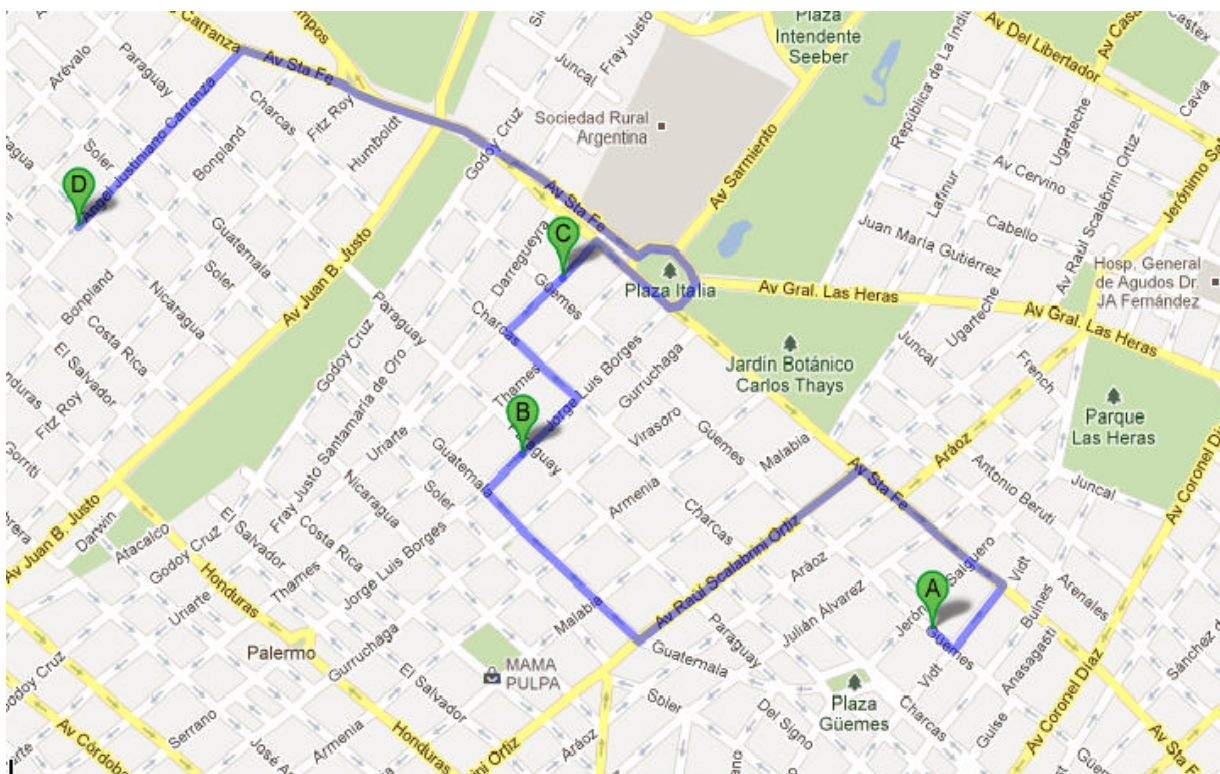
En Palermo Viejo se encuentran cafés, casas de diseño, salas de teatro "alternativo" y un gran número de restaurantes que le han dado una vida bulliciosa.

En otro sector del barrio, urbanísticamente deprimido, se instalaron productoras televisivas y un canal de TV, lo que dio lugar a la apertura de nuevos restaurantes y cafés, siempre poblados y, mayormente, con música a alto volumen. Esa zona recibió el nombre de "Palermo Hollywood", ya que es frecuentada por la gente del medio televisivo y cinematográfico

Con los años se extendió el modo de subdividir al barrio asignándole nombres no oficiales a ciertas zonas, muchos de estos nombres existen hace años y otros fueron creados en los últimos años, siendo fruto de criterios inmobiliarios. Entre estos barrios se encuentran Las Cañitas, entre las calles Luis María Campos, Maure, Soldado de la Independencia y Chenaut; Palermo Chico, también llamado Barrio Parque, al este de Avenida Del Libertador, entre Cavia y Tagle; Palermo Hollywood, en Palermo Viejo, al Norte de Avenida Juan B. Justo; Palermo Soho, en Palermo Viejo, al Sur de Avenida Juan B. Justo y en las inmediaciones de la Plazoleta Serrano (Oficialmente Plazoleta Cortázar) y Plaza Armenia y Palermo Viejo, entre las avenidas Córdoba y Santa Fe, desde Dorrego hasta Scalabrini Ortiz.

A continuación se muestra el plano del barrio de Palermo, con las Peñas Folklóricas respectivas.⁷

⁷ <http://www.googlemaps.com>



- A) “Peña Del Colorado”.
- B) Peña “Los Cardones”.
- C) Peña “De Los Chillado Biaus”.
- D) Peña “El Empujón del Diablo”.

Almagro

El barrio de Almagro está comprendido por las calles Av. Ángel Gallardo, Estado de Israel, Av. Córdoba, Gallo, Av. Díaz Vélez, Sánchez de Bustamante, Sánchez de Loria, Av. Independencia, Av. La Plata, Av. Rivadavia y Río de Janeiro. Limita con los barrios de Villa Crespo al noroeste, Palermo y Recoleta al norte, Balvanera al este, Boedo al sur, y Caballito al oeste.

En sus orígenes, Almagro fue poblado por vascos y después por inmigrantes italianos. Los conventillos del lugar alcanzaron cierta fama ciudadana.

Los límites del Barrio de Almagro son: las avenidas Angel Gallardo, Estado de Israel y Córdoba, al este por Gallo, avenida Díaz Vélez, Sánchez de Bustamante y Sánchez de Loria, al oeste por la avenida La Plata y Río de Janeiro y al sur por la avenida Independencia. Pese a ser este, un barrio amplio, cuenta solamente con una plaza que lleva el nombre del barrio, se ubica en las calles Salguero, Sarmiento, Bulnes y Perón.

Rivadavia y Medrano o Rivadavia y Castro Barros, fueron y siguen siendo puntos de encuentros, en estas célebres esquinas funcionaron la tienda

“14 Provincias”, la confitería “Las Violetas”, fundada en el año 1884 y que aún sigue funcionando.⁸

Montserrat

Montserrat fue el primer barrio porteño, y congrega la mayoría de edificios históricos de la ciudad, está ubicado en el casco histórico de la Ciudad y está comprendido por las calles Av. Rivadavia desde 1799 hasta 1, ramal oeste de la Av. Leandro N. Alem desde 1 hasta 100, Bartolomé Mitre desde 99 a 1, Av. Rosales desde 10 hasta 1, Av. La Rábida norte desde 1 hasta 200, Av. Ingeniero Huergo desde 1 hasta 200, Chile desde 1 hasta 799, Piedras desde 701 hasta 800, Av. Independencia desde 801 hasta 1799 y Av. Entre Ríos desde 799 hasta 99. Limita con los barrios de San Nicolás al norte, Puerto Madero al este, San Telmo y Constitución al sur, y Balvanera al oeste.

A lo largo de muchos años fue llamado *"Barrio del Tambor"* o *"Barrio del Mondongo"* por la gran cantidad de esclavos negros que vivían allí.

Algunos de los sitios de interés ubicados en el barrio son: el Cabildo, la Casa de Gobierno y la sede del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, frente a la Plaza de Mayo; la Plaza del Congreso, frente al Congreso (ubicado en el barrio de Balvanera; y las iglesias de Montserrat, San Francisco y Nuestra Señora del Rosario, el Convento de Santo Domingo y la Avenida de Mayo con edificios clásicos como el Teatro Avenida.

También dentro del barrio se encuentra la histórica Manzana de las Luces que, antiguamente, fue el edificio sede de la Universidad de Buenos Aires y de la Sala de Representantes. Edificios destacables son la Iglesia de San Ignacio, la Procuraduría de las Misiones Jesuíticas y el Colegio Nacional de Buenos Aires y el Palacio Barolo, conocido como «Pasaje Barolo», ya que une la Avenida de Mayo y la calle Hipólito Yrigoyen.

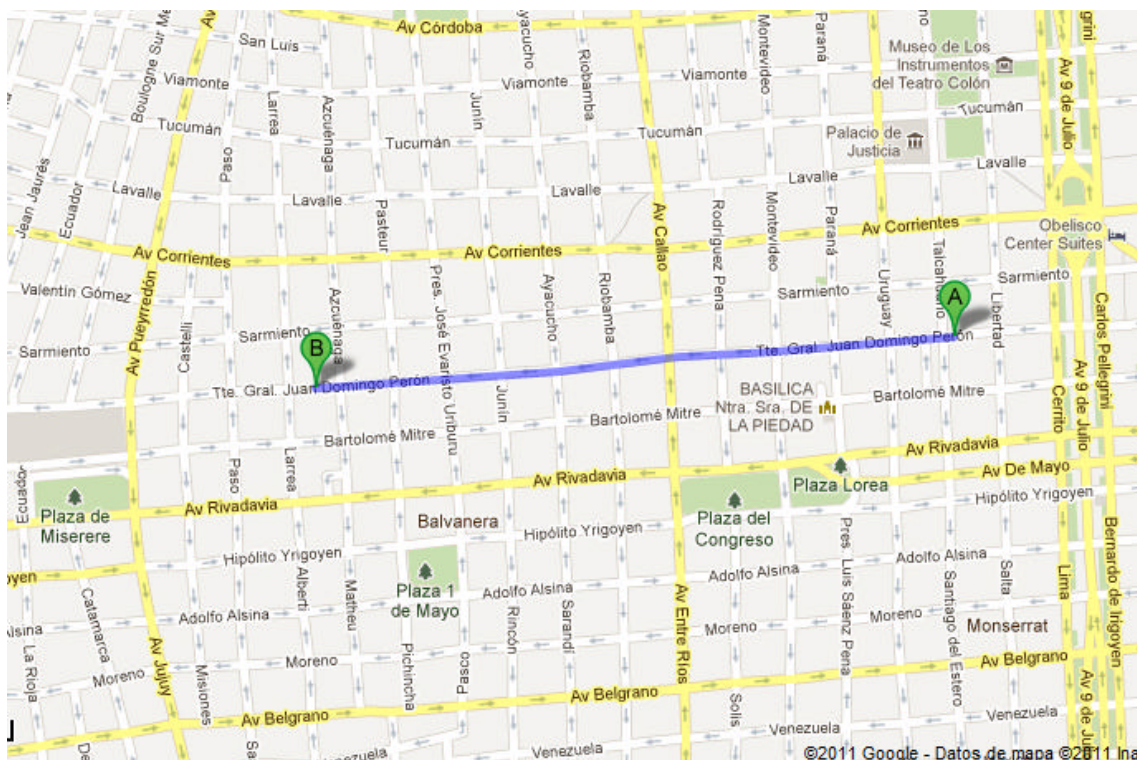
A continuación se muestra un plano con las calles donde se encuentran las Peñas del área de estudio correspondiente a los Barrios de Almagro y Monserrat⁹.

⁸ Sitio oficial de turismo de la Ciudad de Buenos Aires. www.bue.gov.ar

⁹ <http://www.googlemaps.com>

La mayoría de los vecinos de Balvanera vive en departamentos de edificios construidos en pequeños solares. La densidad de población es muy alta, y la proporción de espacios verdes considerada insuficiente. El reducido espacio verde de la Plaza Miserere está habitualmente colmado por personas haciendo cola para tomar el colectivo y ocupado en gran medida por vendedores ambulantes. El mausoleo del presidente Rivadavia, ubicado en la plaza, suele estar cubierto de grafitis; una valla protectora construida alrededor ha mejorado notablemente su aspecto y estado de conservación.

A continuación un plano del barrio indicando la ubicación de las Peñas Folklóricas:



- 20

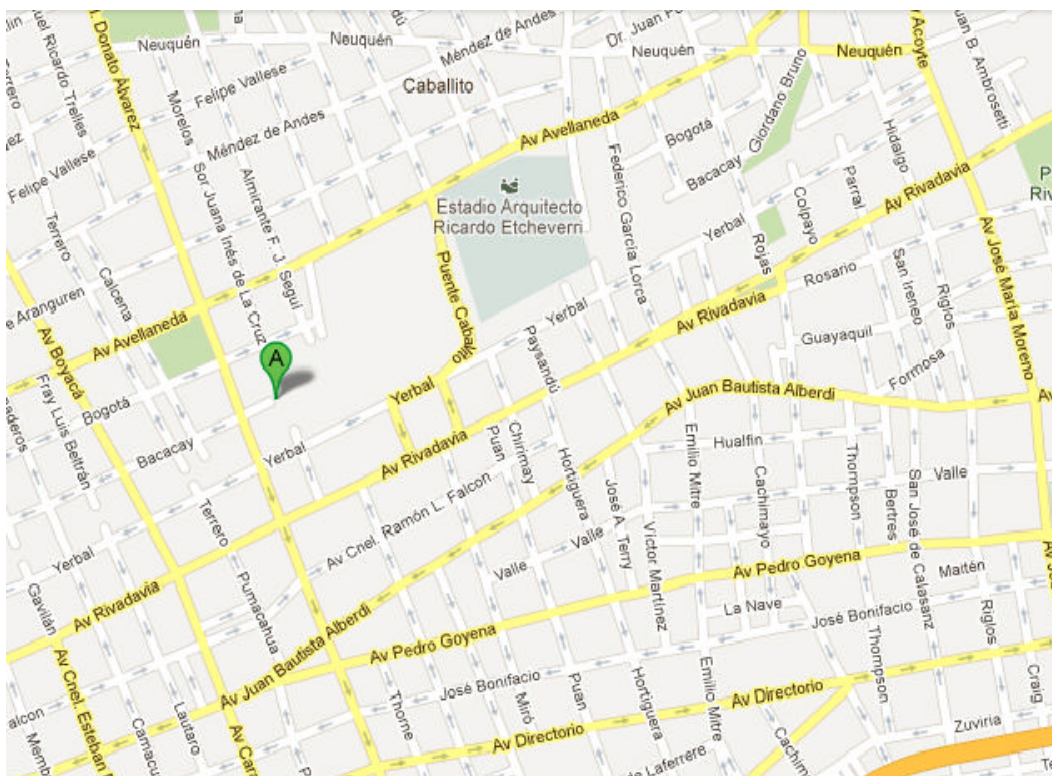
Caballito

Se encuentra en el centro geográfico de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Está comprendido por las calles Av. Juan B. Justo, Av. San Martín, Av. Ángel Gallardo, Río de Janeiro, Av. Rivadavia, Av. La Plata, Av. Directorio, Curapaligue y Tte. Gral. Donato Álvarez. Limita con los barrios de Villa Crespo al norte, Almagro y Boedo al este, Parque Chacabuco al sur, y Flores y Villa Mitre al oeste.

Es uno de los barrios más poblados de la Capital Federal, y segundo más densamente poblado, solamente por detrás de la Recoleta. Esto último ha causado diversos problemas en los servicios y protestas de los vecinos por la gran cantidad de torres que se han erigido en los últimos años en toda la superficie del barrio. Cuenta con clubes centenarios: Ferrocarril Oeste y Club Italiano.

Como todos los barrios del oeste, también éste progresó en forma notable con la llegada del ferrocarril y del subterráneo

En el plano siguiente se indica la ubicación de la Peña Folklórica relevada en el barrio¹⁰:



A) Peña “La Resentida”.

¹⁰ <http://www.googlemaps.com>

Una vez descriptos los barrios en los cuales se realizará el relevamiento de las Peñas, a continuación se hará mención de los **antecedentes históricos sobre el desarrollo de la música folklórica argentina en el ámbito urbano**¹¹:

Pueden considerarse como los precursores de las "Peñas" a los primeros "Centros Criollos" de fines del siglo XIX que estaban integradas por obreros, empleados y algunos profesionales del interior del país. Estos "Centros Criollos" reconocen un antecedente en las viejas tertulias españolas, más concretamente andaluzas, que a su vez fueron heredadas de las culturas árabes que dominaron el sur de España antes de la conquista de los Reyes Católicos.

Como primer antecedente se encuentra en 1898 el "Centro Criollo La Pampa". También entre las primeras podemos mencionar a "La Criolla" y A la Sociedad Criolla de Buenos Aires y años más tarde, "Leales y Pampeanas", fundada en 1932 que contó con figuras como Carlos Gardel, Mercedes Simone, Martha de los Rios, Los Trovadores de Cuyo, Argentino Valle y Félix Pérez Cardozo entre otros.

Estos lugares albergaron a inmigrantes del interior del país y también del exterior, que utilizaban este tipo de expresión cultural como mecanismo de integración por la fuerte filiación de estos lugares con lo criollo y lo popular. Esta conjunción de espacio físico dedicado a la música popular argentina, al canto, al baile, a sus comidas y bebidas típicas, que reúnen gente que expresa su cultura, ha tenido una evolución particular.

Las décadas del '50, '60 y '70 fueron un despertar masivo de las expresiones vinculadas a la música popular argentina, generando una expansión destacable en las áreas urbanas de Buenos Aires. Esto se debió, entre otras cosas, a un decreto de orden nacional de fines de 1949 que dispuso la obligatoriedad de difusión radial y pública de música de igual proporción entre nacional y extranjera lo cual fue destacado por su crecimiento en diferentes expresiones.

En Buenos Aires, muchos clubes de la Ciudad y del Gran Buenos Aires, organizaban peñas a las que asistían entre 500 y 1000 personas. En estas reuniones había música y baile masivo que se organizaban los fines de semana en las que tocaban grupos populares y artistas circunstanciales, recorriendo los diferentes clubes y a las que asistían de todos los sectores sociales.

Durante la década del '60 surgieron cantantes y grupos de fama reconocida como:

- Los Hermanos Ábalos;
- Los Fronterizos;

¹¹ Proyecto de ley. Recopilación realizada por Esteban López y el Chango Farías Gómez. Año 2005.

- Los Tucu-Tucu;
- Los Chalchaleros;
- Mercedes Sosa;
- Ariel Ramírez.

Fue una época de gran creatividad poética y musical. Surgió también el Festival de Cosquín dando impulso a las Peñas alrededor de la Plaza “Próspero Molina” de esa ciudad cordobesa.

Este impulso decreció durante la dictadura militar y posteriormente, la vuelta a la democracia hizo resurgir estas expresiones, incluso asociadas a otros ritmos y músicos de otras extracciones.

En una mirada sobre ellas, la Peña “Achalay” una de las más importantes que se ubicaba en Esmeralda al 1000, era territorio de Los Hermanos Ábalos y allí se difundían las danzas criollas, mediante el aporte de santiagueños que llegaban a Buenos Aires.

Otras famosas fueron:

- “ Mi Rincón y Mi Refugio” de Mobilio y Malouche;
- "El Estribo" en Tucumán al 700, que fue de gran importancia para el surgimiento y promoción de nuevos artistas como Eduardo Falú;
- "Ruca" - en Corrientes entre Paraná y Montevideo, que proveía comida y bebida a quienes actuaban generando disputas por subir al escenario en el que se destacaron los hermanos Manuel, Pepe y Roberto Abrojos;
- La peña "Trocadero", en donde las zambas, chacareras y milongas eran atracciones corrientes;
- La peña "Nobel" en Lavalle y Esmeralda, donde tocaban Luis Alberto Peralta Luna y su conjunto “Ollantay”.

Estas peñas eran los lugares de reunión de los músicos llegados del interior. Muchos de ellos como Arsenio Aguirre, Alfonso Zabala, Polo Jiménez, Dardo Félix Palorma, las hermanas Vera Molina, se alojaban en el hotel "Du Midi", en Cerrito 34, que era también punto de reunión y *mateadas*. El restaurante “El Pensamiento”, en Plaza Lorea, era un lugar de reunión por las noches, sin escenario ni micrófonos.

La peña “El Hormiguero” en M. T. de Alvear entre Pellegrini y Suipacha se ubicaba en un subsuelo donde se podía escuchar a “Los Manseros Santiagueños” con Carlos Carabajal y a Los Indianos.

Hernán Figueroa Reyes y su madre, Mariela Reyes, fundaron “El Palo Borracho” en un subsuelo de Juncal y Callao. En esa Peña Jorge Cafrune anunció su gira "de a caballo" por la Patria y que fuera la forma en que encontró trágicamente la muerte al ser embestido en cercanías al Tigre. En otra sede de ésta, debutaron el Chango Nieto y Los Peregrinos.

En el barrio de Flores funcionó "El Píal" y en Congreso, "El Gallito".

También se pueden recordar a "Piedra Libre", "El Sótano de Carlino", "La Querendona", "El Tablón", la peña de "Ollantay", y "La Flor", todas ellas repartidas por diferentes barrios de la Ciudad.

Las Peñas de los clubes sociales y deportivos también tuvieron su momento destacado, en forma permanente los fines de semana o para fechas patrias. Entre ellas: "La Palomita", en el club Vélez Sarsfield; "La Ribereña", en el club River Plate; "El Rescoldo", en el club Boca Juniors y otras en los clubes Ciudad de Buenos Aires, Italiano, Gimnasia y Esgrima y Ferrocarril Oeste.

En la década del '90 reaparecen en forma masiva con el resurgimiento general de la música popular argentina.

En la cantidad y diversidad de locales que se han desarrollado, se puede apreciar la magnitud de esta expresión cultural en la Ciudad de Buenos Aires.

Habiendo expuesto un antecedente histórico de las Peñas en la urbe porteña, a continuación se expondrá una breve reseña sobre las danzas folklóricas argentinas, debido a que han sido mencionadas en la investigación y resulta importante conocer su origen, ya que estas danzas son interpretadas en las Peñas Folklóricas y son parte del acervo cultural argentino.

Carlos Vega¹² señala al respecto:

“Nuestras danzas no son las folklóricas españolas. Los bailes criollos son los antiguos bailes cortesanos europeos americanizados. La corriente de los salones y la del teatro son las principales vías de transporte y de penetración. Nuestros bailes llegaron de España; pero también a través de España, y directamente de Francia”.

Vega agrega que las danzas de los soldados y de los colonos, esto es, las folklóricas españolas, inseparables de su patrimonio espiritual en marcha, murieron en América con ellos o con sus hijos. No llegaron los bailes en bloques y al comienzo, sino en todos los tiempos, como hasta hoy. “América folklórica no es España folklórica sino España culta, Europa culta. América folklórica es una retardada selección de la Europa superior”.

Las danzas no llegaron directamente a cada lugar, los bailes cortesanos europeos se instalaron en las ciudades virreinales y se crearon en ellos focos

¹² Carlos Vega, “Acerca del origen de las danzas folklóricas argentinas”, en: Revista del Instituto de Investigación Musicológica “Carlos Vega”, N° 1, 1977, p. 9-10

independientes de transformación y difusión. Tres ciudades asumieron en Sudamérica el control, la promoción y la difusión: Lima, primero, y durante siglos; Río de Janeiro y Buenos Aires después. Varias ciudades se convirtieron en subfocos de promoción e irradiación.

Los bailes europeos no se mezclaron con los indios y los africanos para elaborar los bailes criollos; descendieron de los salones superiores a todos los grupos que los sociólogos llaman “inferiores”, pero no consta que los híbridos así formados, ascendieran de nuevo de alguna aldea a los salones para alcanzar dispersión continental.

No hay en las danzas formas indias o africanas generalizadas (el Carnavalito vive en un islote); las influencias negra e indígena se sienten a veces en el estilo. Los negros, en particular “vitalizan el ambiente americano con imponderable inyección de temperamento, de aptitudes, de maneras de hacer”... No de formas. Se refiere al ambiente criollo por excelencia, al criollo europeo y no a los reductos africanos sobrevivientes...”

Marco Conceptual

Para poder llevar a cabo este trabajo es necesario que se establezcan y definan los conceptos que serán utilizados.

Turismo

Definir al **turismo** no ha resultado nada fácil a lo largo de la historia, ya que se trata de una disciplina joven y de carácter multidisciplinario. Existe todavía un debate abierto para intentar llegar a un concepto unívoco y estándar del turismo que quede reflejado en una definición universal.

Montaner Montejano define al turismo “como la teoría y la práctica de todas las actividades relacionadas con la atracción, prestación de servicios y satisfacción de las necesidades de los turistas”¹³

Por otro lado Roberto Boullón señala que el turismo no es una ciencia ni una industria con o sin chimeneas, es la consecuencia de un fenómeno social cuyo punto de partida es la existencia del tiempo libre¹⁴. En cambio la OMT (Organización Mundial de Turismo) aporta una definición más amplia y flexible que concretiza las características más importantes del turismo. La cual se tendrá en cuenta para la presente investigación:

*“El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a los de su entorno habitual, por un periodo inferior a un año, con fines de ocio, por negocio y otros motivos”*¹⁵

En dicha definición introduce los posibles elementos motivadores del viaje; da una acotación temporal a la estadía del turista; y hace mención de la Localización de la actividad turística como la actividad realizada “fuera de su entorno habitual”.

Según la OMT para que exista el turismo es necesario que el turista permanezca más de 24 horas fuera de su domicilio. Por oposición queda definida la **recreación** “como todos aquellos usos del tiempo libre por periodos inferiores a las 24 horas”

Habiendo expuesto la definición de recreación, damos cuenta de que el turismo puede adoptar varias formas.

Las diferencias entre una forma y otra algunas veces son sutiles, pero lo suficientemente importante para originar una nueva clase.

¹³ Montaner Montejano, Jordi. “estructura del mercado turístico” ed. Síntesis 1996

¹⁴ Boullón, Roberto. Las actividades turísticas y recreacionales. Editorial Trillas. 1983.

¹⁵ Organización Mundial del Turismo. OMT. Introducción a Turismo. Madrid 1998

Turismo receptivo

Una de las formas que adopta el turismo, y que se conceptualizará, ya que, a lo largo de la investigación haremos mención de éste, es el Turismo Receptivo.

“Es el que se produce en un país, cuando llegan a él visitantes que residen en otras naciones con la intención de permanecer un tiempo limitado en el mismo, para luego viajar a otros países o regresar al lugar de origen. La permanencia debe ser igual o superior a las 24 horas”¹⁶

En algunos casos suele confundirse con turismo extranjero, lo cual es un error. Ya que en este caso se excluye a las nacionalidades que residiendo en el extranjero regresan a su país en viajes de vacaciones.

Pero para que tanto la actividad turística como recreacional pueda realizarse hace falta el elemento dinámico del sistema. Este es **El Turista** que es la persona que se traslada temporalmente de su lugar de residencia habitual hasta el lugar de destino por un periodo inferior a un año y superior a 24 horas y que tiene contacto directo con las costumbres del lugar de destino. Además es el elemento dinámico del sistema. Que más adelante se detallará.

Motivaciones

Todo viaje se realiza por una motivación¹⁷ la cual es causa del comportamiento de un organismo, o razón por la que un organismo lleva a cabo una actividad determinada.

El psicólogo estadounidense A. Maslow diseñó una jerarquía motivacional de 6 niveles que según él explicaba la determinación del comportamiento humano

Dichos niveles son:

- Fisiológicas
- De seguridad
- Amor y sentimientos de pertenencia
- Prestigio, competencia y estima social
- Autorrealización
- Curiosidad y necesidad de comprender al mundo circundante.

Esta última necesidad es elemental para el desarrollo del turismo.

Clasificación de las motivaciones según Boullón¹⁸

¹⁶ Boullón, Roberto. Las actividades turísticas y recreacionales. Editorial Trillas. 1983

¹⁷ Enciclopedia Microsoft. Encarta 98. 1993-1997. Microsoft Corporation.

¹⁸ Boullón, Roberto. Las actividades turísticas y recreacionales. Editorial Trillas 1990.

Si bien existen muchas causas que inducen al hombre a viajar, ya sea al extranjero o dentro del país, algunas son de orden práctico y transforman al viaje en una obligación (como por ejemplo viajes que se realizan por razones de salud, negocios, trabajos, entre otros). Estas son ajenas al sector turístico.

Las motivaciones también pueden ser:

- Por razones culturales o educativas: se refiere al deseo de conocer o volver a visitar lugares o cosas de las cuales se tiene un conocimiento previo bastante preciso; entre las que se encuentran las obras de arte, de arquitectura, ciudades antiguas o modernas, restos arqueológicos, curiosidades de la naturaleza o lugares de vida silvestre. También entran en esta categoría una convención, un seminario o un curso de corta duración.
- Por salud: incluye a aquellas personas que sin estar enfermas, viajan para concurrir a lugares especializados en técnicas de rejuvenecimiento entre otros.
- Por deseo de cambio: incluye la búsqueda de algo que compense los sentimientos de rechazo hacia el medio ambiente de trabajo, hacia la rutina de la vida cotidiana, hacia el núcleo familiar o social de pertenencia o hacia las presiones de la vida en la ciudad.
- Para efectuar compras: responden a la inclinación que todos tenemos por adquirir cosas típicas, que solo se consiguen en el lugar de origen y que pueden ser mostradas como testimonio del viaje.
- Por hedonismo: incluyen cosas muy concretas y otras un tanto ambiguas como pasarla bien, ver casas interesantes, experimentar emociones, divertirse o simplemente no hacer nada.
- Para descansar: que supone un sentimiento de agotamiento por diferentes factores.
- Para prácticas deportivas: motivación válida solo para aquellos que ya han adquirido una cierta habilidad y que viajan atraídos por la práctica del deporte.
- Para conocer: es el impulso más común que siente toda persona que decide viajar.

Sistema turístico

A lo largo de la investigación se usarán términos propios de la actividad turística, y por eso se hace necesario conceptualizar los términos como oferta turística; demanda turística; superestructura; producto y planta turística. Todos ellos, elementos que conforman el Sistema Turístico. A continuación se expondrán las definiciones de Molina, Boullón, y de la OMT analizando cada una de ellas.

Existen varios conceptos de sistema que se distinguen por su grado de complejidad, según Von Bertalanffy “Un sistema es un complejo de elementos interactuantes” Asimismo es un conjunto de partes o subsistemas que se relacionan e interactúan en busca de un objetivo común”¹⁹

En el caso del *turismo*, este se analiza a través de un *sistema abierto* relacionado con su medio ambiente, con el que establece una serie de intercambios. Este sistema posee canales de entrada por donde ingresa la energía, que una vez procesada sale por los canales de salida en forma de productos o servicios que se ofrecen al medio ambiente o supersistema socio cultural. Este sistema posee una relación con el entorno dinámico en constante cambio y adaptación.

Los *subsistemas* que integran el sistema turístico también son abiertos y dinámicos. Su entorno inmediato es el sistema turístico y el mediato, el supersistema sociocultural.

Este **sistema turístico** Según Molina²⁰ está integrado por las siguientes partes o subsistemas:

- **Superestructura:** Asume la función de regular el sistema turístico, recogiendo los intereses, expectativas y objetivos de los subsistemas restantes. Se divide en dos clases: **organizacionales:** son organismos del sector público, privado o intergubernamentales. **Conceptuales: son las leyes, reglamentos, planes y programas.**
Para el presente trabajo se tomará esta definición que hace Molina con respecto a Superestructura Conceptual, ya que se pondrán en relieve las leyes y reglamentaciones que rige para la actividad de la Peñas Folklóricas.
- **Demanda:** constituida por los turistas y por sus necesidades físicas y espirituales. Con necesidades físicas se refiere a la satisfacción fisiológica como el comer, dormir; y las espirituales a la contemplación, el aprendizaje, la autorrealización, etc. Compuesta por los turistas residentes en el país y los residentes en el extranjero.

¹⁹ Molina, Sergio. Conceptualización del turismo. Editorial Limusa. 2000

²⁰ Molina, Sergio, Conceptualización del Turismo, Limusa S.A., 2000

- **Atractivos:** son aquellos que se constituyen en uno de los principales motivadores y orientadores del flujo turístico. Los atractivos se clasifican de la siguiente manera:
 - ❖ Sitios naturales. (playas, lagos, montañas, etc.)
 - ❖ Museos y manifestaciones culturales. (ruinas arqueológicas, etc.)
 - ❖ Folclore (gastronomía, artesanías, etc.)
 - ❖ Realizaciones técnicas, científicas y artísticas contemporáneas. Eventos programados. (festivales, torneos, etc.)
 - ❖ **Equipamiento e instalaciones:** comprende al conjunto de establecimientos especializados en la prestación de servicios turísticos y a las instalaciones que los apoyan. *Equipamiento:* hospedaje (hoteles, moteles, camping, trailer-parks), alimentos y bebidas (restaurantes, bares, cafeterías), esparcimiento (discotecas) y otros servicios (agencias de viajes, comercios). En cuanto a las *instalaciones* se divide en: de agua y playa (muelle, marinas, etc.), de montaña (teleféricos, miradores, funiculares, etc.) y generales (piscinas, campos de golf, tenis, etc.)
 - ❖ **Infraestructura:** es la que presta los servicios básicos o de apoyo al sistema turístico. Puede clasificarse en *interna* (redes telefónicas, agua potable, vías de comunicación, etc.) localizadas dentro de los límites del destino y *externas* (aeropuertos, carreteras, terminales) es decir, los sistemas que contribuyen a enlazar al destino turístico con otro o con centros industriales-urbanos.
 - ❖ **Comunidad local:** conformada por grupos de individuos que residen en forma permanente en los polos o centros turísticos. Pueden estar directamente relacionados con el turismo o indirectamente relacionados.

Sin embargo la OMT, establece lo siguiente sobre los sistemas turísticos:

La Organización Mundial del Turismo señala que la naturaleza de la actividad turística es un resultado complejo de interrelaciones entre diferentes factores que hay que considerar conjuntamente desde una óptica sistemática, es decir, un conjunto de elementos interrelacionados entre sí que evolucionan dinámicamente²¹.

Se distinguen cuatro elementos básicos en el concepto de actividad turística.

- 1- La demanda: formada por el conjunto de consumidores posibles.
- 2- La oferta: compuesta por el conjunto de bienes o servicios que se ofrecen.
- 3- El espacio geográfico: fase física donde tiene lugar el encuentro entre la oferta y la demanda y en donde se sitúa la población residente, que si bien no es en sí misma un elemento turístico, se considera como un factor importante a la hora de planificar la actividad.

²¹ OMT. 1998

- 4- Los operadores del mercado: son aquellas empresas y los organismos cuya función principal es facilitar la interrelación entre la oferta y la demanda.

Boullón plantea un modelo de oferta-demanda centrando su interés en el llamado turismo comercial. El funcionamiento del sistema está originado en el encuentro de la oferta con la demanda turística a través de un proceso de venta del llamado producto turístico, que junto a la infraestructura forman la estructura de producción del sector. En el centro se representa la superestructura que vigila el funcionamiento e interrelación de las partes.

El **sistema turístico** que plantea Boullón posee elementos en común con los que plantea Molina en su sistema. Estas variables compartidas son: la demanda, los atractivos, la infraestructura, la superestructura y la planta turística. Sin embargo, Boullón por tener un enfoque diferente toma en cuenta otras variables que se detallan a continuación.

En el sistema de Boullón ²²se plantean distintos tipos de **demanda**:

La *demanda real* que indica la cantidad de turistas que hay en un momento dado en un lugar dado, y la suma de bienes y servicios solicitados por los consumidores de ese lugar durante el tiempo de estadía.

El *turista real - consumidor potencial* se refiere a los gastos adicionales que puede realizar la demanda real durante su estadía, en el consumo de bienes y servicios que no fueron pagados antes de salir de viaje.

La *demanda histórica*, es el registro estadístico de las demandas reales ocurridas en el pasado y el análisis de sus variaciones y tendencias para reducir el ritmo de su evolución.

La *demanda futura* es el resultado del cálculo que habrá que realizar, tomando como base las series cronológicas de las demandas históricas de un lugar dado para proyectar a partir del presente.

La *demanda potencial* es la que podría obtenerse desde una plaza de mercado emisor no conquistada, hacia otra plaza de mercado receptor y también los incrementos adicionales que podrían conseguirse de la demanda futura.

Otro concepto que plantea Boullón es la **Oferta Turística** que se entiende como la cantidad de mercancía o servicio que entra en el mercado consumidor a un precio dado y en un periodo dado. El producto turístico no es acumulable ya que cada vez que expira el tiempo de duración de un servicio, su oferta se renueva y si no se vende se pierde.

Esta oferta está integrada por los servicios que suministran los elementos de la planta turística y por algunos bienes no turísticos, los cuales se comercializan en el sistema turístico. Plantea que para que un servicio turístico se convierta en oferta debe ser conocido por el consumidor y eso se realiza a través del proceso de venta.

²² Boullón, Roberto, Planificación del espacio turístico, Trillas, México, 1997

Este **Proceso de venta** es el encuentro de la oferta y la demanda a través del proceso de compra-venta, con la particularidad de que es el consumidor quien se desplaza al lugar geográfico en que se localiza la oferta. Otra particularidad es que a través del turismo se comercializan servicios específicos y bienes que provienen de otros sectores. La oferta turística alcanzará un mercado siempre que el precio sea competitivo.

Otro concepto importante es el de **Producto turístico** que está formado por los mismos bienes y servicios que forman parte de la oferta. Este producto según el consumidor es aquel que le permite pasear, visitar los atractivos, hacer deportes y divertirse.

Otro término que Molina no tiene en cuenta, pero será importante en el presente trabajo, es el de **Patrimonio turístico**: el patrimonio de un país se determina a partir de la integración de cuatro componentes: Atractivos turísticos, planta turística, infraestructura y superestructura turística.

Siguiendo la secuencia de los elementos anotados más arriba, se define sin mayores complicaciones el concepto de *patrimonio turístico* como la relación entre la materia prima (atractivos turísticos), 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).

Después de haber presentado los conceptos de diferentes autores acerca del Sistema Turístico, cabe aclarar que para la investigación se utilizará el concepto de Boullón, que si bien no contradice ninguna de las otras definiciones presentadas, lo que señala Boullón con respecto a este tema se encuadra más con el presente trabajo. Es más abarcativo a la hora de mencionar la demanda y considera una variable muy importante que es la de patrimonio turístico. Menciona el proceso de venta y explica cómo es la relación entre la oferta y la demanda. Esto no sucede con los conceptos que brindan Molina y la OMT respectivamente.

Clasificación de los Atractivos Turísticos.

Hay que tener en cuenta que la planta turística requiere de los **atractivos turísticos** que son materia prima que se obtiene de los recursos naturales o culturales.

“Las atracciones turísticas por excelencia de las ciudades son sus recursos culturales, ya sean las artes, en la forma de cine, teatros, espectáculos; la historia en la forma de museos, monumentos, patrimonio, arquitectura; los centros educativos; el entretenimiento en sus numerosas formas, así como la gastronomía y la propia dinámica, la agitación cotidiana. Inclusive cuando se trata de atractivos “naturales” en la forma de parques y jardines botánicos, se trata de una naturaleza intervenida por la cultura.”²³

²³ Boto, L “Turismo en Áreas Metropolitanas”, Ed. Fundación Proturismo, 1ª ed.; Bs. As 2010.

Los atractivos constituyen uno de los principales motivadores y orientadores del flujo turístico. Boullón, Molina y Cárdenas Tabares coinciden en la clasificación de atractivos turísticos en la siguiente manera^{24,25}:

Clasificación de los A. Turísticos (Categoría)	Tipo
1. Sitios Turísticos	1.1 Montañas, 1.2 Planicies, 1.3 Costas, 1.4 Lagos, lagunas y esteros, 1.5 Ríos y arroyos, 1.6 Caídas de agua, 1.7 Grutas y cavernas, 1.8 Lugares de observación de flora y fauna, 1.9 Lugares de caza y <u>pescas</u> , 1.10 Caminos pintorescos, 1.11 Termas y 1.12 Parques nacionales y reservas de flora y fauna
2. Museos y Manifestaciones Culturales – Históricas	2.1 Museos, 2.2, Obras de <u>arte</u> y Técnica, 2.3 Lugares históricos y 2.4 Ruinas y sitios arqueológicos.
3. Folklore	3.1 Manifestaciones religiosas y creencias populares, 3.2 Ferias y mercados, 3.3 Música y danzas, 3.4 Artesanía y artes populares, 3.5 Comidas y bebidas típicas, 3.6 Grupos étnicos y 3.7 Arquitectura popular y espontánea.
4. Realizaciones Técnicas, Científicas o Artísticas Contemporáneas	4.1 Explotaciones mineras, 4.2 Explotaciones agropecuarias, 4.3 Explotaciones industriales, 4.4 Obras de arte y técnica y 4.5 Centros científicos y técnicos.
5. Acontecimientos Programados	5.1 Artísticos, 5.2 Deportivos, 5.3 Ferias y exposiciones, 5.4 Concursos, 5.5 Fiestas religiosas y profanas y 5.7 Otros.

Fuente: Roberto C. Boullón.

Cabe señalar que existe una evaluación de los atractivos ya enumerados para establecer su interés turístico sobre bases objetivas y comprobables, asignándoles la jerarquía correspondiente. Estas se denominan de mayor a menor del 5 al 1, también se consideran jerarquías inferiores al umbral mínimo, como es el caso de la jerarquía 0:

- Jerarquía 5: atractivo excepcional y de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por si solo de motivar una importante corriente de visitantes (actual o potencial), cuantificada como un porcentaje total de la demanda del país o de algún mercado específico.
- Jerarquía 4: atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente (actual o futura) de visitantes del mercado interno o externo pero en menos cantidad que los de la jerarquía 5, ya sea por si solo o en conjunto con otros atractivos.

²⁴ Molina, S. "Conceptualización del Turismo", Ed. Limusa S.A., 3º reimpresión; México, 2000

²⁵ Boullón, R. C. "Planificación del Espacio Turístico", Trillas, México, 1997.

- Jerarquía 3; atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de largas distancias, sea mercado interno o externo, que hubiese llegado a la zona por otras motivaciones.
- Jerarquía 2; atractivos con méritos suficientes para ser considerados importante para el mercado interno, pero sin condiciones para el turismo internacional y que forma parte del patrimonio turístico.
- Jerarquía 1; atractivos con méritos suficientes para considerarlos en las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden complementar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico.
- Jerarquía 0; atractivos cuyas cualidades no permiten incorporarlos a la jerarquía 1.²⁶

Las Peñas Folklóricas se encuadrarían en la jerarquía N° 3. Ya que posee rasgos llamativos, por no existir otro lugar donde se puedan degustar comidas regionales y poder ser partícipes activos de las actividades que se realizan en las Peñas, como bailar, cantar o tocar algún instrumento. Esto puede llegar a interesar al turismo receptivo y al turismo interno.

Conceptos de actividad turística y recreacional²⁷

Si las cosas que quiere hacer el turista se les llama actividades turísticas, estas se transforman en el elemento a partir de la cual nace, se desarrolla y justifica la totalidad el sistema turístico.

En el caso de la recreación, trazar un esquema de actividades es importante debido a que se debe tener en cuenta el tiempo y que deben desarrollarse dentro de la ciudad. Para el análisis de las actividades turísticas y recreacionales, son parte de tres variables conducentes a profundizar su conocimiento:

- a) Especie de la actividad: se refiere a las diferentes clases en que se pueden ordenar las actividades turísticas: la especie Esparcimiento; Visitas culturales; Visitas a sitios naturales; Deportivas; Asistencia a acontecimientos programados.

En este caso la actividad de las Peñas Folklóricas se encuadraría en “asistencia a acontecimientos programados”. Cada una de las anteriores categorías se subdivide en: “Actividades al aire libre” y “Actividades bajo espacio cubierto”.

Las Peñas se pueden desarrollar tanto en espacio cubierto como al aire libre.

²⁶ Cárdenas Tabares, Fabio, Proyectos Turísticos, México, Trillas, 1996

²⁷ Boullón, R.C. “Las Actividades Turísticas y Recreacionales”. Ed. Trillas 3° Edición; México, 1990.

b) Naturaleza de la actividad: esto se refiere a tomar como sujeto de análisis al propio turista o recreacionista, para investigar su comportamiento y actitud durante su visita. Dependiendo de las características de la actividad, la participación en ella puede variar en 5 posibilidades:

- 1) El turista es protagonista;
- 2) El turista es espectador;
- 3) La actividad se realiza individualmente;
- 4) La actividad se realiza en grupo;
- 5) La actividad produce concentración.

En cuanto a los turistas que visitan las Peñas Folklóricas, estos son turistas protagonistas o espectadores. Ya que pueden bailar, tocar algún instrumento o cantar, o simplemente se limitan a ver el *show*.

c) Estructura:

Dos factores son los que conducen al conocimiento de la estructura de una actividad, éstos son: **la intensidad y la distribución en el espacio**. La **intensidad** de la actividad investiga la importancia relativa de la misma, a través del número de turistas que la practican y su duración (que se refiere al número de días del año y a las mejores horas del día en que llega a su máxima expresión). Un ejemplo claro de esto es en la Peña "Los Cumpas", a través del trabajo de campo se pudo observar que esta peña jujeña, que si bien recibe muchos visitantes el segundo sábado de cada mes, el sábado del año que llega a su máxima expresión es en el mes de agosto, cuando realizan en el mes dos peñas, festejando el éxodo jujeño. El segundo factor al que se ha denominado **distribución en el espacio**, sirve para analizar y resolver las formas de ocupación del territorio y las necesidades de superficie de cada actividad. Para proceder a distribuir en el espacio el conjunto de actividades que integran un programa, se comienza por determinar la densidad, procedimiento por el cual se establece el número óptimo de personas por unidad de superficie para que se realice cada actividad. En cuanto a la Peña, esto se refiere al lugar que se debe disponer para bailar cómodamente, de disponer de un escenario acorde al tipo de espectáculo que se desarrollará (conjunto folklórico de canto, ballet folklórico, etc), un espacio donde los concurrentes puedan comer cómodamente y un espacio adecuado para el expendio de comidas y bebidas.

Una vez definido el marco teórico con respecto a los conceptos que tienen que ver con la actividad turística, a continuación se detallarán los conceptos vinculados con los temas medulares de la investigación.

Patrimonio

A continuación se desarrollará el concepto de Patrimonio y sus diferentes matices:

Se han encontrado varios conceptos de patrimonio, muchos sociólogos y antropólogos han intentado conceptualizar el término, de modo que a continuación se presentaran los conceptos que se han considerado propios para la presente investigación:

Santana señala que el Patrimonio es un concepto que alude a la historia y que entronca con la esencia misma de la cultura y añade que es la síntesis simbólica de los valores identitarios de una sociedad que los reconoce como propios.²⁸

En cambio Gil dice que el Patrimonio está constituido por todas las realizaciones del hombre a lo largo de generaciones sucesivas, trazadas a través de la relación del hombre con su medio físico y sus semejantes, con su intención de hacer el mundo habitable y por su necesidad de comunicarse con sus semejantes.²⁹

Sin embargo en La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO)³⁰ se ha encontrado una definición mucho más abarcativa, que contempla elementos que ni Gil ni Santana han tenido en cuenta en su definición y es la que se tendrá en cuenta para el presente trabajo:

*“El patrimonio de una nación lo conforman el territorio que ocupa, su flora y fauna, y todas las creaciones y expresiones de las personas que lo han habitado: sus instituciones sociales, legales y religiosas; su lenguaje y su cultura material desde las épocas históricas más antiguas. El patrimonio comprende los bienes tangibles e intangibles heredados de los antepasados; el ambiente donde se vive; los campos, ciudades y pueblos; las tradiciones y creencias que se comparten; los valores y religiosidad; la forma de ver el mundo y adaptarse a él. El patrimonio natural y cultural constituyen la **fuerza insustituible de inspiración y de identidad de una nación**, pues es la herencia de lo que ella fue, el sustrato de lo que es y el fundamento del mañana que aspira a legar a sus hijos”.*

La UNESCO agrega: “Lo que define a una nación es la **comunidad de sus miembros en su origen y destino**. En la actualidad, uno de los dilemas fundamentales de los países, es la necesidad de construir el futuro sin dejar de preservar el pasado, de conciliar el crecimiento económico con la cultura, de impulsar un desarrollo culturalmente sustentable. Hay muchos pueblos que

²⁸ Santana, Agustín y Llorenç Prats. “Revista de Turismo y Patrimonio Cultural”. Colección Pasos.

²⁹ Santana, Agustín y Llorenç Prats. “Revista de Turismo y Patrimonio Cultural”. Colección Pasos.

³⁰ UNESCO.

construyen proyectos de futuro a partir de la unidad que les otorgan sus sitios históricos, monumentos, arquitectura y su tradición”.

Patrimonio turístico y recurso turístico.

Antes de continuar se hace necesario aclarar los términos patrimonio turístico y recurso turístico, que si bien Boullón aclara a qué se refiere cuando hace mención al patrimonio turístico presentaremos las siguientes definiciones:

La OMT³¹ define al patrimonio turístico de un país, región o zona, como “Al conjunto potencial (conocido o desconocido) de los bienes materiales e inmateriales a disposición del hombre y que pueden utilizarse, mediante un proceso de transformación, para satisfacer sus necesidades turísticas”.

En cuanto a los recursos turísticos la OMT señala que son “todos los bienes y servicios que, por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad humana y satisfacen las necesidades de la demanda”.

Ramírez Blanco³² dice acerca de los recursos turísticos: “son aquellos elementos naturales, objetos culturales o hechos sociales, que mediante una adecuada y racionada actividad humana pueden ser utilizados como causa suficiente para motivar el desplazamiento turístico”.

Con respecto a las distinciones que se realizan en cuanto a recurso turístico y patrimonio turístico se enuncia lo siguiente:

La palabra “recurso” pasó inadvertidamente de la teoría económica al turismo. Pero el pasaje textual conlleva confusiones, porque en economía se entiende por recurso a la suma de tres factores: recursos naturales; recursos humanos y recursos de capital. Por otra parte, solo una de las cinco categorías en que se clasifica a los atractivos, se refiere a la naturaleza mientras que ninguna contempla a los recursos humanos y de capital. En cambio las cuatro restantes se refieren a cosas o sucesos culturales. Por esta razón, y para evitar más confusiones, es que hemos abolido la palabra recurso del lenguaje técnico turístico.³³

Para la presente investigación se tomará lo que señala Boullón, y se usará el concepto de patrimonio turístico. Se tendrá en cuenta también la definición de patrimonio turístico de la OMT.

³¹ Organización Mundial del Turismo (OMT). Introducción al turismo. 1997

³² Ramírez, B.M. “Teoría General del Turismo”. Ed. Diana. 2° edición; México, 1992

³³ Boullón, R.C. “Planificación del Espacio Turístico”. Ed. Trillas. 2° edición; México, 1997

Patrimonio Cultural

También así cabe definir qué se entiende por **Patrimonio Cultural**. Casanova Ferro³⁴ lo define como el conjunto de bienes muebles o inmuebles, ubicados dentro del territorio del país en cuestión, cualquiera sea su régimen jurídico o titularidad, que en sus aspectos tangibles e intangibles, materiales y simbólicos, y que por su significación intrínseca y/o convencionalmente atribuida, definen la identidad y la memoria colectiva de sus habitantes.

Razeto³⁵ en cuanto a esto afirma “que es el conjunto de áreas de expresión cultural tanto tangibles como intangibles en cuya base se encuentra la identidad tradicional de las comunidades (urbanas o rurales). Entre las áreas patrimoniales culturales tangibles se destacan aquellas vinculadas a la arqueología, arquitectura, religiosidad, artes aplicadas, etc. Entre las áreas culturales patrimoniales de carácter intangible encontramos un cúmulo de leyendas, tradiciones, festividades típicas, cuentos y tradición oral.”

De las dos definiciones expuestas tomaremos la de Razeto, ya que se ajusta al presente trabajo, porque especifica de qué se habla cuando se refiere a patrimonio intangible. Razeto menciona las leyendas, que son las que están presentes tanto en la danza como en la música que se reproduce en las Peñas Folklóricas tratadas en la investigación, también menciona las tradiciones, y las Peñas son un valioso ejemplo de esto, como también lo son las festividades típicas, los cuentos y la tradición oral.

De ambas definiciones, se distinguen dos palabras que se vuelven importantes para la presente investigación: *tangible e intangible*. Ellos hacen mención a los aspectos materiales y simbólicos. Con respecto a esto la Dirección General de Patrimonio³⁶ en acuerdo con los organismos internacionales se expresa acerca del patrimonio diciendo:

“El hombre como ser social, modifica su medio natural, construye obras arquitectónicas, y urbanísticas, moldea objetos, en definitiva, crea, diseña, y produce bienes materiales concretos y tangibles. Estas expresiones adquieren un sentido completo sólo cuando puede revelarse, más allá del objeto en sí, su valor subyacente. El hombre construye también otro tipo de manifestaciones a las que les otorga una significación particular, las que se expresan en una forma intangible e inmaterial”.

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), en cuanto al Patrimonio Intangible aporta la siguiente

³⁴ Casanova Ferro, Gonzalo. Derecho y Turismo. Ediciones Turísticas. 2007

³⁵ Razeto, Jorge M. Los desafíos de la antropología: Sociedad Moderna, globalización, y diferencia. IV Congreso chileno de antropología.

³⁶ Dirección General de Patrimonio 2005

definición, que es la que se tendrá en cuenta para el presente trabajo de investigación:

“Es el conjunto de formas de cultura tradicional y popular o folklórica, es decir las obras colectivas que emanan de una cultura y se basan en la tradición. Estas tradiciones se transmiten oralmente o mediante gestos y se modifican con el transcurso del tiempo a través de un proceso de recreación colectiva. Se incluyen en ellas las tradiciones orales, las costumbres, las lenguas, la música, los bailes, los rituales, las fiestas, la medicina tradicional, las artes culinarias y todas las habilidades especiales relacionadas con los aspectos materiales de la cultura, tales como las herramientas y el hábitat”.

El patrimonio cultural intangible es el reflejo de la identidad de un pueblo. Está constituido por aquellos elementos de valor histórico y artístico que reflejan la herencia de las generaciones pasadas y que permiten comprender la historia y la forma de ser de un pueblo.

Con respecto al patrimonio cultural, Néstor García Canclini³⁷ aborda fundamentalmente dos cuestiones intrínsecamente articuladas: el patrimonio como parte de la reproducción social y la desigualdad cultural y los conflictos específicos que se desarrollan en torno al mismo más allá de las desigualdades estructurales. El autor distingue entre el patrimonio en un **sentido amplio**, que refiere al conjunto de bienes representativos de cualquier grupo social y en un **sentido restringido** que denomina al patrimonio que se construye como legitimado, objeto de políticas culturales. Entonces, cuando se hace referencia al grado de legitimación que han logrado las Peñas Folklóricas en el patrimonio cultural de la CABA, se está haciendo mención al Patrimonio Cultural en un sentido restringido. Es el Patrimonio Cultural reconocido por el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, en este caso.

La posibilidad de que los bienes de un grupo se constituyan como patrimonio legitimado se relaciona con el capital que el mismo posee, tanto en lo que refiere a la distribución del capital global de la sociedad como el capital específico del campo del patrimonio.

La propuesta de García Canclini consiste en comprender al patrimonio en términos de capital cultural “como un proceso social que se acumula, se renueva, produce rendimientos, y es apropiado en forma desigual por diversos sectores”. Esta conceptualización permite focalizar sobre el patrimonio a partir de su contribución a la reproducción social, situándolo en la dinámica de conflictos de clases y grupos sociales. En las sociedades complejas, la posición privilegiada de los sectores hegemónicos les posibilita acumular mayor capital

³⁷ Benedetti, Cecilia “Antropología de la Cultura y el Patrimonio”. Diversidad y desigualdad en los procesos culturales contemporáneos. Editorial: Ferreyra.

cultural, y por lo tanto definir que bienes son superiores y merecen ser conservados. La desigualdad estructural impide que las clases subalternas puedan intervenir plenamente en el desarrollo del patrimonio y que sus productos culturales se conviertan en patrimonio legitimado y generalizado, ya que estos grupos no reúnen los requisitos para realizar determinadas operaciones que implica este proceso: “acumularlos históricamente, volverlos base de un saber objetivado, expandirlos mediante la educación institucional y perfeccionarlos a través de la experimentación e investigación sistemática.”³⁸

Por otra parte, García Canclini, señala que las desigualdades de clase son fundamentales pero no suficientes para explicar al patrimonio como espacio de disputa económica, política y simbólica. Así, concibe al patrimonio como un campo donde está en juego un capital e intereses específicos. En este sentido, es necesario considerar las prácticas de tres actores fundamentales que se relaciona con la problemática patrimonial con propósitos diversos: **los agentes privados, el estado y los movimientos sociales.**

El objetivo de los agentes privados como empresas turísticas, inmobiliarias, etc. es la acumulación económica. El patrimonio puede constituir un obstáculo para los intereses mercantiles, ya que limita la explotación indiscriminada del ambiente natural y urbano, se propone una estética exhibicionista en la restauración: espectacularidad y utilización recreativa del patrimonio para incrementar el rendimiento económico. Según el autor, el estado promueve un patrimonio común como recurso para consolidar una identidad compartida. En este sentido, la grandiosidad de edificios y monumentos es útil para legitimar el sistema político vigente. También señala la importancia de las operaciones de ritualización del patrimonio: el mismo existe como fuerza política en la medida que es teatralizado: en conmemoraciones, monumentos y museos³⁹.

El reconocimiento de la inserción del patrimonio en la dinámica social actual y de las pugnas que diversos grupos sociales desarrollan por su apropiación implica una nueva dirección en las políticas sobre patrimonio. A diferencia de las concepciones anteriores, centradas en guardar esencias independientemente de las preocupaciones prácticas, García Canclini señala que es necesaria una visión más compleja de *cómo la sociedad se apropia de la historia*. La conservación, restauración y protección dejó de ser el centro de las preocupaciones en torno al patrimonio, así como también desbordó a los dos responsables de estas tareas: los profesionales de la conservación y el

³⁸ García Canclini, Néstor (1993). “Los usos sociales del patrimonio cultural”.

³⁹ Benedetti, Cecilia “Antropología de la Cultura y el Patrimonio”. Diversidad y desigualdad en los procesos culturales contemporáneos. Editorial: Ferreyra.

estado⁴⁰. **El autor propone enfatizar en los usos sociales del patrimonio, es decir, en la interacción que desarrollan los grupos sociales con el mismo en función de sus necesidades actuales.**

Para esta investigación se tendrá en cuenta lo que señala García Canclini, ya que, una de las características más relevantes de estos espacios, es la interacción que se genera entre los “peñeros”, existe una necesidad entre ellos, que es la comunicación.

En vez de basarse en el rescate de la pureza de los objetos, las políticas patrimoniales deben focalizar en las producciones culturales representativas de los modos de vivir y concibe el mundo de los diversos grupos sociales. La preservación debe estar orientada por un paradigma participacionista, que defina democráticamente el patrimonio y que subordine el valor intrínseco de los bienes, su interés mercantil y su capacidad simbólica de legitimación de las necesidades presentes. El autor señala que las políticas culturales deben dar bases compartidas para una reelaboración del patrimonio de acuerdo a las necesidades del presente.⁴¹

Esta investigación se ajusta perfectamente a lo que señala García Canclini, ya que, cuando se hace mención de la posibilidad de patrimonialización de las Peñas por parte de la CABA, no se está haciendo referencia a la conservación de determinadas danzas y repertorios musicales, ya que estos cambian, y se adaptan a las nuevas generaciones, sino a conservar estos lugares por lo que significan para sus concurrentes y por las interacciones que se generan en estos ámbitos.

Patrimonio y construcción de sentidos⁴²

Arantes concibe a la producción cultural como un elemento activo en la constitución del orden social y no simplemente derivado de él. De esta manera, la cultura se constituye como “el sistema signifiante a través del cual necesariamente un orden social se comunica, se reproduce, se experimenta y se investiga”⁴³.

⁴⁰ García Canclini, Néstor (1989). “La política cultural en países en vías de desarrollo”. Bs. As. Departamento Nacional de Antropología y Folklore.

⁴¹ Benedetti, Cecilia “Antropología de la Cultura y el Patrimonio” ed. Ferreyra.

⁴² Benedetti, Cecilia “Antropología de la Cultura y el Patrimonio”. Diversidad y desigualdad en los procesos culturales contemporáneos. Editorial: Ferreyra.

⁴³ Raymond Williams, 1982. “Sociología de la cultura” Barcelona. Paydos

Al concebir al patrimonio como práctica social constitutiva, Arantes ubica el fenómeno en la dinámica social de producción y reproducción de significados. Por lo tanto propone desplazar el foco del análisis desde los procedimientos técnicos centrados en “criterios de identificación y procedimientos de conservación de objetos tomados en su materialidad como signos almacenados en un diccionario” hacia los procesos de construcción de sentido a partir de la apropiación del patrimonio por parte de los diversos segmentos sociales.

Arantes sigue la misma línea de García Canclini cuando hace referencia a la apropiación del patrimonio por parte de la sociedad.

La patrimonialización consiste en un proceso mediante el cual se constituye un sistema de bienes considerados de interés de toda la nación. Esto implica que determinados objetos son retirados del flujo normal de la vida cotidiana y pasan a integrar la dinámica específica de la dimensión de la cultura que crean los organismos de preservación. El proceso de preservación confiere a los bienes valores simbólicos, políticos y económicos que no poseían necesariamente cuando fueron producidos. Por lo tanto no se trata de conservar lo que ya existe sino de una producción institucional de la cultura.⁴⁴

La preservación consiste en un trabajo transformador y selectivo del pasado, realizado en términos del presente. En otras palabras, es el resultado de acciones e interpretaciones que parten del presente en dirección al pasado. Por permitir que varias generaciones establezcan contacto físico, afectivo, cognitivo y sensorial con el pasado, como lugar de acontecimientos ancestrales, estos objetos adquieren el valor de testimonio. En líneas generales, el autor enfatiza, en cómo desde el presente se construye el pasado⁴⁵.

El autor Prats Llorenc, señala que bajo la denominación de patrimonio cultural se engloban **3 procesos diferentes**, a veces complementarios que obedecen a intereses distintos y/o convergentes de carácter político, económico y científico.⁴⁶

1- Patrimonio como construcción política:

⁴⁴ Benedetti, Cecilia “Antropología de la Cultura y el Patrimonio”. Diversidad y desigualdad en los procesos culturales contemporáneos. Editorial: Ferreyra.

⁴⁵ Arantes, 1984. “Prefacio” y “Mesa Redonda”.

⁴⁶ Prats, Llorenc. “El concepto de patrimonio cultural”.

Toda versión de identidad que se exprese es ideológica, responde a ideas y valores previos normalmente subsidiados por intereses de quienes los propugnan.

Las diferentes activaciones de determinado patrimonio son representaciones simbólicas de estas versiones de identidad.⁴⁷

Llorenc Prats sostiene que las representaciones patrimoniales afectan a toda identidad pero especialmente a las identidades políticas básicas: local, nacional, regional. Como por ejemplo, “la patria se vuelve buena, sagrada, expresa valores esenciales”, defendidos y legitimados por las clases dominantes.

Activación patrimonial

Las diversas activaciones de determinados referentes patrimoniales son representaciones simbólicas de estas versiones de la identidad, ya que ésta no es sólo algo que se lleva dentro y se siente, sino que también debe expresarse públicamente. Los símbolos patrimoniales son deudores de una correlación entre ideas y valores. La variable independiente de este sistema son los valores que se corresponden con determinados intereses, lo que explica la existencia de diversas versiones sobre una misma realidad o identidad. Por ello, las activaciones patrimoniales deben entenderse como estrategias políticas que escogen ciertos referentes con ciertos significados relevados. De ello se deduce que ninguna activación patrimonial es neutral o inocente, sean conscientes o no de esto los correspondientes gestores del patrimonio.

2- Patrimonio al servicio de intereses económicos

Llorenc Prats señala que los destinos patrimoniales clásicos se ven sometidos a una presión turística muy intensa que puede poner en peligro su conservación. Sucesivamente, los destinos patrimoniales previamente activados entran en la lógica del espectáculo y del consumo y se adaptan a las nuevas demandas y necesidades expositivas para no quedar marginados del mercado. Finalmente, se activan aquellos repertorios patrimoniales que hasta entonces eran inviables por su accesibilidad gracias a la mejora en los desplazamientos y a la creciente demanda de atracciones turísticas. Los museos, las instituciones más clásicas del patrimonio, no son ajenas a estas transformaciones. Las activaciones de repertorios patrimoniales, viejas y nuevas, se miden ahora fundamentalmente no por la cantidad o la calidad de adhesiones sino por el consumo (en este caso el número de visitantes). Se incrementan las exposiciones temporales lo que significa una renovación de la oferta. Además se incorporan, incluso de forma frenética, innovaciones en las

⁴⁷ Prats, Llorenc. “El concepto de patrimonio cultural”.

técnicas expositivas a las que se les incorpora en forma inmediata cualquier novedad tecnológica. ***Todo esto implica el surgimiento de nuevos tipos de activaciones patrimoniales cuya motivación no es ya de carácter identitario sino abiertamente turística y comercial.*** Desde entonces, los referentes se activan y ***los significados que se les confieren no responden a los diversos “nosotros del nosotros” que representan las diversas versiones ideológicas de la identidad sino, principalmente, al “nosotros de los otros”.*** Esto es, a la imagen externa y comúnmente estereotipada que se tiene de la identidad argentina desde los centros emisores del turismo.⁴⁸

Si se toma como ejemplo la imagen del argentino que se vende al exterior se incluiría sin dudas al mate, el asado y el tango. Por supuesto que esta lista no sólo es poco representativa del total del país (sólo se baila tango en Buenos Aires) sino que además es un estereotipo y no representa al argentino real. Éstas son otras activaciones del patrimonio. Y por lo tanto, de representaciones de la identidad. Sin embargo, en este caso estas activaciones pueden provocar confrontaciones entre la lógica turístico-comercial y la lógica identitaria. Frecuentemente, estas activaciones han nacido como consecuencia de la masificación del turismo. Las poblaciones locales pueden ver peligrar su identidad como consecuencia de este fenómeno. Sin embargo, esto no es un impedimento para que se adapten a estas imágenes externas de esta misma identidad. Por una parte, porque las poblaciones locales no podrían evitar el fracaso al carecer de visitantes. Por otra parte, porque esta misma imagen al ser reproducida por los discursos hegemónicos a través de los medios masivos de comunicación y, aún más, del sistema educativo, ha sido adoptada por la propia población local como la visión de sí mismos, como la denominada “memoria colectiva”.⁴⁹

En el caso del patrimonio cultural que nos ocupa, las Peñas Folklóricas, representan una de las tantas versiones identitarias argentinas, en palabras de Prats “el nosotros de nosotros”.

Se tomará en cuenta lo que plantea Prats para la presente investigación.

El autor, además afirma que, estas activaciones nacidas del turismo hacen peligrar la identidad de la población local.

3- El patrimonio como construcción científica:

⁴⁸ Prats, Llorenc. 1998

⁴⁹ Idem

El autor señala que el campo de representaciones turístico patrimonial puede alejarse mucho de la realidad social porque existen expectativas turísticas, imágenes culturales que pueden defraudar, perder clientes.

La ciencia al patrimonio le da un argumento de autoridad; formaliza nuevos conocimientos y los legitima; explora nuevas representaciones, valores e ideas como un riesgo controlado y está vinculado al merchandising.

Como ya se ha conceptualizado patrimonio y patrimonio cultural y se han expuesto las ideas de diferentes autores con respecto al patrimonio cultural, se procede a conceptualizar turismo cultural.

Turismo cultural

Según la OMT define al turismo cultural a los viajes que se realizan con el deseo de nutrirse, adquirir una cultura más amplia, o participar en manifestaciones artísticas.⁵⁰

Turismo cultural es visitar otra comunidad en cuanto "portadora de cultura", esto es, de otro sistema cognitivo-valorativo que implica modos humanos de actuar distintos de los del turista, y donde los sistemas simbólicos son también parte de la experiencia que hace del turismo una experiencia estética.

Es por eso, que acercar la "cultura" al "turismo" implica darla a conocer como emergente de procesos históricos, que se expresan en instituciones y prácticas sociales siempre cambiantes y contingentes, intentando trascender la visión que postula la "cultura" como un "producto acabado definido desde una concepción inmóvil".⁵¹

Cultura

A. Giddens⁵² define cultura como "los valores que comparten los miembros de un grupo dado, a las normas que acatan y a los bienes materiales que producen". Sin embargo, al definir a la cultura se debe tener en cuenta su carácter multidisciplinario. Dependiendo del área de estudio, ya sea antropológico, arqueológico, lingüístico, psicológico o sociocultural, se le otorgara una definición un tanto distinta. En general se debería tener en cuenta que la cultura produce objetos simbólicos que se diferencian del resto por los valores que se transmiten y que son atribuidos a ellos.

⁵⁰ Organización Mundial del Turismo. (OMT). Introducción al turismo 1998. Editorial OMT. Madrid, España.

⁵¹ Turismo Cultural. definiciones desde nuestra perspectiva. Sitio web: naya.org.ar

⁵² Scribano, Adrián. Estudios sobre teoría social contemporánea. Bhaskar, Bourdieu, Giddens, Habermas y Melucci. Editorial Ciccus.

En cambio Béjar⁵³ define a la cultura como "el conjunto de patrones explícitos e implícitos, manifestados en la forma de vida, que son aprendidos y transmitidos mediante símbolos, que constituyen los logros distintivos de los grupos humanos, tanto materiales como espirituales".

Clifford Geertz da otra definición de cultura que difiere con lo que señala Giddens y Béjar:

"La cultura es la trama de significados en función de la cual los seres humanos interpretan su existencia y experiencia, asimismo como conducen sus acciones."⁵⁴

Gilberto Giménez señala con respecto a la cultura que ésta no debe entenderse nunca como un repertorio homogéneo, estático e inmodificable de significados. Por el contrario, puede tener a la vez "zonas de estabilidad y persistencia" y "zonas de movilidad" y cambio. Algunos de sus sectores pueden estar sometidos a fuerzas centrípetas que le confieran mayor solidez, vigor y vitalidad, mientras que otros sectores pueden obedecer a tendencias centrífugas que los tornan, por ejemplo, más cambiantes y poco estables en las personas, inmotivados, contextualmente limitados y muy poco compartidos por la gente dentro de una sociedad. Pero lo importante aquí, es tener en cuenta que no todos los repertorios de significados son culturales, sino sólo aquellos que son compartidos y relativamente duraderos.⁵⁵

Para la presente investigación se tendrán en cuenta los conceptos de A. Guiddens y Gilberto Giménez.

A continuación se conceptualizará identidad, la cual mantiene una estrecha relación con cultura. Vinculación que se detallará más adelante.

Identidad

La identidad sólo puede consistir en la apropiación distintiva de ciertos repertorios culturales, que se encuentran en el entorno social, en un determinado grupo o en una sociedad, lo cual resulta más claro todavía si se considera que la primera función de la identidad es marcar fronteras entre un "nosotros" y los "otros", y no se ve de qué otra manera se podría diferenciar de los demás, si no es a través de una constelación de rasgos culturales distintivos. La identidad no es más que el lado subjetivo, o mejor, intersubjetivo

⁵³ Béjar Navarro, Raúl. Cultura nacional, cultura popular y extensión. Editorial Universidad Nacional Autónoma de México. (UNAM). México. 1979

⁵⁴ Clifford Geertz. La interpretación de las culturas. Editorial Gedisa. México. 1987

⁵⁵ Gilberto Gimenez. La cultura como identidad y la identidad como cultura. Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM

de la cultura, la cultura interiorizada en forma específica, distintiva y contrastiva por los actores sociales en relación con otros actores.⁵⁶

Como las identidades se construyen precisamente a partir de la apropiación, por parte de los actores sociales, de determinados repertorios culturales considerados simultáneamente como diferenciadores (hacia afuera), y definidores de la propia unidad y especificidad (hacia adentro). Vale decir, que *la identidad no es más que la cultura interiorizada por los sujetos, considerada bajo el ángulo de su función diferenciadora y contrastiva en relación con otros sujetos.*

En efecto, una de las funciones casi universalmente atribuida a la cultura, es la de diferenciar a un grupo de otros grupos. En este sentido representa el conjunto de los rasgos compartidos y significados dentro de un grupo y presumiblemente no compartidos, o no enteramente compartidos fuera del mismo, de aquí su papel de operadora de diferenciación.

Se ha ilustrado ampliamente la relación simbiótica que existe entre cultura e identidad, pero ahora se planteará una tesis que parece contradecirla. A pesar de todo lo dicho, la identidad de los actores sociales no se define por el conjunto de rasgos culturales que en un momento determinado la delimita y distingue de otros actores, se trata de una tesis clásica de Fredrik Barth, en su obra *“Los grupos étnicos y sus fronteras”* (1976)⁵⁷, él aquí se refiere sólo a las identidades étnicas, pero en opinión de muchos también puede generalizarse a todas las formas de identidad.

El fundamento empírico de esta tesis radica en la siguiente observación: cuando se asume una perspectiva histórica o diacrónica, se comprueba que los grupos étnicos pueden, y suelen, modificar los rasgos fundamentales de su cultura manteniendo al mismo tiempo sus fronteras, es decir, sin perder su identidad. Por ejemplo, un grupo étnico puede adoptar rasgos culturales de otros grupos, como la lengua y la religión, y continuar percibiéndose como distinto de los mismos. Por lo tanto, la conservación de las fronteras entre los grupos étnicos no depende de la permanencia de sus culturas.

Algo que señala Gilberto Giménez con respecto a las culturas, es que éstas están cambiando continuamente por innovación, por extraversión, por transferencia de significados, por fabricación de autenticidad, o por “modernización”, pero esto no significa automáticamente que sus portadores también cambien de identidad. En efecto, como dice también George de Vos⁵⁸,

⁵⁶ Gilberto Gimenez. La cultura como identidad y la identidad como cultura. Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM

⁵⁷ Gilberto Gimenez. La cultura como identidad y la identidad como cultura. Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM

⁵⁸ De Vos, George y Lola Romanucci Ross. Identidad étnica. *Cultural Continuity and Change*, Chicago: The University of Chicago Press. 1982

pueden variar los “emblemas de contraste” de un grupo sin que se altere su identidad.

A continuación se hará mención sobre la relación existente entre el turismo y el patrimonio y la incidencia que existe entre ambos.

Turismo y patrimonio

La creciente mercantilización y demanda turística del patrimonio es vista como una posible amenaza que puede deteriorarlo, incluso destruirlo. Esta preocupación se vincula con el hecho de que la comercialización turística actual del patrimonio sigue las lógicas del turismo masivo. López Guzmán y Lara de Vicente señalan que el turismo cultural se enfrenta a una forma de explotación que, en cierta medida, recuerda el tradicional de sol y playa: llevar a los turistas a ver monumentos en el menor tiempo posible.⁵⁹

En este sentido se advierte que el patrimonio no tiene que convertirse únicamente en una mercancía, en un objeto de consumo más. Se dice que la mercantilización económica del patrimonio llevada al extremo, por la actividad turística, puede resultar en la destrucción del recurso patrimonial en el cual ella se basa. “El patrimonio es potencialmente el recurso primario de una industria potente, la industria del turismo, y como tal debe generar por encima de todo renta”⁶⁰. Es obvio que existe una dimensión del patrimonio que tiene que ver con la economía y la generación de recursos económicos, pero esta dimensión no debe tener un carácter predominante. Por ello los autores sostienen que en la medida que no predomine el uso económico del patrimonio se podrá evitar la pérdida de relación con el contexto original (de producción y de uso), logrando de esta manera, “mantener intacto su valor patrimonial en el presente”. Con respecto a esto Daniel Villa afirma que hay que ir más allá de la simple mercantilización del patrimonio puesto que esto conlleva a su descontextualización, es decir a una pérdida de su significado original.

No solo se debe insertar el patrimonio en el mercado, como un producto más, sino también mostrarlo de tal forma que no pierda su significado para los nativos, que no se descontextualice y estereotipe y que sirva realmente de encuentro entre culturas, haciendo partícipes a ambas partes, turistas y anfitriones, de esta visión rescatada de las culturas.⁶¹

⁵⁹ Almirón y Troncoso. “Antropología de la Cultura y el Patrimonio”. Diversidad y desigualdad en los procesos culturales contemporáneos. Editorial: Ferreyra.

⁶⁰ Ballart Hernández y Juan I Tresseras ,2001. “Gestión del Patrimonio Cultural”. Barcelona, Ariel.

⁶¹ Almirón y Troncoso. “Antropología de la Cultura y el Patrimonio”. Diversidad y desigualdad en los procesos culturales contemporáneos. Editorial: Ferreyra.

Sí las Peñas Folklóricas se vuelven masivas por el turismo receptivo, por ejemplo, perderían su verdadero significado, que es la interacción entre los diferentes actores sociales que se encuentran en las Peñas, los espectáculos correrían el riesgo de verse influenciados por los visitantes, y las personas que frecuentan las Peñas por el motivo de ser un espacio donde encuentran gente conocida con la cual se sienten identificados, dejarían de hacerlo, ya que sería un lugar donde todos los días encuentran personas diferentes (los turistas).

Estas cuestiones llevan a plantear que es necesario lograr un equilibrio entre la conservación y la mercantilización turística del patrimonio, como forma de asegurar su mantenimiento y conservación como tal y como recurso para la actividad turística. Es precisamente en torno a este equilibrio, que se afirma que parte de los beneficios obtenidos del uso turístico del patrimonio deben destinarse para la gestión y protección del mismo. Un turismo planificado puede destinar una parte de los beneficios obtenidos de la utilización del patrimonio para el pago de los insumos en la conservación y gestión del mismo.⁶²

Patrimonio cultural y desarrollo turístico:

Llorenc Prats al abordar el tema de patrimonio y turismo plantea una ecuación muy interesante “patrimonio+turismo= ¿desarrollo?”⁶³. Esta ecuación planteada en términos afirmativos y expresada en palabras sería: patrimonio+turismo= “depende”. De todas formas, ante una relativización excesiva, que pueda conducir a una desautorización general y apriorística de la ecuación, hay que advertir de los peligros de un reduccionismo inverso que, por suerte o por desgracia (o mejor por suerte y por desgracia), se conoce muy bien y que se puede expresar también en términos de ecuaciones: patrimonio-turismo= ¿? Y turismo- patrimonio=¿?. El autor nuevamente señala que la respuesta a tal ecuación es “depende”. Agrega que ante el conocimiento de muchos casos en los que el desarrollo turístico se ha llevado a cabo ignorando o desbastando directamente el patrimonio, en todas sus expresiones, provocando impactos nefastos e insostenibles a largo plazo que, agrega el autor, se tiene que estar prevenidos en este sentido. Y también en el sentido opuesto, es decir, respecto del sostenimiento parasitario del patrimonio a cargo del erario público, y a expensas por tanto de otros gastos e inversiones igualmente públicas en infraestructuras, sanidad, educación, e incluso otros equipamientos y actividades culturales.⁶⁴

⁶² Fernández y Guzmán Ramos, 2002. “Turismo, patrimonio histórico-cultural y desarrollo sustentable. Centro de Investigaciones Turísticas. Universidad Nacional de Mar del Plata.

⁶³ Llorenc Prats. “Patrimonio+turismo= ¿desarrollo?”. Pasos: revista de turismo y patrimonio cultural.

⁶⁴ Llorenc Prats. “Patrimonio+turismo= ¿desarrollo?”. Pasos: revista de turismo y patrimonio cultural.

Prats señala además que turismo y patrimonio se necesitan mutuamente para cualquier tipo de cosa que pueda ubicarse en esa nebulosa conceptual que se denomina “desarrollo sostenible”.⁶⁵

Con respecto a esto Prats afirma que para que se establezca una simbiosis fructífera entre patrimonio y turismo en el plano local, se debe tener en cuenta la necesidad de reunir puntos de vista e intereses de ambos lados para crear o implementar, productos turísticos patrimoniales integrados que optimicen los efectos benéficos para ambos sectores, evitando los peligros. El turismo puede representar para el patrimonio ingresos, vitalidad y relevancia política, pero no a costa de un mercantilismo abusivo y mal entendido que, en lugar o además de centrarse en el marketing, produzca una trivialización de los discursos, contraproducente a largo plazo incluso para el propio interés turístico.⁶⁶

El autor agrega que el patrimonio puede ocupar lugares muy diversos en y respecto a los productos turísticos (desde motivo de compra principal hasta mero escenario, pasando por todo tipo de valores añadidos, tangibles o intangibles), puede servir para enriquecer la oferta, crear imagen, reorienta el posicionamiento, desestacionalizar si interesa, pero para ello debe entender y aceptar su dimensión lúdica y trabajar activamente para conjugarla imaginativamente con su dignidad. Prats sostiene que a pesar de todo, el ámbito turístico y el ámbito patrimonial entrarán en conflicto inevitablemente, y como en todos los conflictos, lo más sensato es negociar desde cuestiones puntuales a modelos y marcos de desarrollo, que requieren claridad y un amplio consenso social, si no se quiere que la conflictividad se reproduzca cíclicamente.

Una vez definidos los conceptos medulares de la investigación, se hace necesario establecer los conceptos a cerca de la viabilidad turística.

La viabilidad turística del patrimonio

Llorenç Prats señala que no hay proyecto patrimonial que no base en mayor o menor medida su sostenibilidad en el turismo, un turismo genéricamente cultural cada vez más diversificado, como señala el autor, mientras el turismo moderno busca en el patrimonio, entendido como cultura en su sentido más amplio y también como identidad y autenticidad, los recursos básicos sobre los que articular sus productos.⁶⁷

⁶⁵ Idem.

⁶⁶ Llorenç Prats, 2003.

⁶⁷ Llorenç Prats. “La viabilidad turística del patrimonio”. PASOS, revista de turismo y patrimonio cultural.

Prats señala, en términos generales, que solo hay tres situaciones en las cuales el patrimonio, los recursos patrimoniales, son, en principio, turísticamente viables:⁶⁸

- 1- Cuando se trata de recursos de gran predicamento, capaces de atraer por sí mismos una cantidad de visitantes suficientes para justificar la ubicación de infraestructuras turísticas. Son relativamente independientes de su ubicación.
- 2- Recursos patrimoniales con una capacidad de atracción menor, pero que se hayan emplazados dentro o cerca de entornos metropolitanos lo suficientemente grandes, es decir, que disponen de una masa crítica virtual de usuarios residentes (visitantes de día en potencia), lo cual comporta un umbral mínimo de población. Estos recursos, o el conjunto de su entorno puede atraer a turistas de otras latitudes, pero entonces nos hallaríamos en la situación descrita más arriba o frente a una mezcla de ambas. Lo que se intenta identificar aquí, más allá incluso de situaciones históricas concretas, es la capacidad de relación de la población con su patrimonio en número suficiente para considerar que éste ejerce una atracción turística en su propio entorno.
- 3- También son turísticamente viables, independientemente en gran parte de su capacidad intrínseca de atracción turística, los recursos patrimoniales que se hallan ubicados en destinos turísticos consolidados, maduros o de éxito, es decir, que registran por sí mismos flujos turísticos suficientes no sólo para mantener las infraestructuras propias y necesarias requeridas por el motivo de compra principal, sol y playa, por ejemplo, sino también para que los recursos patrimoniales puedan integrarse con éxito como parte de la oferta de actividades turísticas de la zona.

Las Peñas Folklóricas estarían representadas en el segundo caso, ya que se encuentran dentro de un entorno metropolitano grande, como es la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Al mismo tiempo, se pudo detectar a partir del trabajo de campo, que la relación de la población con las Peñas es suficiente para considerar que éstas ejercen una atracción turística en su propio entorno.

Prats también menciona algunas fuerzas que inciden sobre estos modelos, introduce sustanciales matices, sin llegar a afectar sus postulados básicos. Se trata de⁶⁹:

- La necesidad: hay casos de recursos patrimoniales con viabilidad turística que no llegan a desarrollarse por el desinterés de la población, incluso sin tener una plena conciencia de ello, un desinterés “pasivo”,

⁶⁸ Idem.

⁶⁹ Llorenç Prats. “La viabilidad turística del patrimonio”. PASOS, revista de turismo y patrimonio cultural.

por así decirlo, en la medida en que la población no depende del patrimonio para vivir (o para mejorar sus condiciones de vida), ni para reafirmarse en su identidad (o reconstruirla). En el caso de las Peñas no hay necesidad alguna. A través de la tarea de campo, se pudo observar que no hay interés por parte de los “peñeros” por la viabilidad turística de las mismas, excepto casos puntuales. La población no necesita que las Peñas sean turísticamente viables para reafirmarse en su identidad. Las Peñas son parte de su identidad, sin ser un recurso turístico.

- La escala: se refiere a la cantidad de visitantes para garantizar la viabilidad turística de un recurso patrimonial. La escala plantea qué es una cantidad suficiente.
- La concurrencia-competencia: los recursos patrimoniales no compiten únicamente entre sí, sino también respecto a otro tipo de atracciones dentro de la oferta de ocio de un mismo destino, por el bien escaso que supone el público, los visitantes. Esto sucede en la Ciudad de Buenos Aires, que las Peñas no solo deben competir entre sí, sino que también con una oferta muy variada e infinita que ofrece la Ciudad. Dentro de un mismo destino turístico es frecuente que la oferta patrimonial desborde ampliamente la capacidad de consumo del público. En estos casos los turistas seleccionan drásticamente los atractivos principales según unos criterios predeterminados en gran medida por los guías y la publicidad, esto genera lugares en que las visitas son pocas, impropias de su ubicación en un lugar con grandes flujos de visitantes. Podría pensarse que el visitante local compensaría esta orientación del turismo, pero solo sucede en algunos casos concretos, ya que la imagen de la ciudad se impone incluso en la orientación de los residentes. Los nosotros de los otros pasan a ser los nosotros de nosotros también. La otra cara de la moneda de la competencia es la cooperación, que aquí se traduce en complementariedad, concurrencia, posibles sinergias. Esto se puede ver en las Peñas, existe cooperación, ya que en algunas Peñas, las “itinerantes” especialmente, hacen promoción de otras Peñas.

El comportamiento de los visitantes en los tres casos generales propuestos, tiende a ser, en términos generales, diverso. El turista que viaja estimulado por grandes atracciones patrimoniales, tiene la “obligación” de visitarlas, aunque sea solo para contar que ha estado allí.⁷⁰ Esta situación no se da, con los residentes. La relación de la población con sus recursos patrimoniales puede ser muy diversa. La mala conciencia que puede producirse a causa del desconocimiento por parte de los residentes de estos mismos recursos tiene mucho que ver con su calificación y uso turístico. La preocupación se genera

⁷⁰ Mc Cannell, 2001.

por el hecho y en la medida en que estos recursos son considerados atractivos principales por los turistas.⁷¹

Autenticidad y patrimonio cultural

Santana señala “la persona que abona una cantidad de dinero para acceder a un determinado recinto, es consciente de que aquello que se le exhibe es una escenificación, una articulación de elementos, construcciones, artefactos y actores que, con algo de fortuna, se presentan con coherencia. El comprador del ticket de entrada es cómplice del simulacro y la experiencia vivida en ese ejercicio de la imaginación no deja de ser auténtica”.

También este autor, siguiendo con el mismo tema, menciona lo carnavales celebrados en el mundo. Combinando el caos aparente, con imágenes que subvierten la realidad. El turista parece integrarse, conocer las claves para entender lo que sucede en medio de la multitud y sentirlo como un ritual propio, hecho a su medida, auténtico. En la mayor parte de los casos, el ritual ha sido, como puede serlo cualquier otro elemento cultural, comercializado, mediatizado y asociado con las modas vividas en un tiempo determinado, la autenticidad vivida lo será dependiendo de la habilidad de aquellos que construyen y promueven imágenes y expectativas. El resultado será un participante turístico en medio de una escenificación casi mística para sus participantes locales, rasgos maximizados y estilizados al efecto de una ceremonia inventada⁷².

Santana agrega que la práctica cotidiana muestra que el turista de lo cultural es curioso por naturaleza, y pese al exotismo que pueda mostrar el destino, necesita tanto como su homónimo de masas, algunos rasgos conocidos que le den confianza e inspiren seguridad⁷³.

Siguiendo con este tema, a continuación se establecerá la opinión de diferentes autores, para tener una visión más completa y poder abordar el tema con claridad.

MacCannell menciona a los mochileros que se aventuran en la selva, turistas japoneses que llegan después de sus cámaras, matrimonios colorados por el sol que compran collares autóctonos en la playa, todos ellos, dice, están guiados por la búsqueda de conocer lo auténtico del otro, para lograr una comprensión unificada del mundo. No existe aquí la distinción clásica entre el viajero (verdadero) y el turista (superficial). La dicotomía auténtico-inauténtico

⁷¹ Llorenç Prats. “La viabilidad turística del patrimonio”. PASOS, revista de turismo y patrimonio cultural.

⁷² Hobsbawm y Ranger, 1983

⁷³ Santana Talavera, Agustín. “Mirar y leer: autenticidad y patrimonio cultural para el consumo turístico”

se revela mucho más compleja y fruto de una construcción social.
Auténtico, inauténtico⁷⁴

¿Qué es más auténtico?

A) Una tanguería for export en Buenos Aires.

B) Un tour por una favela de Río.

C) Una ceremonia religiosa en Ciudad del Cabo.

La respuesta puede ser más compleja de lo que parece. En su libro **Turismo, entre el ocio y el neg-ocio**, el director del Observatorio de Industrias Culturales porteño Octavio Getino relata cómo ciertas tribus africanas exageran los rasgos de sus máscaras para acercarlas al gusto europeo y tener más chances de venderlas. Lo auténtico, en los lugares turísticos, suele ser fruto de una negociación no exenta de conflicto. Mónica Lacarrieu, antropóloga e investigadora del Conicet, identifica esos mecanismos en la Argentina: "Las comunidades mapuches del sur argentino administran campos agrestes que están abiertos al turismo, para lo cual reciben subvenciones del exterior. Los problemas surgen cuando los auditores externos les exigen exotismo: no sólo deben gerenciar el lugar sino que se espera que lo hagan vestidos con sus atuendos tradicionales. Lo mismo ocurre en el noroeste argentino, donde las comunidades locales discuten cuál es el culto a la Pacha Mama que debe mostrarse a los turistas".

En ese contexto esquivo se sitúa la argumentación del antropólogo francés Yves Winkin, quien toma del teatro la idea de suspensión voluntaria de la incredulidad. Se trata del proceso por el cual los espectadores, durante un lapso determinado, aceptan como verosímil la trama del espectáculo que se les brinda. "Ese mecanismo caracteriza la experiencia turística", afirma Winkin, desde Lyon. "Cuando viajamos a Egipto, no investigamos la situación socioeconómica del país, sólo esperamos conocer a Cleopatra y Tutankamón, y casi lo logramos. Eso es lo que llamo turismo como encantamiento, un punto de partida que permite pensar fenómenos más extendidos de la sociedad contemporánea donde somos inducidos a participar de ciertos estados de ánimo. Pienso en lugares turísticos pero también en eventos de promoción, shoppings, o incluso congresos académicos".

⁷⁴ "ANTROPOLOGIA .El turista: elige tu propia aventura" Clarín, enero de 2006.

Viajar para ver lo diferente

Esta es la formulación que toma el teórico británico John Urry en su libro **La mirada del turista**. Los viajeros, según su argumentación, buscan conocer lo distinto antes que lo auténtico. Urry recoge diversas modalidades a través de las cuales ciertos objetos encarnan la idea de lo diferente. Ciertos lugares son considerados únicos y especiales, como el Palacio de Buckingham o la Torre Eiffel, incluso cuando hayan perdido el fundamento original de su fama (es el caso del Empire State, que atrae a dos millones de personas por año aunque ya no es el más alto de Nueva York). Otros objetos se hacen diferentes por ser considerados típicos, "como el chateau francés o la cerveza alemana"; por permitir asomarse a la vida doméstica de otras épocas u otras culturas, en el caso de ciertos museos; por desarrollarse en paisajes llamativos que dotan de un sentido especial a actividades comunes; o incluso porque un cartel aclaratorio les adjudica un valor diferencial, como en el caso de una piedra traída de la Luna o un cuadro de Rembrandt en un museo.

Como señala Mónica Lacarrieu: "Los viajeros de la era postindustrial buscan lugares diferenciados, exóticos y localizados. Esperan escapar de la uniformidad de la globalización y apelan a novedades como el tour por una villa miseria, la participación en celebraciones religiosas indígenas o incluso el turismo rural. Ya no crece el turismo de playa, sino el turismo *cultural*". Esa predilección por lo particular ha llevado a ciertos lugares des-industrializados de la Argentina a reconvertirse en función del turismo. "El caso prototípico es San Nicolás, que tomó la figura de la Virgen como atractivo para los visitantes luego del cierre de Somisa —agrega Lacarrieu—, pero existen ejemplos variados en todo el país, como la reciente institución de la fiesta de la soja en la provincia de La Pampa".

Folklore

En esta instancia donde se han conceptualizado los términos de patrimonio cultura e identidad, se abordará el concepto de folklore.

Las definiciones que se han dado al término folklore han sido abundantes y variadas a lo largo de la historia:

Barre Tolken⁷⁵ dice con respecto a esto: “Es obvio que el folklore no es un campo de estudio estático. No solo sus acercamientos y métodos están sujetos a cambios a medida que afinamos nuestras percepciones, como ocurre en cualquier búsqueda activa, sino que el contenido de la materia se expande, según muestran nuestros estudios que existen nuevas relaciones y formas [...]. La multiplicidad de expresiones tradicionales y la diversidad de acercamientos críticos la convierten en un interesantísimo campo de estudio”.

El profesor de estudios bíblicos y medievales y folclorólogo dedicado a la onomástica, Francis Lee Utley, que intentó integrar los estudios folklóricos estadounidenses dentro de una perspectiva internacional, encontró que de las veintiuna definiciones de folklore que aparecen en el *Standard Dictionary of folklore, Mythology and Legend*¹¹ (1949) de Maria Leach y Jerome Fried, las palabras “oral”; “transmisión”; “tradición”; “supervivencias” y “comunal” aparecían en más de la mitad, y que otro tanto ocurría con la afirmación de que “el folklore incluye material de culturas primitivas y subculturas que sobreviven en sociedades civilizadas”. Encontró además que 18 de las definiciones de este diccionario incluían la literatura; 12 las creencias (4 las excluían); 5 las artesanías (4 las excluían); y 3 el lenguaje. Algunos de los autores definen al folklore como producto verbal y asumían que el estudio de las creencias y las artesanías pertenece a la etnografía.

El concepto de folklore que se ha heredado de los investigadores del siglo XIX y principios del XX es que debe ser tradicional, irracional, rural, anónimo y comunal. Estos atributos delimitadores, junto con los de la oralidad, se consolidaron formando la idea del folklore y delimitando sus fronteras conceptuales, pero a la vez constriñeron a los estudiosos, que dejaron sin estudiar, por considerarlo irrelevante, todo el material que no poseía estas características.

En la actualidad, la disciplina ha cambiado notablemente de orientación tras haber cuestionado estos atributos. Ha quedado demostrado que el folklore no es patrimonio exclusivo de los campesinos ni de los primitivos; incluso en los grupos más elitistas, las tradiciones activas se comunican, no por medio de una instrucción formal, sino como unidades de significado que se intercambian

⁷⁵ Barre Tolken. *La dinámica del folklore*. Editorial *Utah State Univ Pr* - Estados Unidos 1978

continuamente entre los componentes del grupo, de tal manera que se puede reconocer un conjunto de premisas y estilos que cada individuo usa en su expresión, o actuación cultural. De acuerdo con el grupo, el folklore existe en todos los estratos sociales.

La Palabra folklore:

La palabra folklore⁷⁶ fue creada hace más de un siglo. El 22 de agosto de 1846 por el inglés William J. Toms. Está formada por las siguientes voces inglesas: "Folk" que significa pueblo, gente, nación, mundo; y "lore" cuya traducción literal es ciencia, saber, erudición.

La palabra folklore, traducida literalmente, quiere decir "lore of the folk", es decir, la sabiduría del pueblo. Fue creada por Toms, según la enciclopedia Espasa, para designar la sabiduría tradicional de las clases "sin cultura" de las naciones civilizadas. Con este significado ha sido admitida en la mayor parte de los idiomas actuales.⁷⁷

De conformidad con el Diccionario Enciclopédico Ilustrado, publicado bajo la dirección de José Alemany de la Academia Española, el folklore es el "conjunto de leyendas y tradiciones populares". En mérito a ello, esta palabra ha sido castellanizada; por lo tanto en el idioma español debe pronunciarse tal como se escribe, con la "e" final, en cambio en el idioma inglés, se suprime dicha vocal, pronunciándose "Folklor".

Bajo el aspecto intelectual, **el folklore comprende el estudio de las costumbres, danzas, música, poesías, usos, supersticiones, artesanías, leyendas, modos, etc., de un determinado pueblo.** Por tal circunstancia, puede ser considerado como ciencia y los que se dedican a su estudio, como folkloristas.

Entonces, de lo expuesto, se puede afirmar desde lo histórico, que la palabra "folklore" fue creada por los románticos en Inglaterra; allí nació, en un contexto cultural del "mirar hacia atrás" (Romanticismo), pero esto no quiere decir que allí nació el folklore. Allí surgió la palabra que vino a dar nombre a algo que ya existía.

Queda claro entonces que es mucho más que una palabra que se intenta definir, es un hecho cultural, una ciencia, y un comportamiento social.

Por lo tanto, cuando se hace referencia a un hecho folklórico, se debe

⁷⁶ Juan De los Santos Amores. "Didáctica de las Danzas Folklóricas Argentinas". Editorial IDAF. 1993.

⁷⁷ Félix Coluccio/Susana B. Coluccio *Diccionario Folklórico Argentino*, Edit. Plus Ultra, 829 pág. séptima edición, 1991.

hacer desde una contextualización del fenómeno, de lo contrario, se lo está "deshumanizando". El hecho en sí mismo no explica nada, no tiene funcionalidad; el folklore "desde el folklore mismo", desde el "folklorismo" no dice nada, está alejado del hombre que lo generó. La memoria del hecho está en su contexto histórico, social y político.

En esta instancia resulta necesario hacer mención de las danzas folklóricas. Se hace imprescindible su conceptualización ya que son parte de las Peñas Folklóricas.

Danzas folklóricas

Son todas aquellas que ejecutaban algunos medios sociales, campesinos o ciudadanos, a las que no se les conoce el autor. Al ser de creación anónima son patrimonio del pueblo. Cuando un estudioso las toma, las recopila y las da a conocer, se convierten en **obras de proyección folklórica**. Es decir, son folklóricas cuando son interpretadas por los nativos que la poseen. Luego dejan de serlo, y se convierten en obras de proyección folklórica.⁷⁸

De acuerdo a la clasificación que se hace en el libro "Didáctica de las Danzas Folklóricas Argentinas"⁷⁹, publicado bajo la dirección de Juan de Los Santos Amores, **las danzas se pueden clasificar de acuerdo a su geografía**: son generalizadas las que se dispersaron por todo el país, y son regionales las que no traspusieron su zona de origen.

El folklore y su etimología

El recopilador Juan de Los Santos Amores sostiene la definición de **folklore** como toda manifestación existente en la cultura popular, que nace espontáneamente del pueblo y no se conoce el autor. Y acerca de **proyección del folklore o proyección folklórica**, sostiene que es todo aquel hecho de origen folklórico que es tomado por un estudio y dado a conocer.

Además de las definiciones expuestas, existen dos distinciones más que él hace: **folklore vivo**, que es todo aquel que se mantiene en ciertas capas sociales en forma pura y absoluta; y **folklore histórico** que es aquel que

⁷⁸ Juan De los Santos Amores. "Didáctica de las Danzas Folklóricas Argentinas". Editorial IDAF. 1993.

⁷⁹ Juan De los Santos Amores. "Didáctica de las Danzas Folklóricas Argentinas". Editorial IDAF. 1993.

existió, pero que el tiempo lo borra haciéndolo desaparecer. El reencontrarlo y reconstruirlo es tarea de la investigación y exhumación.⁸⁰

La ciencia del Folklore y su objeto de estudio, se denomina de la misma manera, por tal razón, entre los estudiosos se ha acordado usar la mayúscula (Folklore) cuando se quiere hablar de la ciencia y la minúscula (folklore) cuando se trata del comportamiento socio-cultural (el material u objeto de estudio).

No obstante todo esto, con respecto a la definición de anónimo como “de autor desconocido”, no podemos considerar esta una característica inherente al folklore. Sabemos que todo lo creado ha tenido al menos un creador; el que se conozca o no su nombre es irrelevante en cuanto a la naturaleza del material. Una pieza de cualquier género no deja de ser folklórica porque en un momento dado se descubra el nombre de su autor⁸¹.

Los estudiosos de la folklórica creyeron por mucho tiempo que cierto material folklórico, como las adivinanzas y los refranes, tenían una forma fija y consagrada, y que su uso no se basaba más que en repeticiones. Por eso, mucho material que se transformaba con el uso, se consideraba resultado de un proceso de descomposición, y el depositario de buena memoria que repetía sus textos “al pie de la letra” era considerado el ideal. Pero hoy día se piensa que, como parte de la cultura y como sistema de actos comunicativos, el folklore es **algo vivo**; no solo se aprende lo que se memoriza, sino que también se aprende a usar este material de determinada manera y en determinadas situaciones o circunstancias. Este uso puede ser en ocasiones muy creativo; se puede incluso afirmar que la mera repetición mecánica de fórmulas o de textos, puede ser resultado de una incompetencia creativa, ya que todo nuevo mensaje o toda actuación folklórica son actos de creación o de recreación del material que está a disposición de todo miembro de la comunidad.

Como consecuencia, un hecho fundamental es que la producción folklórica siempre vive en variantes o versiones diferentes, que pueden surgir por adaptación a nuevas necesidades, debido a la creatividad que impone la actuación, a improvisaciones, o al olvido. Las sustituciones (de personajes, de objetos, de situaciones) son frecuentes, como lo son también las amplificaciones y reducciones. El proceso de renovación que producen las variantes, puede ser más o menos rápido o lento, según el carácter de la comunidad; puede suceder que a la vez que se generan nuevas versiones, las anteriores se olviden o disminuyan significativamente, o, lo que es más general, que queden rastros más o menos notables de la versión anterior en las nuevas; también puede ocurrir que las nuevas versiones no logren sustituir a las más antiguas y que convivan durante cierto tiempo en la tradición, o que las versiones antiguas se renueven al tomar prestado elementos de la nueva

⁸⁰ Juan De los Santos Amores. "Didáctica de las Danzas Folklóricas Argentinas". Editorial IDAF. 1993.

⁸¹ JUAN JOSÉ PRAT FERRER Oppidum, nº 2. Universidad SEK. Segovia, 2006, 229-248.

producción. Así pues, se puede decir que no existe, por ejemplo, un cuento, sino versiones de este cuento, y que cada una de ellas (incluso la original si alguna vez se llegara a conocer) es una manifestación reconocible del mismo cuento.

A pesar de que la cultura de masas y la globalización tienden a hacer cada vez más difusas las fronteras culturales, en cada lugar o en cada comunidad se suelen dar una o más versiones de un hecho folklórico; estas versiones ocupan una extensión espacial más o menos amplia, según su grado de aceptación y la competencia que exista con otras versiones de localidades o regiones vecinas o de las difundidas a través de los medios de comunicación. A veces ocurre que una misma forma pervive en lugares distantes entre sí, producto de la importación del producto, ya sea por emigración o debido a los medios de comunicación. Por otra parte, los elementos que componen un material, sea, por ejemplo, un relato o una canción, pueden aparecer en otro material que pertenece a un género totalmente diferente, y de hecho así sucede.

El concepto de “castizo”, “puro”, “no contaminado” pertenece al mundo de la producción culta e institucionalizada, no al folklore. Los préstamos son muy abundantes; la gente se apropia de lo que le gusta o considera necesario y lo transforma de acuerdo con sus patrones. La variabilidad, el hecho de existir en variantes, sí es una cualidad inherente al folklore⁸².

No obstante, cierta parte del material folklórico tiende a fijarse en formas bastante fijas o estereotípicas: fórmulas, diseños, gestos, patrones, estructuras. Es un material fácilmente reconocible dentro de la comunidad, y por tanto, puede considerarse que no son folklóricas las piezas que no presenten las características típicas que configuran este material. Este concepto de estereotipia convive con el de variabilidad. Un refrán, por ejemplo, no es tan fijo como se pueda pensar, existen muchas variantes de refranes. Lo fijo no es el producto final, sino la estructura y el estilo que presenta cualquier material; o en otras palabras, la manera de hacer. Pero tampoco la estereotipia debe ser considerada una cualidad exclusiva del folklore; las iglesias, los gobiernos, el mundo académico o el jurídico también fijan su producción en formas estereotípicas.

Ha quedado demostrado que aunque gran parte del folklore vive en la oralidad, existe un folklore escrito, y que el hecho de escribir un material folklórico no necesariamente hace que su naturaleza cambie. Existen además hechos folklóricos de naturaleza no verbal, como la música, los gestos o la artesanía; la comunicación y el aprendizaje de ellos no son necesariamente verbales. Así que la oralidad no constituye un elemento esencial del folklore verbal. Además, como afirma Barbro Klein: “paradójicamente, los folklorólogos dicen que estudian formas comunicadas oralmente, sin embargo, estas formas

⁸² JUAN JOSÉ PRAT FERRER *Oppidum*, nº 2. Universidad SEK. Segovia, 2006, 229-248.

están disponibles a la investigación gracias a varios medios, incluida la imprenta”⁸³

En 1992 el folclorólogo Rudolf Schenda propuso una definición práctica de folklore que tuviera en cuenta estas apreciaciones: textos, formas de habla y fórmulas hablados o escritos o impresos, diseminados temporal o espacialmente, que se encuentran en el uso cotidiano.⁸⁴

El folklore sirve para algo; el concepto de arte por el arte no existe en este tipo de cultura. Todo material folklórico cumple unos objetivos sociales, educativos, de presión social, de evasión, de válvula de escape a la presión, de cohesión de grupo, de afirmación de valores, o de entretenimiento, sin más. El material que se pierde, el que cae en el olvido, es el que ya no tiene una función en la comunidad, o el que se ha visto reemplazado por otro que cumple mejor esta función. Por el contrario, si un material se mantiene vivo en la tradición o vuelve a aparecer es porque cumple una función, por más que ésta no sea la original; lo mismo ocurre con el material nuevo que no tiene una vida efímera. Si bien la funcionalidad del folklore es una característica inherente, este criterio de poco sirve, pues basta con constatar su existencia para saber que cumple una función; otra cosa sería descubrir cuál es esa función.

Seguendo a Benjamin Botkin, se puede afirmar que cualquier grupo humano con intereses comunes posee un corpus de tradiciones (o material cultural que se transmite) que sirven para compartir experiencias; estas tradiciones están formadas por elementos de origen individual, popular, comercial o incluso culto que se asimilan, retienen y aprenden dentro de un patrón o estructura, y se mantienen en uso dentro del grupo gracias a la repetición, a la recreación y a la variación; este patrón tiene como función la continuidad y cohesión del grupo, que a su vez le sirve de contexto⁸⁵.

Prat Ferrer⁸⁶, un destacado especialista en cultura popular y folclorística, autor de la única obra dedicada a la historia general de la folclorística señala lo siguiente con respecto al folklore:

“El folklore se concibe en nuestros días como una forma cultural de comunicación, o de transmisión del patrimonio cultural, que en parte es igual a las demás en cuanto a la forma y a la manera de producirse y en parte difiere de ellas. Es tradicional en cuanto a que se transmite, como todos los materiales culturales, pero esta transmisión obedece a ciertas reglas comunitarias”.

⁸³ KLEIN, B. (1997): “Folklore” *Folklore: An Encyclopedia of Beliefs, Customs, Tales, Music and Art*, Green, Thomas A., ed. Santa Barbara (California): ABC-CLIO, pp. 331-337.

⁸⁴ DÉGH, L. (2001): *Legend and Belief: Dialectics of a Folklore Genre*. Bloomington: Indiana University

⁸⁵ MC HALE, E. (1994): “Fundamentals of Folklore”, *Working with Folk Materials in New York State: A Manual for Folklorists and Archivists*, John Suter, ed. Ithaca (Nueva York): New York.

⁸⁶ Juan José Prat Ferrer Oppidum, N° 2. Universidad SEK. Segovia, 2006, 229-248.

“No es anónimo por definición, pues si todo material tiene autor, el que se conozca su nombre o no es un hecho circunstancial que no cambia ni el material ni la forma en que se produce. Es estereotípico, como otras formas culturales no folklóricas, pero variable a la vez, y no existe una versión más válida que las demás. Se transmite verbalmente, no necesariamente por vía oral, o se aprende por observación y cumple una función dentro del grupo”.

Este autor también señala en su obra:

“Si tuviera que aventurar, en este punto, una definición actualizada de folklore, concebido como una forma de patrimonio intangible, podría decir que es el conjunto de elementos, actos y procesos culturales expresivos que se transmiten en variantes en los grupos humanos, según las reglas de creación, transformación y transmisión propias de la comunidad a la que pertenecen, y que forman parte de su identidad y patrimonio. Esta definición permite al estudioso abrir el ámbito de su estudio a los mentifactos, constructos, paradigmas, motivos, símbolos, estructuras y textos que constituyen el patrimonio, sin importar si han sido o no objeto de estudio previo; diferencia el ámbito del folklore del de la producción erudita y del de la cultura de masas sin distinguir los medios de comunicación que se utilizan para la transmisión; finalmente, centra la idea de *folk* en los miembros de una comunidad en cuanto que, como depositarios activos, utilizan el patrimonio de acuerdo con las reglas y leyes que dicta la comunidad, representada por su público, que ejerce una función controladora”.

Prat⁸⁷ finaliza su obra diciendo: “A mi parecer, es una definición que sin romper del todo con el pasado de la folklorística, resume su presente y abre el camino hacia el futuro”.

En la presente investigación se tendrán en cuenta las definiciones tomadas por Prat, porque son los conceptos que encuadran con el presente trabajo.

Por otra parte, en este trabajo se utilizarán conceptos, que se vuelve indispensable aclarar, para evitar futuras confusiones como “criollo”; y “peñero”.

Felix Coluccio⁸⁸ define a “criollo” como propio del país, auténticamente nativo aunque a veces haya ascendencia extranjera.

Con respecto a la palabra “Peñero”, no existe tal definición en ningún diccionario especializado. Por ello se dará una definición acorde al presente

⁸⁷ Juan José Prat Ferrer *Oppidum*, nº 2. Universidad SEK. Segovia, 2006, 229-248.

⁸⁸ Félix Coluccio/Susana B. Coluccio *Diccionario Folklórico Argentino*, Edit. Plus Ultra, 829 pág. séptima edición, 1991.

trabajo: La palabra “peñero” se refiere a las personas que concurren a las Peñas Folklóricas, es un vocablo con el cual dichos concurrentes (dueño, organizador, artista y los visitantes) se sienten identificados.

Peñas Folklóricas

A continuación el concepto de peña para la Real Academia Española⁸⁹.

Peña: Grupo de personas que participan conjuntamente en fiestas populares o en actividades diversas, como apostar, jugar a la lotería, cultivar una afición, fomentar la admiración a un personaje o equipo deportivo, etc.

No hay registros de definición de Peña Folklórica por parte de un estudioso del área, por este motivo se expondrá la definición de Peña, creada por la Legislatura Porteña en el año 2005, cuando incluyó al rubro Peña Folklórica al Código de Planeamiento Urbano de la CABA.

Peña Folklórica: espacio mixto, socio-cultural y comercial, donde se desarrollan actividades artísticas y/o lúdicas como canto, narración oral, pintura, telar, plástica, aprendizaje y práctica de danzas típicas argentinas expresadas por propios artistas o concurrentes, teatro criollo, títeres, donde se elaboran y/o expenden comidas y bebidas típicas regionales del país.

Análisis FODA

Para la presente investigación, como parte del relevamiento de dichas Peñas, se hará un análisis FODA:

El análisis FODA es una herramienta que se utiliza para obtener un efectivo panorama de la situación y el entorno de una organización determinada (empresa, organismos, municipio, país, etc.). Para ello se procede al análisis de las OPORTUNIDADES, DEBILIDADES, AMENAZAS Y FORTALEZA de dicha organización.

Tanto las fortalezas como las debilidades son factores internos respecto a la organización, en el caso de las fortalezas son todos aquellos factores positivos que posee la misma, mientras que las debilidades son los factores débiles o negativos de la organización.

Por su parte las oportunidades y las amenazas son los factores externos que posee la organización, siendo las oportunidades todos los factores positivos y las amenazas todos los factores negativos que se presentan por la fuerza de la organización, pero que se relacionan en forma indirecta.

Por lo tanto, constituye una herramienta útil para registrar el resultado final de un diagnóstico, ya que no solo sirve para anotar adecuadamente las

⁸⁹ DICCIONARIO DE LA LENGUA ESPAÑOLA- (22ª ED.).De REAL ACADEMIA ESPAÑOLA Editorial: ESPASA-CALPE SA, 2001

observaciones claves, sino también ayuda a generar nuevos comentarios y conclusiones.

Ley y resolución de Peñas Folklóricas

A principios de 2003 el “Chango” Farías Gómez quien fue diputado en la Legislatura porteña junto a Esteban López, (fundador de la “Peña del Colorado”) empezaron a bregar por una ley que amparara la actividad de las Peñas Folklóricas en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. El 24 de noviembre de 2005 se sancionó la ley N° 1846 de Peñas Folklóricas, la cual incorpora la actividad “Peña” al Código de Planeamiento Urbano. Esta ley sancionada se promulgó de hecho el 5 de enero de 2006 y se publicó en el Boletín Oficial de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires N° 2.358 el 13 de enero de 2006.

Después de 5 años de haber sido promulgada dicha ley todavía no ha sido reglamentada y las Peñas Folklóricas para funcionar deben pedir permisos especiales. Por otra parte también existe una resolución (N° 878), que es para la tramitación, otorgamiento y funcionamiento de permisos especiales para la realización de eventos no masivos vinculados a "Música en vivo de diversos géneros sin baile", "Teatro independiente", "Peña Folklórica" y "Milongas". Este trámite es solo para los clubes, sociedades de fomento o asociaciones vecinales. Dichos lugares ya tienen que tener la habilitación correspondiente como tal.

Es decir, lo único que está vigente actualmente para la realización de Peñas Folklóricas es un permiso provisorio destinado solamente a clubes, sociedades de fomento o asociaciones vecinales. Para los espacios que deseen tener una Peña se les brinda la habilitación de “Música y canto”, que no contempla la **narración oral, la pintura, el telar, la plástica, el aprendizaje y práctica de danzas típicas argentinas expresadas por propios artistas o concurrentes.**

Constitución de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Desde la perspectiva de lo que prescribe la Constitución de la Ciudad, en su artículo 10º, al incorporar a su normativa los tratados internacionales, siguiendo en esta dirección la línea doctrinaria adoptada por los constituyentes nacionales de 1994, cabe resaltar que uno de ellos es el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales. Estos derechos, que ostentan el rango de derechos humanos de segunda generación, conocidos convencionalmente bajo el nombre de derechos sociales, complementan los derechos humanos de primera generación: los civiles y políticos.

Este Pacto, en su artículo 15º, dispone: *"Artículo 15.- Los Estados Partes en el presente Pacto reconocen el derecho de toda persona a : a) **Participar en la vida cultural** b) Gozar de los beneficios del progreso científico y de sus*

aplicaciones; c) Beneficiarse de la protección de los intereses morales y materiales que le correspondan por razón de las producciones científicas, literarias o artísticas de que sea autora.**2. Entre las medidas que los Estados Partes en el presente Pacto deberán adoptar para asegurar el pleno ejercicio de este derecho, figurarán las necesarias para la conservación, el desarrollo y la difusión de la ciencia y de la cultura.** 3. Los Estados Partes en el presente Pacto se comprometen a respetar la indispensable libertad para la investigación científica y para la actividad creadora. 4. Los Estados Partes en el presente Pacto reconocen los beneficios que derivan del fomento y desarrollo de la cooperación y de las relaciones internacionales en cuestiones científicas y culturales"

Además y como uno de los capítulos de las Políticas Especiales la Constitución ordena el mínimo común denominador que debe garantizar el Estado de la Ciudad en el tópico cultural: "LIBROII - CAPITULO SEXTO - CULTURA ARTICULO 32.- La ciudad distingue y promueve todas las actividades creadoras.

Garantiza la democracia cultural; asegura la libre expresión artística y prohíbe toda censura; facilita el acceso a los bienes culturales; fomenta el desarrollo de las industrias culturales del país; propicia el intercambio; ejerce la defensa activa del idioma nacional; **crea y preserva espacios** ; propicia la superación de las barreras comunicacionales; impulsa la formación artística y artesanal; promueve la capacitación profesional de los agentes culturales; procura la calidad y jerarquía de las producciones artísticas e incentiva la actividad de los artistas nacionales; protege y difunde las manifestaciones de la cultura popular ; contempla la participación de los creadores y trabajadores y sus entidades en el diseño y la evaluación de las políticas, **protege y difunde su identidad pluralista y multiétnica y sus tradiciones.**

Esta Constitución garantiza la preservación, recuperación y difusión del patrimonio cultural, cualquiera sea su régimen jurídico y titularidad, la memoria y la historia de la ciudad y sus barrios."

El Patrimonio Cultural y las Instituciones del Estado.⁹⁰

Las Instituciones involucradas en los bienes patrimoniales de la CABA son:

- Comisión para la preservación del Patrimonio Histórico y Cultural de la CABA;
- La Dirección General de Patrimonio e Instituto Histórico.

La Comisión para la Preservación del Patrimonio Histórico Cultural de la Ciudad de Buenos Aires, en su carácter de órgano asesor permanente del cumplimiento de la Ley N° 1.227/04 podrá elevar a la Secretaría de Cultura y/o Legislatura de la Ciudad de Buenos Aires, propuestas acompañadas de documentación debidamente fundamentada sobre expresiones culturales pasibles de ser declaradas bienes de interés cultural intangible o inmaterial de la Ciudad de Buenos Aires, sin perjuicio de lo establecido en la Constitución de la Ciudad de Buenos Aires acerca de las iniciativas legislativas.⁹¹

No solo este organismo es el único que puede bregar para legitimar un bien patrimonial, sostiene Roxana Castiglioni, una de las entrevistadas. También señala “lo puede hacer un ciudadano, el cual junta firmas que presenta en la Legislatura junto con datos fundamentados de por qué debería legitimarse ese bien patrimonial. Puede suceder también que algún Diputado considere el proyecto, y éste lo presente en la Legislatura”.

La Dirección General de Patrimonio e Instituto Histórico(DGPelH), dependiente de la Subsecretaria de Patrimonio Cultural del Ministerio de Cultura del Gobierno de la Ciudad, tiene como objetivos fundamentales investigar y difundir la historia de la Ciudad de Buenos Aires y sus valores patrimoniales, así como preservar y acrecentar el patrimonio cultural, material e inmaterial de la Ciudad. Tiene a su cargo las tareas de identificar, valorar, registrar, proteger, difundir e incentivar la conservación del patrimonio material e inmaterial de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Considerar a los bienes culturales como recursos históricos, sociales, económicos y turísticos, en correspondencia entre el objeto material y su significado. Promover la sensibilización de la comunidad sobre el tema del patrimonio cultural, proporcionando las pautas para su correcto conocimiento y valoración. El objetivo de la preservación de la memoria y de sus vínculos culturales, redundan en el beneficio espiritual del hombre y de la sociedad en su conjunto.

⁹⁰ Licenciada Mónica Capano. Secretaria General de la Comisión para la Preservación del Patrimonio Histórico Cultural.

⁹¹ Art. 3 Ley N° 1535 de la Constitución de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

El Área de Patrimonio comprende los siguientes temas:

- Catalogaciones de Bienes Culturales
- Legislación y Protección Patrimonial
- Asesoramientos Técnicos
- Intervenciones en Muebles e Inmuebles de Valor Patrimonial
- Patrimonio Arqueológico
- Difusión del Patrimonio Cultural

Existen en la CABA leyes que amparan toda actividad concerniente al Patrimonio Cultural tangible e intangible, a continuación se analizarán las que se consideraron relevantes para la presente investigación:

Ley 1227 constituye el marco legal para la **investigación, preservación, salvaguarda, protección, restauración, promoción, acrecentamiento y transmisión a las generaciones futuras del Patrimonio Cultural de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires** (PCCABA). Las leyes específicas que sancione la Legislatura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, referidas a esta materia, deberán ajustarse a esta Ley.

Esta ley define al PCCABA como el conjunto de bienes muebles e inmuebles, ubicados en el territorio de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, cualquiera sea su régimen jurídico y titularidad, que en sus aspectos tangibles e **intangibles**, materiales y **simbólicos**, y que **por su significación intrínseca y/o convencionalmente atribuida, definen la identidad y la memoria colectiva de sus habitantes.**

Las Peñas Folklóricas encuadrarían perfectamente en esta definición.

El PCCABA está constituido por las categorías de bienes que a título enumerativo se detallan a continuación:

- a. Sitios o Lugares Históricos.
- b. Monumentos.
- c. Conjunto o Grupo de Construcciones, Áreas.
- d. Jardines Históricos.
- e. Espacios Públicos.
- f. Zonas Arqueológicas.
- g. Bienes Arqueológicos de Interés Relevante.
- h. Colecciones y Objetos.
- i. **Expresiones y Manifestaciones Intangibles:** de la cultura ciudadana, que estén conformadas por las tradiciones, las costumbres y los hábitos de la comunidad, así como espacios o formas de expresión de la cultura popular y tradicional de valor histórico, artístico, antropológico o lingüístico, vigentes y/o en riesgo de desaparición.

En la categoría “Expresiones y Manifestaciones Intangibles” entrarían las Peñas Folklóricas. Éstas son parte de la cultura ciudadana, ya que se desarrollan en dicha urbe, están conformadas por las tradiciones, las costumbres y los hábitos de los residentes. Y es un medio de expresión de la cultura popular y tradicional de valor histórico vigente.

En cuanto al Órgano de Aplicación, en atención a los objetivos de la presente Ley, tendrá las siguientes funciones:

- a. Proponer los Bienes de Interés Cultural que conformarán el PCCABA, así como también la desafectación de los que hubiese declarado. **Se considerarán incluidos en el PCCABA a todos aquellos bienes culturales declarados o que declare la Comisión Nacional de Museos, Monumentos y Lugares Históricos (Ley N° 12.665), en cualquiera de las tipologías que componen su registro en el ámbito de la Ciudad de Buenos Aires, así como los que consagre la Legislatura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires en ejercicio de sus competencias específicas. Asimismo se considerarán incluidos todos aquellos bienes culturales registrados en organismos del Gobierno de la Ciudad.**
- b. Programar e implementar las políticas de gestión e investigación dirigidas a la tutela y protección del PCCABA, así como planificar estrategias, proyectos de estímulos y mecanismos para la conservación, restauración y puesta en valor del PCCABA.
- c. Coordinar y fomentar la colaboración entre las distintas áreas del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, como así también con otras jurisdicciones competentes en razón de la materia o del territorio, en orden a la tutela y gestión del PCCABA
- d. Difundir y divulgar el conocimiento y valoración de los bienes culturales, integrándolos en los distintos niveles educativos formales y no formales.
- e. Supervisar y velar por el cumplimiento del Régimen de Penalidades referido en el Art.18 de la presente Ley.

Las Peñas Folklóricas no se encuentran en los registros patrimoniales nombrados en la presente ley.

Promoción de los derechos culturales previstos en la Constitución de la Ciudad de Buenos Aires. Ley 2176.

La presente ley tiene por objeto promover los derechos culturales previstos en el artículo 32 de la Constitución de la Ciudad de Buenos Aires, ordenar el marco legal y principios rectores de las políticas culturales.

El Art. 2 de esta ley caracteriza a la cultura como el conjunto de manifestaciones, representaciones, procedimientos y modalidades de la creatividad humana, individual y colectiva, que incluye lo aprendido, acumulado y permanentemente enriquecido, que determina la singularidad de una sociedad y/o comunidad, las diversidades que la integran como totalidad

histórica, situada en un espacio definido y abarca los modos de vida, las formas de vivir en sociedad y/o comunidad, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias.

La política cultural de la Ciudad de Buenos Aires atenderá en especial, y de forma no taxativa, a las siguientes disciplinas:

- Antropología.

- Arquitectura y patrimonio arquitectónico.
- Historia.
- Arqueología.
- Enseñanza Artística.
- Museología.
- Bibliotecología y demás actividades de recolección, conservación y exhibición de bienes pertenecientes al patrimonio cultural.

- Música.

- Literatura.
- Arte digital, electrónico y electroacústico.
- Artes visuales.
- Artes escénicas.
- Artes audiovisuales.
- Tecnologías teatrales.
- Diseño.
- Radio y televisión educativas o culturales.

- Costumbres y tradiciones populares.

- Artesanías.

- Investigación y experimentación, conservación y crítica, dentro del campo de las disciplinas antes mencionadas.

Y otras disciplinas que se incluyan en el futuro por parte de la Autoridad de Aplicación.

Una vez más se puede dar cuenta, que existen leyes que amparan toda actividad cultural, leyes que promueven LOS DERECHOS CULTURALES. Pero ¿qué sucede en el ámbito folklórico?, ¿qué ocurre con estos espacios que promueven las tradiciones argentinas?, que son espacios de identificación para quienes concurren a estos lugares. ¿Será que hay intereses políticos y económicos que valen más que los bienes patrimoniales identitarios de la Ciudad?.

LEY N° 1.535. Atlas de patrimonio cultural inmaterial.

Por medio de esta ley se instituye el Relevamiento, Registro e Investigación del Patrimonio Cultural Intangible o Inmaterial, de fiestas, celebraciones y rituales que adquieren especial significación para la memoria, la identidad y la vida social de los habitantes de la Ciudad de Buenos Aires.

La Comisión para la Preservación del Patrimonio Histórico Cultural de la Ciudad de Buenos Aires procederá a documentar, registrar y difundir los resultados de dicho relevamiento, mediante la creación de una base de datos y

un archivo, así como de diversos tipos de publicaciones, muestras, jornadas, seminarios y toda otra actividad orientada hacia el conocimiento y difusión integral del patrimonio cultural inmaterial de Buenos Aires.

“Nunca se ha hecho un relevamiento o se ha tenido un registro formal de las Peñas Folklóricas de la CABA”.⁹²

⁹² Licenciada Mónica Capano. Secretaria General de la Comisión para la preservación del Patrimonio Histórico cultural (CPPHC)

Aspectos metodológicos

Tipo de Investigación:

El tipo de diseño que corresponde a la presente investigación es de tipo ***exploratorio- descriptivo***.

Con respecto al tipo de investigación exploratoria Carlos Sabino⁹³ las define como aquellas que solo se proponen alcanzar una visión general, del tema de estudio. Se realizan generalmente cuando predominan algunas de las siguientes circunstancias:

- El tema escogido ha sido poco estudiado hasta el momento y no existe sobre el mismo un conocimiento tal que permita formular hipótesis precisas o hacer una descripción sistemática.
- Cuando aparecen, en un campo de estudios determinado, nuevos fenómenos que, o bien no se conocen aun exactamente, o bien no se comprenden a cabalidad sobre las bases de las teorías existentes.

Que es el caso de esta investigación, y con respecto a esto Schluter agrega lo siguiente:

“...la función principal del diseño exploratorio consiste en descubrir nuevas ideas y nuevas perspectivas.”

Es de tipo descriptiva, porque estos tipos de estudios buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis (Danke 1989). Es decir, miden, evalúan, o recolectan datos sobre diversos conceptos (variables), aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar. En un estudio descriptivo se seleccionan una serie de cuestiones y se mide o recolecta información sobre cada una de ellas, para así, valga la redundancia, describir lo que se investiga.⁹⁴

La presente investigación formula hipótesis. Sampieri dice al respecto “El hecho de que formulemos o no hipótesis depende de un factor esencial: el alcance inicial del estudio. Las investigaciones cuantitativas que formulan hipótesis, son aquellas cuyo planteamiento define que su alcance será correlacional o explicativo, o las que tienen un alcance descriptivo, pero que

⁹³ Sabino, Carlos. Como hacer una tesis y elaborar todo tipo de escritos. Editorial Lumen Humanitas. Bs. As. Edición ampliada.

⁹⁴ Sampieri Hernández, Roberto. “Metodología de la investigación”. Editorial Mc Graw Hill Interamericana. Cuarta edición. Mexico DF. 2006.

intentan pronosticar una cifra o un hecho”.⁹⁵ Es el caso de esta investigación, es descriptiva e intenta pronosticar la viabilidad turística de las Peñas Folklóricas en la CABA.

Universo de estudio:

- Peñas Folklóricas de los barrios de Palermo, Almagro, Balvanera, Montserrat y Caballito.
- Demanda de las Peñas Folklóricas del área de estudio.
- Instituciones del estado.

Las fuentes de donde se obtuvo la información fueron:

Fuentes:

Fuentes Primarias:⁹⁶ son aquellas que hacen referencia a la documentación que contiene material nuevo y original, cuya disposición no sigue ningún tipo de esquema predeterminado. Como fuentes primarias se pueden mencionar, la observación, la encuesta y la entrevista. En esta investigación las Fuentes Primarias que se utilizarán son las entrevistas y las encuestas.

Las entrevistas serán realizadas a los informantes claves. A través de ellos se obtiene información sobre las características de los espectáculos y los servicios que se ofrecen como así también los medios de promoción que utilizan y las principales problemáticas que deben enfrentar para el funcionamiento de las Peñas Folklóricas, y la relación que existe entre las mismas, el poder político y la actividad turística. A los visitantes de las Peñas Folklóricas se realizarán las encuestas, a través de éstas se podrá detectar el perfil de la demanda, y la importancia que tienen dichas Peñas para los mismos.

Por otro lado, también se obtiene información de las **Fuentes Secundarias**⁹⁷: es aquella documentación que contiene material conocido y organizado según un esquema determinado. Las Fuentes Secundarias que se utilizaron para la investigación fueron los artículos periodísticos, notas a referentes del folklore argentino, bibliografía tanto del área de estudio como los propios de la carrera.

⁹⁵ Sampieri Hernández, Roberto. “Metodología de la investigación”. Editorial Mc Graw Hill Interamericana. Cuarta edición. Mexico DF. 2006.

⁹⁶ Texto de la OMT 2002.

⁹⁷ Padua. Técnica de la Planificación social. México 1982.

Matriz de Datos:

Operacionalización de las Variables:

Rut Vieytes, acerca de esto señala lo siguiente: “Los términos que utilizamos en el modelo teórico adoptan un carácter conceptual, pero para hacerlos operativos se los deben convertir en variables observables. Al operacionalizar esos términos, especificamos cuáles serán las manifestaciones concretas y observables de los conceptos que nos permitirán valorarlos. Se denomina a esas expresiones, empíricos indicadores y constituyen un elemento indispensable para poder elaborar el instrumento”⁹⁸.

A continuación se detalla la Matriz de Datos.

Unidad de análisis: Cada una de las Peñas Folklóricas ubicadas en los barrios de Palermo, Almagro, Balvanera, Montserrat y Caballito.

V1 Ubicación

Operacionalización:

- Palermo
- Almagro
- Balvanera,
- Montserrat
- Caballito.

V2: Capacidad

Operacionalización:

- 1- 50 personas
- 50-100 personas.
- 100- 150 personas.
- Más de 150 personas

V 3. Modo de comercialización

Operacionalización:

- Publicidad en la calle;
- Recomendación;

⁹⁸ Rut Vieytes, “Metodología de la Investigación en organizaciones, mercados y sociedad, epistemología y técnicas”, Editorial De las Ciencias, 1ª edición, Buenos Aires, 2004.

- Promoción en la Página web de Turismo de CABA;
- Por la página web de la Peña;
- Publicidad en diarios y/o revistas;
- Otro.

V4 Servicios que ofrece

Operacionalización:

- Gastronomía;
- Atención del Personal;
- Espectáculos;
- Estado del local;
- Limpieza.

Unidad de análisis: Visitantes en las Peñas Folklóricas del área de estudio.

V1 Sexo

Operacionalización

- Femenino ;
- Masculino.

V2 Edad.

Operacionalización

- De 21 a 30 años
- De 31 a 40 años
- De 41 a 50 años
- De 51 a 60 años
- Más de 60 años

V3 Lugar de residencia

Operacionalización

- Ciudad de Buenos Aires;
- Provincia de Buenos Aires;
- Provincia de Argentina;
- Brasil;
- Chile;
- Europa;
- Estados Unidos;
- Otro.

V4 Ocupación/ Profesión

Operacionalizacion

- Estudiante;
- Comerciante;
- Docente;
- Profesor de danzas folklóricas;
- Otro.

V5 Medio de Promoción

Operacionalizacion

- Publicidad en la calle;
- Recomendación;
- Promoción en la Página web de Turismo de CABA;
- Por la página web de la Peña;
- Publicidad en diarios y/o revistas;
- Otro.

V6 Con quién viene

Operacionalizacion

- Solo;
- Con su pareja;
- Con amigos;
- Con la familia.

V 7 Frecuencia

Operacionalizacion

- Primer vez;
- Primera vez a esta Peña pero ya fue a otras;
- Viene siempre;
- Otra.

V8 Cantidad de años que frecuenta Peñas en la Ciudad de Buenos Aires

Operacionalizacion

- Entre 1 y 3 años
- entre 3 y 6 años
- entre 6 y 9 años
- más de 9 años

V9 Motivaciones

Operacionalización

- Porque viene a bailar;
- Porque le gustan los artistas;
- Porque se junta con amigos;
- Porque es un ambiente familiar;
- Porque viene a divertirse;
- Otra.

V10 ¿Volvería?

Operacionalización

- Si
- No

V11 Factores que atribuyeron el incremento del desarrollo de las Peñas Folklóricas

Operacionalización

- Porque se han promocionado mas
- Porque comenzaron a traer artistas consagrados
- Porque los músicos de la “nueva camada” atraen más público juvenil.
- Porque hay personas de diferentes latitudes del país viviendo en la ciudad y se inclina por este tipo de espectáculos.
- Otra.

V12 Calificación de la Peña en líneas generales.

Operacionalización

- Mala
- Regular
- Buena
- Muy buena
- Excelente

Unidad de análisis: Instituciones del estado

V1 Peñas Folklóricas y su legitimación en el Patrimonio Cultural de la CABA.

Operacionalización

- Si
- No

Instrumentos⁹⁹ de recolección de datos:

En esta investigación se han considerado los siguientes instrumentos:

- Encuestas
- Entrevistas.

Encuestas

La función de la *encuesta* será la de requerir información a un grupo socialmente significativo de personas acerca de los problemas en estudio. Luego, mediante un análisis de tipo cuantitativo, se sacarán las conclusiones que se correspondan con los datos recogidos.

La clase de muestra¹⁰⁰ que se utilizará en las encuestas a los turistas para poder establecer el perfil de los mismos es: **no probabilístico- casual** ya que se realizará a los que deseen contestar la encuesta.

En cuanto a las encuestas, este es un instrumento que se ha podido aplicar perfectamente para la investigación. No se han encontrado mayores inconvenientes para su realización.

Se han realizado 100 encuestas entre los meses de julio- septiembre de 2011.

La única dificultad que se presentó, pero que se considera de gran relevancia fue que habiendo un clima tan festivo en la mayoría de las Peñas, algunos no contestaban las preguntas abiertas, o las que requerían ser justificadas, por ello no se tomaron en cuenta dichas encuestas.

Se ha encontrado gran predisposición e interés para contestar las preguntas. Muchos de los visitantes se acercaban a preguntar por qué se hacían las encuestas y se ofrecían a completarlas. Desde el primer momento de la tarea de campo se pudo percibir la solidaridad, el ambiente familiar y el vínculo amistoso que se genera en estos ámbitos. Algo que se vio reflejado en los resultados de las encuestas.

A continuación se presenta el modelo de la encuesta:

⁹⁹ Rubio MJ y Vara J. El análisis de la realidad en la intervención social. En método y técnica de la investigación. Madrid Ed. CCS: 1989. P250-259

¹⁰⁰ Rut Vieytes. Metodología de la Investigación, Organización, Mercado y Sociedad, Epistemología y Técnica. Bs. AS. Ed. De Las Ciencias; Edición 2004.

Encuesta.

Soy Andrea Aquino, de la Universidad Abierta Interamericana, estoy realizando el trabajo final de la Lic. En Turismo, sobre las Peñas Folklóricas como parte del Patrimonio Cultural de la CABA. Agradecería su colaboración.

1-Lugar de residencia:

Ciudad de Buenos Aires ☐ Provincia de Buenos Aires. ☐ Provincia de Argentina. ☐
Brasil ☐ Chile ☐ Europa ☐ Estados Unidos ☐ Otro ☐ especificar.....

2 Sexo: Femenino ☐ Masculino ☐

3- ¿En qué rango de edad se ubica?

De 20 a 30 años ☐ De 31 a 40 años ☐ De 41 a 50 años ☐
De 51 a 60 años ☐ Más de 60 años ☐

4 ¿A qué se dedica?

Estudiante ☐ Comerciante ☐ Docente ☐ Profesor de danzas folklóricas ☐
Otro ☐ especificar

5 ¿Cómo llegó a la Peña?

Por publicidad en la calle ☐ Por recomendación ☐ Por promoción en la página web de
Turismo de la Ciudad de Bs As. ☐ Por la página web de la Peña ☐ Por publicidad en diarios
y/o revistas ☐ otro ☐ Especificar

6 ¿Con quién vino?

Solo ☐ Con su pareja ☐ con amigos ☐ con la familia ☐ otro ☐

7 Frecuencia de la visita a la Peña

Primer vez ☐ Primera vez a esta Peña pero ya fue a otras ☐ Viene siempre ☐

Otro ☐ especificar.....

Si marcó que “viene siempre” siga con la siguiente pregunta, de lo contrario pase a la pregunta nueve.

8 - ¿Hace cuánto que visita Peñas Folklóricas en la Ciudad de Buenos Aires?

Entre 1 y 3 años ☐ entre 3 y 6 años ☐ entre 6 y 9 años ☐ más de 9 años ☐

9 ¿Qué calificación le pondría a cada uno de los servicios brindados?

	Malo	Regular	Bueno	M. Bueno	Excelente
Gastronomía					
Atención del personal					
Espectáculos					
Estado del local					
Limpieza					

Responda esta pregunta si en la respuesta 8 contestó “más de 9 años”

9- ¿Por qué cree que las Peñas se han vuelto más concurridas desde la última década?

Porque se han promocionado más ☐

Porque comenzaron a traer artistas consagrados ☐

Porque los músicos “de la nueva camada” atraen más público juvenil ☐

Porque hay gente de diferentes latitudes del país viviendo en la ciudad y se inclina por este tipo de espectáculos ☐

Otro ☐ especificar.....

10- ¿Cuál es el motivo por el cual frecuenta la Peña Folklórica?

Puede marcar todas las opciones que desee, y agregar otras si lo considera.

Porque viene a bailar ☐

Porque le gustan los artistas ☐

Porque se junta con amigos ☐

Porque es un ambiente familiar ☐ Porque viene a divertirse ☐ OTRO ☐
Especificar.....

11- ¿Cree que las Peñas Folklóricas ya son parte del Patrimonio Cultural de la Ciudad?

Si ☐ no ☐ ¿Por qué?

12- ¿Cómo calificaría, en líneas generales, su visita a la Peña?

Mala ☐ Regular ☐ Buena ☐ Muy buena ☐ Excelente ☐

¿Por qué?

13- ¿Volvería? Si ☐ no ☐ ¿Por qué?.....

Entrevistas

“La entrevista, desde el punto de vista del método, es una forma específica de interacción social que tiene por objeto recolectar datos para una investigación. El investigador formula preguntas a las personas capaces de aportarle datos de interés, estableciendo un diálogo peculiar, asimétrico, donde una de las partes busca recoger informaciones y la otra es la fuente de esas informaciones”¹⁰¹.

En este caso se utilizarán entrevistas no estructuradas o semi-estructuradas que nos permiten un dialogo profundo y rico, captando no solo las respuestas establecidas sino también las aptitudes, valores y formas de pensar del entrevistador.

Estimulan al entrevistado para que profundice sus observaciones, explorando en áreas no previstas en el plan de investigación. Este instrumento se utilizará para las entrevistas que se realizarán a informantes claves.

Con respecto a esta herramienta, al igual que con las encuestas no se han tenido mayores inconvenientes. En cuanto al ámbito folklórico se han entrevistado a ocho personas, de las cuales se ha extraído información muy valiosa para el trabajo. Se las han elegido por la experiencia que cada uno de ellos posee. Seis de los entrevistados son dueños y encargados de las Peñas que han sido relevadas, otro de los entrevistados se encarga desde hace muchos años a cubrir las Peñas de todo el país, especialmente las de Buenos Aires, ya que es el Coordinador General de un programa de TV y página web referente al folklore. También se ha entrevistado a una persona que se encarga de brindar los servicios de gastronomía y espectáculos en las Peñas desde hace más de diez años. No tuve inconveniente para reunirme con los entrevistados, ya que ellos mostraron gran interés con respecto a mi investigación y una gran predisposición. Las entrevistas se realizaron a lo largo de los meses de agosto y septiembre. Las preguntas eran las mismas en la mayoría de los casos, salvo una, que era destinada para una persona ajena a la organización de las Peñas, pero que es un gran conocedor del ámbito folklórico por su trabajo.

Por otra parte, se ha entrevistado a una persona vinculada con las Instituciones de Patrimonio Cultural de la CABA. Esta persona se desempeña en el área de Catalogaciones de la Dirección General de Patrimonio e Instituto Histórico. Realizar la entrevista en este caso no ha sido sencillo, ya que ella no disponía de tiempo suficiente para dedicarle a la entrevista. Por este motivo la entrevista

¹⁰¹ Sabino Carlos, El proceso de investigación, Ed. Lumen, Bs. As, 1998.

ha sido escueta, igualmente la información brindada fue relevante para la investigación.

Los entrevistados:

- Ignacio García Balcarce: Encargado de la Peña “Los Chillados Biaus”.
- Ana Balverde: organizadora de “La Resacada Peña”.
- Agustín Veccar Varela: Coordinador general de Folklore Club (Sitio N° 1 de Folklore en Argentina)
- Nelson Blanco: organizador de Peña “Los Cumpas”
- Oscar “Chicho” Décima: encargado de los servicios de gastronomía y espectáculos folklóricos.
- Soledad Pedraza: encargada de la Peña “Los Cardones”.
- Rocío Ávalos. Encargada de la “Peña Achalay”.
- Ubaldo Villa. Encargado de la “Peña del Colorado”.
- Roxana Castiglianni: Encargada del área de Catalogaciones de la Dirección General de Patrimonio e Instituto Histórico de la CABA.

A continuación **modelo de entrevista semi estructurada.**

- Entrevista para los dueños o encargados de las Peñas Folklóricas:
 1. ¿Hace cuánto se hace la Peña?
 2. ¿Qué cree usted que los visitantes encuentran en una Peña que no encuentran en otro lugar?
 3. ¿Cuál es el medio de promoción que utilizan para promover la Peña
 4. ¿Cuál es el público que predomina?
 5. ¿Cuántas personas reciben en cada Peña?
 6. ¿Tienen contacto con operadores turísticos? ¿Qué me puede decir acerca de esto?
 7. ¿Por qué no salen en búsqueda de los turistas? ¿no les interesa?

8. ¿Cuáles son las principales problemáticas que podría mencionar para el funcionamiento de las Peñas Folklóricas?
9. ¿Cuáles cree que son las causas por las cuales las Peñas Folklóricas han incrementado su desarrollo desde la última década?
10. ¿Qué inserción han logrado las Peñas Folklóricas en el Patrimonio Cultural de la Ciudad de Buenos Aires?
11. ¿Desea agregar algo más sobre el tema?
 - Entrevista para la encargada del área de Catalogaciones de la Dirección General de Patrimonio e Instituto Histórico de la CABA.
1. ¿Cuál es el área en que se desempeña?
2. ¿Usted me podría decir cuál es el proceso de legitimación de un bien patrimonial?
3. ¿Las Peñas Folklóricas figuran en los registros de Patrimonio de la CABA?
4. ¿Por qué cree usted que todavía no se ha activado este Patrimonio Cultural?
5. ¿Desea agregar algo más sobre el tema?

Relevamiento de las Peñas Folklóricas

Las Peñas Folklóricas seleccionadas para la investigación son:

En Palermo:

- 1- “La Peña del Colorado”: en Güemes 3657.
- 2- La Peña “Los Cardones”: en Jorge Luis Borges 2180.
- 3- La Peña “De Los Chillados Biaux”: en Uriarte 2426.
- 4- Peña “El Empujón del Diablo”: en Carranza 1969

En Monserrat:

1. Peña “Los Cumpas”: en Solís 485.

En Almagro:

1. Peña “Cusca Risum”: en Perón 3649.
2. Peña “Achalay”: en Quintino Bocayuva 548.

En Balvanera:

1. “La Nortpeña”: en Perón 1281.
2. “La Resacada Peña”: en Perón 2450.

En Caballito:

1. Peña “La Resentida”: en Bacacay 1600.

Se tomaron estas Peñas porque se advirtió que es el lugar geográfico donde se concentran la mayor cantidad de Peñas constituyéndose un circuito establecido por quienes concurren a las mismas. A continuación se dan detalles de lo que se ha tenido en cuenta, además de lo expresado anteriormente, para la selección de las mismas:

Las peñas Los Cardones; La del Colorado; Los Chillados y el Empujón del Diablo son las peñas que están ubicadas en un radio de diez cuadras en la zona de Palermo y son las más convocantes, porque son las Peñas que más han perdurado en la Ciudad. Llevan entre ocho y doce años en Buenos Aires. Las 4 Peñas abren todos los días de la semana, excepto días lunes o domingos.

En la zona de Almagro, se elige la Peña Cusca Risum, la Peña Achalay y la Rortpeña por ser las Peñas más recientes del barrio, la Peña Achalay además se elige porque quienes la organizan son hijos y nietos de los

inolvidables Hnos Ábalos, quienes compusieron innumerables chacareras y zambas que hoy conforman nuestro repertorio folklórico. “Cusca Risum”, es una Peña donde se congrega más que nada gente adulta que suele ir en pareja. En cuanto a la “Nortpeña”, esta tiene características totalmente opuestas, congrega gente de todas las edades, con un especial gusto por el baile. Es un ambiente muy festivo y a pesar de que en el año recién lleva dos ediciones, convoca entre 600 y 800 personas.

“Laresacada” es la Peña que se elige del Barrio de Balvanera, otra Peña muy reciente que conjuga ritmos nortños y sureños, que se realiza los días domingos.

En el Barrio de Monserrat, se elige para el presente trabajo la Peña “Los Cumpas”, una de las Peñas más convocantes, congregan entre 500 y 800 personas el segundo sábado de cada mes desde hace 8 años. Con el lema Jujuy en Bs As. ellos son los difusores de la cultura jujeña en la Ciudad, y los precursores de la música andina.

La Peña la Resentida es la Peña de Caballito, con características similares a la anterior por la cantidad de personas que reúne. Se la elige porque el tercer sábado de cada mes, alrededor de 700 jóvenes concurren a esta Peña.

Cabe aclarar que cada una de las Peñas posee un estilo propio, diferente y característico. Y este es otro factor que también se ha tenido en cuenta para su selección.

A continuación se muestran las fichas de relevamiento¹⁰² realizadas para cada una de las Peñas del área de estudio.

¹⁰² Cárdenas Tabares “Metodología del Inventario”.

NOMBRE	CATEGORÍA	TIPO	JERARQUÍA
Peña "Los Cumpas"	FOLKLORE	MÚSICA Y DANZA	JERARQUÍA 3
			
UBICACIÓN: Solís 485. Monserrat. VISITANTES: entre 500-600 personas. VALOR DE LA ENTRADA: \$30. HORARIOS Y DÍAS: 21:30 hs. - 07:00 hs. Se realiza el segundo sábado de cada mes. SERVICIOS: • Gastronomía criolla; • venta de bebidas alcohólicas; • guardarropa; • personal de seguridad.			
CARACTERÍSTICAS: Peña jujeña bailable. Predomina la música andina. Aunque también hay grupos nortños. Son difusores de la cultura jujeña y las costumbres ancestrales. Funciona desde el año 2003. Disponen de pocas mesas y sillas para que la gente pueda bailar. Las personas mayores de 50 años suelen llegar en el horario de apertura para cenar, y a partir de la medianoche comienzan a llegar los jóvenes. A partir de este horario se da el recambio de visitantes. Se realiza desde el año 2008 en un pequeño teatro del centro Asturiano. Suelen llegar algunos turistas extranjeros (muy pocos) de vez en cuando, éstos llegan recomendados.			
ESPECTÁCULOS: participan del espectáculo entre 4 y 7 grupos folklóricos cada noche. Predomina la música del altiplano y entre esos grupos siempre se convoca a un grupo o un cantante solista con repertorio criollo.			
PERÍODO EN QUE SE REALIZA LA PEÑA: De abril a diciembre. El primer sábado de cada mes. En agosto se realizan dos peñas en el mes, por la fiesta del éxodo jujeño.			
OBSERVACIONES: Es una fiesta muy grande donde la gente se divierte, canta y baila. Los baños están en excelentes condiciones, así como también el resto de las instalaciones.			

NOMBRE	CATEGORIA	TIPO	JERARQUÍA
Peña "CUSCA RISUM"	FOLKLORE	MÚSICA Y DANZA	JERARQUÍA 3



CARACTERÍSTICAS: se define como "Resto Bar Cultural" pero en el ambiente folklórico se reconoce como Peña Folklórica y se publicita en Radio Nacional como tal. Abrió sus puertas en diciembre pero en el mes de julio recién se comenzaron a hacer espectáculos que fue cuando consiguieron la habilitación correspondiente. Posee una carta gastronómica muy variada, económica y completa que incluye platos regionales. El público que predomina es gente adulta entre 35-65 años, que llegan acompañados por su pareja o familia. No suelen llegar turistas.

ESPECTÁCULOS: participan del espectáculo entre 2 y 3 grupos folklóricos cada noche.

PERÍODO EN QUE SE REALIZA LA PEÑA: todo el año.

OBSERVACIONES: El lugar es muy limpio y la vajilla está en óptimas condiciones, el estado del local y la pintura son deficientes. Los baños, en excelentes condiciones. El clima es muy familiar y cordial.

NOMBRE	CATEGORÍA	TIPO	JERARQUÍA
Peña "LOS CARDONES"	FOLKLORE	MÚSICA Y DANZA	JERARQUÍA 3



CARACTERÍSTICAS: Peña salteña, ubicada a cuatro cuadras de plaza Italia, abrió sus puertas en 2005. Brinda cena *show*. No es una Peña bailable. Después del *show*, los concurrentes comienzan a tocar guitarras y bombos alrededor de las mesas, y el que desee puede tocar. Los concurrentes generalmente son habituales, y la mayoría solo van a esta Peña. Suelen llegar turistas tanto nacionales como extranjeros (pocos y solo algunos días de la semana).

ESPECTÁCULOS: Los días miércoles la entrada es sin cargo y es "Peña Libre", es decir que el que desee puede tocar la guitarra o el bombo y cantar. Los jue. Vier. y sab. Hay un espectáculo cada noche y el precio varía de acuerdo a la convocatoria del artista.

PERÍODO EN QUE SE REALIZA LA PEÑA: todo el año.

OBSERVACIONES: el local tiene muy buena presentación, la atención es muy buena, y la comida es autóctona, muy buena también.

NOMBRE	CATEGORIA	TIPO	JERARQUÍA
Peña "EL EMPUJÓN DEL DIABLO"	FOLKLORE	MÚSICA Y DANZA	JERARQUÍA 3



CARACTERÍSTICAS: Peña salteña por su gastronomía, pero se destaca por su eclecticismo. Abrió sus puertas en el año 1999. Es un Peña que manteniendo los rasgos originales y autóctonos genera un espacio de expresión para artistas latinoamericanos. No suelen llegar turistas.

ESPECTÁCULOS: Ofrece una variada oferta de espectáculos. Los martes se convoca a artistas latinoamericanos, como músicos peruanos y uruguayos. Los jueves brindan show de flamenco. Los vie. Sáb. Y dom., se invita a un grupo a tocar, en la mayoría de los casos llevan a artistas de renombre. Después del show el visitante que guste de cantar o tocar un instrumento lo puede hacer en el escenario.

PERÍODO EN QUE SE REALIZA LA PEÑA: Todo el año.

OBSERVACIONES: Es un lugar limpio, la vajilla está en buen estado. En cuanto a las instalaciones se encuentran un tanto deterioradas.

NOMBRE	CATEGORIA	TIPO	JERARQUÍA
Peña "LA RESENTIDA"	FOLKLORE	MUSICA Y DANZA	JERARQUIA 3



CARACTERÍSTICAS: "La Resentida funciona desde el año 2000 y está ubicada en la Estación de los Deseos, allí funcionaban los depósitos del Ferrocarril Sarmiento, y hace tres años fue recuperado como un nuevo espacio cultural. Es una Peña bailable que congrega a personas de todas las edades, sin distinción. Gabriel Redín, el dueño de la Peña, también tiene otro espacio como éste, "La Rivera" en Olivos.

No suelen llegar turistas.

ESPECTACULOS: alrededor de 6 conjuntos folklóricos tocan en cada peña.

PERÍODO EN QUE SE REALIZA LA PEÑA: Todo el año.

OBSERVACIONES: Las instalaciones están bien, el lugar está bien cuidado. Es un ambiente muy familiar, hay gente de todas las edades. Y casi todos bailan.

NOMBRE	CATEGORIA	TIPO	JERARQUÍA
Peña "ACHALAY"	FOLKLORE	MÚSICA Y DANZA	JERARQUÍA 3



--	--

CARACTERÍSTICAS: Peña norteña, es organizada por hijos y nietos de los compositores y músicos folklóricos santiagueños "Hermanos Ábalos". Con escenario abierto, para que el que quiera se ponga a tocar y a bailar. Antes del espectáculo Nancy Ábalos (hija de Adolfo Ábalos) da clases de danzas folklóricas. Se genera un clima familiar donde todos se conocen. El lugar es una casa antigua. Dispone de algunas mesas y sillas y de un patio. Hay una especie de barra donde ahí expenden bebidas y comidas. No hay servicio de mozo ya que en este tipo de Peñas no es común. Puede haber una chica que atienda algunas mesas, pero es excepcional, esto no se debe a que la atención sea mala, simplemente no se estila. La Peña suele durar hasta la madrugada.

No suelen llegar turistas.

ESPECTÁCULOS: La cantidad de artistas que pasen por el escenario varía de 1 a 3 cada martes. Posterior al show las personas que deseen pueden tocar algún instrumento o cantar.

PERÍODO EN QUE SE REALIZA LA PEÑA: Todo el año.

OBSERVACIONES: es realmente un clima festivo, y son una gran familia la cual hacen sentir a cada visitante parte de esa familia. Es una casa muy antigua lo que hace que las instalaciones no se encuentren en óptimas condiciones. El escenario que tienen no es un escenario propiamente dicho, sino que se arma uno sobre el mismo piso. La gastronomía no es variada, pero si muy económica, al igual que la bebida. La Peña es catalogada por los concurrentes como una "típica Peña provinciana". Posee pocas sillas, y no hay mesas para sentarse a comer, pero los concurrentes buscan la manera de estar cómodos. Algunos tal vez se sientan en el piso o en algún banco que encontraron en el patio, o simplemente se quedan sentados.

NOMBRE	CATEGORIA	TIPO	JERARQUÍA
Peña "LA RESACADA"	FOLKLORE	MUSICA Y DANZA	JERARQUIA 3



CARACTERÍSTICAS: Peña bailable, se realiza todos los domingos en "Fusas y Corcheas" bar temático cultural, ex "La Capilla", ubicado en un caserón antiguo de más de cien años en el barrio, es un espacio, desde 2007 abierto para artistas, bohemios y poetas. A lo largo de la semana brinda espectáculos de jazz los días jueves, flamenco los días viernes, blues los sábados y Peñas Folklóricas los días domingos. En este lugar también se hace el denominado "after de los peñeros", acá es donde viernes y sábados por la madrugada empiezan a llegar los amantes del folklore para guitarrear y cantar hasta las 11:00 de la mañana inclusive. No suelen llegar turistas.

ESPECTÁCULOS: cada domingo pasan por el escenario aproximadamente 4 grupos folklóricos invitados, entre ellos también artistas solistas. Se puede tener música en vivo hasta la 01:30 de la mañana. Después de este horario la mayoría de los visitantes se quedan para seguir tocando la guitarra, bailando y cantando.

PERÍODO EN QUE SE REALIZA LA PEÑA: todo el año.

OBSERVACIONES: Las instalaciones se encuentran bien conservadas. La vajilla es descartable. Las camareras son agradables pero la atención no es buena.

NOMBRE	CATEGORÍA	TIPO	JERARQUÍA
"LA PEÑA DEL COLORADO"	FOLKLORE	MÚSICA Y DANZA	JERARQUÍA 3



CARACTERÍSTICAS: Peña salteña, fundada en 1998. El lugar tiene capacidad para 180 personas. Es la Peña más conocida de la Ciudad, por la gran promoción que han hecho en sus inicios y hasta hace algunos años. Llegan algunos turistas nacionales y extranjeros. Los días viernes y sábados, después de cada show, los concurrentes suelen quedarse a tocar la guitarra en las mesas, pero no suelen quedarse hasta muy tarde, como es usual en otras Peñas.

ESPECTÁCULOS: Todos los días hay un espectáculo diferente. Los viernes y sábados siempre hay folklore, y el resto de los días música en vivo latinoamericana, pero mayormente es música folklórica argentina.

PERÍODO EN QUE SE REALIZA LA PEÑA: Todo el año.

OBSERVACIONES: Es una Peña que está preparada para recibir a los visitantes habituales y turistas, es decir, tiene suficiente espacio, mesas y sillas para recibir a 180 personas cómodamente. No es una Peña convencional, ya que al inicio de la noche es un restorán con música en vivo, en este caso folklore. Solo algunas noches, los visitantes tocan instrumentos alrededor de las mesas y no se baila.

NOMBRE	CATEGORIA	TIPO	JERARQUÍA
Peña "LA NORTPEÑA"	FOLKLORE	MUSICA Y DANZA	JERARQUIA 3



CARACTERÍSTICAS: Es una Peña reciente, se han realizado dos ediciones en el transcurso del año. El lugar en donde se lleva a cabo esta Peña es un solón muy amplio con capacidad para 1000 personas.

ESPECTÁCULOS: alrededor de 8 conjuntos folklóricos actúan en cada Peña. Se transmite música folklórica de todas las regiones del País (criollo, andino, carpero, cuyano, entre otros). No suelen llegar turistas.

PERÍODO EN QUE SE REALIZA LA PEÑA: Todo el año.

OBSERVACIONES: Las instalaciones están en buenas condiciones. Es un ambiente muy familiar, hay gente de todas las edades. Van las familias inclusive con niños. El sonido es muy bueno. Hay mucho espacio para bailar cómodamente (lo que no sucede en otras Peñas). Gastronomía regional

NOMBRE	CATEGORIA	TIPO	JERARQUÍA
Peña "DE LOS CHILLADO BIAUS"	FOLKLORE	MUSICA Y DANZA	JERARQUIA 2



CARACTERÍSTICAS: La Peña lleva el apellido del dueño, Juan Martin Chillado Biaus, abrió la Peña hace 12 años, y hace 6 años tuvieron que agrandar el local por la cantidad de visitantes que recibían. La Peña no se puede ver desde la calle, ya que la entrada es como si fuera una casa. Los días jueves la entrada es libre, es el día de improvisación, con "escenario libre". La gastronomía es excelente, y el ambiente que se vive es muy familiar. Suelen llegar algunos días en la semana algunos turistas extranjeros.

ESPECTÁCULOS: Los días viernes y sábados toca el grupo, en el cual Juan Chillados Biaus es uno de los integrantes. Posterior a este grupo, generalmente actúa un grupo o artista. El folklore que se escucha es mayormente criollo, aunque también se tocan danzas de proyección, folklore cuyano y sureño.

PERÍODO EN QUE SE REALIZA LA PEÑA: Funciona de abril a diciembre.

OBSERVACIONES: El lugar es muy amplio y las instalaciones están en óptimas condiciones. La atención del personal es buena. Tiene escasa decoración y el escenario es muy pequeño.

Además de las diez Peñas relevadas existen otras Peñas Folklóricas en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, la cual es imposible dar una cifra exacta a causa de la carencia de relevamientos oficiales por parte de la Dirección General de Promoción Cultural y del Ente de Turismo de la CABA. Pero, a pesar de esto, se expondrá un listado de Peñas vigentes en la Ciudad. La información para hacer dicho listado provino de los entrevistados. También se ha podido recabar información de Peñas a través de la página www.folkloreclub.com.ar.

- La “Peña del Club Premier” funciona todos los viernes por la noche en Campichuelo 472, Parque Centenario. De abril a diciembre.
- “La Baguala” funciona en el Teatro Verdi, Alte. Brown 736, La Boca. Abre de abril a diciembre, los primeros sábados de cada mes. Cierra durante el verano.
- “La Peña de Chacho”: Almirante Brown 602. Solo los días sábados.
- “Casa Dávalos”: música en vivo y comida autóctona.
- Centro Cultural “El Cántaro”: Avenida Caseros 2516 y Alberti. Parque Patricios.
- Centro Cultural “Raíces”: Agrelo 3045. Balvanera.
- Cocina Orillera: J. F. Aranguren 2487.
- “El Bar de los Cantores”: Av. San Martín 1518, Caballito.
- “El Peñásculo” Moreno 3281.
- Restaurante “Salón Cultural El Retortuño”: Bolívar 747, San Telmo.
- Espacio Cultural “Julián Centeya” Bolívar 747. San Telmo.
- “La Peña de Nuñez”: Arribeños 2941. Núñez.
- “La Peña Folklórica”: Teniente General Juan Domingo Perón 2543. Balvanera.
- “La Posada Misionera”: EE.UU 2499. San Cristóbal.
- Peña “A Desalambrar”: Ramón L. Falcón 2750. Flores.
- Peña “El Entrevero”: Navarro 3972. Devoto.
- Peña “La Bandida”. Sede Club de Huracán: Avenida Caseros 3159. Parque Patricios.

- Peña “Verde Romero”: Navarro 3974 y las vías. Devoto.
- Peña “La Rejuntada”: Centro Cultural Amerindia, La Rioja 641.
- Peña “Para Seguir Bailando”. Bulnes 1441.
- Peña del Ekeko: Pringles y Querandíes. Almagro.
- Peña “Del Encuentro”. Itinerante.
- Peña “La Encrucijada”.Itinerante.
- Peña “La Paila”: Costa Rica 4848, Palermo.
- Centro Cultural del Sur: Av. Caseros 1750. Barracas.

En este listado no se han tenido en cuenta las Peñas que se han montado en la Ciudad Cultural "La Fábrica", en el LU.N.A., en La Manufactura Papelera, y todas las que funcionan en tomo a la Feria de Mataderos. Por otra parte cabe aclarar que los Centros Culturales mencionados, realizan Peñas durante los días viernes, sábados o domingos.

Superestructura

Organismos:

En este apartado se expondrán los organismos implicados en la difusión y promoción de espectáculos y actividades culturales.

Ente de Turismo (ENTUR):

El 24 de enero de 2008 se crea el Ente de Turismo de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires por la Ley N° 2.627 como entidad autárquica en el ámbito del Ministerio de Cultura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires o del organismo que en el futuro lo reemplace, bajo su superintendencia general y control de legalidad.

ENTUR, está a cargo, entre otras cosas, de Sitio Oficial de Turismo de la CABA (www.bue.gov.ar). En esta página oficial se realiza la promoción de todos los espectáculos y actividades culturales que se realizan en la Ciudad. En cuanto a las Peñas Folklóricas, el sitio cuenta con un listado de 30 Peñas con dirección, teléfono y mail. De las cuales solo 6 están vigentes en la actualidad. Se ha intentado tomar contacto con las mismas a través de los datos que figuran en la página web, pero ha sido imposible, en algunos casos el teléfono era equivocado, en otros casos señalaban que la Peña por la cual se estaba preguntando ya había dejado de funcionar, en otros casos el teléfono se encontraba fuera de servicio.

Instituto Nacional de Promoción Turística (INPROTUR)

El Estado Argentino, sanciona, en el año 2005 la Ley Nacional de Turismo Nº 25.997, que contempla la creación del Instituto Nacional de Promoción Turística con el fin que se constituya en el organismo responsable de la promoción turística internacional de la Argentina.

Concreta la relación público-privada en lo que respecta a la promoción turística internacional. El INPROTUR tiene como misión posicionar a la Argentina como destino turístico internacional en los mercados emisores. Depende del Ministerio de Turismo de la Nación.

El Instituto es presidido por el titular de la autoridad de aplicación y tiene un directorio compuesto por los representantes que se detallan a continuación, debiendo el presidente y el directorio desempeñar sus funciones ad honórem:

a) Cinco (5) vocales designados por el Ministerio de Turismo de la Presidencia de la Nación;

b) Tres (3) vocales designados por la Cámara Argentina de Turismo (CAT);

c) Tres (3) vocales designados por el Consejo Federal de Turismo.

Corresponde al mismo

- Diseñar y ejecutar los planes, programas y acciones en materia de promoción turística internacional
- Administrar los fondos para la promoción
- Investigar los mercados emisores internacionales y sus tendencias.

Plan Estratégico de Marketing Turístico Internacional

Es la herramienta de gestión que permite profundizar la inserción de la Argentina como destino turístico en los mercados emisores. En los últimos 5 años la Secretaría de Turismo de la Nación incrementó de manera sustancial las acciones promocionales del país en el mundo, las cuales se consolidan e incrementan a partir de este plan.

El plan busca convertir a la República Argentina en un país líder en América Latina por la calidad y diversidad de su oferta turística, basada en desarrollos territoriales equilibrados y respetuosos del ambiente e identidad de sus habitantes.

En cuanto a la promoción y/o difusión con respecto a las Peñas Folklóricas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, este organismo no lleva a cabo ninguna acción.

Análisis de los Instrumentos:

Entrevistas:

Las preguntas iniciales de las entrevistas tienen como objetivo indagar sobre la experiencia y la continuidad de los entrevistados en el ámbito folklórico.

Luego se preguntó acerca de lo que encuentran los visitantes en una Peña que no encuentran en otro lugar. Los entrevistados respondieron factores comunes como **la identidad, sentido de pertenencia y un ambiente familiar**. Por otra parte dos entrevistados coincidieron que la Peña es una especie de club social, donde todos se reconocen, **un lugar de encuentro de músicos, bailarines, poetas, artistas y público**. Muchos de los espectadores son provincianos radicados en la ciudad, y en estos espacios se encuentran con sus raíces.

También se preguntó sobre cuál es el público que predomina en estos ámbitos. Las respuestas fueron que la mayoría son personas jóvenes provenientes de diferentes regiones del país que se radicaron en la Ciudad, estudiantes universitarios y alumnos de conservatorios musicales.

En cuanto a la pregunta sobre visitantes extranjeros y operadores turísticos, respondieron que reciben turistas extranjeros que llegan a la Peña por recomendación, pero que no trabajan con operadores turísticos. No les interesa, ya que no viven del turismo. Si les interesaría, destinar un día a la semana para el turismo, en el caso de las Peñas que abren todos los días. La única beta que ven en el turismo, es como un medio de difusión para este patrimonio cultural que representa la identidad argentina.

En cuanto a los medios de promoción que utilizan las Peñas Folklóricas para su difusión, la respuesta que predominó fue: que a través del “boca en boca” los visitantes se enteraban de la Peña. También la promoción se realiza vía *facebook*. En algunos casos se enteran por la página web de la Peña.

Las Peñas Folklóricas del área de estudio no utilizan otro medio de promoción masivo porque en el caso de “Los Cumpas” no tienen lugar físico para recibir más personas. En el caso de la Peña “Los Chillados Biaus”, el encargado afirmó que realizando una promoción masiva, tal vez, se podría correr el riesgo de que concurran personas ajenas a estos ámbitos y puedan causar problemas. En otros casos no pueden realizar una promoción de esta índole ya que algunos no tienen las habilitaciones correspondientes.

Por otro lado también se indagó a cerca de las principales problemáticas de las Peñas, y todos los entrevistados coincidieron: la principal problemática para el funcionamiento de las Peñas son las habilitaciones que otorga el gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Los entrevistados afirman que las habilitaciones correspondientes son extremas. Que no están amparados bajo ninguna ley, y solo les otorgan permisos provisorios.

Otra pregunta medular en las entrevistas fue a cerca de las causas por el cual las Peñas Folklóricas han incrementado su desarrollo desde el año 2000 hasta la actualidad. Preguntando esto se intenta conocer cuáles son los significados, que los actores sociales le atribuyen al crecimiento de las Peñas Folklóricas que se realizan en la CABA. La mayoría de los entrevistados opinaron que el incremento se debe a la gran cantidad de jóvenes provenientes de las distintas regiones del país, que en la mayoría de los casos, llegan solos a Buenos Aires, y en estos ámbitos encuentran un lugar de pertenencia. También la incorporación de instrumentos diferentes al folklore, atrajo al público juvenil. Por otra parte dos entrevistados hicieron hincapié en la cantidad de residentes de la Ciudad de Buenos Aires que llegan a las Peñas, personas que han nacido en la urbe, y llegan a estos espacios porque conocen a alguien que los invita, estas personas se vuelven *habitués* del lugar. Todos los entrevistados afirmaron que los concurrentes vuelven por el clima amistoso que se genera.

Dos de los entrevistados, en cambio, opinaron que ellos no creían que las Peñas se hayan incrementado. Sí que han ido cambiando. Es decir que siempre hubo, aproximadamente la misma cantidad de Peñas. Esto lamentablemente es imposible comprobarlo empíricamente, ya que no existen datos oficiales, así que para esto se tendrá en cuenta los resultados obtenidos del análisis cuantitativo de las entrevistas y las encuestas.

En cuanto a la legitimación de las Peñas Folklóricas que han logrado en el Patrimonio Cultural de la Ciudad, los entrevistados opinaron que no existen políticas que difundan el folklore. Tampoco existe una ley clara para el funcionamiento de las Peñas, y recurrentemente sufren “persecuciones” por parte del gobierno de la ciudad por el tema de las habilitaciones. Es muy importante señalar un hecho social en el que todos los entrevistados coincidieron, la tragedia de Cromañón. A partir de este suceso, comenzaron los problemas con las habilitaciones y los permisos para desarrollar las Peñas.

En cuanto a las adhesiones que generan estas Peñas en bs residentes, uno de los entrevistados señaló que cada semana las Peñas de Bs. As. congregan entre 10.000 a 15.000 espectadores.

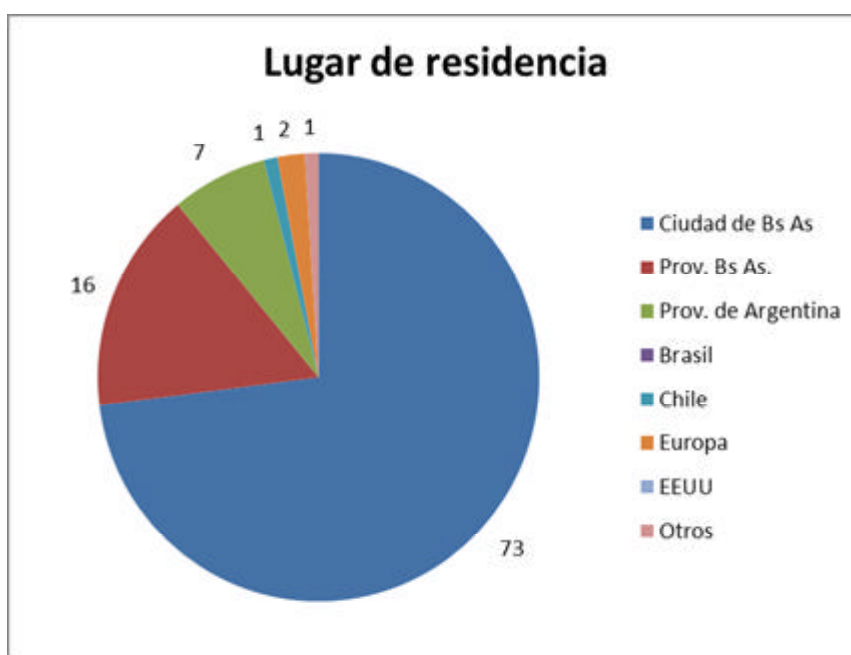
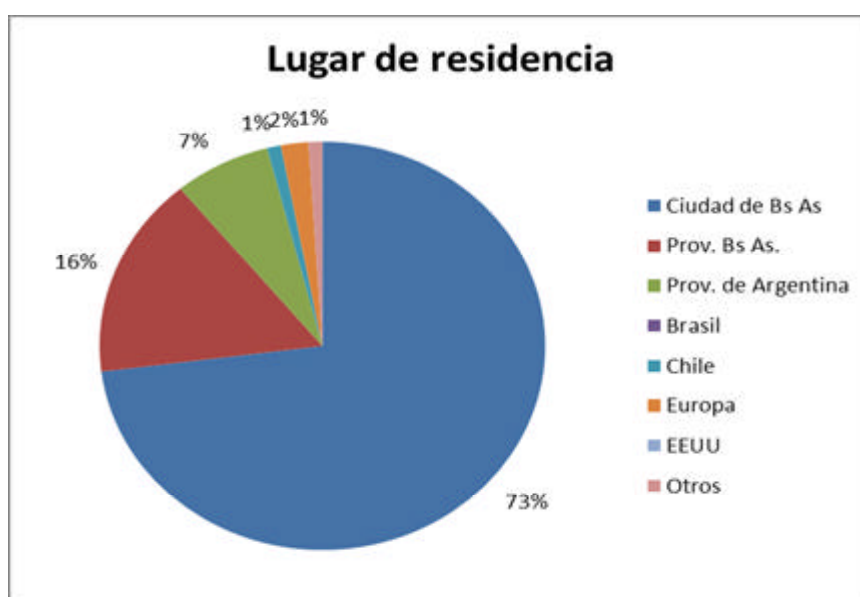
Chicho Décima, un fino conocedor del medio, como lo catalogó un importante diario argentino señaló lo siguiente en cuanto a la inserción de estas Peñas en el Patrimonio Cultural: *“La inserción es marginal, subterránea, es una inserción de resistencia cultural, aflora a pesar del desdén. No existen los grandes medios de comunicación que se involucren, que difundan. Solo las pequeñas radios difunden algo de folklore y a pesar de todo las Peñas existen...”*

Encuestas

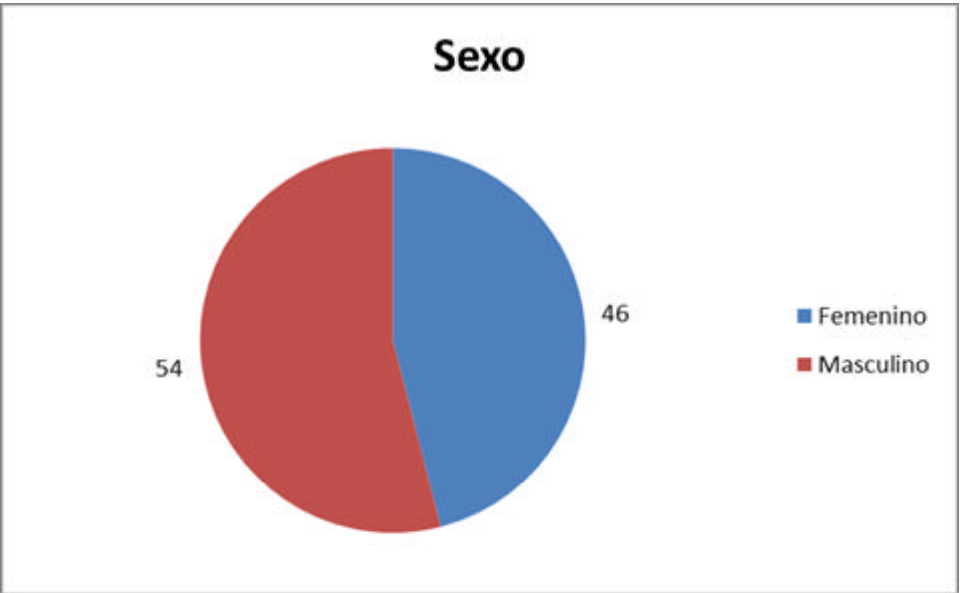
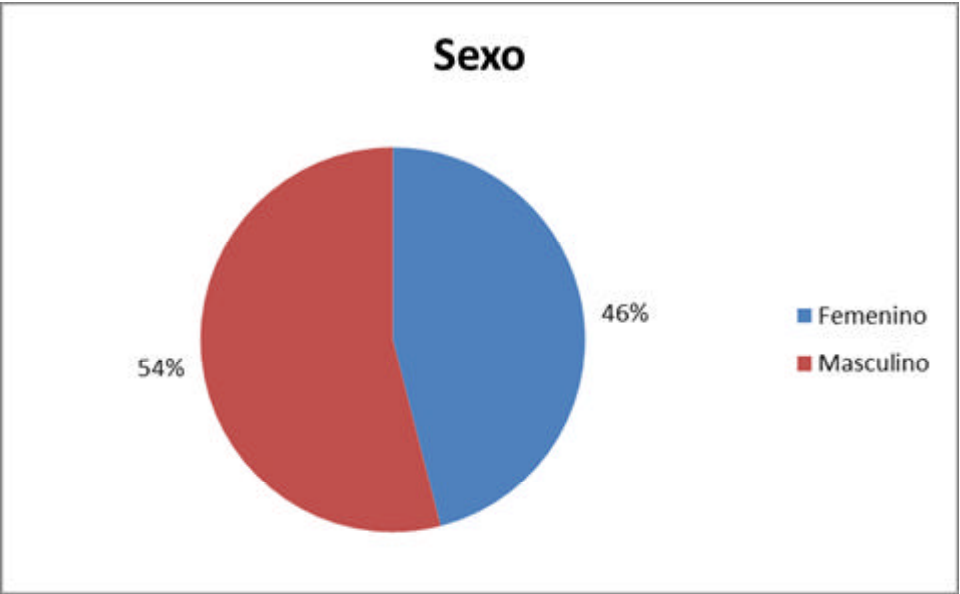
Análisis del Perfil general de los visitantes a las Peñas Folklóricas de los Barrios de Palermo, Almagro, Balvanera, Montserrat y Caballito

A continuación se muestran dos gráficos por cada variable. Uno expresado en porcentaje y el otro expresado en la cantidad de veces que se repite el dato.

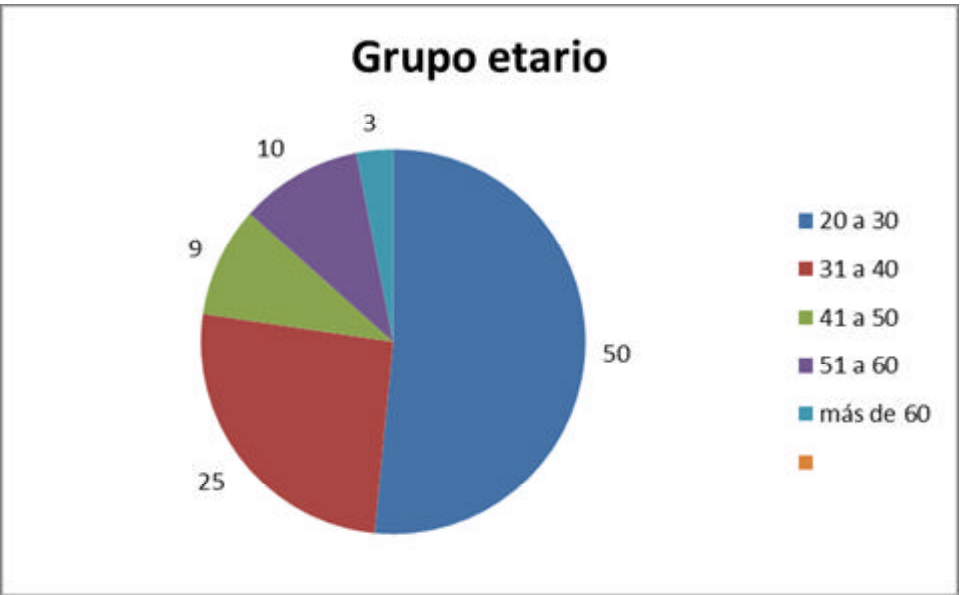
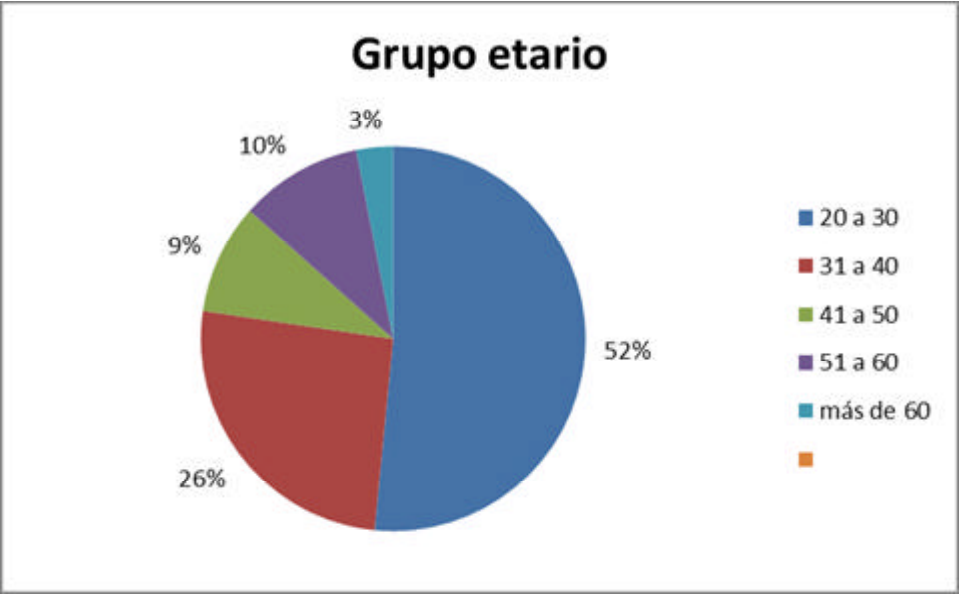
Los resultados obtenidos de las encuestas muestran que la mayoría de los entrevistados residen en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Sólo un menor porcentaje es el proveniente de países extranjeros.



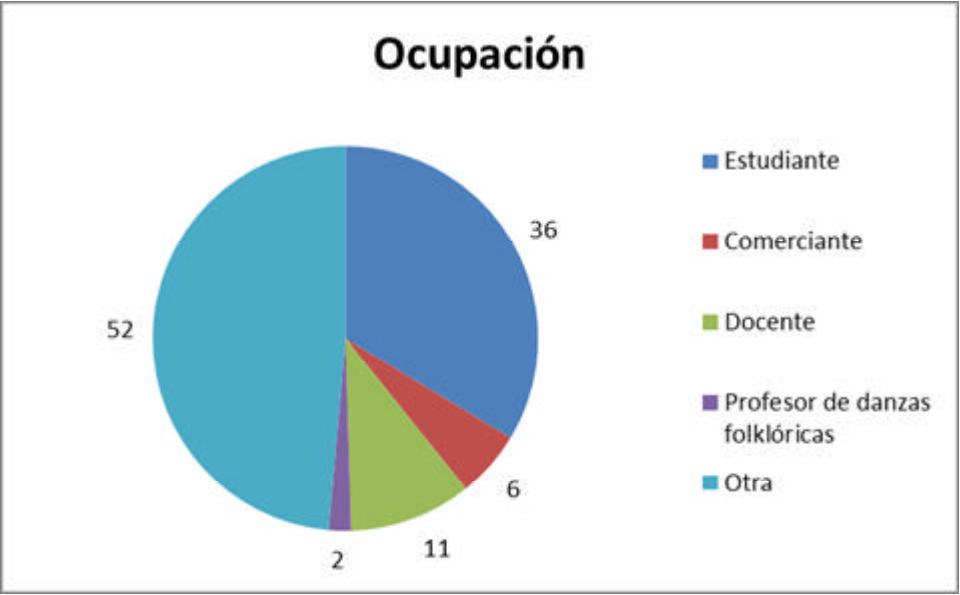
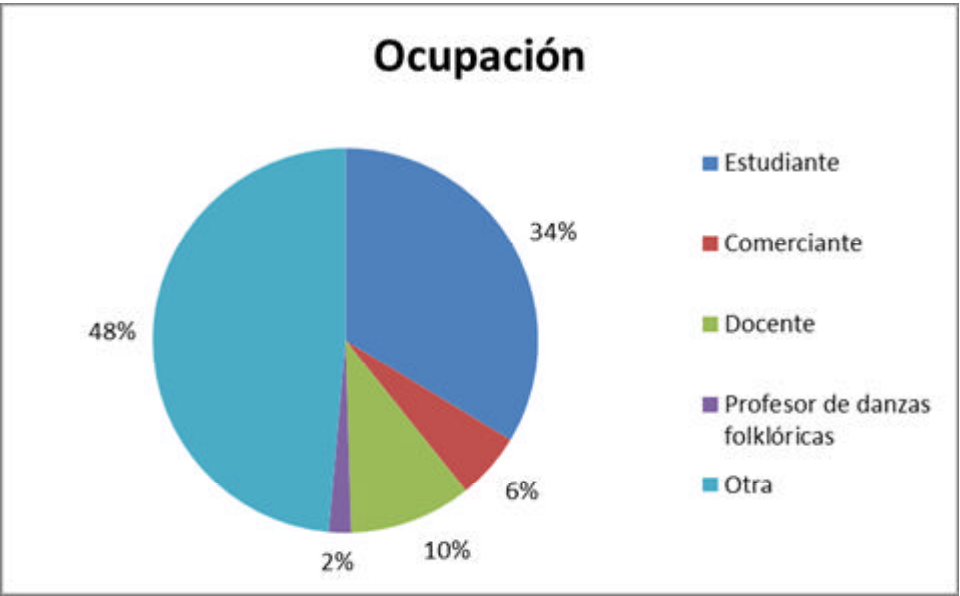
A su vez se pudo determinar que el perfil estuvo representado en un 54 % hombres y un 46% mujeres



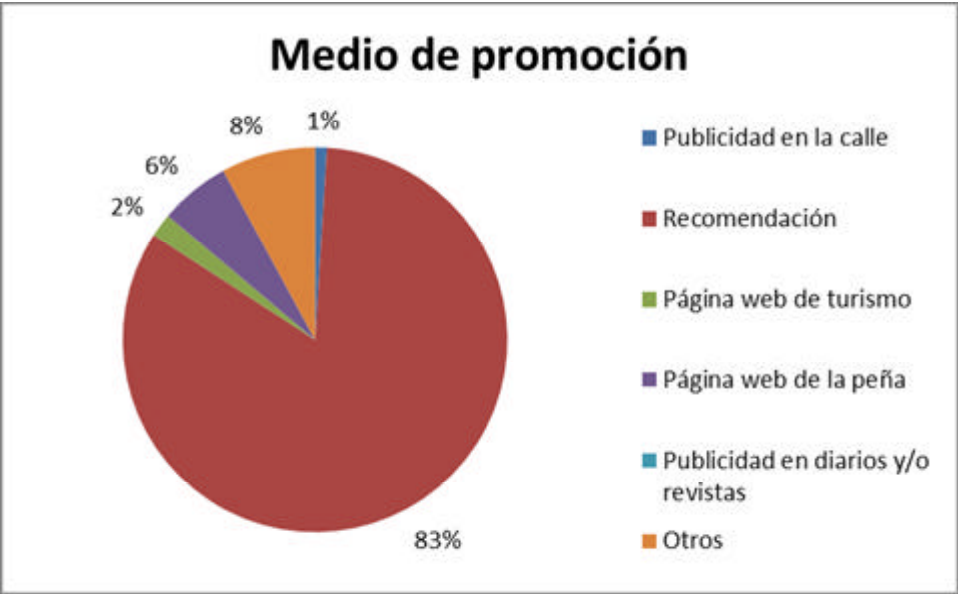
Más de la mitad de los concurrentes se ubica en el rango etario de 20 a 30 años, seguido con un 26 % por los visitantes de 31 a 40 años. Registrándose el menor porcentaje en el grupo etario de mas de 60.



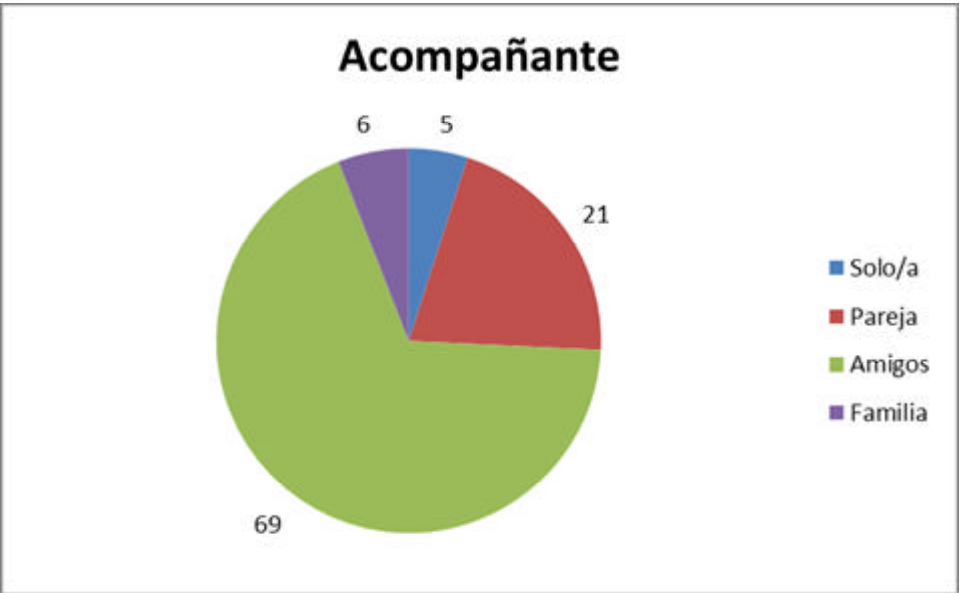
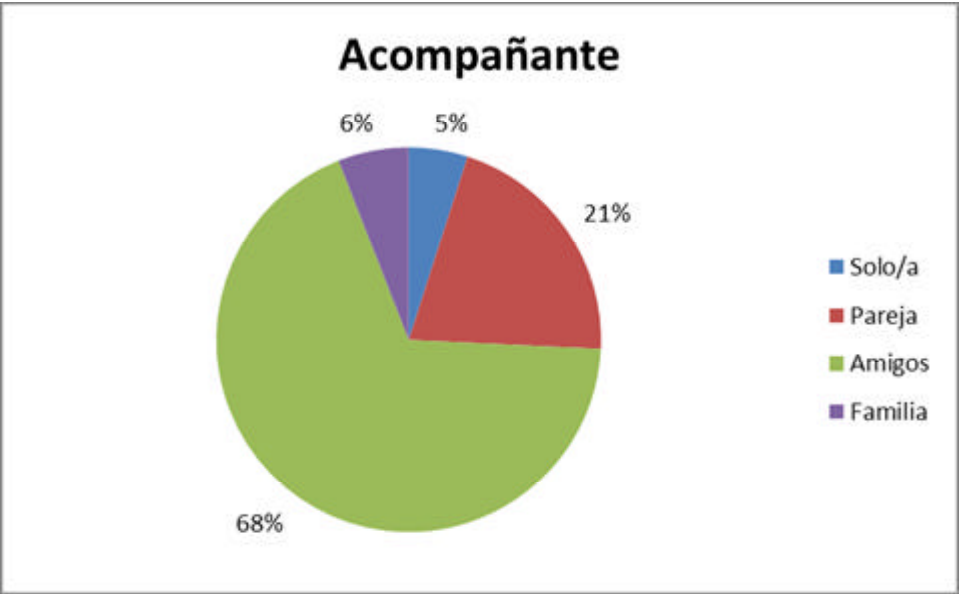
En lo que concierne a la ocupación el 48 % eligió la opción “otra”, entre los que eligieron esta opción se registró un numero elevado de profesionales con carrerar a fines como abogacía, arquitectura, contador público y bioquimico entre otras, y la otra parte consistió en personas que se dedican al arte, entre los que se encontraron actores/actrices, bailarines y en porcentaje elevado músicos.



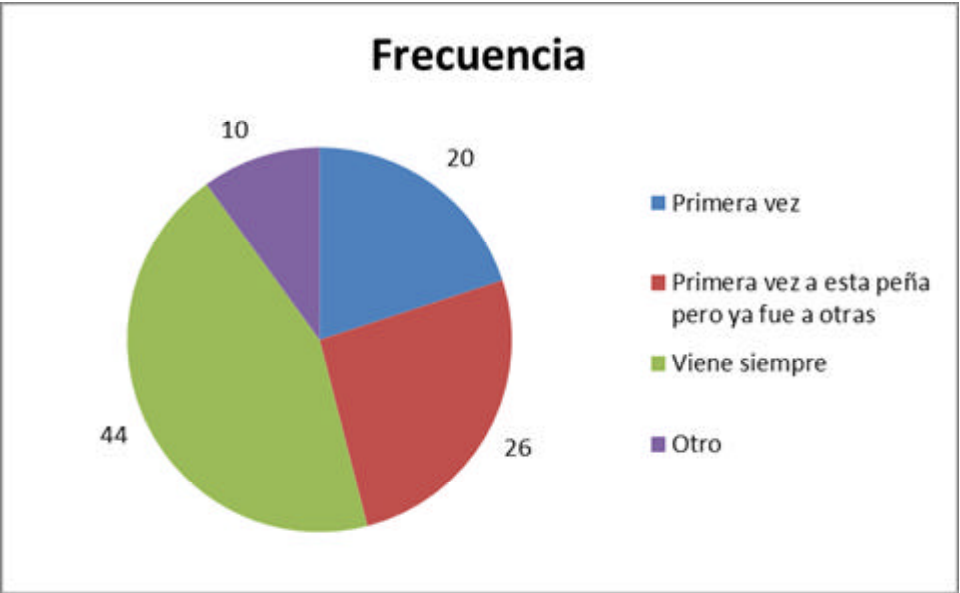
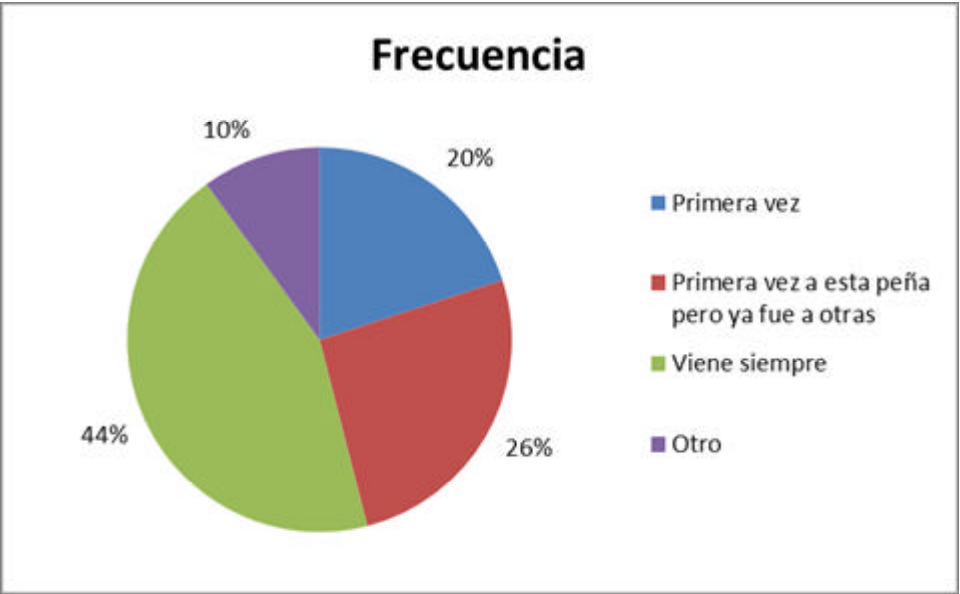
Con respecto al medio de promoción que se utiliza en las Peñas Folklóricas se registró que el 83 % de los encuestados llegan a las Peñas por recomendación.



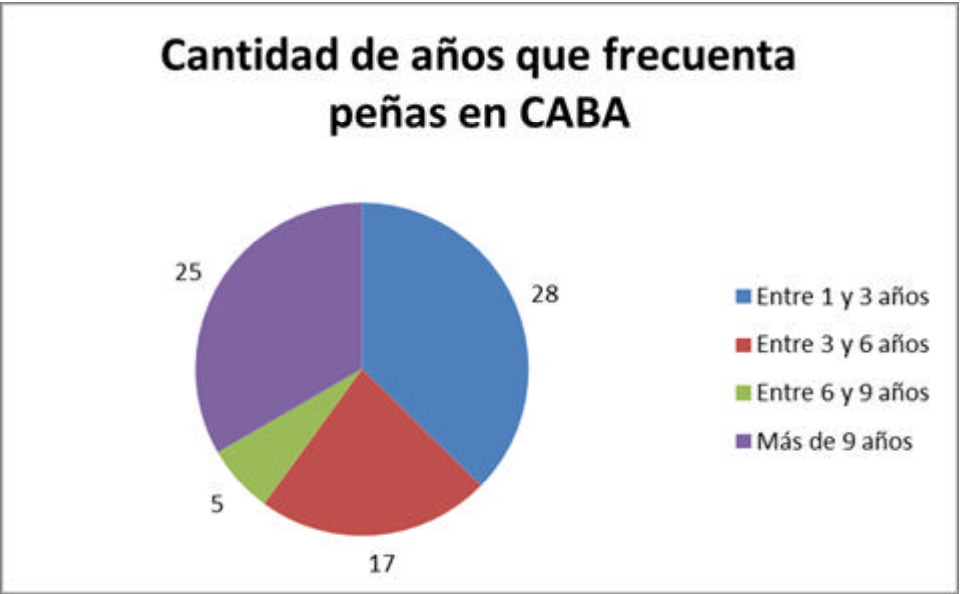
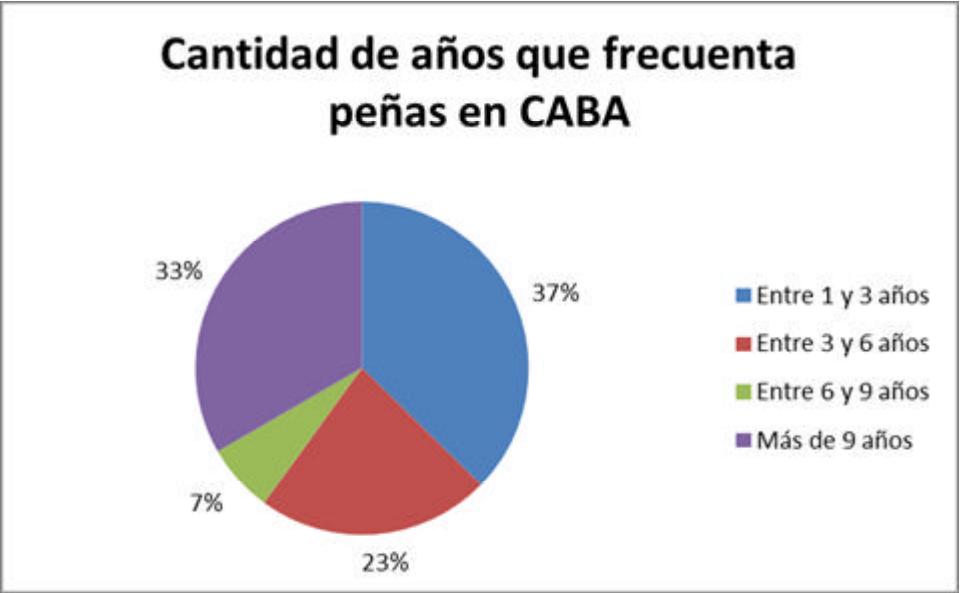
El 68 % de los encuestados asiste acompañado por amigos, seguido con un 21% por personas que asisten con sus parejas, solo un 5 % asiste solo.



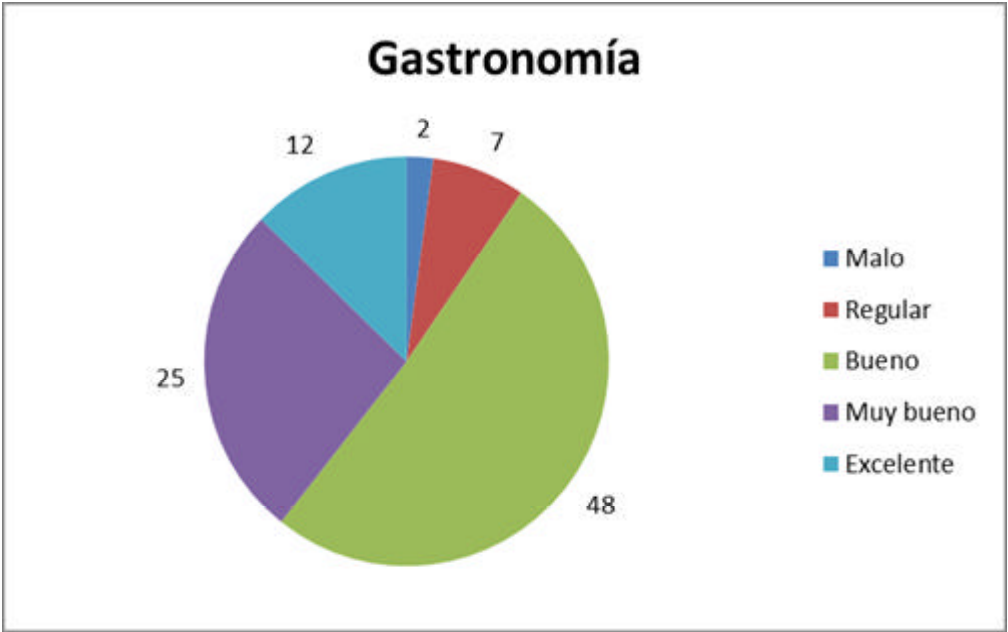
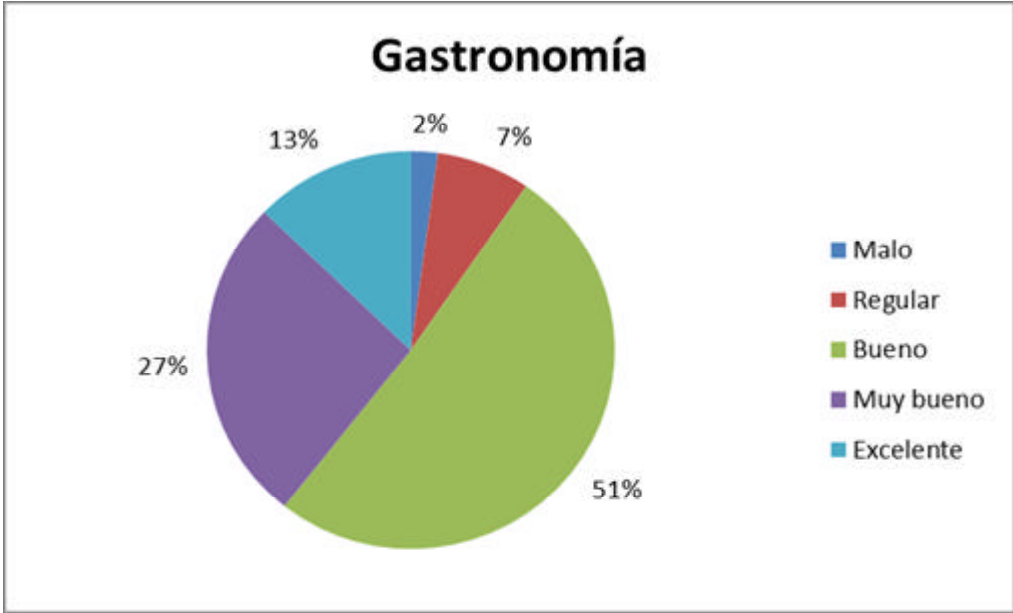
El 44 % de los encuestados respondieron que concurren siempre a las Peñas, y solo un 10 % respondió que es la primera vez que visitan una Peña Folklórica.



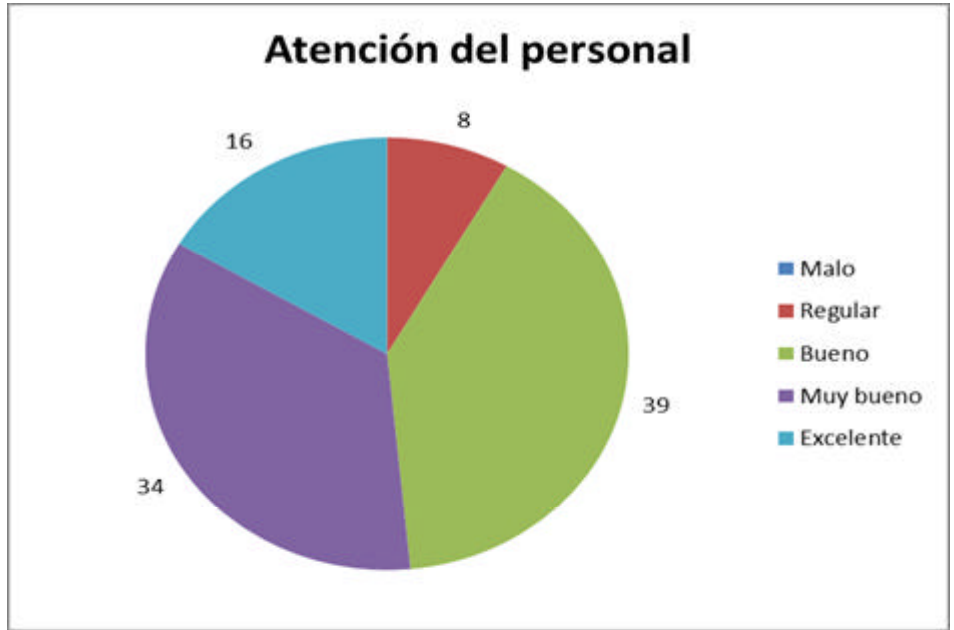
Entre los encuestados se detectó que el 37% asiste a Peñas entre 1 y 3 años y el 33% asiste hace más de 9 años. Las personas las cuales era la primera vez que frecuentaban la Peña, no aparecen en el siguiente gráfico.



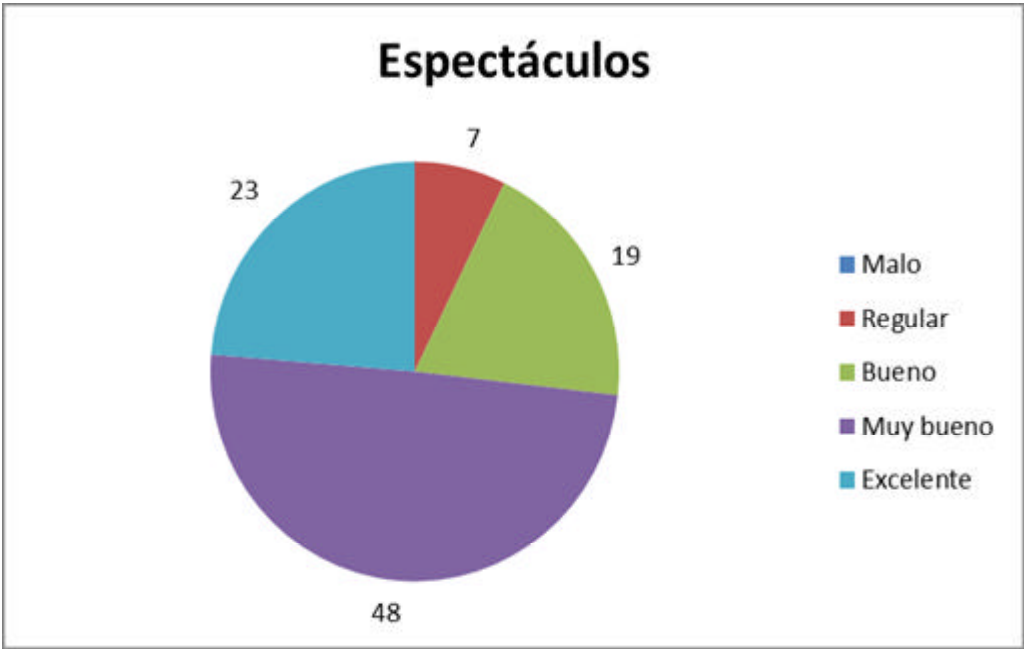
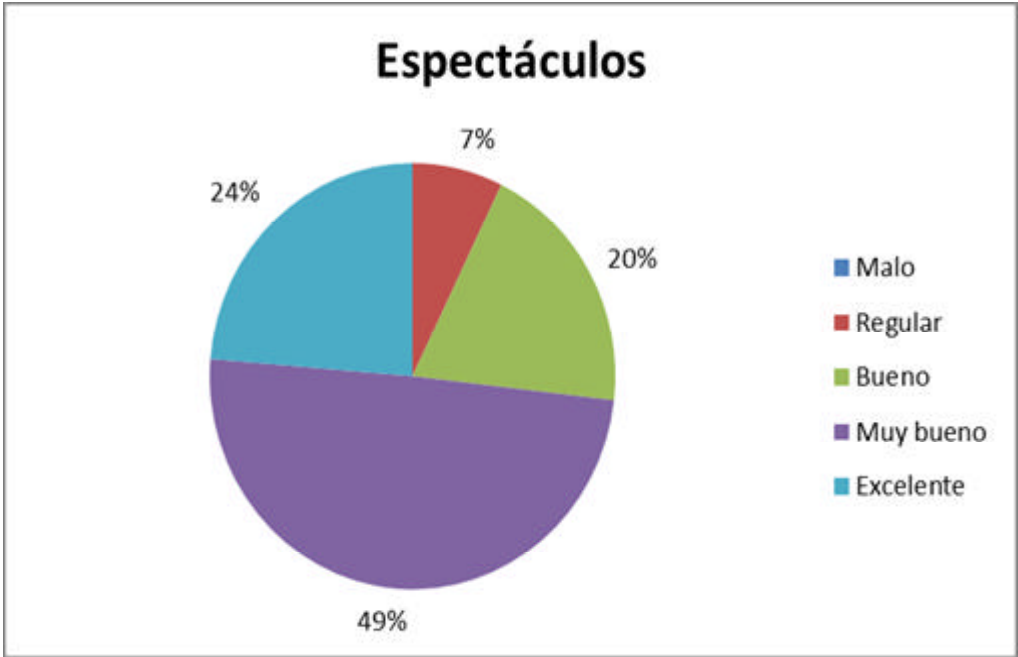
En los gráficos siguiente se detalla lo que opinaron los encuestados con respecto a los servicios brindados en las Peñas del area de estudio. Con lo concerniente a la gastronomía 51% opinó que es buena y solo un 2% opinó que es mala.



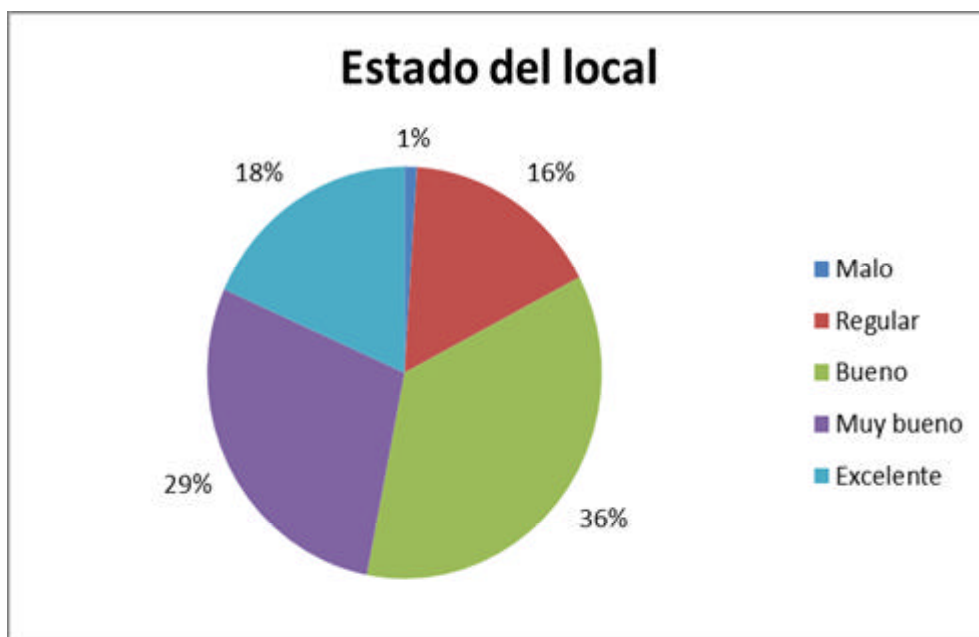
Con respecto a la atención del personal el 40% opinó que es buena. Y solo el 8% opinó que es regular.



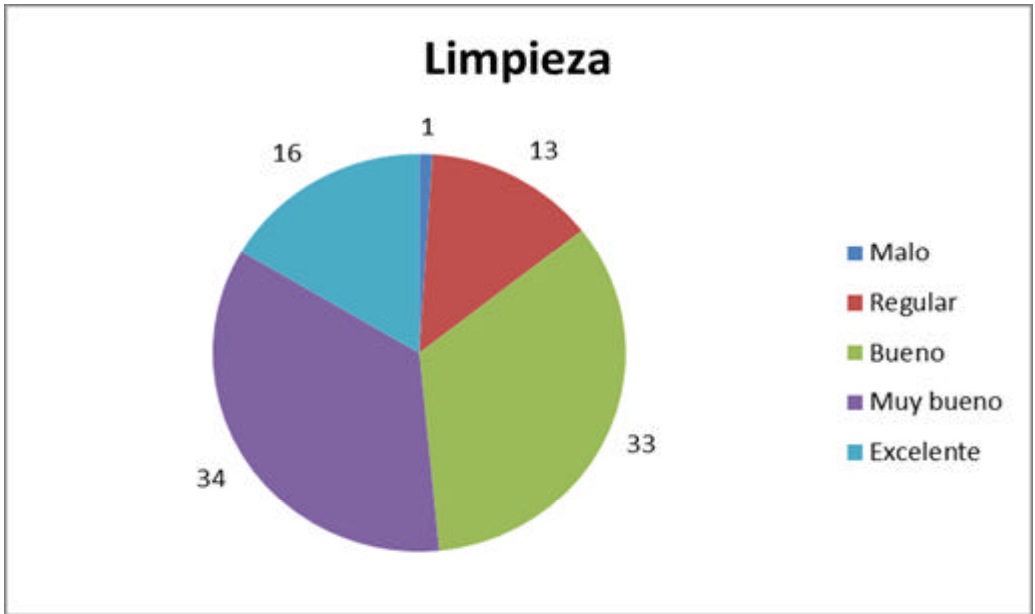
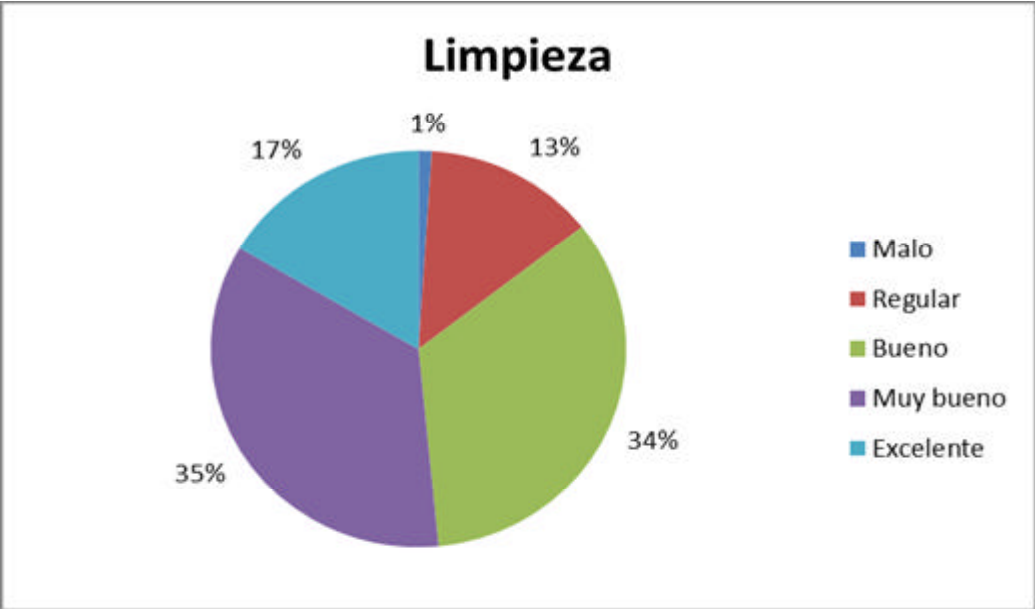
Con lo que respecta a espectáculos el 49% opinó que son muy buenos y solo el 7% opinó que son regulares.



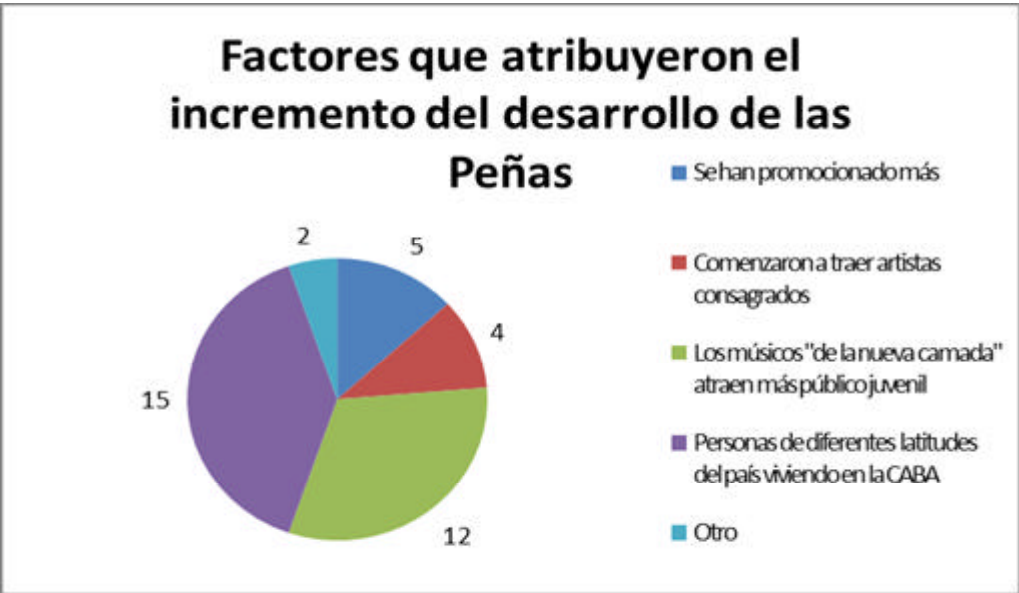
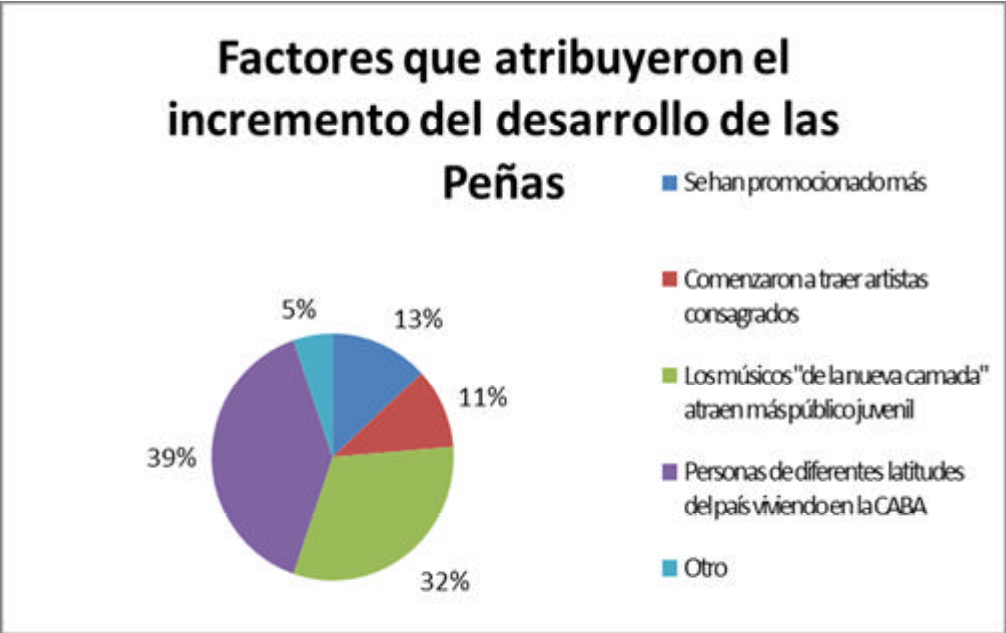
Con lo que respecta al estado del local el 36 % opinó que es bueno y solo el 1% señaló que es malo.



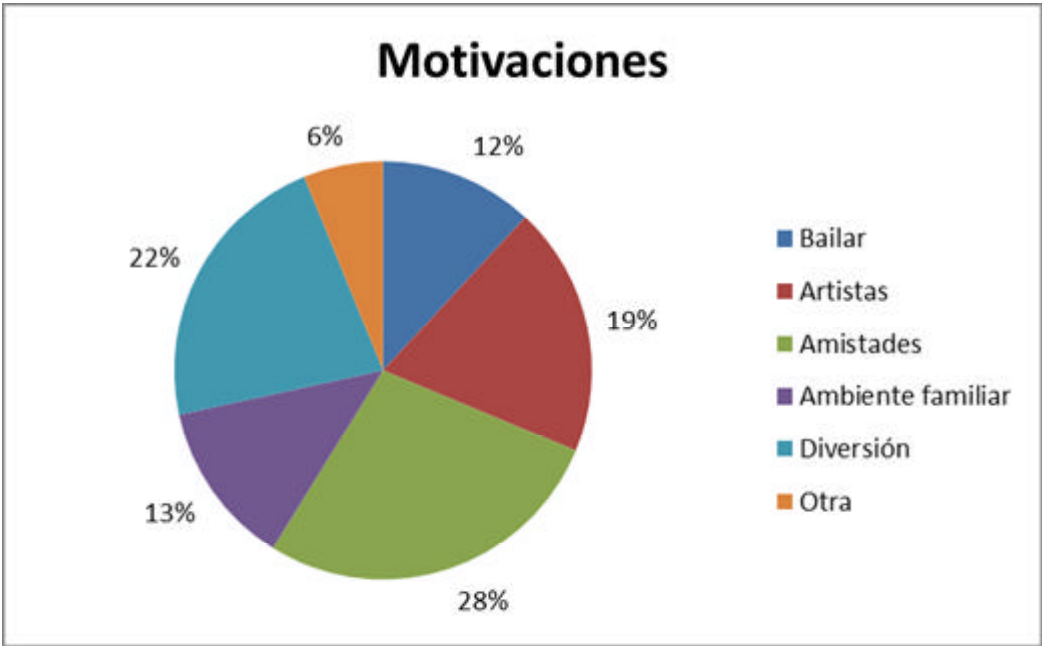
En cuanto a los servicios que ofrecen las Peñas también se indagó acerca de la limpieza del lugar. El 35% eligió la opción “muy bueno” para describir la limpieza del local y solo el 1% eligió la opción “malo”.



En cuanto a las causas del incremento del desarrollo de las Peñas, el 39% de los concurrentes opinaron que esto se debe a las personas provenientes de diferentes latitudes del País que residen en la CABA. Mientras que el 32% de los encuestados opinaron que es debido a los músicos “de la nueva camada” que atraen más público juvenil.



En cuanto a las motivaciones que poseen los visitantes para frecuentar las Peñas Folklóricas, el 28% elige ir a una Peña porque se encuentra con amigos y el 22% la elige porque es un espacio en donde se divierte.



En esta variable se preguntó a los encuestados su opinión acerca de las Peñas Folklóricas, si éstas forman parte del patrimonio cultural de la CABA o no. En esta pregunta se solicitaba que justifiquen su opinión y estas fueron las justificaciones que predominaron:

- Propone un espacio donde se transmite y se habla de lo nuestro;
- Fomentan la cultura;
- Tiene que ver con nuestras raíces;
- Le dan a la ciudad memoria, un espacio alternativo y de crecimiento humano;
- son parte de nuestra identidad;
- El folklore es cultura nacional, es diversidad;
- Es lo que nos identifica;
- Las personas de las regiones del país tiene un lugar en la ciudad donde compartir sus raíces y los del exterior pueden conocer nuestro folklore y tradiciones;
- Desde hace varios años nuclea mucha gente, sobre todo a los inmigrantes internos;
- Se reivindica nuestra música.

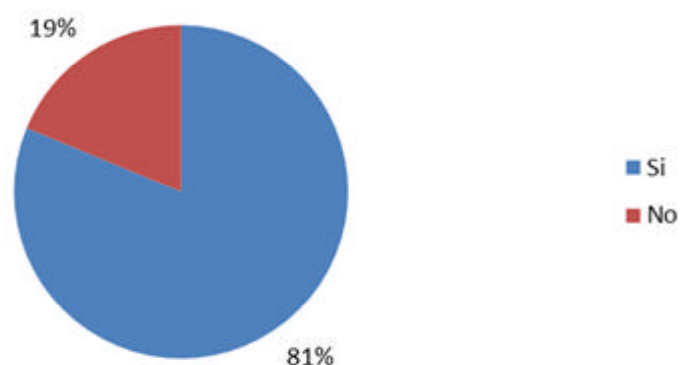
Los encuestados que respondieron negativamente justificaron lo siguiente:

- Falta difusión;
- El Gobierno de la Ciudad no les da la importancia que deberían tener.

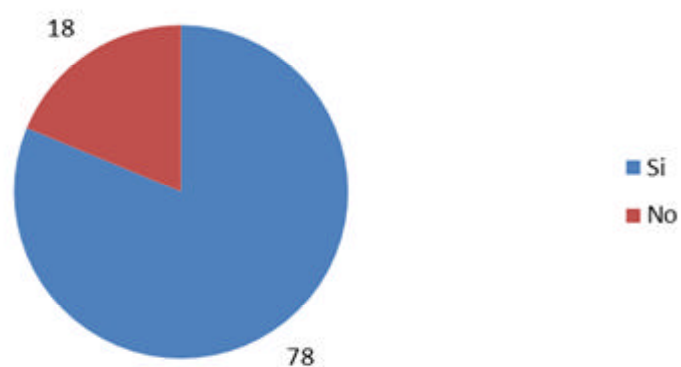
Todas las justificaciones de los encuestados, en sus respuestas afirmativas, tuvieron que ver con el patrimonio en sentido amplio¹⁰³, el que representa identitariamente a un grupo determinado de personas. Los que respondieron negativamente, sus respuestas estuvieron vinculadas con el patrimonio en un sentido restringido, es decir, aquel que está legitimado por el poder político.

¹⁰³ García Canclini, Néstor. 1983.

Peñas folklóricas y su legitimación en el patrimonio cultural de la CABA



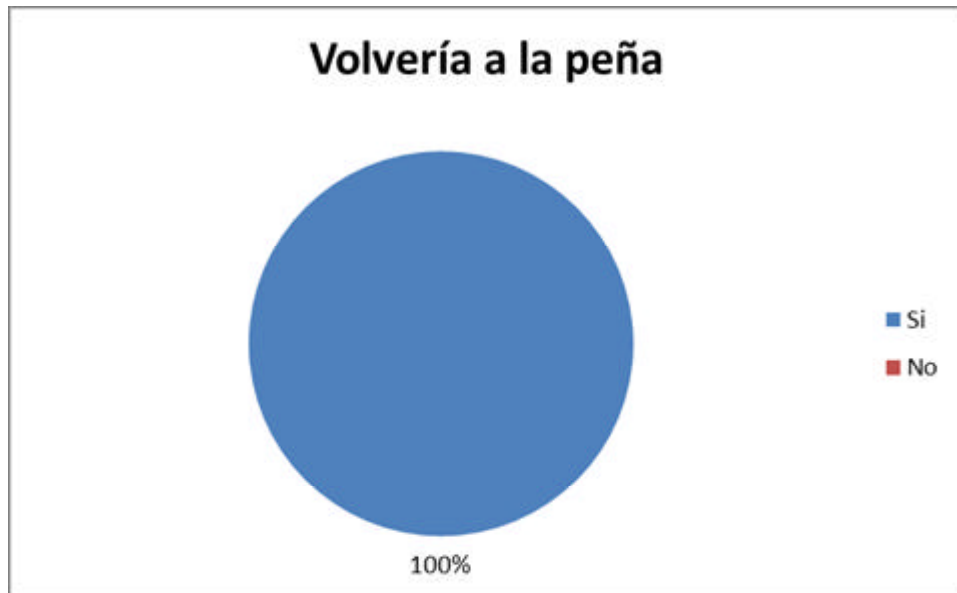
Peñas folklóricas y su legitimación en el patrimonio cultural de la CABA



En cuanto a la calificación de la visita a la Peña, se indicó al encuestador que marcara la opción que deseaba y que justificara su respuesta. La justificación que predominó en un porcentaje muy elevado fue el hecho de que los concurrentes valoran el clima familiar y amistoso que se genera en la peña.



La última pregunta de la encuesta es con respecto a sí los encuestados volverían a visitar nuevamente la Peña y el 100% señaló que sí. En este caso también se solicitó que los encuestados justifiquen sus respuestas: la mayoría de los encuestados afirmaron que volverían por el ambiente agradable, familiar y amistoso.



Análisis FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
• Conformen parte del acervo cultura • Integración cultural entre los concurrentes que visitan la Peña • Gastronomía variada y económica • Derecho de espectáculo económico • Insertan espectáculos folklóricos nacionales en una ciudad cosmopolita. • Mantienen y difunden la esencia de lo autóctono. • Apertura de nuevas Peñas Folklóricas en el último semestre. • Logran la fidelización del cliente.	• Falta de espacio físico dentro del local donde se realiza la Peña. • Carecen de medidas de seguridad e higiene.

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
• Reglamentación de la ley de Planeamiento Urbano que incluye el rubro Peña Folklórica. • Captar el sector de demanda internacional. • Reconocerlo como Patrimonio Cultural de la Ciudad.	• Falta de locales habilitados por el Gobierno de la Ciudad para la realización de Peñas Folklóricas. • Cercanía a otros espacios que ofrecen gastronomía y espectáculos regionales. • Las Peñas son parte de una variada oferta cultural en la Ciudad que compiten con éstas. • Exigencias con habilitaciones y permisos. • Escasa difusión por parte del Gobierno de La Ciudad Autónoma de Buenos Aires • Página Oficial del Gobierno de la Ciudad desactualizada con respecto a las Peñas Folklóricas existentes.

Conclusiones:

Al comienzo de la investigación se establecieron como objetivos principales estudiar la viabilidad turística de la Peñas Folklóricas en una selección representativa de los barrios de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y detectar qué grado de legitimación han logrado las mismas en el Patrimonio Cultural de dicha Ciudad, ya que un bien patrimonial legitimado podría beneficiar y alentar su turistificación.

Para ello fue necesario realizar un relevamiento de las Peñas Folklóricas del área de estudio, conocer las motivaciones de los visitantes e identificar los medios de promoción que utilizan tanto las Peñas Folklóricas como el Ente de Turismo de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y el Instituto Nacional de Promoción Turística y así mismo conocer la relación existente entre las Peñas y la actividad turística y el rol que desempeña el estado en los procesos de activación patrimonial.

Para poder obtener esta información se recurrió a bibliografía que permitiera establecer parámetros y a partir de los objetivos de la investigación determinar lo que se deseaba conocer de las Peñas Folklóricas y los concurrentes.

Una vez establecido esto, se detalló el universo de estudio y sus variables, para poder construir los instrumentos que permitieron recolectar la información necesaria. Paso siguiente fue el análisis de los datos que ha derivado en las siguientes conclusiones:

Las hipótesis planteadas al inicio de la investigación:

1. Es viable activar el patrimonio cultural de las Peñas Folklóricas como un atractivo turístico más que representa parte de la identidad argentina en la CABA.
2. Las Peñas Folklóricas podrían ser legitimadas como Patrimonio Cultural por la CABA ya que representan parte de la identidad argentina y han incrementado su desarrollo desde el año 2000 en dicha Ciudad. Esto podría beneficiar y alentar su turistificación.

Para constatar dichas hipótesis

- Se ha explorado los significados que le atribuyen los actores sociales involucrados en las Peñas, al crecimiento de las mismas;
- Se ha determinado la importancia que estos espacios han adquirido en la urbe porteña;
- Se ha detectado la relación existente entre las Peñas y la actividad turística;
- Se indagó para conocer el perfil de los concurrentes.

Todo esto ha sido importante para evaluar la viabilidad turística de dichas Peñas. Por otro lado, se han tenido en cuenta las acciones que lleva a cabo el Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires con respecto a este Patrimonio Cultural, ya que se considera importante reflexionar sobre el rol del poder político en la legitimación de este patrimonio para relacionarlo con la capacidad de este recurso cultural para transformarse definitivamente en un atractivo turístico en la ciudad.

Con respecto al incremento del desarrollo de las Peñas Folklóricas, expresado en el marco de las hipótesis, se ha podido demostrar que esto es correcto. A través de las opiniones de los encuestados, ha quedado demostrado. El 39% de los encuestados, afirmaron que esto se debe a la importante concurrencia de los jóvenes provenientes de diferentes latitudes del país que residen en la CABA. La mayoría de los entrevistados, cuando se les preguntó, coincidieron con esta opinión.

Los jóvenes llegan a las Peñas atraídos por la música, la gastronomía regional, llegan buscando un espacio donde puedan encontrar todo aquello que añoran. Así se crea un lugar de pertenencia, un lugar de identificación, un espacio para hacer amigos. Algunos de estos jóvenes que se acercan a las Peñas, en la mayoría de los casos son músicos o están estudiando en el conservatorio de música y encuentran en las Peñas un medio de expresión. La mayoría de las Peñas brindan un espacio en el escenario para aquel que desee pueda tocar algún instrumento o cantar, en otros casos después de un *show* formal, se puede empezar a tocar los instrumentos o a cantar en las mesas. Lo mismo sucede con los bailarines. Sin lugar a dudas las Peñas se han incrementado en la Ciudad y esto es debido a que éstas generan un espacio de encuentro entre músicos, bailarines y poetas.

Las siguientes frases son las que predominaron en todas las entrevistas que se han realizado:

“...acá encuentran gente con la que se sienten identificados. Vienen a las Peñas para reencontrarse con sus costumbres...”; “...se encuentran con su cultura, con sus raíces. Hay un gran sentido de pertenencia en la Peña...”; “...el ambiente es muy sano...”.

Otro factor a destacar, en cuanto al incremento del desarrollo de las Peñas Folklóricas es sin duda, los músicos que han implementado nuevos instrumentos musicales al folklore, que han comenzado a tocar temas diferentes en sus canciones. Esto ha atraído público que no era amante del folklore y comenzaron a buscar lugares donde poder escuchar a estos músicos. Esto da cuenta de que el folklore se transforma, se transforma porque es dinámico, y ésta es una característica inherente al folklore¹⁰⁴. Este último factor mencionado se desprende de los resultados de las encuestas, el 32% de los encuestados atribuyó el incremento de las Peñas a los músicos de la “nueva camada” que convocaron más público juvenil.

¹⁰⁴ JUAN JOSÉ PRAT FERRER *Oppidum*, nº 2. Universidad SEK. Segovia, 2006, 229-248.

Esto da cuenta de que la cultura no debe entenderse nunca como un repertorio homogéneo, estático e inmodificable de significados¹⁰⁵.

En esta instancia es importante tener en cuenta que no todos los repertorios de significados son culturales, sino sólo aquellos que son compartidos y relativamente duraderos.¹⁰⁶

Un aspecto relevante es el hecho de que los concurrentes vuelven a las Peñas por el ambiente familiar y amistoso que se genera, por los vínculos que se forman en estos ámbitos. Concurren a las Peñas porque se encuentran con amigos.

Habiendo expuesto lo precedente se afirma que las Peñas son un medio de expresión. Es un lugar de integración de personas de diferentes regiones del país. Es una síntesis cultural y social de los usos y costumbres de las provincias argentinas.

A través de la bibliografía recabada, de las 100 encuestas realizadas y las opiniones de los entrevistados, se puede afirmar que hablar de usos y costumbres tradicionales, es hablar de patrimonio cultural y de identidad.

Para los “peñeros” las Peñas “proponen un espacio donde se transmite y se habla de lo nuestro”; “le dan a la Ciudad MEMORIA”; “las personas de las regiones del país tienen un lugar en la Ciudad donde compartir nuestras raíces y los del exterior pueden conocer nuestro folklore y tradiciones”.

De lo expresado precedentemente, se puede afirmar que las Peñas son un espacio muy importante para los concurrentes, es parte de su vida social, “es como un club”, como afirmaron tres de los entrevistados, no solo es un medio de expresión, acá se dan relaciones que no existen en ningún otro ámbito. El 28 % de los encuestados señaló que eligen ir a una Peña porque se encuentran con amigos. Con respecto a este tema uno de los entrevistados señaló: “acá la gente es espontánea, no existe nada superficial. La gente es auténtica. Las Peñas son familiares, no frecuento boliches, no me gusta, lo que encontré acá, no lo vi en ningún lugar”.

Un punto importante a destacar es que las Peñas no se han incrementado por la promoción masiva, sino por el “boca en boca”, el 83 % de los concurrentes afirmaron que llega a la Peña porque alguien les informó sobre la existencia de las mismas, esto da la pauta de que las Peñas se desarrollan en un círculo cerrado, en un ámbito donde solo llegan quienes pertenecen a este ámbito: músicos, bailarines, estudiantes universitarios con una especial sensibilidad hacia la gastronomía y la música autóctona. También

¹⁰⁵ Gilberto Gimenez. La cultura como identidad y la identidad como cultura. Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM

¹⁰⁶ Gilberto Gimenez. La cultura como identidad y la identidad como cultura. Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM

llegan porteños y turistas internacionales que se enteran por el mismo medio. Lo llamativo de todo esto, es que una vez que conocen estos espacios, vuelven, con el correr del tiempo se vuelven habitués de una determinada Peña: el 44% de los encuestados afirmó que “viene siempre”, y los entrevistados con respecto a esto señalaron: “siempre son los mismos, conoces a todos, vienen siempre...”. Cabe señalar que el 100% de los encuestados afirmaron que volverían a la Peña y el 99% calificó a la Peña que visitó entre estas tres opciones: “Buena”; “Muy buena” y “Excelente”. En cuanto a los servicios brindados en las mismas, la mayoría de los encuestados se mostraron muy conformes, calificando a los servicios entre “Muy bueno” y “Excelente”. Esto es de relevancia, ya que es un factor que incide a la hora de pensar estos espacios desde el ámbito turístico. No obstante, es inevitable preguntarnos ¿A qué llamamos un buen servicio? ¿A qué se refieren los encuestados cuando afirman que el servicio brindado ha sido excelente?.

Para entender estas cuestiones es necesario exponer las características de estos espacios.

Como se ha expresado más arriba, estos son ámbitos “únicos” por las relaciones que se generan, por los vínculos que se forman, por la posibilidad que le da a los visitantes de ser espectadores activos. Pero también lo son porque en la Peña “se manejan códigos propios”, es decir, son únicos también, por la manera en que se van desarrollando. Como se expresa en las fichas metodológicas, donde se ha relevado las características de cada una de las Peñas del área de estudio: en la mayoría de los casos estos lugares no ofrecen servicio de mesa, no cuentan con mozos, hay un mostrador, en el cual se expenden bebidas y comidas (solo regionales) y se compra directamente allí. En algunos casos sucede, que no hay espacio suficiente para poder sentarse cómodamente, y en otros casos, es muy difícil hasta encontrar una silla, sobre todo si se trata de una Peña bailable. En algunas Peñas puede suceder, que el estado del local es deficiente. Si bien hay un listado de los artistas que actuarán, no existe un cronograma de horarios, y en la mayoría de los casos, después de un *show* formal, los concurrentes se quedan en el local hasta altas horas de la madrugada tocando guitarras, bombos y cantando. A través de las encuestas realizadas se pudo detectar que los concurrentes han calificado a la Peñas entre “buena; muy buena y excelente” por el clima familiar y amistoso que se genera en estos espacios. En cuanto a la calificación de los servicios que han realizado los visitantes hay que tener en cuenta las características de estos ámbitos. Que al ser “únicos”, son muy diferentes a otros ámbitos que visita regularmente el turista, sobre todo el receptivo. Con respecto a esto, la práctica cotidiana nos muestra que el turista de lo cultural es curioso por naturaleza, y pese al exotismo que pueda mostrar el destino, necesita tanto como su homónimo de masas, algunos rasgos conocidos que le den confianza e inspiren seguridad¹⁰⁷.

¹⁰⁷ Santana Talavera, Agustín. “Mirar y leer: autenticidad y patrimonio cultural para el consumo turístico”

Prats señala, en términos generales, que solo hay tres situaciones en las cuales el patrimonio, los recursos patrimoniales, son, en principio, turísticamente viables,¹⁰⁸ una de esas situaciones es la siguiente:

Recursos patrimoniales con una capacidad de atracción menor, pero que se hayan emplazados dentro o cerca de entornos metropolitanos lo suficientemente grandes, es decir, que disponen de una masa crítica virtual de usuarios residentes (visitantes de día en potencia), lo cual comporta un umbral mínimo de población. Estos recursos, o el conjunto de su entorno pueden atraer a turistas de otras latitudes.

Desde el punto de vista de Prats, teniendo en cuenta este postulado, se puede sostener que las Peñas Folklóricas son turísticamente viables, pero Prats también menciona algunas fuerzas que inciden sobre estos modelos, introduce sustanciales matices, sin llegar a afectar sus postulados básicos. Se trata de¹⁰⁹:

- La necesidad: hay casos de recursos patrimoniales con viabilidad turística que no llegan a desarrollarse por el desinterés de la población, incluso sin tener una plena conciencia de ello, un desinterés “pasivo”, por así decirlo, en la medida en que la población no depende del patrimonio para vivir (o para mejorar sus condiciones de vida), ni para reafirmarse en su identidad (o reconstruirla). En el caso de las Peñas no hay necesidad alguna. A través de la tarea de campo, se pudo observar que no hay interés por parte de los “peñeros” en insertar a las Peñas en la oferta turística de la CABA, excepto casos puntuales.

Con respecto a la relación existente entre las Peñas y la actividad turística, se ha hecho un exhaustivo análisis de la información brindada por los entrevistados y se ha determinado lo siguiente:

Ninguna peña tiene contacto con operadores turísticos, el turismo receptivo llega solo por recomendación, o porque algún compañero de la universidad lo llevó, en otros casos los mismos residentes cuando reciben a alguien del exterior desean llevarlos a algún lugar típico. Y los llevan a una Peña, Entre los entrevistados predominaron estas opiniones. “Nosotros no vivimos del turismo”; “no hay interés por quienes organizamos las Peñas de atraer el turismo, pero sí me interesaría por el lado de la difusión”; “sería interesante incentivar al turismo, porque me interesa que esto se difunda, pero la promoción sería muy costosa”.

Lo llamativo y lo interesante de estas opiniones es que fueron las que más predominaron.

¹⁰⁸ Idem.

¹⁰⁹ Llorenc Prats. “La viabilidad turística del patrimonio”. PASOS, revista de turismo y patrimonio cultural.

Si bien ninguno de los organizadores lleva a cabo acciones para atraer el turismo, estarían dispuestos a considerarlo, para que éste se transforme en un medio de difusión. En dos casos, que justamente son las Peñas que abre sus puertas todos los días, sus organizadores afirmaron que tal vez, les gustaría destinar un día a la semana para el turismo receptivo, pero no hacerla enteramente turística. Una de las entrevistadas señaló: “la gente se queda guitarreando, cantando. Si se vuelve turística pierde esa magia que tiene la Peña. Además no te conviene, el que consume es el que va todos los días. Sí estaría bueno destinar un día para este tipo de público, un lunes o un martes” Tres de los entrevistados opinaron que la Peña no vive del turista, en cambio el tango sí.” A los turistas los llevan a ver tango, el argentino no consume tango”.

Con respecto a este tema, otro de los entrevistados señaló lo siguiente: “El Folklore a diferencia de otros estilos musicales, crece de adentro hacia afuera, (‘nosotros del nosotros’)¹¹⁰ y esto no es valorado, no es visto. No crece de afuera hacia dentro como pasa con el tango por ejemplo (‘nosotros de los otros’¹¹¹). Primero lo conocen los extranjeros y ellos lo valoran, a partir de ahí se comienza a difundir esto por parte del Gobierno. *Los significados que se les confieren al patrimonio cultural no responden a los diversos “nosotros del nosotros” que representan las diversas versiones ideológicas de la identidad sino, principalmente, al “nosotros de los otros”.* Esto es, a la imagen externa y comúnmente estereotipada que se tiene de la identidad argentina desde los centros emisores del turismo.¹¹²

Otro factor interesante, que también predominó en las entrevistas fue el hecho de que las Peñas no realizan una promoción masiva, porque les “interesa mantener el ambiente del folklore”. Ellos afirman que no desean tener gente que no conozca “los códigos de la Peña”. Aunque sí reconocen que el folklore es algo que le gusta al turismo receptivo, ya que una tanguería muy conocida, ha incluido en su *show* de tango un número folklórico, a pedido del público.

Entre los entrevistados, una palabra que sale a la luz recurrentemente es DIFUNDIR, ellos están interesados en que las Peñas se difundan, que se difunda el folklore como parte integrante de la identidad cultural argentina.

Algunos entrevistados hicieron énfasis en que es muy difícil enterarse de las Peñas existentes porque no hay una política para difundir el folklore, y mencionaron la principal problemática que aqueja al funcionamiento de las Peñas: las habilitaciones.

¹¹⁰¹¹⁰ Llorenc, Prats, 1998

¹¹¹ Ídem

¹¹² Prats, Llorenc. 1998

Las Peñas han crecido en los últimos años y esto no se debe al apoyo por parte del Gobierno de la Ciudad, no sólo la difusión que realiza es insuficiente sino que además no existe una ley clara para el correcto funcionamiento de las Peñas Folklóricas, desde el año 2004, cuando ocurrió el lamentable episodio de **Cromañon**, las exigencias con las habilitaciones se han vuelto extremas, uno de los entrevistados señaló que clausuraron Peñas, porque algunas parejas se ponían a bailar entre las mesas, y no estaba habilitado como local bailable. Otra prueba de las exigencias con las respectivas habilitaciones, es la resolución N° 878 que se sancionó en 2006, para Peñas Folklóricas que se realicen en clubes con menos de 500 personas, esta resolución reglamenta una ordenanza de 1910: para conseguir un permiso para eventos de música en vivo, peñas o milongas, los clubes deben presentar un cronograma anual detallando las fechas de realización y los horarios de sus actividades. Cualquier cambio debe ser avisado con anticipación a Habilitaciones, esto en ocasiones se vuelve imposible para un club de barrio, donde no todo se puede prever y lo que sucede en estos ámbitos en la mayoría de los casos surge espontáneamente, si esto no se cumple, es causa de clausura.

Esto generó que en la actualidad las Peñas Folklóricas se encuentren sumergidas en la clandestinidad y como consecuencia algunas Peñas carecen totalmente de normas de seguridad, con los consiguientes riesgos que ello engendra. Los organizadores desean que las Peñas salgan de la marginalidad, para que puedan seguir vigentes. Ya que en la mayoría de los casos, éstos se ven obligados a cerrar por las recurrentes clausuras.

Esto da cuenta de un poder político totalmente ausente en este ámbito. De un Patrimonio Cultural que no ha sido legitimado por parte de la CABA. Es importante señalar lo que dice Néstor García Canclini¹¹³ acerca de este tema. Él aborda fundamentalmente dos cuestiones intrínsecamente articuladas: el patrimonio como parte de la reproducción social y la desigualdad cultural y los conflictos específicos que se desarrollan en torno al mismo más allá de las desigualdades estructurales. El autor distingue entre el patrimonio en un sentido amplio, que refiere al conjunto de bienes representativos de cualquier grupo social, que es lo que las Peñas Folklóricas representan, por definición son parte del patrimonio cultural de la CABA y en un sentido restringido que denomina al patrimonio que se construye como legitimado, objeto de políticas culturales. Entonces, cuando se hace referencia al grado de legitimación que han logrado las Peñas Folklóricas en el patrimonio cultural de la CABA, se está haciendo mención al Patrimonio Cultural en un sentido restringido. Es el

¹¹³Benedetti, Cecilia "Antropología de la Cultura y el Patrimonio". Diversidad y desigualdad en los procesos culturales contemporáneos. Editorial: Ferreyra.

Patrimonio Cultural reconocido por el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, en este caso.

La Ley de Peñas existente aún no se reglamentó y el Gobierno de la Ciudad no brinda apoyo a través de la difusión y los permisos para que las Peñas puedan realizar todas sus actividades libremente. Se inspeccionan las Peñas Folklóricas como si fueran un local bailable.

Hubo movilizaciones para bregar por la ley de Peñas, este dato es muy interesante cuando se tiene en cuenta lo que expresa García Canclini¹¹⁴, señala que las desigualdades de clase son fundamentales pero no suficientes para explicar al patrimonio como espacio de disputa económica, política y simbólica. Así, concibe al patrimonio como un campo donde está en juego un capital e intereses específicos. En este sentido, es necesario considerar las prácticas de tres actores fundamentales que se relaciona con la problemática patrimonial con propósitos diversos: los agentes privados, el estado y los movimientos sociales.

Las Peñas Folklóricas congregan a cientos de personas cada semana. Si bien, no se tienen cifras oficiales, se puede contabilizar el total de concurrentes en las Peñas relevadas, la sumatoria es de 3.120 personas y se tiene en cuenta el listado (no oficial) que se ha hecho de la cantidad aproximada de Peñas Folklóricas existentes en la Ciudad, se llega fácilmente al número que el entrevistado, Agustín Veccar Varela, coordinador general de Folklore Club, quien lleva 15 años trabajando en el ámbito folklórico, afirmó: las Peñas congregan entre 10.000 y 15.000 espectadores cada semana.

Estos datos son importantes teniendo en cuenta que el Instituto de Promoción Turística, no lleva ninguna acción a cabo para la promoción de estos ámbitos. En cuanto al Ente de Turismo de la CABA, solo en su Sitio Web aparece un listado de 30 Peñas, con teléfonos y direcciones, las cuales se encuentran desactualizadas. Hay información de Peñas que cerraron.

Los peñeros desean que el gobierno legitimize estos espacios, porque necesitan un amparo legal y les gustaría que estos ámbitos se difundan por lo que representan...

¿Será Cromagnon una de las causas por el cual no se logra activar este patrimonio?.

¿Será que el poder político solo activa aquellos bienes patrimoniales cuya motivación no es ya de carácter identitario sino abiertamente turística y comercial?

El Gobierno debería contribuir a que estas Peñas puedan llevar a cabo sus actividades de la forma menos engorrosa posible para que puedan funcionar en la legalidad.

¹¹⁴ García Canclini, Néstor. "La política cultural en países en vías de desarrollo". 1989.

Para concluir se puede afirmar que la hipótesis:

“Es viable activar el patrimonio cultural de las Peñas Folklóricas como un atractivo turístico más que representa parte de la identidad argentina en la CABA” es, solo en parte, real. Es decir que en este aspecto hay que diferenciar dos tipos de Peñas:

- Las que se ubican en la zona de Palermo y que abren todos los días
- Las que son itinerantes y se hacen cada 15 días o una vez por mes. Y congregan entre 400 y 800 personas en cada oportunidad.

Para el primer caso sí sería viable activar este patrimonio cultural como un atractivo turístico, como hemos señalado más arriba, siguiendo los postulados de Prats. Se considera que solo estas Peñas sería viable activarlas porque éstas abren todos los días, y deben cubrir costos. Además de que los organizadores se mostraron interesados en la posibilidad de destinar un día a la semana para el turismo.

Con respecto al segundo caso. No serían turísticamente viables. Ya que no hay necesidad¹¹⁵. La población no depende del patrimonio de las Peñas Folklóricas para vivir (o para mejorar sus condiciones de vida), ni para reafirmarse en su identidad (o reconstruirla).

La población no necesita que la Peñas sean turísticamente viables para reafirmarse en su identidad. Las Peñas son parte de su identidad, sin ser un recurso turístico.

Activar este Patrimonio Cultural como un recurso turístico, se traduciría, como la bibliografía recabada ha demostrado, en una pérdida de su verdadera función social, de su significado. Además en este caso las Peñas no necesitan del turismo para poder convocar visitantes. No viven de la actividad turística.

A través de la investigación hemos dado cuenta de la importancia que tiene conocer el valor simbólico que representan estas Peñas, no solo para sus visitantes, sino también para sus organizadores. Esto ha determinado que la única manera de dar a conocer estos lugares al turismo interno y receptivo es: sin masificar la promoción, cuidado el significado de las Peñas, comprendiendo que el turismo cultural no es adaptar las Peñas a los visitantes extranjeros, sino lograr que los visitantes se adapten a las mismas. Ejercer el turismo considerando la diversidad cultural y la autenticidad y estilo propio de cada Peña. Mirar al turismo como un vehículo difusor y no como una amenaza.

¿Pero esto sería factible? Considero que todavía son necesarias políticas de planificación y gestión de este tipo de patrimonio cultural.

Con respecto a esto Prats afirma que para que se establezca una simbiosis fructífera entre patrimonio y turismo en el plano local, se debe tener

¹¹⁵ Llorenc Prats 1998

en cuenta la necesidad de reunir puntos de vista e intereses de ambos lados para crear o implementar, productos turísticos patrimoniales integrados que optimicen los efectos benéficos para ambos sectores, evitando los peligros¹¹⁶.

Con respecto a la siguiente hipótesis:

“Las Peñas Folklóricas podrían ser legitimadas como Patrimonio Cultural por la CABA ya que representan parte de la identidad argentina y han incrementado su desarrollo desde el año 2000 en dicha Ciudad. Esto podría beneficiar y alentar su turistificación”.

A lo largo del trabajo y en lo expresado más arriba se ha reflexionado sobre el rol del poder político en el patrimonio cultural y hemos dado cuenta que las Instituciones del Estado, no han legitimado este Patrimonio Cultural ya que no incentivan su desarrollo, no les brinda un marco legal y la ley de Peñas ha quedado archivada.

Con respecto a la hipótesis, cuando se hace referencia de que un bien legitimado podría beneficiar y alentar su “turistificación”, ha partir de los datos recabados en el trabajo de campo y la bibliografía pertinente se ha concluido en lo siguiente:

La importancia de la legitimación de un determinado bien patrimonial no solo se vincula con el objetivo de alentar y beneficiar la posibilidad de convertirse en un recurso turístico, sino **para darle un marco legal a la actividad, que facilite el desarrollo de las mismas, para que puedan seguir brindado este espacio tan importante para sus visitantes.**

Si el poder político las legitima y deja de poner restricciones en cuanto a los permisos. Tal vez en ese caso, haya más Peñas y ahí se necesitará de la concurrencia del turismo interno y receptivo. No obstante esto es una hipótesis que sería interesante tener en cuenta para estudios posteriores.

El turismo puede representar para el patrimonio ingresos, vitalidad y relevancia política, pero **no a costa de un mercantilismo abusivo** y mal entendido que, en lugar o además de centrarse en el marketing, produzca una trivialización de los discursos, contraproducente a largo plazo incluso para el propio interés turístico.¹¹⁷

¹¹⁶ Llorenc Prats, 1998

¹¹⁷ Llorenc Prats, 2003.

PROPUESTAS:

Para concluir con la presente investigación se sugieren propuestas para el mejoramiento de la actividad de las Peñas Folklóricas y su difusión:

- 1) Regular la actividad: reglamentando la ley 1.846 de Peñas Folklóricas en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Para que puedan desarrollar actividades artísticas y/o lúdicas como canto, narración oral, pintura, telar, plástica, aprendizaje y práctica de danzas típicas argentinas expresadas por propios artistas o concurrentes, también para que puedan elaborar y/o expender comidas y bebidas típicas regionales del país. De esta manera, se estaría fomentando un espacio de expresión y de creatividad. Los organizadores que estén interesados, podrían promocionar las Peñas a través de otros canales, además “del boca en boca”, ya que no estarían violando la ley, éstas saldrían de la clandestinidad en la que se encuentran, y las normas de seguridad e higiene no serían deficientes. Esto, sería beneficioso para los residentes, y para las Peñas que piensen en atraer al turismo tanto interno como internacional.
- 2) Diseñar políticas públicas de promoción, teniendo en cuenta los intereses de los organizadores y preservando las Peñas Folklóricas como portadoras de un legado histórico y de producción artística y cultural.
- 3) Incorporar información específica, detallada y sobre todo correcta de las Peñas Folklóricas interesadas en la difusión de las mismas para el turismo receptivo, en la página del Ente de Turismo de la CABA.

ANEXO

NOMBRE: Oscar “Chicho” Décima.

CARGO: Encargado de la gastronomía y los espectáculos en la Peña “Cusca Risum”

1. ¿Hace cuánto se dedica a esto?

Desde el año 98, trabajé para El Empujón (Peña El Empujón del Diablo), Los Cardones, La del Colorado. La encrucijada entre muchas otras, brindando servicios de gastronomía y espectáculos.

2. ¿Qué es lo que hace exactamente en las Peñas?

Mi trabajo es darle a la gente que llega a las Peñas lo que muchas veces vienen buscando. La mayoría que llega a una Peña viene en búsqueda de determinados aromas, sabores, escuchar música que solo creían poder encontrar en determinados ámbitos del país. En las Peñas se sirve comida autóctona. Yo me encargo de que los tamales, la humita o las mismas empanadas tengan el sabor norteño. Los tamales por ejemplo se los encargo a una familia tucumana que hace ya 8 años trabajan conmigo. Al principio fue difícil, yo cocinaba a ojo digamos, ponía los ingredientes como a mí me parecía. Así cociné siempre. Cundo teníamos que cocinar 900 empanadas, eso lo tuve que cambiar.

3. ¿Qué cree usted que los visitantes encuentran en una Peña que no encuentran en otro lugar?

Identidad, pertenencia. Un reencuentro con los orígenes. Acá descubren cosas nuevas, cosas que fueron ocultadas por los grandes medios. Dicen que si no estás en la televisión no existís, y es lo que nos quieren hacer creer. Hay un mundo subterráneo, un mundo latente, que aflora, como pasó en los años 60. Vuelve a pasar ahora. No se puede ocultar lo que uno lleva consigo. Siempre, por más que los grandes medios lo oculten, aflora. Lo que tenés en los genes no se puede borrar.

4. ¿Cuál es el público que predomina?

Acá hay mucha juventud porteña. Los chicos viajan al interior, van al norte y noroeste de nuestro país y conocen la gastronomía, la música. Entonces cuando vuelven quieren encontrar esos sabores, esos olores, que disfrutaron cundo conocieron el norte. Y por eso llegan a las Peñas, esperando encontrar eso que vivieron. También están los jóvenes del interior que vinieron a estudiar o a trabajar, la mayoría de ellos nunca fue a una Peña en su lugar de origen, pero cuando están acá extrañan, extrañan lo que los hace recordar a su casa, desde la

comida hasta la música, pasando por los aromas, por el trato con la gente que viene a la Peña, acá encuentran gente con la que se sienten identificados. Vienen a las Peñas para reencontrarse con sus costumbres.

5. ¿Las Peñas tienen contacto con operadores turísticos? ¿Qué me puede decir acerca de esto?

No, ninguna peña tiene contacto. La del Colorado hubo una época que estuvo por trabajar con operadores turísticos, pero desconozco en que quedó aquello.

6. Los extranjeros llegan a algunas de las Peñas de la ciudad: ¿Sabes cómo se enteran ellos de la existencia de las mismas?

Ellos se enteran por contactos que tienen con algunas personas, gente de acá que cuando recibe a alguien del exterior lo quiere llevar a algún lugar típico. A veces hasta ellos mismos no conocen las Peñas y buscan por internet, y se enteran de alguna y así llegan. Gente q no conoce y quiere conocer, pregunta. Los turistas extranjeros preguntan y buscan lugares por internet.

Es muy difícil enterarse de las Peñas existentes. No hay política de los gobiernos de difundir el folklore. Lo más difundido desde el punto de visto institucional es del Gobierno de Salta.

7. ¿Cuáles son las principales problemáticas que podría mencionar para el funcionamiento de las Peñas Folklóricas?

La gran problemática de las Peñas es la persecución con el tema de habilitaciones que existe por parte del Gobierno de la Ciudad. Abrí una peña, hace menos de un año, "Piedra y camino", lo clausuraron porque faltaban 10 cm. del suelo al techo que por ley debería tener. La Peña estaba en la calle Humahuaca entre Bulnes y Salguero. Lo clausuraron cinco veces en dos meses. Trabajás para pagar las multas permanentes. No digo que no controlen. Digo que no nos deberían poner más palos en la rueda.

Independientemente del partido político al que uno adhiera, o que estemos de acuerdo o no con ciertos políticos, la realidad es que cuando estaba Ibarra en la Ciudad las cosas eran diferentes. Él se preocupaba por difundir las Peñas, se habían creado centros culturales. Con Macri no es así. Una vez un periodista le preguntó que libros leía, Macri respondió públicamente, "Yo solo leo el apartado deportivo del diario, no me interesa nada más". Ese es el tipo que nos gobierna.

No hay una política de estado que incentive la cultura. Es así lamentablemente.

Es muy difícil trabajar cuando hay tantas trabas, una de las veces que se clausuró la Peña fue porque una parejita se había puesto a bailar entre las mesas. Los inspectores dijeron que no había habilitación para que pudieran bailar. Y yo no entiendo, como me vas a decir que no pueden bailar su música tradicional, que no pueden hacer algo que no le hace mal a nadie. Son mentes obtusas. Comparan una Peña con un local de rock. Nunca, en todos los años que llevo trabajando vi ni una sola pelea. Vos lo ves, la gente se pone a charlar con gente q no conoce, los músicos se sienten en familia. Sin lugar a dudas es un ambiente muy sano el que se vive en la Peña.

Hubo una ley de Peñas que se sancionó y no se aplicó nunca. Hubo una ley impulsada por gente del Colorado, una movilización, que quedó en la nada. No se llegó a reglamentar.

Hubo movilizaciones...estuve en la Casa del Gobierno de la Ciudad, creo que si no se reglamentaba en esos días quedaba sin efecto, pero no se después en que quedó aquello.

La ley de la que te hablo es la Ley del Músico, Macri no quería promulgarla. Promueve la música pero el tema de las habilitaciones se rige por lo que ya estaba. Tenés que habilitar una Peña como si fuera un boliche. A las Peñas habría que darles un subsidio, ayudarlos en la construcción, en el armado para poder cumplir con las ordenanzas municipales.

Uno de los dueños del "Desalmadero", cuando la Peña se dejó de hacer, él se quedó haciendo rock. Un grupo te mete 500 personas, los chicos pagan para ir a tocar, por eso es más negocio que el folklore. Ellos venden las entradas, tampoco es negocio para ellos, porque lo que pagan lo sacan de las entradas. Cuando se organiza una Peña tenés que pagar sonido, músicos, si es una organización más compleja, también iluminación, etc. Son una serie de gastos que no tiene ayuda ni colaboración.

Hay que tener en cuenta que en las grandes ciudades hay más controles con la gente q hace música en vivo. Con la Ley de música en vivo dicen que protegen la música. El Organismo de control gubernamental está dirigida por militares. Y los que vienen a controlar te puedo asegurar que viene a cara de perro.

La gente se entera de una Peña determinada por el “boca en boca”. Si anuncias en *face* te caen los tipos, si un diario te publicó la Peña porque conseguís publicidad, te caen con la fotocopia del artículo, o con la impresión de la Pagina del Facebook. Es una persecución, lisa y llanamente, no es que salen a controlar y te encuentran. Parece increíble pero es así. No es casualidad. He vivido de peña en peña desde hace 15 años. En “El Empujón” había una vecina q todos los días llamaba a la policía, caía la policía a las 23:30 hs. Hicimos la acustizacion con lana de vidrio arriba de la anterior. Nos multaron porque había 44 decibeles en vez de los 40 permitidos. En otra oportunidad que habían vuelto para hacer la medición, se buscó a una banda para que tocara en vivo, no había nadie, solo la banda tocando. Fueron a medir, pero estábamos esperando que nos dieran la orden para que empezaran a tocar. Cuando vienen nos dicen que ya habían medido. ¡Y la banda todavía no había tocado!. La tipa había puesto un grabador en su habitación y la medición que habían hecho era esa.

Hay que lidiar con esa gente encima, con gente desequilibrada, y siempre les dan más importancia a los vecinos que a los que hacemos la Peña

8. ¿Cuáles cree que son las causas por el cual las Peñas Folklóricas han incrementado su desarrollo desde la última década?

Se han incrementado por la cantidad de gente que viene del interior. Es por lo que te comentaba antes. Hay muchos chicos que llegan a Bs. As. para estudiar, y por lo general vienen solos. Son las personas que buscan estos lugares, buscan encontrarse con sus costumbres. Buscan las raíces.

9. ¿Qué inserción han logrado las Peñas Folklóricas en el Patrimonio Cultural de la Ciudad de Buenos Aires?

La inserción es marginal, subterránea, es una inserción de resistencia cultural, aflora a pesar del desdén. No digamos persecución. No existen los grandes medios de comunicación que se involucren, que difundan. Solo las pequeñas radios difunden algo de folklore. Y radio Nacional. El único programa q existe en televisión abierta es Ecos de Mi Tierra...

A pesar de todo las Peñas existen. A pesar de que somos un país colonizado económica y culturalmente y que la colonización cultural está muy arraigada. Pero el folklore no se puede extirpar porque es la raíz, es el yuyo malo, tiene la persistencia de lo genuino, de lo legítimo, es tozudo.

Buenos Aires es una ciudad cosmopolita y el folklore es una gran parte de esto porque la Ciudad está llena de gente del interior, de los provincianos.

10. ¿Desea agregar algo más sobre el tema?

El país necesita venderle folklore al turismo. El folklore es tan poderoso o más q el tango. Los empresarios deberían ver esto como una oportunidad

Hace algunos años, conocí a una artista plástica, de Nueva York, en una Peña. Estaba de paseo por Bs. As. y cerca de donde se hospedaba había una Peña, un día pasó, y escucho folklore, al otro día, se animó a entrar. ¿Sabés lo que me dijo? Que en ningún país del mundo escuchó tanta variedad musical como la que escuchó en la Argentina. No podía creer que en un solo lugar de Bs. As. con capacidad para 80 personas, haya encontrado un repertorio musical tan variado.

Es que en una Peña escuchas música muy vivaz como la nortea, música andina, cuyana, sureña, etc. Somos portadores de una riqueza musical única.

NOMBRE: Ana Balverde.

CARGO: Dueña de “La Resacada Peña”.

1. ¿Hace cuánto que se está haciendo la Peña?

La Resacada se está haciendo desde hace un mes. Todos los domingos. Yo alquilo el lugar para hacer la Peña los domingos. Los sábados y domingos está el *after*

2. ¿El *after*? ¿De qué se trata?

Los viernes y sábados después de las 4 o 5 de la mañana, viene gente a guitarrear, la mayoría viene de otras Peñas, es algo que surgió espontáneamente hace un poco más de un año. Se arman guitarreadas, a veces nos quedamos hasta las 11 de la mañana. Los viernes hay blues y los sábados salsa. Después de eso, empieza a llegar gente y se arma la fiesta.

3. ¿Qué cree usted que los visitantes encuentran en una Peña que no encuentran en otro lugar?

Se encuentran con su cultura, con sus raíces. Hay un gran sentido de pertenencia en la Peña. Además es un lugar tranquilo, el ambiente es muy bueno y sobre todo muy sano. La gente que toma tiene control. Por

ahí ves algún borracho, pero nunca va a dar ningún problema. Y si lo da, inmediatamente se lo retira del lugar.

4. ¿Cuál es el público que predomina?

Mayores de 20 años. Es muy raro ver chicos chiquitos. Mucho público joven. Parejas. Grupos de amigos. Igual acá se encuentra gente de todas las edades. Están los señores mayores de 50 o 60 años, que los domingos hasta las tres de la mañana se quedan seguro.

5. ¿Cuál es el medio de promoción que utilizas para promover la Peña?

Por el Facebook de la Peña y vía mail. Y por “el boca en boca” llega mucha gente.

6. ¿Las Peñas tienen contacto con operadores turísticos? ¿Qué me puede decir acerca de esto?

No, bueno, por lo menos yo no tengo ningún contacto ni con hoteles, ni nada parecido. Y las otras Peñas tengo entendido que tampoco. No conozco ninguna Peña que trabaje con operadores turísticos. Creo que tampoco hay un interés por los que organizamos las Peñas, nosotros no vivimos del turismo. Igual me interesaría por el lado de la difusión, pero la promoción sería muy costosa.

7. Los extranjeros llegan a algunas de las Peñas de la ciudad: ¿Sabes cómo se enteran ellos de la existencia de las mismas?

En las peñas es raro encontrar algún visitante extranjero. Hay, si. Pero llegan recomendados. Y son los menos.

8. ¿Cuáles son las principales problemáticas que podría mencionar para el funcionamiento de las Peñas Folklóricas?

Yo creo que es encontrar un lugar donde realizar la Peña, a veces eso es complicado. Tenés que encontrar un lugar que cumpla con las exigencias de la ley.

9. ¿Cuáles cree que son las causas por el cual las Peñas Folklóricas han incrementado su desarrollo desde la última década?

Creo que se incrementaron porque las pocas Peñas que había, iba mucha gente. Entonces se abrieron nuevas, y eso generó mucha más convocatoria para todos los peñeros.

10. ¿Qué inserción han logrado las Peñas Folklóricas en el Patrimonio Cultural de la Ciudad de Buenos Aires?

Las Peñas son parte del Patrimonio Cultural de la Ciudad porque mucha gente que vive en la Ciudad, que viene de lugares diferentes del País, llega a las Peñas para reencontrarse con sus tradiciones. Como te decía antes, viene a reencontrarse con su cultura. La gente va a la Peña que lo identifique, siempre hay una que te guste más que otra.

11. ¿Desea agregar algo más sobre el tema?

Yo soy del sur, cuando llegue a Buenos Aires hace tres años, y fui a una Peña sentí que era el lugar que realmente quería estar. Acá la gente es espontánea, no existe nada superficial. La gente es auténtica. Las peñas son familiares. No frecuento boliches, no me gusta. La gente te empuja, no te piden disculpas. La gente aparenta ser lo que no es. Acá eso no pasa.

La Peña La Resacada, se caracteriza por el respeto a los artistas. Es muy importante cuando hay un artista en el escenario que no haya griterío. Si eso ocurre yo amablemente pido silencio.

En las Peñas vas a encontrar respeto, amabilidad, y un ambiente muy sano.

NOMBRE: Ubaldo Villa

CARGO: Encargado de la "Peña del Colorado".

1. ¿Hace cuánto que se está haciendo la Peña?

Desde el año 95 existe ya con este nombre, pero no era lo que es ahora, estaba en Castex y Salguero, y era un *delivery* de empanadas. Desde el 98 estamos acá. El primer dueño ya no está más, ahora se dedica a producir músicos.

2. ¿Qué cree usted que los visitantes encuentran en una Peña que no encuentran en otro lugar?

Encuentran un Club Social, un lugar al que pertenecen. Acá llegas y todos sabemos cómo te llamas.

3. ¿Cuál es el público que predomina?

Acá viene de todo. No hay un target de edad que predomine. Los que vienen son de clase media entre 20 y 60 años.

4. ¿Las Peñas tienen contacto con operadores turísticos? ¿Qué me puede decir acerca de esto?

Si, a veces viene gente de los *hostel* y traen turistas. También viene una chica que trae como 10 brasileiros todos los meses. También a veces aparece un taxista trayendo gente. Siempre quieren cobrar una comisión por traer a la gente. Nosotros no damos nada. Sí, el que trae la gente se le invita la cena, pero nada más. Nosotros no vamos en búsqueda de ellos, pero si vienen son bienvenidos.

5. ¿De qué nacionalidad son los extranjeros que vienen, y que días de la semana son los que vienen más?

Los turistas que llegan a la Peña están repartidos en toda la semana. Y vienen brasileiros sobre todo, pero también viene mucho europeo.

6. ¿Cuál es el medio de promoción que utilizan para promover la Peña?

Hubo una época que salíamos en todos lados, en todos los diarios, en la revista de Aerolíneas Argentinas, que entregan en los aeropuertos, en todos lados. Ahora solo tenemos la página de la Peña, y el “boca en boca”, yo creo que no necesitamos más publicidad que esa. Yo creo que ya todo el mundo nos conoce. Vos pones peña en el google y lo primero que te salta es nuestra Peña. Igual con el tema de publicidad también se dejó de hacer porque es muy costosa.

7. ¿Por qué no les interesa trabajar con el turismo receptivo?

No es que no nos interese. El problema es que no tenemos tiempo. Antes éramos 28 empleados, ahora somos 14. 14 personas para todo esto. Además estamos muy ocupados con el tema de la cooperativa de trabajo.

8. ¿Cuáles son las principales problemáticas que podría mencionar para el funcionamiento de las Peñas Folklóricas?

Los inspectores, acá nos vienen a inspeccionar cada 15 días. En enero de 2010 nos clausuraron. Antes funcionábamos como “Club de Cultura”, que es la ley de música y canto en vivo. Cuando se cambió de firma, quedamos en la nada. La habilitación desde el 2010 está en trámite, pero la realidad que ahora no se en que quedó, porque estamos muy enfocados en hacer la cooperativa de trabajo, para que no nos quedemos sin trabajo.

Mirá, una vez vino un inspector, y me dice, “no sé cómo catalogar este lugar, porque hasta las 12 son un restorán convencional con show en

vivo, pero después de la media noche, hay guitarreadas y canto por las mesas”.

9. ¿Cuáles cree que son las causas por el cual las Peñas Folklóricas han incrementado su desarrollo desde la última década?

Las Peñas se incrementaron en la Ciudad, y es porque a la gente le gusta, conoce estos ámbitos y después traen más gente. Es porque les encanta. Y porque cada vez hay más chicos del interior que prefiere estos ámbitos.

10. ¿Qué inserción han logrado las Peñas Folklóricas en el Patrimonio Cultural de la Ciudad de Buenos Aires?

Las Peñas se han insertado al Patrimonio Cultural de la Ciudad, a pesar de todos los palos que el Gobierno de la Ciudad te pone.

11. ¿Desea agregar algo más sobre el tema?

Sí, creo que es necesario más apoyo para poder seguir con estos lugares. Más apoyo por parte del gobierno de la Ciudad, hay que cuidar estos lugares, son parte de nuestra cultura.

NOMBRE: Ignacio García Balcarce.

CARGO: Encargado de la Peña “Los Chillados Biaux”.

1. ¿Hace cuánto que la Peña abrió sus puertas?

Hace 11 años, a fin de año van a ser 12.

2. ¿Qué cree usted que los visitantes encuentran en una Peña que no encuentran en otro lugar?

Los jóvenes empezaron a preferir otra cosa, cuando se cansan del ambiente frío del boliche, de la música a todo lo que da, sin poder escuchar a nadie, buscan otra cosa y se generan estos espacios. Encuentran gente conocida como si fuera un club.

3. ¿Cuál es el público que predomina?

Acá predomina la gente joven, es muy raro ver personas adultas en la Peña. Y la mayoría son chicos del interior.

4. ¿Cuál es el medio de promoción que utilizan para promover la Peña?

Vía mail, por el grupo de *face*, y del “boca en boca”.

5. ¿Por qué no utilizan otro medio de promoción?

Preferimos no hacerla, una publicidad masiva, en un diario por ejemplo, te puede traer gente que no querés, la que se emborracha y te arma pelea, o rompe algo. Preferimos que la gente que venga es porque realmente le interesa, y no porque cayó de casualidad.

6. ¿Las Peñas tienen contacto con operadores turísticos? ¿Qué me puede decir acerca de esto?

No, nosotros nunca hemos trabajado con operadores turísticos. La gente que viene, son personas habitués, vienen siempre, y la mayoría llegan recomendados.

7. Los extranjeros llegan a algunas de las Peñas de la ciudad: ¿Sabes cómo se enteran ellos de la existencia de las mismas?

Si, acá vas a ver a algunos extranjeros, sobre todos los días jueves. Los que llegan son muchas veces porque fueron invitados por compañeros de la facultad. Después lo ves seguido. Ellos siempre llegan por recomendación, nosotros no hacemos ningún tipo de promoción para el turismo extranjero. No vivimos del turismo, ellos vienen a ver tango, los llevan a ver tango. El folklore no vive del turista. El tango sí. El argentino no consume tango, pero si folklore.

8. ¿Cuáles son las principales problemáticas que podría mencionar para el funcionamiento de las Peñas Folklóricas?

Que no haya rubro Peñas dentro de las leyes. el tema de las habilitaciones es algo recurrente. Igualmente mucha información de esto no te puedo dar porque no manejo la parte legal. Pero siempre están viniendo a inspeccionar

9. ¿Cuáles cree que son las causas por el cual las Peñas Folklóricas han incrementado su desarrollo desde la última década?

Por una razón muy simple. Porque les gusta. Acá llegan sólo y se van con cinco amigos. Mirá, en el 2000 empecé a trabajar en una Peña en Corrientes y Talcahuano, en esa época la única Peña que había era la del Colorado, fue el pionero en Palermo y en 50 cuadras a la redonda era la única peña que había. Hoy en la misma zona tenés también la

Paila, los Cardones, Los Chillados, el Empujón y te puedo asegurar que siempre están llenas. A la gente le encanta.

10. ¿Qué inserción han logrado las Peñas Folklóricas en el Patrimonio Cultural de la Ciudad de Buenos Aires?

Yo creo que la inserción que han logrado es poca, es un trabajo muy de hormiga el de las Peñas. Del gobierno recibís poca y nada de ayuda. El gobierno de Macri hace más espectáculos musicales, pero ninguno que tenga que ver con el folklore.

11. ¿Desea agregar algo más sobre el tema?

Las Peñas son parte de nuestra cultura, y es algo que no se puede ocultar.

NOMBRE: Soledad Pedraza.

CARGO: Encargada de la Peña "Los Cardones"

1. ¿Hace cuánto que se abrieron las Puertas de Los Cardones?

Hace seis años.

2. ¿Cuántas Personas reciben por fin de semana?

180 personas los días viernes y sábados. Depende del artista que vengan. En la Peña entran 160 personas sentadas.

3. ¿Qué cree usted que los visitantes encuentran en una Peña que no encuentran en otro lugar?

Muy buena onda. Acá hay muchos jóvenes que empezaron a venir solos, y hoy son habitués del lugar, vuelven porque se hizo un grupo de amigos. Muchos son del interior que están en Buenos Aires porque vinieron a estudiar. Vienen acá porque se hacen amigos, se sienten identificados con la Peña. Todos nos conocemos

4. ¿Cuál es el medio de promoción que utilizan para promover la Peña?

Facebook, folklore club, la página de la Peña y del "boca en boca".

5. ¿Por qué no utilizan otro medio de promoción?

Si utilizamos, pero no es lo que predomina. Salimos en la revista “El debate”, en radio nacional también.

6. ¿Cuál es el público que predomina?

De todo y mucha familia, hay familias q van con los hijos en el horario de la cena que hay *show*. También vienen muchos jóvenes del interior del país.

7. ¿Las Peñas tienen contacto con operadores turísticos? ¿Qué me puede decir acerca de esto?

Mirá nosotros no trabajamos con ningún operador turístico. Una vez vino alguien de un hotel a hablar para traer un contingente de turistas. Y la verdad es que no quisimos. No nos interesa, nosotros no vivimos del turismo extranjero.

8. Los extranjeros llegan a algunas de las Peñas de la ciudad: ¿Sabes cómo se enteran ellos de la existencia de las mismas?

Claro que acá llegan turistas, y se los atiende igual que a todos, y muchas veces los vez otros fin de semana y con gente nueva que ellos mismos invitaron. Pero la verdad que el folklore lo consume el argentino. Y no nos interesa preocuparnos por brindar un servicio exclusivo para el turismo extranjero.

9. ¿Cuáles son las principales problemáticas que podría mencionar para el funcionamiento de las Peñas Folklóricas?

El tema de la habilitación está bastante complicado. Nosotros estamos habilitados como músico canto bar, porque tenemos espectáculo, para poder hacer *show*...

Siempre te buscan una vuelta, no rige la ley. Te piden muchas cosas, cosas que son lógicas, pero te miran hasta la pintura de la madera, no tendría que ser tan extremo.

10. ¿Con los impuestos que hay que pagarle a los músicos, con eso hay inconvenientes?

No, hay que pagar SADAIC y ADICAPIF, se paga como derecho de músico. Esto tiene que estar asentado en las planillas. Son impuestos razonables, al músico le conviene estar inscripto. SADAIC va a la peña

cada 6 meses. Y la mayoría de los músicos están inscriptos, te diría 8 de cada 10.

11. ¿Cuáles cree que son las causas por el cual las Peñas Folklóricas han incrementado su desarrollo desde la última década?

La gente descubre estos lugares, y yo creo que se enamoran. Acá se vive un ambiente sano, creo que las Peñas fueron creciendo por la cantidad de jóvenes del interior que vienen a vivir a la Ciudad y buscan estos lugares con los cuales se sienten identificados, y ellos empiezan a traer más gente.

12. ¿Qué inserción han logrado las Peñas Folklóricas en el Patrimonio Cultural de la Ciudad de Buenos Aires?

Casi ninguna. Muchas veces recurrimos a la Casa de la Provincia de Salta, para que nos ayude a difundir la Peña, pero nunca tuvimos respuesta alguna.

13. ¿Desea agregar algo más sobre el tema?

La Peña es un lugar de encuentro. El Gobierno de la Ciudad tendría que darle más importancia porque es un ambiente muy diferente al de un boliche o un bar. Hay gente que no sabe lo que es una Peña, piensan que es un embole, que está lleno de gente mayor, es todo lo contrario. Es un ambiente de juventud. Hace falta más difusión. Pero no que se haga enteramente turística. En Salta esta misma Peñas se hace allá, y es muy turística, ahí el show termina a las tres de la mañana y se termina todo. Acá no pasa eso, la gente se queda guitarreando, cantando. Si se vuelve turística pierde esa magia que tiene la Peña. Además no te conviene, el que consume es el que va todos los días. Si estaría bueno destinar un día para este tipo de público, un lunes o un martes.

NOMBRE: Nelson Barco.

CARGO: Organizador de Peña "Los Cumpas".

1. ¿Hace cuánto se hace la Peña?

Hace ocho años hacemos la peña y hace tres en Solís una vez por mes.

2. ¿Antes donde la hacían?

Trabajamos en el club de básquet en Huracán, ahí en Parque Patricios, iba mucha gente, entraban mil personas. Pero nos fuimos del lugar porque no tenía acústica. Habíamos llevado un ingeniero de sonido, pero el lugar no servía. Hacemos eso porque uno de nuestros objetivos es valorar y cuidar a los artistas. Estuvimos en la Leonesa también, es un salón grande muy destruido, por la zona de San Telmo. Con lo que se ganaba de las Peñas que hacíamos fuimos remodelando el lugar, que estaba totalmente destruido. Cuando el lugar estuvo en óptimas condiciones el dueño no nos dejó hacer más la Peña. Se lo alquiló a unas personas que hacían tango. Dijo que ellos traían menos gente, y no ensuciaban tanto el lugar, además los organizadores cobraban en dólares, y él le podía pedir más para el alquiler... Y nos quedamos sin salón. Esto pasó hace 6 años más o menos. La peña fue paseando por varios lugares. Club de Comunicaciones, en Agronomía, Casa Amarilla en la Boca, Teatro Verdi. Estuvimos en San Telmo....y lo más llamativo que la gente la seguía, a donde se hiciera, la gente la seguía.

3. ¿Qué cree usted que los visitantes encuentran en una Peña que no encuentran en otro lugar?

Encuentran una gran familia. En ningún boliche de la ciudad vas a bailar con tu papá o tu mamá, o tus tíos. Es un lugar donde todos conviven. Hace un tiempo traje a unos amigos de la facultad, que son de otro ambiente, que les gusta otro tipo de música... y no lo podían creer, encontraron cero histeria, acá le decís a una chica si quiere bailar con vos, y no lo duda, sale, el concepto es distinto, eso hace una peña familiar.

Una vez estaba en la entrada de la Peña, y llega un chico de unos 25 años como a la 01:00 de la mañana, me dice que se quedó dormido, y que llamó a los amigos para que lo acompañaran y ninguno le contestó, entonces llamó a la madre para que lo acompañara. Este es el perfil de las Peñas en Bs. As.

La gente llega cada vez más a las Peñas, sin dudas por la calidad humana y por el ambiente familiar que se genera.

4. ¿Cuál es el medio de promoción que utilizan para promover la Peña?

Se utiliza más que nada el “boca en boca” y vía Facebook. Ya que no se hace otro tipo de publicidad.

5. ¿Por qué no utilizan otro medio de promoción?

Justamente buscamos que no sea abierta a todos la publicidad. Contenedmos el ambiente del folklore. Si hacemos otro tipo de publicidad puede ir gente q no le guste, en cambio así solo viene la gente q le gusta, la que es del ambiente y pregunta por peñas. La gente si es peñera se entera por alguien, o llama por teléfono. Cuidamos que a la Peña venga la familia del folklore.

6. ¿Cuál es el público que predomina?

Jóvenes del interior del país, y adultos. Acá viene gente de todas las edades.

La gente mayor que es la que va tipo 20 30 y hace cola para poder estar ubicado, nosotros a las 21:00 abrimos las puertas. Vienen temprano porque ponemos pocas mesas, esto es una Peña bailable, y a la gente le gusta esto. Dejamos mucho espacio para que puedan bailar.

7. ¿Cuántas personas reciben en cada Peña?

500 o 600 personas. Hay recambio de gente. Está la gente que viene más temprano para cenar, que se va a la media noche y a partir de las 00:30 y 01:00 de la mañana empiezan a llegar los más jóvenes.

A Huracán iban 1.200 personas. En la Federación de Boxeo q está en Castrobarros, para el aniversario fueron 2.800 personas, que se realizó con grupos folklóricos de renombre para nuestra provincia.

8. ¿Tienen contacto con operadores turísticos? ¿Qué me puede decir acerca de esto?

Hay un *Hostel* que está en Corrientes y Callao, sobre Callao. Los dueños de este *Hostel* recomiendan la peña. Siempre están viniendo turistas de ahí. Esto surgió porque los huéspedes le preguntaban a ellos un lugar para ir que sea típico, algo que no sea tango. Entonces el personal del

hostel se vio en la necesidad de recorrer Peñas. Porque ellos tienen que saber cómo es el lugar que desean recomendar. Tienen q evaluar a donde envían a la gente. Nos consultaron si ellos nos podían enviar turistas y nos pidieron q les llegue la información de la Peña, así que lo agregamos a nuestra base de datos, y con todo gusto recibiríamos a los visitantes extranjeros. Pero esto fue una búsqueda de parte de ellos. Si bien nosotros no salimos a buscar operadores turísticos, cuando vienen le brindamos todo. Porque es una manera de difundir nuestro folklore, nuestras raíces.

A la Peña llegan franceses, alemanes y holandeses.

9. ¿Por qué no salen en búsqueda de los turistas? ¿no les interesa?

No, no es que no nos interese, el tema es el lugar, si tendríamos un lugar más grande, buscaríamos turistas, sabemos que si publicitamos en forma masiva vendría mucha gente.

Una tangueria muy conocida, “Señor Tango”, nos pidió q le recomendemos un grupo folklórico, y ahora son parte del *show*. Ellos tuvieron que buscar este tipo de espectáculos porque los turistas lo pedían.

Nosotros crecimos de a poco. Y nuestra misión como organización es la difusión también. Nosotros difundimos la cultura de Jujuy más que la Casa de la Provincia de Jujuy y la misma Provincia de Jujuy. Somos difusores del turismo y la cultura, mucha gente que llega a la Peña después quieren conocer Jujuy. Somos fuertes difusores del turismo y la cultura.

10. ¿Cuáles son las principales problemáticas que podría mencionar para el funcionamiento de las Peñas Folklóricas?

El Gobierno de la Ciudad no tiene una propuesta cultural con el Folklore, los artistas no tienen donde tocar si no es en una Peña. El Folklore como diferencia de otros estilos musicales, crece de adentro hacia afuera. Y esto no es valorado, no es visto. No crece de afuera hacia dentro como pasa con el tango por ejemplo. Primero lo conocen los extranjeros y ellos lo valoran, a partir de ahí se comienza a difundir esto por parte del Gobierno, y hasta ahí no más. Este año casi no se hace el Mundial de Tango, pero la gente luchó por esto y se hizo. A este gobierno no le interesa ni el folklore ni el tango, esto pasa porque no tienen un sentido nacional. Para la fiesta de St Patrick el Gobierno

dispuso de baños químicos en la Ciudad, había afiche por todos lados, lo difundió. Yo no digo que eso esté mal, para nada, lo que digo es que haga lo mismo con el folklore.

Particularmente con el tema de la habilitación no tengo inconvenientes porque el salón en el que estamos es un teatro y está habilitado. Pero sí hay que pagar impuestos por la música en vivo o música q se pase a través del cd., impuestos a SADAIC, ALICAPIT, SADEN, OSDEN. Esos impuestos se pagan porque es lo que hay que hacer, pero la mayoría de músicos no son socios y nunca ven un peso de esto.

Hay una ley q se está creando en el senado, para crear el Instituto Nacional de la Música. El cual ya tiene aprobación del senado.

No hay ley de incentivos, de promoción de nuevos grupos. Jujuy vive del turismo y la cultura. Y parte de esto son los músicos, pero no existe nada que los promueva.

No hay apoyo para los peñeros. Hay q pagar a los artistas, porque ese es su trabajo y hay que respetarlo, pagar el sonido, pagar impuestos. Por ahí salís perdiendo. Nosotros tenemos Peñas que son muy buenas, y otras en la que llovió mucho y vino muy poca gente. Siempre se guarda para prever cuando hay una peña con poca gente, y se tenga con que pagar todo lo que se necesita, en ese contexto perduramos.

Por este motivo muchas Peñas se dejaron de hacer. No hay un fomento para esta movida cultural, que es muy grande. A lo mejor todavía el Gobierno de la Ciudad no lo vio, quizá no será de su gusto.

Que no nos den dinero, pero se podría mermar los impuestos, en vez de que SADAIC te cobre el %12, te cobre el %3, con solo regular se puede ayudar a incentivar la actividad. Ese dinero no le va a los artistas, porque para ser socios tienen que pagar mensualmente, y los grupos que están surgiendo no lo pueden costear.

11. ¿Cuáles cree que son las causas por el cual las Peñas Folklóricas han incrementado su desarrollo desde la última década?

Han incrementado su desarrollo, porque cada vez más gente descubre estos espacios, y luego les gusta y vuelven. La gente que viene es porque se siente identificada, porque valora lo auténtico y disfruta del baile, la música andina y criolla.

12. ¿Qué inserción han logrado las Peñas Folklóricas en el Patrimonio Cultural de la Ciudad de Buenos Aires?

Yo creo q se han insertado, con mucho esfuerzo. En Buenos Aires vive gente de todas partes, muchos Santiagueños, Puntanos, sureños, etc... es multicultural y esa gente también necesita esa identidad cultural.

13. ¿Desea agregar algo más sobre el tema?

Acá tratamos sobre todo de que los artistas se luzcan. Es una peñaailable. De hecho por eso hay muy pocas mesas para que se sienten. A nosotros nos interesa mucho promover a los artistas. La gente apoya mucho a los artistas que están surgiendo. La música de la Peña es andina, con tintes criollos. Nosotros hacemos esta fusión para que la gente se divierta.

Esto es un triángulo, entre la gente, los artistas y nosotros y así se mantiene nuestra organización.

NOMBRE: Agustín Veccar Varela.

CARGO: Coordinador general del sitio web www.folkloreclub.com y programa televisivo Folklore Club, emitido por Argentinísima Satelital.

1. ¿Qué cree que los visitantes encuentran en una Peña que no encuentran en otro lugar?

En una peña encuentran cero discriminación, altos flacos, lindos, feos, gordos, colores, que bailan que no bailan, etc. Sin importancia, los une una identidad, y los une el desarraigo.

2. Los extranjeros llegan a algunas de las Peñas de la ciudad: ¿Sabes cómo se enteran ellos de la existencia de las mismas?

Casi que no hay visitantes del exterior en las Peñas, son muy pocas las que trabajan profesionalmente, podría decir que las que llevan extranjeros son las que están abiertas varios días a la semana podrían ser Cardones, Colorado y La Paila. Creo que ésta última trabaja con algunos hoteles. Los extranjeros que llegan a las Peñas son porque vienen recomendados.

3. ¿Cuáles cree que son las causas por el cual las Peñas Folklóricas han incrementado su desarrollo desde la última década?

No creo que se haya incrementado, sí que han ido cambiando, son contadas con una mano las que tienen actualmente más de 10 años. Muchas han cerrado, y muchas otras abrieron, por eso pienso que se mantiene igual.

4. ¿Las peñas tienen contacto con operadores turísticos como sucede con el tango por ejemplo?

Son muy pocas, fundamentalmente porque la mayoría de las peñas son con una frecuencia quincenal o mensual. Muchas de estas también son itinerantes. Las que tienen lugar propio y que abren varios días a la semana son las que hacen algo en busca de turistas.

Con respecto a la comparación al tango, este en muchos casos se reinventó para el turista, el Folklore es más legítimo y la búsqueda del artista es diferente.

5. ¿Qué inserción han logrado las Peñas Folklóricas en el Patrimonio Cultural de la Ciudad de Buenos Aires?

Poco, luego de Cromañon, las Peñas, como también otros ámbitos, fueron más inspeccionadas, problemas con la música en vivo y fundamentalmente con el baile.

De todas maneras en la web de la ciudad hay varias Peñas informadas, también hay algunas que tienen reconocimiento por la legislatura porteña.

De todas maneras no se puede negar que las Peñas son parte del Patrimonio Cultural de la Ciudad: las Peñas congregan por fin de semana en la Ciudad entre 10.000 y 15.000 espectadores.

6. ¿Cuáles son las principales problemáticas que podría mencionar para el funcionamiento de las Peñas?

El tema de las habilitaciones, lo que te comentaba antes. Para los organizadores se le hace muy difícil encontrar un lugar apto para hacer las Peñas. La mayoría cierra por esto.

7. ¿Desea agregar algo más sobre el tema?

Creo que no se puede llamar fenómeno de las Peñas, como muchas personas lo llaman, desde hace más de 50 años que hay Peñas en la ciudad, esto fundamentalmente se debe al desarraigo y a la búsqueda de la pertenencia y de lo nuestro, nuestras raíces, de lo autóctono. Las peñas se caracterizan por estar fundamentalmente en centros urbanos donde hay universidades, de ahí el desarraigo, luego viene el contagio a los de acá.

Otra característica que creo importante es que hay un ambiente solidario, sin discriminación, con respeto hacia el artista, no se ve un ámbito para la droga, y con respecto al alcohol hay, pero no al extremo, no se ve mezcla (speed con alcohol). Se toma mucha cerveza, y Fernet.

Hay Peñas para todos los gustos, para gente grande, para jóvenes, para bailarines, para los que quieren comer bien o para los que quieren escuchar al artista, todas las combinaciones.

NOMBRE: Rocío Ábalos.

CARGO: Organizadora de Peña "Achalay"

1. ¿Hace cuánto que se está haciendo la Peña?

Hace tres meses y ya viene mucha gente. Todos los martes se llena, no esperamos que fuera así, estamos muy contentos.

2. ¿Qué cree usted que los visitantes encuentran en una Peña que no encuentran en otro lugar?

Encuentran tranquilidad. Un lugar donde encontrarse con amigos. Música de nuestras raíces.

3. ¿Cuál es el público que predomina?

Acá vienen personas de todas las edades. Igual lo que predomina es el público joven. El que concurre a las peñas ya no es el típico folkloristas, obvio que le gusta, pero hay muchos que son del rock, hay mucho hippies o de otros ámbitos musicales, y les interesa este tipo de lugares donde si quieren pueden venir a tocar, el escenario es abierto, pueden bailar, pueden cantar.

4. ¿Las Peñas tienen contacto con operadores turísticos? ¿Qué me puede decir acerca de esto?

No, nosotros no. Desconozco como se manejan el resto de las Peñas pero, tengo entendido que no trabaja con nadie.

5. Los extranjeros llegan a algunas de las Peñas de la ciudad: ¿Sabes cómo se enteran ellos de la existencia de las mismas?

Los extranjeros que llegan son contados con los dedos de una mano, los que llegan es porque tienen amigo, familiar o conocido que los trajo, particularmente a esta peña, hay otras que ya están establecidas en Bs. As. y son muy conocidas, hasta por gente que no es peñera, entonces se recomiendan esas Peñas cuando algún extranjero pregunta.

6. ¿Cuáles son las principales problemáticas que podría mencionar para el funcionamiento de las Peñas Folklóricas?

El tema de encontrar un lugar donde hacer la Peña, es realmente difícil, hay que cumplir con muchas disposiciones legales. Y si tenés un lugar con las habilitaciones te sale muy caro, y es muy difícil mantener la Peña.

7. ¿Cuáles cree que son las causas por el cual las Peñas Folklóricas han incrementado su desarrollo desde la última década?

Hay muchos jóvenes que vienen del interior, y que están viviendo en la Ciudad, y se inclinan por esta música. Y también por los artistas jóvenes que empezaron a fusionar el folklore con otros ritmos musicales. Árbol por ejemplo, no hace folklore, sin embargo utiliza en sus canciones ritmos folklóricos. Hay fusiones con el folklore y eso hace que se conozca más, entonces la gente llega atraída por esto. Antes el folklore era como más cerrado, no dejaba entrar a nadie, (musicalmente hablando).

También la incorporación de instrumentos diferentes al folklore atrajo más juventud. Peteco es un ejemplo de esto que estoy diciendo. (Peteco Carabajal, músico santiagueño).

Esto es folklore, el folklore se caracteriza por estar en continuo movimiento, no es estático.

8. ¿Qué inserción han logrado las Peñas Folklóricas en el Patrimonio Cultural de la Ciudad de Buenos Aires?

Sin duda las Peñas se han podido insertar al Patrimonio Cultural. Debido a que hay un movimiento que se está gestando y que va más allá del regionalismo. El folklore es el saber del pueblo. Es algo que va de generación en generación, y no se limita a ámbitos geográficos específicos.

NOMBRE: Roxana Castiglioni

CARGO: Encargada de Catalogaciones de Bienes Culturales de la Dirección General de Patrimonio e Instituto Histórico de la CABA.

1. ¿Cuál es el área en que se desempeña?

Yo estoy en el área de Catalogaciones de Bienes Culturales, estos bienes culturales serían edificios de valor patrimonial y Áreas de Protección Histórica. Esta área pertenece a la Dirección General de Patrimonio e Instituto Histórico de la CABA

2. ¿Usted me podría decir cuál es el proceso de legitimación de un bien patrimonial?

Mirá, para que un bien sea declarado Patrimonio, debe registrarse por lo que dice la ley 1.227, que es la ley marco. Es decir, las leyes específicas que sancione la Legislatura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, referidas a esta materia, deberán ajustarse a esta Ley.

La Comisión para la Preservación del Patrimonio Histórico Cultural de la Ciudad de Buenos Aires, puede elevar a la Secretaría de Cultura y/o Legislatura de la Ciudad de Buenos Aires, propuestas acompañadas de documentación debidamente fundamentada sobre expresiones culturales pasibles de ser declaradas bienes de interés cultural intangible o inmaterial de la Ciudad de Buenos Aires, sin perjuicio de lo establecido en la Constitución de la Ciudad de Buenos Aires acerca de las iniciativas legislativas.

No solo este organismo es el único que puede bregar para legitimar un bien patrimonial, también lo puede hacer un ciudadano, el cual junta firmas que presenta en la Legislatura junto con datos fundamentados de por qué debería legitimarse ese bien patrimonial. Puede suceder también que algún Diputado considere el proyecto, y éste lo presente en la Legislatura

3. ¿Las Peñas Folklóricas figuran en los registros de Patrimonio de la CABA?

No no, nunca se ha considerado a las Peñas Folklóricas parte integrante del Patrimonio Cultural de la CABA, si el Gobierno Nacional promueve algunas ferias, como la de Mataderos, y todas las cosas de cultura que brinden espacios tanto para la música ciudadana, como el folklore, y ritmos latinoamericanos. Pero por parte del Gobierno de la Ciudad no se han establecidos acciones tendientes a promover estos espacios.

4. ¿Por qué cree usted que todavía no se ha activado este Patrimonio Cultural?

Yo creo porque nadie vio, todavía, una beta comercial a estos ámbitos. Lo que se legitima tiene que ver algunas veces con intereses económicos, no siempre por supuesto. Con el tango, por ejemplo, a partir de la devaluación del año 2002, ha adquirido una dinámica económica de gran envergadura en virtud al auge del turismo internacional.

5. ¿Desea agregar algo más sobre el tema?

Si, buscá la ley 1.227. Te va a orientar mucho, también la ley 2.176, que es la de Promoción de derechos culturales y la ley 1.535. También es importante tener en cuenta la Constitución de la CABA, ya que todo se rige por lo que dice esta Constitución.

Resolución CABA N°: 878 / 2006

Publicado en el N° 2537 el 2006-10-

Tramitación **para Música en vivo, Teatro Independiente, Peña Folklórica, Milonga.**

Ordenanza 9/12/1910 (AD 761.1)

Art. 176. - Para la celebración de cualquier otro género de espectáculos o diversiones no previstas en la Ordenanza General de Teatros, ya sea en sitios cerrados o al aire libre, el D. E. resolverá sobre las condiciones que deberán reunir los locales propuestos, exigiendo en ellos las disposiciones de esta ordenanza, que a su juicio, fueran aplicables o aconsejando las precauciones o medidas que sea menester adoptar para evitar peligros al público y artistas.

RESOLUCIÓN N° 878 – MGGC – B.O.C.B.A. N° 2537 del 04/10/2006

Aprueba reglamentación de procedimiento para la tramitación, otorgamiento y funcionamiento de permisos especiales para la realización de eventos no masivos vinculados a "Música en vivo de diversos géneros sin baile", "Teatro independiente", "Peña Folklórica" y "Milongas"

Buenos Aires, 25 de septiembre de 2006.

Visto la Ley N° 156 (B.O.C.B.A. N° 871), la Ley N° 130 (B.O.C.B.A. N° 616) y la Ley N° 1.846 (B.O.C.B.A. N° 2358), el artículo 176 de la ordenanza del 9 de diciembre de 1910, el Decreto N° 5.959-MCBA/44 (B.M. N° 7319), el Decreto N° 268/05 (B.O.C.B.A. N° 2141) y la Resolución N° 1.010-SSEGU/05 (B.O.C.B.A. N° 2315), y el Expediente N° 56.945/06, y

CONSIDERANDO:

Que en la actualidad existe una gran cantidad de clubes y asociaciones que desarrollan actividades deportivas, sociales, educativas y culturales en los diferentes barrios de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, que se encuentran habilitados conforme los términos de los artículos 1° y 2° del Decreto N° 5.959-MCBA/44 o que cuentan con permiso de funcionamiento conforme al artículo 4° de dicho decreto;

Que sobre el particular es importante destacar, que los artículos 1° y 4° citados establecen que dichas instituciones además de sus actividades ordinarias, podrían realizar actos o espectáculos de carácter público (es decir de concurrencia abierta al público en general y más allá de sus asociados), cobrando o no entrada, sujetos a la inscripción prevista en el artículo 176 de la ordenanza del 9 de diciembre de 1910 -Ordenanza General de Teatros-; Que por su parte, la mencionada ordenanza en su artículo 176 establece que, para la realización de cualquier otro género de espectáculos o diversiones no previstos en la Ordenanza General de Teatros y a ejecutarse en lugares cerrados o al aire libre, será el Departamento Ejecutivo quien resolverá acerca de las condiciones que deberán reunir los locales propuestos, exigiendo el cumplimiento de las disposiciones de dicha ordenanza que a su juicio resulten aplicables o aconsejando las medidas que resulten menester adoptar para evitar peligros al público y/o artistas; previendo el artículo 177 de la misma norma legal las facultades del Ejecutivo para denegar el permiso cuando las razones pertinentes así lo aconsejen;

Que para mantener una coherencia terminológica, debe aclararse que cuando el Decreto N° 5.959-MCBA/44 establece el requisito de la inscripción prevista en el artículo 176 de la citada ordenanza, debe entenderse como la tramitación del correspondiente permiso de funcionamiento de actividades no ordinarias a desarrollarse en el establecimiento; Que al interpretar la citada normativa debe tenerse particularmente en cuenta que fue sancionada en el año 1944 cuando las pautas culturales eran muy diferentes a las de la actualidad y cuando en estas instituciones se desarrollaban entre otras actividades distintas a las de su normal gestión, eventos como son las "Peñas Folklóricas" y las "Milongas" (relacionadas con la ejecución de música en vivo o mecánica, canto y baile del género folklore y tango), como así también la actividad "Teatro Independiente" (entendiendo, esta actividad, como manifestaciones artísticas que signifiquen espectáculos con participación real y directa de actores en los que se tomen en cuenta únicamente la calidad del espectáculo o el interés del mismo como vehículo difusor de cultura) y la actividad "Música en vivo de géneros diversos sin baile" vinculada con la difusión de diversos géneros populares como jazz, blues, rock y pop); prácticas éstas que se mantienen hasta el presente;

Que estas prácticas se llevan a cabo en el interior de estos locales sin modificación en sus instalaciones y con la asistencia de un reducido grupo de personas asociados o no a estas instituciones;

Que si bien la ordenanza y el decreto aludidos han admitido la realización de estas actividades, no existe una reglamentación clara y precisa en cuanto a como deberá ser el trámite para la obtención del permiso de funcionamiento correspondiente;

Que por tal motivo se hace necesaria una redefinición puntual del marco normativo exigible para el desarrollo de las actividades en cuestión debido a la diversidad de criterios existentes en cuanto a las normas de aplicación para las mismas en "los Clubes artículo 1° y con permiso de funcionamiento conforme al artículo 4°", ambos del Decreto N° 5.959/44;

Que por otra parte y a fin de no generar confusiones en cuanto a la normativa aplicable en estos casos, es dable resaltar la vigencia de la Resolución N° 1.010-SSEGU/05, que se aprobó en el año 2005

para regular en forma específica el trámite para obtener permisos especiales para la realización de espectáculo públicos y de diversión pública de concurrencia "masiva" a realizarse en estadios, clubes, espacios públicos o privados o lugares no habilitados para tal tipo de eventos en forma específica;

Que en el caso puntual, debe resaltarse que el principal objetivo de la norma fue regular el funcionamiento de aquellos eventos artísticos o culturales que revistan del carácter "masivos", independientemente de donde se realicen y no habilitados para tal tipo de evento

en forma específica;

Que en este sentido cabe señalar que la resolución ut supra mencionada no resulta adecuada para regular el funcionamiento de las actividades denominadas "Teatro independiente", "Peña Folklórica", "Milonga" y "Música en vivo de géneros diversos sin baile" a desarrollarse en instituciones habilitadas y/o con permiso de funcionamiento previstos en el Decreto N° 5.959/44, por cuanto éstas no prevén una asistencia masiva de público;

Que por otra parte, es también necesario destacar, que la Ley N° 156 creó el Régimen de Concertación para la Actividad Teatral no Oficial, con el objeto de proteger, propiciar y fomentar en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires el teatro en todas sus formas, entendiéndose por actividad teatral toda representación de un hecho dramático, manifestada artísticamente a través de los distintos géneros interpretativos creados o a crearse, que constituya un espectáculo y sea interpretado por actores en forma directa y presencial, compartiendo un espacio común con los espectadores;

Que tal como surge de la legislación citada, el Teatro Independiente, en sus diversas manifestaciones, tiene una relevancia determinante para la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, en tanto su preservación, difusión y promoción contribuye a enriquecer su identidad y garantizar espacios donde expresar la diversidad cultural; Que la responsabilidad, calidad, dinámica y el prestigio de la actividad teatral independiente hace que la Ciudad Autónoma de Buenos Aires se proponga como la Capital Teatral de Hispanoamérica;

Que asimismo y con la sanción de la Ley N° 130 la ciudad reconoce al tango como parte integrante de su patrimonio cultural, por lo tanto se garantiza su preservación, recuperación y difusión; promoviendo, fomentando y facilitando el desarrollo de toda actividad artística, cultural, académica, educativa, urbanística y de otra naturaleza relacionada con la música y la danza del género, como una manera de asegurar su desarrollo histórico y por reconocerlo como una de las expresiones culturales identificatorias de la ciudad;

Que a tal fin, el Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, patrocina y promueve actividades artísticas, turísticas, académicas, de investigación, estudio y creación relativas al fomento del tango y el folklore privilegiando el contacto directo de dicha actividad con la ciudadanía, a través de actividades de inserción bcal o comunal;

Que la Ley N° 130, prevé la creación de entidades descentralizadas para implementar los objetivos de la misma y el Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires subsidia a asociaciones vecinales y organizaciones sin fines de lucro relacionadas con el tango como así también apoya a entidades, comercios y emprendimientos cuya propuesta se encuentre centrada en esta expresión artística;

Que la orientación actual de las políticas públicas del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires tiende a exaltar al tango como valor turístico, diseñando actividades dirigidas a ese mercado;

Que habiendo tomado conocimiento de las dificultades para la práctica libre de actividades folklóricas, la Defensoría del Pueblo recomienda, mediante el dictado de la Resolución N° 1.055/06, que se considere la aplicación del mismo criterio adoptado para las actividades relacionadas con el tango, a las actividades de enseñanza, difusión y danzas de la actividad folklórica;

Que por ello y con el fin de resguardar la supervivencia de las mencionadas actividades por su importancia histórica, resulta necesario establecer el procedimiento para tramitación de permisos para la realización de eventos especiales en los "Clubes, Asociaciones y demás instituciones similares" habilitados o con el permiso de

funcionamiento previsto en el Decreto N° 5.959-MCBA/44 y al amparo del artículo 176 de la ordenanza del 9 de diciembre de 1910; Por ello, y en uso de las facultades que le son propias,

EL MINISTRO DE GOBIERNO
RESUELVE:

Artículo 1° - Apruébese la reglamentación del procedimiento previsto en el artículo 176 de la ordenanza del 9 de diciembre de 1910, para la tramitación, otorgamiento y funcionamiento de permisos especiales, para la realización de eventos no masivos y vinculados a las actividades "Música en vivo de diversos géneros sin baile", "Teatro independiente", "Peña Folklórica" y "Milongas", a realizarse en clubes, asociaciones y demás instituciones similares en funcionamiento bajo el amparo del Decreto N° 5.959-MCBA/44, y que como Anexo I forma parte integrante del presente decreto.
Artículo 2° - Regístrese, publíquese en el Boletín Oficial, y para su conocimiento y demás efectos remítase a la Subsecretaría de Control Comunal, a la Dirección General de Habilitaciones y Permisos y a la Dirección General de Fiscalización y Control . Cumplido, archívese. Gorgal

ANEXO 1

REGLAMENTACION DEL PROCEDIMIENTO PREVISTO EN EL ART. 176 DE LA ORDENANZA DEL 9 DE DICIEMBRE DE 1910, PARA LA TRAMITACION, OTORGAMIENTO Y FUNCIONAMIENTO DE PERMISOS ESPECIALES, PARA LA REALIZACION DE EVENTOS "NO MASIVOS" Y VINCULADOS A LAS ACTIVIDADES "MUSICA EN VIVO DE DIVERSOS GENEROS SIN BAILE", "TEATRO INDEPENDIENTE", "PEÑA FOLKLORICA" Y "MILONGAS", A REALIZARSE EN CLUBES, ASOCIACIONES Y DEMAS INSTITUCIONES SIMILARES EN FUNCIONAMIENTO BAJO EL AMPARO DEL DECRETO N° 5959/MCBA/1944,

TÍTULO I.

Art. 1 °. - De las definiciones y aclaraciones: para la presente normativa, se entiende por:

"Música en Vivo de Géneros Diversos Sin Baile" a toda actividad que se vincule con la difusión de géneros musicales diversos como el jazz, blues, rock, pop, etc., a través de la asistencia de espectadores sentados en localidades que pueden ser fijas o movibles en cuyo caso se asegurarán en tándem de dos. La capacidad de espectadores no podrá superar las trescientas (300) personas.

"Teatro Independiente",a todo espectáculo con participación real y directa de actores, en cualquiera de sus modalidades entre las que se incluye comedia, drama, teatro musical, lírico, de títeres, leído, de cámara, danzas, en los que se tomen en cuenta únicamente la calidad del espectáculo o el interés del mismo como vehículo difusor de cultura y que se realice en un espacio no convencional, experimental o multifuncional. La capacidad de espectadores no podrá superar las trescientas cincuenta (350) personas.

"Peña Folklórica":a toda actividad artística relacionada exclusivamente con el género folklore, como canto, narración oral, pintura, telar, plástica, aprendizaje y práctica de danzas típicas argentinas expresadas por propios artistas o concurrentes, teatro criollo, títeres, donde se elaboran y/o expenden comidas y bebidas típicas regionales del país. Puede ejecutarse música en vivo siempre que se respete la exclusividad del género folklórico. La capacidad de espectadores no podrá superar las quinientas (500) personas.

"Milonga": a toda actividad que se vincule con la difusión de los géneros musicales tango, milonga y vals, su producción y su consumo, a través de la asistencia de espectadores y la participación de los mismos mediante el baile como así también de su enseñanza. Puede tenerorquesta en vivo y la capacidad de espectadores no podrá superar las quinientos (500) personas.

La oferta musical de cada jornada deberá ser preponderantemente de ritmos de tango, milonga y vals.
Son parte fundamental de la estructura de las Milongas la tanda de tango, milonga o vals, la

tanda de otros ritmos, la cortina y la actuación o número vivo.

Se entiende por tanda el conjunto de hasta cinco piezas bailables del mismo ritmo pertenecientes a una misma orquesta o a varias de similar estilo. La cortina es el intervalo entre tandas en una milonga. Indica próximo cambio de ritmo o de orquesta y descanso a los bailarines. La actuación o número vivo puede estar a cargo de un grupo musical u orquesta cuya música predominante sean los ritmos de tango, milonga y vals para que el público baile. También puede consistir en la exhibición de danza de una o varias parejas, de ritmos afines con el tango, para lo cual se deja la pista libre.

TITULO II.

PROCEDIMIENTO DEL TRÁMITE

Art. 2°.- De la tramitación para la inscripción:

A los fines de la realización de las actividades especificadas en el artículo 1° de este Anexo, los interesados deberán solicitar ante la Dirección General de Habilitaciones y Permisos, un Permiso Especial, conforme las pautas establecidas en la presente norma. Quedan expresamente prohibido la realización de este tipo de eventos sin la obtención del permiso correspondiente.

La presentación efectuada por el responsable de la institución, revestirá el carácter de declaración jurada y su información deberá ser actualizada cada doce (12) meses o cuando se modifiquen las condiciones de funcionamiento detalladas o el programa de eventos.

La solicitud de permiso se presentará con una antelación de quince (15) días hábiles a contar de la fecha programada para el primer evento, detallando los siguientes datos:

a) Descripción de las actividades a desarrollar y el cronograma anual que incluirá fechas de realización y horarios de inicio y finalización de la actividad propuesta. Dicho cronograma no podrá exceder el año calendario. Toda modificación al cronograma de eventos deberá ser informada a la Dirección General de Habilitaciones y Permisos con suficiente anticipación.

b) Se deberá acompañar instrumentos legales que acrediten la personería invocada por el peticionante (acta de designación de autoridades, estatutos sociales y/o poder acreditante).

c) Se deberá indicar la superficie de piso total a utilizar por los concurrentes al evento, declarada en m2, exceptuando para el cálculo sectores de ingreso y egreso, pasillos de circulación y sectores de trabajo y/o de servicio generales a fin de determinar la capacidad a otorgar.

d) Informe firmado por profesional responsable matriculado, con encomienda profesional ante el Consejo respectivo, mediante el cual se haga responsable que la totalidad de las instalaciones eléctricas fijas y transitorias han sido realizadas en forma reglamentaria conforme lo establecido en el Código de la Edificación.

e) En el caso de que se materialicen estructuras transitorias o complementarias, (ej. escenarios, gradas, cabina de sonido, etc.), se deberá presentar un informe firmado por profesional responsable matriculado, con encomienda profesional ante el Consejo respectivo, mediante el cual se haga responsable que la totalidad de las instalaciones transitorias han sido realizadas en forma reglamentaria conforme lo establecido en el Código de la Edificación.

f) Fotocopia de Certificado de Habilitación o de Permiso de Funcionamiento expedido por la Dirección General de Habilitaciones y Permisos.

g) Deberá presentarse dos copias de plano en escala 1:100 en donde se consigne el espacio a utilizar para la actividad en cuestión, la pista de baile, la ubicación de mesas y sillas, gradas y escenario y/o cualquier otra estructura transitoria si las hubiera, servicios sanitarios utilizados para el evento. En el mismo se acotarán las medidas de los medios de egreso y de los

pasillos.

h) Constancia de contratación del seguro de Responsabilidad Civil que involucre los eventos a realizarse.

i) Constancia de contratación del Servicio de Area Protegida brindado por una empresa de Emergencias Médicas.

j) Deberá acompañar plan de evacuación y simulacro para casos de incendio firmado por ingeniero especializado en higiene y seguridad en el trabajo el cual deberá ser aprobado por la Dirección General de Defensa Civil.

La información suministrada por la parte requirente reviste el carácter de Declaración Jurada, motivo por el cual toda modificación deberá ser notificada de inmediato al órgano de aplicación.

En dicha solicitud de permiso. podrán consignarse una o más de las actividades previstas en el artículo 1° debiendo presentarse datos específicos para cada actividad cuando corresponda.

En el caso de que las instituciones peticionantes, desarrollen sus actividades normales al amparo del artículo 4° del Decreto N° 5959/MCBA/1944, deberán efectuar la solicitud de permiso en forma particular y con una antelación mínima de treinta (30) días a la realización de cada evento.

Art. 3°- Recibida y cotejada la documentación por la Dirección General de Habilitaciones y Permisos. se procederá a inspeccionar el local tratado, a fin de comprobar que el mismo reúna las condiciones para su funcionamiento y fijar la correspondiente capacidad de dicho sector que en ningún caso podrá superar las trescientos (300) personas para la actividad "Música en Vivo de Géneros Diversos y Sin Baile", las trescientas cincuenta (350) personas para la actividad "Teatro Independiente" y las quinientas (500) para las actividades "Peña Folklórica" y "Milonga".

Art. 4°- Cumplido ello, el Director General de Habilitaciones y Permisos procederá a evaluar la situación que presenta la institución peticionante y otorgará o denegará el Permiso Especial solicitado, según corresponda.

En el acto administrativo por el que extienda el correspondiente permiso, se dejará constancia especial de las actividades autorizadas y cronograma de funcionamiento; debiendo el responsable del establecimiento exhibir el mismo a solicitud de la autoridad competente.

TITULO III

REQUISITOS TECNICOS:

Art.5° Del uso de los sectores que no posean capacidad aprobada previamente:

5.1 En todo predio donde se proponga la asistencia de público, la máxima capacidad admitida será de hasta una (1) personas por m2 exceptuando para el cálculo, sectores de ingreso y egreso, pasillos de circulación y sectores de trabajo y de servicio conforme el Artículo 4.7.2.1. del Código de la Edificación, no pudiendo en ningún caso superar la capacidad de trescientas (300) personas para la actividad "Música en Vivo de Géneros Diversos Sin Baile", trescientas (350) personas para la actividad de "Teatro Independiente" y de quinientas (500) personas para las actividades "Peña Folklórica" y "Milonga".

Art. 6° - De los medios exigidos de salida:

6.1.- Entodo predio abierto o cerrado donde se proponga la asistencia de público será de aplicación lo normado en el Artículo 4.7.4.1 del Código de la Edificación.

Art. 7° - Servicio mínimo de salubridad:

Se calculará para el público concurrente, según lo exigido en el Art. 4.8.2.3. inc. g) del Código

de la Edificación.

Art. 8° - Señalización

8.1.- Deberá poseer luces de emergencia de acuerdo a lo normado en, el Art. 4.6.8.1 del Código de la Edificación
8.2 - Deberá contar con Flechas Indicadoras de medios de salida según lo exigido en el Art.4.7.1.4 del Código de la Edificación.

Art. 9°.- Prevenciones contra incendio Deberá cumplir con lo establecido en el artículo 4.12.2.3. del Código de la Edificación.

Art. 10°.- Normas Operativas:

10.1- Será responsabilidad de los titulares del predio y de los organizadores garantizar que todas las puertas permanezcan abiertas y los pasillos libres de todo obstáculo durante el desarrollo del evento, debiendo disponer del personal necesario al efecto.
10.2. En el caso de que el club cuente con Personal de Seguridad Privada, deberán cumplir con la Ley N° 1913-LCAGA/2005 y sus modificatorias
10.3. Se deberá ubicar en lugares visibles al público asistente, un croquis del lugar con la información contenida en un plan de evacuación realizado por un profesional competente, indicando las medidas tendientes a lograr una eventual evacuación en caso de producirse una emergencia, informando los medios de salidas para cada sector, trayectoria hacia los mismos y servicios sanitarios habilitados.
10.4. Déjese expresamente establecido que se considerará falta grave el ingreso de público con objetos que puedan ser arrojados, con elementos pirotécnicos de cualquier índole, explosivos, emanantes de fuegos luminosos y/o similares siendo responsabilidad compartida del Titular del predio, de la Habilitación del establecimiento y del productor la observancia de la presente.

TITULO IV

Art. 11 °.- La autoridad de aplicación podrá suspender los permisos que se otorguen en virtud de la presente cuando se compruebe la trascendencia de ruidos o vibraciones del suelo que contravengan la normativa vigente, causando molestias a terceros, hasta tanto se realicen las mejoras correspondientes a fin de subsanar dicho perjuicio al vecindario

Ley N° 1846 de Peñas Folklóricas

Buenos Aires, 24 de noviembre de 2005.-

La Legislatura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires sanciona con fuerza de Ley

Artículo 1°.- - Incorpórese al Código de Planeamiento Urbano en la Sección 1 Generalidades, 1.2 Definición de Términos Técnicos, 1.2.1.1 Relativos al uso, b) De los tipos de uso, el siguiente texto:

Peña: espacio mixto, socio-cultural y comercial, donde se desarrollan actividades artísticas y/o lúdicas como canto, narración oral, pintura, telar, plástica, aprendizaje y práctica de danzas típicas argentinas expresadas por propios artistas o concurrentes, teatro criollo, títeres, donde se elaboran y/o expenden comidas y bebidas típicas regionales del país.

Artículo 2°.- Incorpórese la actividad "Peña" al Cuadro de Usos 5.2.1 del Código de Planeamiento Urbano en a) Equipamiento, E) Cultura, Culto y Esparcimiento, V) Locales de Diversión, en los Distritos C1, C2, C3, E1, E2, E3 e I y en los Distritos R2bIII se aplicará la referencia C.

Artículo 3°.- Incorpórese la actividad "Peña" al cuadro de Usos 5.4.12.1b del Código de Planeamiento Urbano del Distrito APH1 - Cultura, Culto y Esparcimiento - V) Locales de Diversión - Permitido (P) en las zonas b, c, d y e.

Artículo 4°.- Comuníquese, etc.

SANTIAGO DE ESTRADA

JUAN MANUEL ALEMANY

LEY N° 1.846

Sanción: 24/11/2005

Promulgación: De Hecho del 05/01/2006

Publicación: BOCBA N° 2358 del 13/01/2006

Ley N° 1227 del Patrimonio Cultural de la CABA

La Legislatura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires sanciona con fuerza de Ley

Artículo 1°.- Objeto: La presente Ley constituye el marco legal para la investigación, preservación, salvaguarda, protección, restauración, promoción, acrecentamiento y transmisión a las generaciones futuras del Patrimonio Cultural de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (PCCABA). Las leyes específicas que sancione la Legislatura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, referidas a esta materia, deberán ajustarse a esta Ley. Exceptúese de la misma al Instituto "Espacio para la Memoria" creado por Ley N° 961 quedando sujeto a convenio la cooperación o intercambio que en cada caso estimaren corresponder.

Artículo 2°.- Concepto: El PCCABA es el conjunto de bienes muebles e inmuebles, ubicados en el territorio de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, cualquiera sea su régimen jurídico y titularidad, que en sus aspectos tangibles e intangibles, materiales y simbólicos, y que por su significación intrínseca y/o convencionalmente atribuida, definen la identidad y la memoria colectiva de sus habitantes.

Artículo 3°.- Carácter: Los bienes que integran el PCCABA, son de carácter histórico, antropológico, etnográfico, arqueológico, artístico, arquitectónico, urbanístico, paisajístico, científico, así como el denominado patrimonio cultural viviente, sin perjuicio de otros criterios que se adopten en el futuro.

Artículo 4°.- Categorías: El PCCABA está constituido por las categorías de bienes que a título enumerativo se detallan a continuación:

- j. **Sitios o Lugares Históricos**, vinculados con acontecimientos del pasado, de destacado valor histórico, antropológico, arquitectónico, urbanístico o social.
- k. **Monumentos**: son obras singulares de índole arquitectónica, ingenieril, pictórica, escultórica u otras que sobresalgan por su valor arquitectónico, técnico, histórico, social o artístico, vinculado a un Entorno o Marco Referencial, que concurra a su protección.
- l. **Conjunto o Grupo de Construcciones, Áreas**, que por su arquitectura, unidad o integración con el paisaje, tengan valor especial desde el punto de vista arquitectónico, urbano o tecnológico. Dentro de esta categoría serán considerados como especiales el casco histórico así como a centros, barrios o sectores históricos que conforman una unidad de alto valor social y cultural, entendiendo por tales a aquellos asentamientos fuertemente condicionados por una estructura física de interés como exponente de una comunidad.-
- m. **Jardines Históricos**, productos de la ordenación humana de elementos naturales, caracterizados por sus valores estéticos, paisajísticos y botánicos, que ilustren la evolución y el asentamiento humano en el curso de la historia.-
- n. **Espacios Públicos**: constituidos por plazas, plazoletas, boulevares, costaneras, calles u otro, cuyo valor radica en función del grado de calidad ambiental, homogeneidad tipológica espacial, así como de la presencia en cantidad y calidad de edificios de valor histórico y de las condiciones espaciales y funcionales ofrecidas para el uso social pleno.
- o. **Zonas Arqueológicas** constituidas por sitios o enclaves claramente definidos, en los que se compruebe la existencia real o potencial de restos y testimonios de interés relevante.
- p. **Bienes Arqueológicos de Interés Relevante** extraídos o no, tanto de la superficie terrestre o del subsuelo, como de medios subacuáticos.
- q. **Colecciones y Objetos** existentes en museos, bibliotecas y archivos así como otros bienes de destacado valor histórico, artístico, antropológico, científico, técnico o social.
- r. **Fondos Documentales** en cualquier tipo de soporte.
- s. **Expresiones y Manifestaciones Intangibles**: de la cultura ciudadana, que estén conformadas por las tradiciones, las costumbres y los hábitos de la comunidad, así

como espacios o formas de expresión de la cultura popular y tradicional de valor histórico, artístico, antropológico o lingüístico, vigentes y/o en riesgo de desaparición.

Artículo 5°.- Patrimonio Cultural Viviente: Constituyen también una particular categoría, aquellas personas ó grupos sociales que por su aporte a las tradiciones, en las diversas manifestaciones de la cultura popular, ameriten ser consideradas como integrantes del PCCABA.

Artículo 6°.- Órgano de Aplicación: El Órgano de Aplicación de la presente Ley será la Secretaría de Cultura. El decreto reglamentario asignará las incumbencias que le corresponden en tal calidad a las reparticiones de su estructura orgánico-funcional que resulten pertinentes.

Artículo 7°.- Alcances de su Contenido: La Secretaría de Cultura pondrá en ejecución las acciones tendientes a la protección de los bienes integrantes del PCCABA en todo el territorio de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. En los casos previstos para los bienes sujetos a catalogación conforme a las disposiciones del Código de Planeamiento Urbano, la Secretaría de Cultura podrá proponer su catalogación en forma indistinta con la Secretaría de Medio Ambiente y Planeamiento Urbano. Sin perjuicio de la concurrencia antes señalada, esta última conservará todas las facultades que dicho Código le atribuye como Órgano de Aplicación de las normas de Protección Patrimonial en su Sección 10.

Artículo 8°.- Órgano Asesor Permanente: La Comisión para la Preservación del Patrimonio Histórico Cultural de la Ciudad de Buenos Aires, creada por la Ordenanza N° 41.081, será el órgano asesor permanente para el cumplimiento de la presente Ley, sin perjuicio que se solicite asesoramiento a otras entidades que se consideren pertinentes, según el caso que se tenga en consideración.

Artículo 9°.- Funciones: El Órgano de Aplicación, en atención a los objetivos de la presente Ley, tendrá las siguientes funciones:

- f. Proponer los Bienes de Interés Cultural que conformarán el PCCABA, así como también la desafectación de los que hubiese declarado.
Se considerarán incluidos en el PCCABA a todos aquellos bienes culturales declarados o que declare la Comisión Nacional de Museos, Monumentos y Lugares Históricos (Ley N° 12.665), en cualquiera de las tipologías que componen su registro en el ámbito de la Ciudad de Buenos Aires, así como los que consagre la Legislatura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires en ejercicio de sus competencias específicas. Asimismo se considerarán incluidos todos aquellos bienes culturales registrados en organismos del Gobierno de la Ciudad.
- g. Programar e implementar las políticas de gestión e investigación dirigidas a la tutela y protección del PCCABA, así como planificar estrategias, proyectos de estímulos y mecanismos para la conservación, restauración y puesta en valor del PCCABA.
- h. Coordinar y fomentar la colaboración entre las distintas áreas del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, como así también con otras jurisdicciones competentes en razón de la materia o del territorio, en orden a la tutela y gestión del PCCABA
- i. Difundir y divulgar el conocimiento y valoración de los bienes culturales, integrándolos en los distintos niveles educativos formales y no formales.
- j. Supervisar y velar por el cumplimiento del Régimen de Penalidades referido en el Art.18 de la presente Ley.
- k. Ejercer la supeintendencia del conjunto de los bienes que conforman el PCCABA

Artículo 10.- Documentación Integrada: Créase la Unidad Técnica de Coordinación Integral de Catálogos, Registros e Inventarios (UTCICRI), dependiente de la Autoridad de Aplicación, la que tendrá a su cargo la recopilación y coordinación de toda la información sobre los bienes culturales de la Ciudad existentes en cualquier tipo de fuente y que pertenezcan tanto al sector público como al de los particulares. Dicha información será sistematizada a través de una base de datos que opere mediante un sistema en red. Su objetivo fundamental será el conocimiento,

la difusión y el goce de los Bienes de Interés Cultural por parte de la Administración, los investigadores y la comunidad en general.

Artículo 11.- Recursos Humanos: El Órgano de Aplicación utilizará para la puesta en funcionamiento del UTCICRI los recursos humanos de su actual planta de funcionamiento, evitando incrementar el presupuesto en el rubro de Personal.

Artículo 12.- Remisión de Información: La información contenida en registros, catálogos, inventarios u otras fuentes documentales referidas al Patrimonio Cultural, existentes o a crearse en el futuro deberá ser remitida a la UTCICRI con el fin de conformar una documentación integrada, como asimismo las declaraciones emanadas de la Legislatura referidas en el Art. 9 Inc. a).

Artículo 13.- Restricciones: Los bienes que se declaren o que se consideren declarados en virtud de lo dispuesto en el Art. 9º, Inc a) de la presente Ley, no podrán ser enajenados, transferidos, modificados o destruidos en todo o en parte sin la previa intervención de la Secretaría de Cultura, salvo que dichas facultades, en los casos que correspondan deban ser ejercidos por la Comisión Nacional de Museos, Monumentos y Lugares Históricos o por la Secretaría de Medio Ambiente y Planeamiento Urbano del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

Artículo 14.- Derecho Preferente de Compra: El Gobierno de la Ciudad tendrá derecho de preferencia para la compra respecto de los bienes del dominio privado integrantes del PCCABA que se ofrezcan en venta, en un todo de acuerdo con lo que disponga la normativa reglamentaria.

Artículo 15.- Expropiación: Los bienes del PCCABA podrán quedar sujetos a expropiación, previa declaración de utilidad pública por parte de la Legislatura, conforme con la Ley N° 238 de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Artículo 16.- Estímulos: El Órgano de Aplicación estudiará e implementará -cuando le compete- las acciones necesarias para proteger los bienes patrimoniales mediante:

- a. Premios estímulos;
- b. Créditos y subsidios;
- c. Toda otra forma de protección y fomento que atienda a situaciones particulares.

Artículo 17.- Recursos Afectados: Se considerarán afectados a la Preservación del Patrimonio Cultural los siguientes recursos:

- a. Legados, donaciones y otros ingresos de carácter gratuito destinados a la preservación del patrimonio cultural.
- b. Las sumas que se perciban en carácter de multas por incumplimiento de lo previsto por esta Ley, en ejercicio del Régimen de Penalidades que se sancione.
- c. Asignaciones específicas a la preservación del Patrimonio Cultural de recursos provenientes de organismos nacionales e internacionales.
- d. Cualquier otro ingreso que disponga el Poder Ejecutivo en orden al cumplimiento de los objetivos de esta Ley.

Artículo 18.- Sanciones: El Poder Ejecutivo elevará a la Legislatura dentro de los noventa (90) días de promulgada la presente, un Régimen de Penalidades que prevea los posibles incumplimientos a las obligaciones de esta Ley y las sanciones que en cada caso correspondan. Todo ello, siempre que el hecho no se hallase previsto por el Art. 184, Inc. 5º del Código Penal.

Artículo 19.- A los noventa (90) días de promulgada la presente Ley deberá procederse a su reglamentación

Artículo 20°.- Comuníquese, etc.

CECILIA FELGUERAS

JUAN MANUEL ALEMANY

LEY N° 1.227

Sanción: 04/12/2003

Promulgación: Decreto N° 2799 del 24/12/2003

Publicación: BOCBA N° 1850 del 05/01/2004

Reglamentación: Decreto N° 312/006

Publicación: BOCBA 2421 del 19/04/2006

**Ley N° 2176 Promoción de los derechos culturales previstos en la
Constitución de la Ciudad de Buenos Aires**

La Legislatura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires sanciona con fuerza de Ley

Capítulo I

Disposiciones Generales

Artículo 1°.- Objeto.

La presente ley tiene por objeto promover los derechos culturales previstos en el artículo 32 de la Constitución de la Ciudad de Buenos Aires, ordenar el marco legal y principios rectores de las políticas culturales.

Artículo 2°.- Caracterización de Cultura.

A los efectos de la presente ley, la cultura es el conjunto de manifestaciones, representaciones, procedimientos y modalidades de la creatividad humana, individual y colectiva, que incluye lo aprendido, acumulado y permanentemente enriquecido, que determina la singularidad de una sociedad y/o comunidad, las diversidades que la integran como totalidad histórica, situada en un espacio definido y abarca los modos de vida, las formas de vivir en sociedad y/o comunidad, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias.

La política cultural de la Ciudad de Buenos Aires atenderá en especial, y de forma no taxativa, a las siguientes disciplinas:

- Antropología.
- Arquitectura y patrimonio arquitectónico.
- Historia.
- Arqueología.
- Enseñanza Artística.
- Museología.
- Bibliotecología y demás actividades de recolección, conservación y exhibición de bienes pertenecientes al patrimonio cultural.
- Música.
- Literatura.
- Arte digital, electrónico y electroacústico.
- Artes visuales.

- Artes escénicas.
- Artes audiovisuales.
- Tecnologías teatrales.
- Diseño.
- Radio y televisión educativas o culturales.
- Costumbres y tradiciones populares.
- Artesanías.
- Investigación y experimentación, conservación y crítica, dentro del campo de las disciplinas antes mencionadas.

Y otras disciplinas que se incluyan en el futuro por parte de la Autoridad de Aplicación.

Artículo 3°.- Alcances.

Las disposiciones de la presente ley rigen en el territorio de la Ciudad de Buenos Aires, alcanzan a todas las personas sin excepción, residan o no residan en ella y son el marco referencial de todas las leyes vigentes de su competencia, y las que se dicten en el futuro.

Artículo 4°.- Derechos.

Los habitantes de la Ciudad de Buenos Aires gozan del acceso universal, equitativo e inclusivo a la cultura. El derecho a la cultura integra los derechos humanos, que son universales, indisociables e interdependientes.

Son derechos culturales:

- Crear, expresar y difundir la producción artística y cultural en los diversos lenguajes expresivos.
- Expresar las distintas manifestaciones artísticas en libertad y sin censura.
- Desarrollar la propia identidad cultural en el marco de la diversidad e interculturalidad.
- Preservar la lengua, identidad étnica y cultural, cosmovisión, valores y espiritualidad de los pueblos originarios.
- Acceder a una educación y una formación artística, artesanal y profesional de los agentes culturales que respete plenamente la identidad cultural.
- Participar en la vida cultural que cada ciudadano elija, y ejercer sus propias prácticas culturales, sin distinción de etnia, credo, sexo, o condiciones biopsicosocial y económica, en el marco del respeto de los derechos humanos y de las libertades fundamentales.
- Participar en el diseño y la evaluación de las políticas en el marco de una democracia cultural, con especial consideración a los creadores y trabajadores de la cultura y sus entidades (art. 32 de la Constitución de la Ciudad de Buenos Aires).
- Acceder en condiciones de equidad a la cultura y al arte, considerados como derechos fundamentales para la construcción de ciudadanía.
- Acceder y participar plenamente en las actividades artísticas y culturales en tanto personas con necesidades especiales.
- Recuperar y preservar los espacios culturales en donde desarrollar los derechos culturales.
- Recuperar, preservar y difundir el patrimonio cultural.

Artículo 5°.- Principios.

La cultura se asume como prioridad estratégica y como política de Estado.

La cultura y las actividades culturales se sustentan en los siguientes principios rectores:

1. Igualdad de acceso por parte de los ciudadanos a los diversos bienes y valores culturales.
2. Protección de una identidad pluralista y multiétnica, desde las concepciones de diversidad e interculturalidad, teniendo en miras la superación de las barreras comunicacionales para el intercambio y difusión del patrimonio cultural.
3. La cultura como componente estratégico central para una política de inclusión y cohesión social orientada a la generación de empleo, al desarrollo sustentable y a la recuperación socioeconómica.
4. Revalorización de la propia identidad cultural, sustentándose en la identidad porteña, nacional y latinoamericana, con apertura a los procesos regionales de integración y a los demás pueblos del mundo.
5. Libertad de expresión, preservación y desarrollo de la cultura.
6. Descentralización en las políticas de gestión cultural.
7. Participación ciudadana y protagonismo de la comunidad en el diseño de la planificación y gestión cultural.
8. La cultura como promotora de desarrollo humano integrado al desarrollo económico, científico, tecnológico, artístico y deportivo.
9. La protección del patrimonio cultural, como contribución a definir la identidad y la memoria colectiva de los habitantes de la ciudad.

10. La orientación preventiva de la cultura en la aplicación de políticas culturales destinadas a los sectores con mayor necesidad de atención específica.
11. La cultura en su dimensión terapéutica frente a personas con dificultades biopsicosociales potenciadora de sus capacidades.

Capítulo II

Autoridad de Aplicación

Artículo 6°.- Autoridad de Aplicación. El Poder Ejecutivo determinará la Autoridad de Aplicación de la presente ley, en cada caso, para el cumplimiento de las diversas funciones, de conformidad con lo dispuesto por la Ley de Ministerios (o la normativa que la reemplace en el futuro) y la incumbencia de las distintas áreas de su estructura orgánica que resulten pertinentes para la aplicación de la presente ley.

Artículo 7°.- Funciones. La Autoridad de Aplicación velará por el cumplimiento de la presente ley e integrará en todas sus políticas culturales los principios aquí contenidos. Serán funciones de la Autoridad de Aplicación:

- a. Planificar, ejecutar, monitorear y evaluar políticas culturales, articulando los intereses de los distintos sectores.
- b. Garantizar el derecho a la libertad de expresión, preservación y desarrollo de la cultura en toda su diversidad.
- c. Asegurar que los intereses y acuerdos comerciales resguarden los derechos culturales establecidos en la presente ley.
- d. Priorizar la asignación de los recursos necesarios para la realización de acciones culturales y artísticas hacia los sectores más pobres de la ciudad.
- e. Promover políticas culturales y artísticas específicas con énfasis en: niños, niñas, adolescentes y jóvenes; personas con necesidades especiales; personas de la tercera edad.
- f. Promover productos y servicios culturales que conlleven y representen aspectos ligados a nuestra identidad, originalidad y tradición, procurando la calidad y jerarquía de las producciones artísticas.
- g. Ejercer la defensa del idioma nacional.
- h. Procurar el fomento, desarrollo y protección de las culturas populares constitutivas de nuestra identidad, e imprimir un perfil identitario nacional en las producciones de bienes culturales, desarrollando asimismo políticas culturales que contribuyan a fortalecer la pertenencia a la comunidad latinoamericana como parte constitutiva de la identidad porteña.
- i. Establecer mecanismos flexibles que impulsen la descentralización y la transferencia de acciones culturales y artísticas barriales a organizaciones vinculadas al arte y la cultura.
- j. Preservar, promover, proteger y difundir el Patrimonio Cultural tangible e intangible de la ciudad.
- k. Instalar los centros culturales comunales como el espacio articulador de las políticas culturales y económico sociales.
- l. Fomentar el establecimiento, desarrollo y sostenimiento de industrias culturales como factor de desarrollo socioeconómico.
- m. Priorizar las expresiones artísticas nacionales en la programación del Ministerio de Cultura.
- n. Proteger la actividad de los artistas nacionales en las programaciones artísticas y culturales en el ámbito de la Ciudad de Buenos Aires.
- ñ. Promover circuitos turísticos culturales, articulando tales iniciativas con las políticas de turismo de la ciudad.
- o. Propiciar circuitos culturales y artísticos que incluyan como destinatarios, en forma preferente, a personas con diferentes dificultades, físicas o psíquicas, población de internación prolongada o de alojamiento permanente en establecimientos dependientes de los Ministerios de Derechos Humanos y Sociales y de Salud.
- p. Destinar material gráfico de difusión del Patrimonio de la Ciudad al Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto para su distribución en Embajadas y Representaciones Argentinas en el exterior.
- q. Diseñar y ejecutar políticas interinstitucionales integradas, orientadas a la promoción y difusión en el exterior de las manifestaciones del arte y la cultura de la ciudad.
- r. Proponer y desarrollar estudios teóricos conceptuales metodológicos e investigaciones que contribuyan a enriquecer la motivación, la explicación, y la potenciación de los procesos culturales locales.
- s. Elaborar indicadores, realizar estudios y evaluaciones periódicas que permitan medir el impacto de las acciones culturales para posibilitar la evaluación y la reformulación en las políticas implementadas en el área.
- t. Difundir de manera periódica los estudios sobre el impacto de las acciones culturales.
- u. Garantizar el acceso igualitario a la utilización de nuevas tecnologías de la comunicación y de la producción en el campo de la cultura.
- v. Implementar acciones destinadas a garantizar la recuperación, la creación, ampliación, y restauración

de la infraestructura cultural y artística necesaria en todo el territorio de la ciudad, que permita la creación, difusión, programación de actividades artísticas y culturales en los distintos barrios. Estas acciones se llevarán a cabo de acuerdo con la descentralización administrativa establecida por la Ley de Comunas.

w. Promover en el ámbito del Consejo Federal de Educación y Cultura el intercambio cultural con otras jurisdicciones.

x. Promover en las comunas la generación de Registros de Patrimonio Cultural Comunal.

y. Impulsar la creación y construcción de espacios físicos para la actividad cultural en los emprendimientos barriales de desarrollo económico social.

Artículo 8°.- Atribuciones.

La Autoridad de Aplicación designada en cada caso tiene las atribuciones necesarias para llevar a cabo el cumplimiento de la presente ley. Sin que resulte una enunciación taxativa podrá realizar a tal fin las siguientes acciones:

- a. Desarrollar acciones para ejecutar una política de comunicación que difunda los hechos generados por los diversos actores culturales de la Ciudad de Buenos Aires.
- b. Proporcionar los recursos a las comunidades de los pueblos originarios para la difusión y protección de sus manifestaciones culturales: lenguas, monumentos históricos, espacios ceremoniales, técnicas, artes, artesanías, expresiones musicales, fiestas tradicionales, literatura oral y escrita. Para tal fin se incentivan las acciones existentes entre las distintas áreas de Gobierno que atiendan sus particularidades socioculturales.
- c. Promover el potencial cultural, económico y social de la artesanía y de las ferias artesanales de la ciudad, a través de acciones de apoyo, protección y fomento.
- d. Promover la celebración de conmemoraciones, fiestas patrias y populares en el ámbito de las comunas de la ciudad con el propósito de preservar y recrear las tradiciones.
- e. Facilitar el desarrollo de festivales y ferias culturales que atiendan a la interculturalidad.
- f. Propiciar la creación de casas de cultura en las comunas con el objeto de: promover la difusión y estímulo de la actividad cultural comunitaria, realizar acciones en red entre las comunas y de articular acciones para el fomento, la protección y la difusión del patrimonio cultural y artístico.
- g. Crear y coordinar instrumentos y mecanismos de intercambio interjurisdiccionales que aseguren la promoción, difusión, distribución y circulación de obras, producto de la creatividad e innovación científica, artística e intelectual, resultantes de la pluralidad de culturas que interactúan en la Ciudad de Buenos Aires.
- h. Implementar medidas que favorezcan la creación y el fortalecimiento de un mercado local interno y externo de bienes y servicios culturales.
- i. Impulsar el desarrollo de la marca Buenos Aires como valor identitario agregado a los bienes culturales de circulación interna y externa de la Ciudad de Buenos Aires en fiel reflejo del patrimonio cultural de la ciudad.
- j. Coordinar acciones con los Ministerios de Educación y de Derechos Humanos y Sociales para el fortalecimiento de la formación ciudadana.
- k. Cooperar, acordar y convenir con organismos internacionales para posibilitar programas de apoyo técnico y económico a la producción artística y cultural, a los microemprendimientos y a las medianas empresas que persigan metas relacionadas con el campo cultural y que propendan a la creación de nuevos empleos.
- l. Realizar convenios con Institutos y Universidades Nacionales para coordinar acciones culturales y artísticas conjuntas.
- m. Atender a las iniciativas vecinales relacionadas con la recuperación de espacios barriales públicos o privados que históricamente hubieran sido sede de actividades artísticas y culturales u otros que sean propuestos para el mismo fin.
- n. Estudiar la factibilidad de las iniciativas enunciadas en el inciso anterior, conforme a las disposiciones legales vigentes, facilitando a los vecinos y sus organizaciones los medios jurídicos, técnicos y económicos para el desarrollo de estas propuestas.

Artículo 9°.- Recursos de Cultura.

Entiéndase por recursos en el ámbito de la cultura a toda persona física o jurídica que desarrolle actividades de creación, producción, promoción, recuperación, protección, difusión, docencia e investigación vinculadas con la cultura y las artes en el ámbito de la ciudad.

Capítulo V

Fomento y Estímulo a la Creación, a la Investigación y a la Actividad Artística y Cultural

Artículo 21.- La Autoridad de Aplicación establecerá estímulos especiales y promocionará la actividad de creadores, artistas e investigadores ligados al ámbito de la cultura, y de las personas, comunidades locales e instituciones que desarrollen o promuevan las expresiones artísticas y culturales en la Ciudad de Buenos Aires.

Artículo 22.- Para tal efecto establecerá, entre otros, programas, bolsas de trabajo, becas, concursos, premios, festivales, talleres de formación artística, ferias, exposiciones, unidades móviles de divulgación musical, entre otros incentivos, a fin de garantizarles asistencia eficaz y equilibrada en el campo de la creación, la ejecución, la experimentación, la formación y la investigación en las diversas expresiones y acciones artísticas y culturales que desarrollen.

Artículo 23.- La Autoridad de Aplicación desarrollará programas de capacitación, asistencia técnica y formación de artistas profesionales y vocacionales, así como también la proyección de talentos artísticos en desarrollo que se detecten a partir de actividades llevadas a cabo en centros culturales, festivales, convocatorias, etc.

Artículo 24.- La Autoridad de Aplicación impulsará la creación de un Registro Único articulando todos los registros existentes relacionados con el campo de la cultura para garantizar la transparencia y publicidad de subsidios, premios y todo otro beneficio económico que se otorgue destinado a la promoción de las artes y la cultura.

Artículo 25.- Se facilitará a los medios de comunicación la difusión de las actividades anteriormente mencionadas, conforme a las disposiciones de la presente ley.

Artículo 26.- Comuníquese, etc.

SANTIAGO DE ESTRADA

ALICIA BELLO

LEY N° 2.176

Sanción: 23/11/2006

Promulgación: Decreto N° 2.304/006 del 28/12/2006

Publicación: BOCBA N° 2598 del 05/01/2007

LEY N° 1.535 Atlas de patrimonio cultural inmaterial

Buenos Aires, 02 de diciembre de 2004

La Legislatura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires sanciona con fuerza de Ley

Artículo 1º.- Institución del Atlas de Patrimonio Cultural Inmaterial. Se instituye el Relevamiento, Registro e Investigación del Patrimonio Cultural Intangible o Inmaterial, de fiestas, celebraciones y rituales que adquieren especial significación para la memoria, la identidad y la vida social de los habitantes de la Ciudad de Buenos Aires.

Artículo 2º.- Intervención necesaria. La Comisión para la Preservación del Patrimonio Histórico Cultural de la Ciudad de Buenos Aires procederá a documentar, registrar y difundir los resultados de dicho relevamiento, mediante la creación de una base de datos y un archivo, así como de diversos tipos de publicaciones, muestras, jornadas, seminarios y toda otra actividad orientada hacia el conocimiento y difusión integral del patrimonio cultural inmaterial de Buenos Aires.

Artículo 3º.- **Propuestas de declaratorias. La Comisión para la Preservación del Patrimonio Histórico Cultural de la Ciudad de Buenos Aires, en su carácter de órgano asesor permanente del**

cumplimiento de la Ley N° 1.227/04 podrá elevar a la Secretaría de Cultura y/o Legislatura de la Ciudad de Buenos Aires, propuestas acompañadas de documentación debidamente fundamentada sobre expresiones culturales pasibles de ser declaradas bienes de interés cultural intangible o inmaterial de la Ciudad de Buenos Aires, sin perjuicio de lo establecido en la Constitución de la Ciudad de Buenos Aires acerca de las iniciativas legislativas.

Artículo 4°.- Evaluaciones periódicas. La Comisión para la Preservación del Patrimonio Histórico Cultural de la Ciudad de Buenos Aires hará una reevaluación de las expresiones culturales relevadas y registradas cada cinco (5) años a partir de la fecha de realización y culminación del último.

Artículo 5°.- Gastos. Los que demande el cumplimiento de la presente serán imputados a la Jurisdicción 50. Secretaría de Cultura; Unidad Ejecutora 526, Comisión de Preservación del Patrimonio Cultural, correspondiente al Presupuesto General de Gastos y Cálculo de recursos del año 2005.

Artículo 6°.- Comuníquese, etc.

SANTIAGO DE ESTRADA

JUAN MANUEL ALEMANY

LEY N° 1.535

Sanción: 02/12/2004

Promulgación: Decreto N° 22 del 05/01/2005

Publicación: BOCBA N° 2110 del 17/01/2005

Bibliografía

- Ander – Egg Ezequiel. “Introducción a la Planificación”. Editorial Lumen. 1° Edición, 1983.
- Arantes, 1984. “Prefacio” y “Mesa Redonda”.
- Barre Tolken. “La Dinámica del Folklore”. Editorial *Utah State Univ Pr - Estados Unidos* 1978.
- Béjar Navarro, Raúl. “Cultura Nacional, Cultura Popular y Extensión”. Editorial Universidad Nacional Autónoma de Mexico. (UNAM). Mexico. 1979
- Benedetti, Cecilia “Antropología de la Cultura y el Patrimonio”. Diversidad y desigualdad en los procesos culturales contemporáneos. Editorial: Ferreyra.
- Benedetti, Cecilia “Antropología de la Cultura y el Patrimonio”. Diversidad y desigualdad en los procesos culturales contemporáneos. Editorial: Ferreyra.
- Boto Leonardo, “Turismo en Áreas Metropolitanas”, Editorial Fundación Proturismo, 1ª edición, Bs. As. 2010.
- Boullón, Roberto. “Marketing Turístico: Una Perspectiva desde la Planificación”. Editorial Trilla, 1° edición, México. 1998.
- Boullón, Roberto. “Planificación del Espacio Turístico”. Editorial Trilla, 3° edición. México, 1997.
- Cárdenas Tabares, Fabio, “Proyectos Turísticos: localización e inversión”, editorial Trillas. México 1991.
- Casanova Ferro, Gonzalo. “Derecho y Turismo”. Ediciones Turísticas. 3° Edición. 2007.
- Clifford Geertz. “La Interpretación de las Culturas”. Editorial Gedisa. 2° edición. México. 1987.
- Félix Coluccio/Susana B. Coluccio “ Diccionario Folklórico Argentino”, Edit. Plus Ultra, 829 pág. séptima edición, 1991.

- Cosmelli Ibáñez, José Luis. "Historia de la Cultura Argentina". Bs.As.: El Ateneo. 1992.
- Eco, Humberto. "Cómo se hace una tesis". Bs. As.: Ed. Gedisa, 2001.
- Edgar Alonso, Hernández Díaz. "Proyectos turísticos", México, Trillas, 1996
- Gilberto Giménez. "La cultura como identidad y la identidad como cultura". Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM.
- Hernández Díaz, EA. "Planificación turística: Un enfoque metodológico". 2ª Edición. México. Editorial Trillas. 1990.
- Juan De los Santos Amores. "Didáctica de las Danzas Folklóricas Argentinas". Editorial IDAF. 1º Edición. Bs. As. 1993.
- Molina, Sergio. "Conceptualización del Turismo". Editorial Lunusa, 2º Edición. Mexico 1996.
- García Canclini, Néstor (1989). "La política cultural en países en vías de desarrollo". Bs. As. Departamento Nacional de Antropología y Folklore.
- Montaner Montejano, Jordi. " Estructura del Mercado Turístico" ed. Síntesis 1996
- Organización Mundial del Turismo. 5ta Asamblea General OMT.
- Organización Mundial del Turismo. OMT. "Introducción a Turismo2. Madrid 1998.
- Prats, Llorenc. "El concepto de patrimonio cultural".
- Ramírez Blanco, Manuel. "Teoría General del Turismo". Editorial Diana. México 1992.
- Raymond Williams, 1982. "Sociología de la cultura" Barcelona. Paydos
- Razeto, Jorge M. "Los Desafíos de la Antropología": Sociedad Moderna, globalización, y diferencia. IV Congreso chileno de antropología.
- Real Academia Española. Diccionario de la Lengua Española. 22º edición. Bs. As. 1970.
- Rut Vieytes, "Metodología de la Investigación en organizaciones, mercados y sociedad, epistemología y técnicas", Editorial De las Ciencias, 1ª edición, Buenos Aires, 2004.

- Sabino, Carlos. "Cómo hacer una tesis". 3º edición. Bs. As.: Lumen, 1998.
- Sampieri Hernández R., Collado Fernández C., Lucio Baptista P. "Metodología de la investigación". 3º ed. México DF: Mc Graw Gill; 2003.
- Tovar, Ramón Iglesias. "Comercialización de Productos y Servicios Turísticos". Madrid: Ed. Síntesis, 1998.

Artículos Periodísticos

- Apicella, Mauro. “Espacios para vivir y pensar lo folklórico”. **La Nación**. 2011 abril 2. Espectáculos: 7
- Fernández Cronenbold, A. “Peñas Folklóricas: un fenómeno bien porteño”. **La Nación**. 2007 junio 19. Información general: 15.
- Giordano, Santiago. “Pensar el folklore”. **La voz**. 2010 noviembre 6. Regionales.
- Montiel, Irma. “Medio siglo con el folklore”. **La Nación**. 2010 febrero 01. Espectáculos : 9.
- Plaza, Gabriel. “Un laboratorio para el folklore”. **La Nación**. 2011 junio 17. Espectáculos: 4.
- Varsavsky, Julián. “Peñas Porteñas”. **Página 12**. 2004 julio 25. Turismo: 6-7.

Sitios Web

- <http://www.buenosaires.gov.ar> (Sitio Oficial de Turismo de CABA)
- <http://www.folkloreclub.com.ar> (Sitio N° 1 de folklore en Argentina)
- <http://www.iuna.edu.ar/contenidos> (Página del Instituto Universitario Nacional de Arte)
- <http://www.naya.org.ar> (Noticias de Antropología y Arqueología)
- http://www.naya.org.ar/turismo/postura_turismo_y_patrimonio.htm
- <http://www.portaldesalta.gov.ar> (Sitio oficial del Gobierno de Salta)
- <http://www.unam.mx/pagina/es/10/investigacion-bibliotecas> (Universidad Nacional Autónoma de México)
- <http://www.unesco.org/new/es/unesco/> (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura).
- <http://edant.clarin.com/suplementos/cultura/2006/>. (página del diario Clarín)