

Buenos Aires y sus marcas memoriales: ¿en torno a la conformación de circuitos de memoria?.

Cecilia Palacios.

Cita:

Cecilia Palacios (2013). *Buenos Aires y sus marcas memoriales: ¿en torno a la conformación de circuitos de memoria?.* X Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-038/310>

X Jornadas de sociología de la UBA.
20 años de pensar y repensar la sociología.
Nuevos desafíos académicos, científicos y políticos para el siglo XXI
1 a 6 de Julio de 2013

Mesa N°24: Turismo y patrimonio en las sociedades contemporáneas: luces y sombras de sus vínculos a partir del turismo cultural.

Coordinadoras: Mariana Gómez Schettini, Mercedes González y Analía Almirón

Título de la ponencia: Buenos Aires y sus marcas memoriales: ¿en torno a la conformación de circuitos de memoria?

Autora: Cecilia Palacios (UBA / CONICET)

Resumen

A partir del año 2001, en la ciudad de Buenos Aires se han implementado distintas acciones tendientes a posicionar a la metrópolis como destino turístico nacional e internacional. Se ha asistido a la puesta en marcha de diversas estrategias de *city marketing* con el objetivo de embellecer la ciudad a fin de que compita en el mercado turístico como ciudad-mercancía atractiva para los visitantes. Complementariamente, se han ido creando gran cantidad de atracciones y nichos turísticos: nacieron así circuitos y tours variados, que van desde los excéntricos “villa tours” o “piquete tours” hasta otros más convencionales, como los destinados específicamente al fútbol o al tango.

Por otro lado, desde el 2004 en adelante se ha iniciado un proceso de recuperación de lugares de memoria de la ciudad que habían funcionado como Centros Clandestinos de Detención, Tortura y Exterminio (CCDTyE) durante la última dictadura militar argentina (1976-1983). En este marco, asistimos al recupero de lugares emblemáticos como la ex ESMA o la creación de sitios tales como el Parque de la Memoria, que actualmente permiten ser recorridos a partir de visitas guiadas no específicamente destinadas al turismo pero sí frecuentadas por visitantes de diversa procedencia que cada año en mayor cantidad se acercan a conocerlos. Asimismo, la ciudad se ha visto crecientemente inundada por marcas memoriales de distinta índole que el transeúnte encuentra en su paseo por la ciudad y que también se integran en el recorrido que realiza por Buenos Aires.

En esta ponencia nos proponemos reflexionar, por un lado, en torno a la idea de un “turismo de la memoria” en tanto nicho específico de la ciudad; y por el otro, en relación a una posible y futura conformación de “circuitos de memoria” referidos a este tipo de lugares.

Buenos Aires y el *city marketing*

Luego de la crisis atravesada por Argentina en 2001, se modificaron muchos escenarios (políticos, económicos, culturales); entre ellos, el relativo al turismo. Para este sector, significó el comienzo de un período de mayor crecimiento y aumento de ingresos anuales en virtud de la devaluación del peso argentino, que favoreció la llegada de visitantes extranjeros al país, y aún más a la propia ciudad de Buenos Aires¹. Se advirtió la necesidad de pensar y superar las consecuencias negativas que tal crisis había traído aparejadas. Así, surgieron nuevas formas de pensar y hacer la ciudad que se derivaron de una serie de políticas destinadas a promover la actividad turística (Gómez Schettini, 2008). De modo muy general, estas políticas se orientaron a crear una imagen bastante estereotipada de la ciudad (Cicolella, 1999), como puede advertirse por ejemplo en el Plan de Marketing Turístico 2001-2003 del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, estructurado a partir de la identificación y selección de determinados productos tales como el tango, el fútbol, la “noche porteña” (PMT, 2001). La elaboración misma de un Plan de Marketing que tenga como producto a una ciudad (en este caso, Buenos Aires) nos habla de una concepción de la metrópolis en tanto producto que puede ser promocionado, vendido, ofrecido en el mercado.

La aplicación de herramientas de *marketing* urbano (Meethan, 2001) ha traído como una de sus consecuencias, que, entre otras cosas, ciertos barrios o zonas de la ciudad sufrieran importantes transformaciones edilicias y de infraestructura.² Transformaciones que, en principio, obedecían a la lógica del interés privado que se vio favorecido con las concesiones que el propio Estado le proporcionó: “Puerto Madero, Retiro, el Tren de la Costa, el antiguo mercado central de venta de frutas y verduras El Abasto, el albergue Warnes: todos estos grandes talleres o proyectos tienen en común responder a una lógica privada (venta del patrimonio inmobiliario del Estado), reciclando en un mismo modelo espacios de actividades obsoletas” (Prévôt Schapira, 2002).

Unido a esto, se creó un logotipo propio para la ciudad: diríamos que se inventó una marca comercial de Buenos Aires, incluso una “marca país” para Argentina, con el fin de poder exhibir los atributos como parte de una estrategia de venta al interior del mercado turístico. Como indica Meethan (2001), “los elementos estéticos intangibles se vuelven ‘mercantilizados’ en pos del crecimiento económico y el patrimonio; el ambiente urbano se transformó en un valor agregado para atraer inversiones” (2001: 23). De este modo, la tendencia se manifiesta en otras grandes ciudades y destinos turísticos, que han creado sus isologotipos como parte de una estrategia de promoción.

Asimismo, entre los años 2004 y 2005, la por entonces Sub Secretaría de Turismo de la ciudad, (luego devenida en el actual Ente de Turismo, ENTUR) desarrolló actividades de promoción a nivel nacional e internacional con ciertos objetivos clave:

- incorporar nuevos mercados y ampliar el flujo de los ya existentes

¹ Cfr. Palacios, 2008. Según datos del ENTUR, la llegada de turistas (nacionales e internacionales) en el primer trimestre del año 2010 aumentó en un 13,5% respecto del mismo período del año anterior. En 2008, la cantidad registrada de turistas fue de 2.399.242, un 2,47% más que el año precedente. Durante el año 2002 se produjo un aumento del 63,6% respecto de 2001, mientras que, de 2001 a 2003, se verificó un incremento del 93%.

² Cfr. Bertoncello, 2008; Cicolella, 1999.

- desarrollar nichos específicos, tales como Viajes de Incentivos, Turismo Salud, Turismo de Cruceros
- posicionar a la ciudad como sede de ferias y congresos
- informar y promocionar los atractivos turísticos de la ciudad (PMT, 2007: 58)

A finales del año 2006, la ciudad reelaboró el primer Plan de Marketing, dando lugar a un segundo cuya planificación contempla el período 2007-2016 y en el que se intentan definir las políticas de promoción turística para el corto, mediano y largo plazo, en el marco de una estrategia de promoción de Buenos Aires como destino turístico internacional. El objetivo principal del mismo consiste en mostrar a Buenos Aires como “la capital cultural de América Latina” (PMT, 2007).

El pasado como recurso

Si nos interesamos por indagar sobre estas cuestiones, ello se explica en virtud de que, para pensar los posibles vínculos entre turismo y memoria, debemos analizar el modo en que estos procesos de estetización de las ciudades modifican, promocionan o se refieren a asuntos del pasado. Más específicamente, hacemos referencia a procesos de estetización del pasado que “bajo la presión de las acciones de marketing y de las ‘operaciones nostalgia’ en las varias formas que éstas puedan asumir, las ciudades devienen simulacros de sí mismas y adquieren rasgos mágicos y escenográficos. En el esfuerzo de colocar en el mercado a los nuevos ‘poblados urbanos’, modelados como ‘teatros de la memoria’ para la clase social que se propone convertir su propia relación con el espacio en un factor de distinción, el principio de exclusividad se utiliza como instrumento de motivación” (Amendola 2000: 122). Desde luego, este proceso se desarrolla de forma desigual en las distintas regiones del planeta pero, en términos generales, se produce una resignificación y reutilización de los diversos pasados de las grandes ciudades; resignificaciones sobre todo ligadas a estrategias propias de la industria turística. Así, “lo que antes era decadente se transforma en una oportunidad para el crecimiento y el desarrollo” (Meethan, 2001: 23). En este “reciclaje del pasado” (idem) tanto la industria privada como el Estado juegan papeles de relevancia. Es decir, la utilización de ciertas estrategias involucra necesariamente acciones de gobierno, en tanto supone la planificación y la gestión de técnicas y herramientas de promoción. Por ello es que cualquier lugar puede ser “turistificado”; es decir, puesto en valor al interior de la industria turística.

La puesta en marcha de estrategias del *city marketing* también se verifica en la creación, aumento y diversificación de numerosas atracciones y nichos turísticos en la ciudad. La página web de Turismo del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires (GCBA), está organizado, casi únicamente, de un modo temático. Pueden leerse, entre otros:

- “Milla de los Museos de Buenos Aires – Circuito cultural por los museos de Palermo y Retiro, recorriendo a pie o en bici”
- “Milla cultural del Sur – Para conocer y disfrutar el Sur de la ciudad”
- “Visitas a lugares de interés – Visitas guiadas a los edificios emblemáticos de la ciudad y lugares imperdibles”

- “Literarios – Una ciudad es lo que es, pero también lo que será, lo que fue y lo que fue imaginado”³

Pero además de estos circuitos y tours variados, también han aparecido otros menos convencionales, como los “villa tours”, los “piquete tours” y, por poner un ejemplo reciente, un tour destinado a recorrer los lugares emblemáticos por donde vivió, estudió y trabajó el ex cardenal Jorge Bergoglio, actualmente elegido Papa de la iglesia católica.

Nos interesa señalar, como dato anexo, que los circuitos que remiten específicamente al pasado de la ciudad no tienen que ver con la historia reciente sino con temáticas tales como “Inmigrantes en La Boca”, “Los fantasmas de San Telmo”, “Una tarde con Roberto Arlt”, “Las huellas de Mujica Láinez en Belgrano”; “La trágica historia de las novias de Barracas” y “Escritores y personajes de la Avenida de Mayo”. En todos los casos se advierte que el pasado, la historia y la política están absolutamente escindidos y que cualquier indicio de conflictividad queda excluido, cercenado: el pasado que se cuenta, se ofrece y se muestra de la ciudad tiene más que ver con una curiosidad, con lo anecdótico, con algo divertido, que puede ser comercializado y comercializable.

Como última aclaración, podríamos sugerir que, en el caso de Buenos Aires, los procesos de remodelación y transformación urbana de las últimas décadas están más asociados a políticas culturales que a políticas turísticas, ya que el turismo es considerado, para la gestión metropolitana, como parte del ámbito dedicado a cultura⁴.

La recuperación de los ex CCTyE

Ahora bien, por otra parte, nos interesa hacer referencia a otro proceso relativamente contemporáneo al que acabamos de describir, y que se inicia entre los años 2003/2004: el de la recuperación de numerosos CCTyE a lo largo del país.

En primer lugar, debemos aclarar que, como sostiene Feld (2011), la así denominada “recuperación” de ex CCTyE no alude necesariamente a recobrar algo que se poseía previamente, sino que puede ser considerada como una “categoría nativa” utilizada por los diversos emprendedores de memoria que la han empleado para referirse al modo en que han experimentado el proceso de construcción de lugares de memoria en estos sitios clandestinos de detención: “Tanto en su uso nativo como institucional, la categoría propone una acción fuertemente reivindicativa, que abarca una serie de sentidos: *recuperar* un espacio que fue enajenado de sus funciones iniciales por la dictadura al instalar allí centros clandestinos de detención, tortura y exterminio; *expropiar* de las manos de los perpetradores (...) un lugar que debería dedicarse a homenajear a las víctimas y servir para rememorar lo acontecido; *rescatar* de la destrucción (...) los restos materiales de aquellas edificaciones; *salvaguardar* las huellas que aún pueden observarse para que sirvan como pruebas en los juicios por crímenes de lesa humanidad; *señalar* y

³ Tomado de www.bue.gob.ar

⁴ Como dato sugerente: Hernán Lombardi, empresario hotelero y ex ministro de Cultura, Turismo y Deporte durante la presidencia de Fernando de la Rúa, es en la actualidad el ministro de Cultura porteño; ministerio del que depende de modo directo el ENTUR.

mostrar a los vecinos la historia teñida de sangre de esos lugares incluidos en la aparente ‘normalidad’ de la trama urbana; *abrir* el espacio para un uso público y comunitario; *operar* como vehículos en la tarea de transmisión de la memoria hacia las próximas generaciones; *resignificar* y *transformar* ese lugar de muerte en un espacio que alberga nuevos proyectos vitales, creativos, artísticos y culturales” (2011: 13 Cursivas en el original).

Se trata entonces de un proceso complejo no exento de luchas por el poder, de múltiples negociaciones, de marchas y contramarchas, de proyectos llevados a cabo y otros no considerados. Lo que en definitiva se pone en juego es, como explica da Silva Catela (2010), que estos proyectos intentaban definir el rumbo de los futuros lugares de memoria, algo que da cuenta de “cuántas memorias se ponen en juego y se presentan en el campo de lucha por definir cuáles son los lugares que deben ser ‘recuperados’; quiénes deben formar parte de esos espacios y finalmente, qué relatos deben incorporarse. Toda esta selección implica entonces dejar por el camino lugares que no serán incorporados, actores que no son llamados a dialogar y relatos que serán excluidos. Dicho en otras palabras, la conquista de marcas y de sitios de memoria, implica entre otras cuestiones, poner en relieve por lo menos tres tipos de memoria que entran en la disputa: las dominantes, las subterráneas y las denegadas” (2010: 45).

Este proceso fue posible gracias al accionar de diversos agentes y “emprendedores de memoria⁵” (Jelín, 2002) de los cuales los más destacados fueron los distintos organismos de DD.HH. que ya en tiempos de la dictadura venían realizando diversos reclamos y manifestaciones públicas en nombre de ciertas consignas (en su momento, “Aparición con vida”; luego, ya en democracia, “Nunca Más”; más recientemente: “Memoria, Verdad, Justicia” o “Ni olvido ni perdón”, sólo por citar algunas). Además, jugaron un papel privilegiado una gran cantidad de actores cuyos relatos y testimonios (tanto realizados en el país como desde el exilio) fueron volviéndose públicos y ejerciendo presión sobre el sistema administrativo y judicial, aunque con resultados diversos de acuerdo con las distintas coyunturas político-institucionales.

Los lugares de memoria de Buenos Aires

Así, desde la década del '90 y de modo paulatino (con numerosas marchas y contramarchas), se han ido construyendo diversas marcas o señalando lugares como sitios de memoria, con el objetivo de abordar, elaborar e interpretar el pasado reciente. Muchas de estas señalizaciones han estado a cargo del Estado (nacional o municipal) y otras han sido impulsadas por diversas organizaciones de la sociedad civil (organismos de DDHH, grupos de vecinos o sobrevivientes, familiares de los mismos, etc.).

No es nuestro propósito realizar aquí una cartografía exhaustiva ni pormenorizada de los distintos lugares de memoria de la ciudad, sino dar

5 “Toda decisión de construir un monumento, de habilitar lugares donde se cometieron afrentas graves a la dignidad humana (campos de concentración y detención, especialmente) como espacios de memoria (...) es fruto de la iniciativa y la lucha de grupos sociales que actúan como ‘emprendedores de la memoria’” (Jelín, 2002: 54-55).

cuenta de los muy diferentes modos en que estos lugares se emplazan, se hacen visibles y acompañan el tránsito de los habitantes y de quienes la visitan. Sí cabe que mencionemos que la naturaleza de dichos lugares es bien variada: no son sólo ex centros clandestinos o lugares de detención ilegal (como comisarías, por ejemplo) sino también baldosas, placas conmemorativas, instalaciones artísticas al aire libre, plazas y plazoletas, monumentos, nombres de calles, murales y graffitis en paredes.⁶ ¿Pueden todas estas marcas territoriales, tan disímiles entre sí, pensarse como lugares de memoria?

Originalmente acuñado por Pierre Nora⁷ ([1984] 2008 y ss) el concepto de lugar de memoria refiere a topos o núcleos que condensan diferentes representaciones sobre la memoria; es, en definitiva, “una realidad completamente simbólica” (Nora, 1998: 19). Por ende, su estudio y análisis supone la tarea de “desentrañar su verdad simbólica más allá de su realidad histórica” (idem). De esta forma, podemos considerar lugares de memoria tanto a monumentos, edificios o memoriales, como a emblemas, aniversarios, divisas. En palabras del propio Nora: “la gama de objetos posibles es, de hecho, infinita” (op. cit: 20) pues lo que realmente define a estos lugares es su constitución como núcleos significativos materiales o inmateriales en donde la memoria colectiva de un grupo se encarna para su preservación y estabilización. Se desprende, del trabajo del autor, que los lugares de memoria surgen en sociedades que temen perder la memoria, que necesitan conservarla o guardarla porque su perduración en el tiempo se vería amenazada.

Ocurre usualmente que muchas categorías teórico-metodológicas, pensadas y elaboradas para analizar casos puntuales, pierden especificidad o densidad teórica cuando son trasladadas, sin más, a universos de análisis distintos de los originales⁸. Pero lo que nos interesa rescatar de este concepto es justamente la apelación a la idea misma de lugar que, por oposición a la de espacio, territorio o marca territorial⁹, remite más fuertemente a una dimensión subjetiva, a una inscripción ligada a lo afectivo-emocional que los sujetos realizan frente a determinado espacio físico (Sack, 1997). Como sostienen también Jelin y Langland (2003), “lo que antes era un mero ‘espacio’ físico o geográfico se transforma en un ‘lugar’ con significados particulares, cargado de sentidos y sentimientos para los sujetos que los vivieron” (2003: 3). En síntesis, el lugar se constituye como tal porque ha sido apropiado por una(s) subjetividad(es) que lo reconoce(n) como propio, que le asigna(n) una carga valorativa: comporta una identificación afectiva.

¿Hacia un nuevo turismo de la memoria?

⁶ En este trabajo nos concentramos sólo en los lugares de memoria referidos a la última dictadura militar. Pero debemos señalar que también pueden encontrarse numerosos sitios de memoria que hacen alusión a sucesos más recientes, como el “Santuario Cromañón”, las placas en los árboles de la calle Uriburu recordando a las víctimas del atentado a la AMIA, etcétera.

⁷ El proyecto de Pierre Nora consta de siete volúmenes editados a lo largo de 10 años y divididos en tres partes: “La República”, “La Nación” y “Las Francia”.

⁸ El propio Nora lanza una advertencia respecto del uso y profusión que ha tenido su popular concepto afirmando la necesidad de evaluar en cada caso la pertinencia de extrapolarlo a otros contextos dado que fue pensado y elaborado para el caso específico de Francia.

⁹ Para una discusión más detallada sobre estas categorías, ver Messina (2010).

Dentro del escenario contextual al que hacíamos referencia más arriba, el así denominado “turismo cultural”, como parte del proceso de creación diferenciación, segmentación y aparición de nuevos nichos de mercado, es usualmente concebido como aquel tipo de turismo en donde los elementos de la cultura son orientados y/o reconfigurados hacia el mercado turístico, constituyéndose en una forma clara de la mercantilización de la cultura y de la utilización de la cultura en tanto recurso (Santana Talavera, 2003). Su desarrollo, en las últimas décadas, ha adquirido una considerable magnitud. En el caso de Buenos Aires, por ejemplo, advertimos la puesta en marcha del PMT 2007-2016 cuyo objetivo general consiste en posicionarla como “la” capital cultural latinoamericana. Así, las estrategias de mercadeo a implementarse con este Plan tienen que ver con delinear una oferta específica en pos de la meta que desea cumplirse. La incidencia de esta circunstancia, puesta en relación con la proliferación cada vez mayor de lugares de memoria de la ciudad, nos posiciona frente a un escenario complejo. Sobre todo porque muchos de estos lugares están emplazados en zonas consideradas como turísticas, como por ejemplo baldosas en el casco histórico, árboles en la vía pública, placas en numerosos edificios públicos y, por citar el ya canónico ejemplo, los pañuelos de las Madres en la Plaza de Mayo. Por un lado, se intenta reubicar a la metrópolis dentro de un circuito cultural específico, cuyos atractivos deberán fomentarse y/o, eventualmente, crearse. Frente a esta última alternativa, podríamos pensar si acaso los lugares de memoria de la ciudad no constituirían sitios de interés turístico en el futuro, posibles lugares a ser “turistificados” o puestos en valor en términos de atraktividad turística. Si bien en la actualidad estos lugares no integran el listado de los atractivos turísticos que ofrece Buenos Aires, sería posible suponer que en un futuro pudieran llegar a hacerlo, considerando las cantidades de visitantes que reciben y los modos en que suelen ser organizadas las visitas guiadas a dichos sitios. Pensamos, por ejemplo, en el caso emblemático de la ex ESMA (Escuela de Mecánica de la Armada), actualmente transformada en “Espacio para la Memoria¹⁰”, y que constituye una entre otras de las varias posibilidades de visitar ex CCTyE en la ciudad y alrededores. Otros ex CCTyE, como por ejemplo “El Olimpo”, “La Mansión Seré” o el “Club Atlético” (aunque demolido a fines de la década del ’70, en la actualidad se realizan tareas de excavación arqueológica, documental y testimonial a fin de construir allí un lugar de memoria) ofrecen también visitas guiadas, charlas a grupos o contingentes que así lo requieran. En resumen, estos lugares se encuentran, a la actualidad, especialmente preparados y reacondicionados para recibir visitantes: los predios han sido señalizados con cartelera y señalética (en algunos casos bilingüe), se ha diseñado folletería específica, algunas instalaciones han sido remodeladas para recibir visitas, hay un equipo de guías especialmente preparado, etc.

Sobre los circuitos de memoria

La idea de circuito turístico guarda sus semejanzas con la conformación de “rutas” turísticas, que pueden ser definidas como “la creación de un *cluster* de actividades y atracciones que incentivan la cooperación entre diferentes áreas

¹⁰ La denominación completa es “Espacio para la Memoria y para la Promoción y Defensa de los Derechos Humanos”.

y que sirven de vehículo para estimular el desarrollo económico a través del turismo (...). Ello implica que las rutas turísticas deben tener una serie de elementos que las respalden como destino turístico”(López y Sánchez, 2008: 162).

Entonces, el circuito o ruta debe construirse sobre la base de una actividad específica que la distinga y la diferencie; es decir, debe unir diferentes destinos que por sí solos no tendrían, cada uno de modo independiente, el potencial de atraer visitantes (Meyer, 2004). De esta manera, la estrategia por detrás de la creación de rutas o circuitos turísticos implicaría la utilización de una suerte de efecto sinérgico según el cual “la unión hace a la fuerza”. Tal como lo sostiene Meyer, “mientras que asegurar la multiplicidad de experiencias enriquece el consumo turístico, los itinerarios también ofrecen ventajas particulares en la promoción del turismo como una estrategia de desarrollo espacial, en esta demanda y gasto pueden ser difusos antes que concentrados en nodos de atracciones particulares (2004: 6).

En este sentido, un antecedente de relevancia lo constituye el libro *Memorias en la ciudad. Señales del terrorismo de Estado en Buenos Aires*, realizado por Memoria Abierta¹¹ en 2009 que se presenta como una suerte de guía de la ciudad en relación a 202 sitios de homenaje y 38 lugares de detención ilegal a través de testimonios, fotos y mapas. La publicación tiene como una de sus metas fomentar un tránsito urbano reflexivo, promoviendo una mirada distinta en relación con el espacio que se recorre habitualmente. Es decir: una guía de los lugares de memoria de la ciudad (desde baldosas con información sobre secuestros, por ejemplo, hasta centros clandestinos) pensada, explícitamente, para el caminante, el que recorre, el que transita la ciudad.

Otra circunstancia a la que nos interesa referirnos tiene que ver con la labor que viene realizando la Red Federal de Sitios de Memoria, creada en 2006 y dependiente del Archivo Nacional de la Memoria. Dicha Red es la encargada de “articular las políticas y promover el intercambio de experiencias, metodologías y recursos entre el Archivo Nacional de la Memoria y las áreas estatales de derechos humanos de las provincias y municipios que gestionan políticas públicas de investigación y memoria sobre el accionar del terrorismo de Estado, sobre sus causas y consecuencias y sobre la respuesta social frente a la violación sistemática de derechos por parte del Estado”¹². Los lugares señalizados por la Red son, a la actualidad, sesenta. Casi mensualmente se agregan “nodos” en esta Red, y la señalización, marcación y delimitación de sitios es constante¹³. Por ello no sería arriesgado pensar, desde una perspectiva más centrada en lo geográfico, que el paradigma de la red nos abriría la puerta para analizar la conformación de una suerte de circuito de lugares de memoria a nivel nacional, cuya señalización y disposición espacial es idéntica en todos los casos, como marca de identidad de tales lugares.

¹¹ Memoria Abierta está integrada por: la Asamblea Permanente por los Derechos Humanos (APDH), el Centro de Estudios Legales y Sociales (CELS), la Comisión de Homenaje a las Víctimas de Vesubio y Protobanco, la Fundación Memoria Histórica y Social Argentina, Madres de Plaza de Mayo – Línea Fundadora, y el Servicio Paz y Justicia (SERPAJ)

¹² Tomado de <http://www.derhuman.jus.gov.ar/redfederal.html>

¹³ También se ha creado un mapa de todo el país en el que se indican los CCTyE de todo el territorio nacional. La idea de Red sirve para explicar cierta coordinación entramada, a nivel nacional, sobre cómo llevar adelante ciertas políticas de memoria que, en teoría, deberían ser ejecutadas en cada uno de los lugares de memoria señalados como tales por la misma Red.

Algunas consideraciones finales

No pretendemos aquí sostener que se haya conformado un circuito de memoria en Buenos Aires, dado que los lugares de memoria de la ciudad aún no son considerados como sitios de visita turística, aun a pesar de que muchos de ellos (la ex ESMA, por ejemplo) reciban cada vez mayor cantidad de visitas (tanto nacionales como extranjeras) y que a quienes recorren la ciudad les sea casi imposible no toparse con al menos algunas de las muchísimas marcas territoriales que existen, hoy en día, en Buenos Aires.

La dificultad mayor radica en la negativa a pensar al turismo y a la memoria de un mismo lado. Generalmente, porque la actividad turística suele estar relacionada al ocio improductivo a la búsqueda de ganancia, a la banalidad.

Sin embargo, estos presupuestos de sentido común impiden pensar más allá de ellos y considerar que el turismo, además de ser una actividad mercantil, también posee una dimensión simbólica que no puede obviarse, y que es la que nos habilita a comenzar a pensarla en otros términos.

Según Hui (2008), los turistas consumen los espacios que visitan de modo diferente. Por lo tanto, “es importante incorporar un entendimiento de las inmaterialidades y los múltiples tipos de consumo en los estudios sobre turismo” (2008: 296). La idea tradicional del turismo como esfera asociada al ocio y la banalidad no explicaría, entonces, por qué existen sitios turísticos que no promueven estas actitudes sino por el contrario experiencias distintas que alientan a la reflexión sobre hechos político-culturales o sucesos históricos.

En este sentido, la eventual promoción de actividades específicas relacionadas al turismo cultural y que tengan como uno de sus atractivos la visita a lugares de memoria no debería resultar tan extraña. Más aún si, como señalábamos, la ciudad de Buenos Aires ha adquirido un nuevo cariz de destino turístico (nacional e internacional) consolidado, sobre todo, a partir de la autonomización del distrito, en 1996. Mediante la aplicación de estrategias del *marketing* urbano y de la reconfiguración de varios espacios públicos, la ciudad recientemente ha elaborado un PMT diseñado para fomentar, fortalecer y crear nuevas atracciones. Previsiblemente, entre ellas no figura la referida a los lugares de memoria. Tampoco las visitas o los recorridos por estos lugares aparecen promocionados en la página web del Gobierno de la Ciudad ni en los folletos que se entregan a los visitantes. Sin embargo, estos lugares sí son visitados o recorridos por quienes transitan y/o visitan la ciudad. Muchos de ellos, por una decisión voluntaria (por ejemplo, realizar una visita guiada), otros, porque a su paso se cruzan con estas numerosas marcas de un modo inevitable. ¿Es posible pensar a futuro en la conformación de un *cluster* específico, en un nicho de turismo cultural referido a sitios de memoria? Desde luego que esta pregunta no pretende una respuesta, pero su formulación misma invita a pensar en los numerosos puntos de encuentro entre el turismo y la memoria, y en la definición y formulación de políticas culturales y turísticas específicas.

Referencias bibliográficas

Amendola, G. (2000). Los principios organizadores de la ciudad nueva. En *La ciudad postmoderna. Magia y miedo de la metrópolis contemporánea*. Madrid: Celeste Ediciones.

Bertoncello, R. (comp.) (2008). *Turismo y geografía. Lugares y patrimonio natural-cultural de la Argentina*. Buenos Aires: Ciccus.

Cicolella, P. (1999). "Globalización y dualización en la Región Metropolitana de Buenos Aires. Grandes inversiones y reestructuración territorial en los noventa". En *EURE*, Vol 25, N°6. pp. 5-27

da Silva Catela, L. (2010). Exponer lo invisible. Una etnografía sobre la transformación de Centros Clandestinos de Detención en Sitios de Memoria. En AA.VV. *Recordar para pensar Memoria para la Democracia. La elaboración del pasado reciente en el Cono Sur de América Latina*. Santiago de Chile: Ed. Böll Cono Sur.

Feld, C. (2011). Prólogo. La memoria en su territorio. En Fleury, B. y Walter, J. (comps). *Memorias de la piedra. Ensayos en torno a lugares de detención y masacre*. Buenos Aires: Ejercitar la Memoria Editores.

Gómez Schettini, M. (2008). Del atractivo turístico auténtico a la construcción de autenticidad. Turismo y renovación urbana en el barrio de La Boca de la Ciudad de Buenos Aires. En Bertoncello, R. (comp.). *Turismo y geografía. Lugares y patrimonio natural-cultural de la Argentina*. Buenos Aires: Ciccus.

Hui, A. (2008). Many homes for tourism: Re-considering spatializations of home and away in tourism mobilities. En *Tourist Studies Vol. 8, N° 3*. pp. 291-311

Jelín, E. (2002). *Los trabajos de la memoria*. Madrid: Siglo XXI/SSRC.

Jelín, E. y Langland, V. (2003). Introducción: las marcas territoriales como nexo entre pasado y presente. En: Jelín, E. y Langland, V. (comps.) *Monumentos, memoriales y marcas territoriales*. Madrid: Siglo XXI/SSRC (e/p).

López-Guzmán Guzmán, T. y Sánchez Cañizares, S. (2008). La creación de productos turísticos utilizando rutas enológicas. En *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural Vol 6 N°2*. pp. 159-171

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

Memoria Abierta (2009). *Memorias en la ciudad. Señales del terrorismo de Estado en Buenos Aires*. Buenos Aires: Eudeba.

Messina, L. (2010). *Políticas de memoria y construcción de memoria social: acontecimientos, actores y marcas de lugar. El caso del ex centro clandestino de detención "Olimpo"*. Tesis doctoral, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires.

Meyer, D. (2004). Tourism routes and gateways: examples and a selection of key issues for the development of tourism routes and gateways and their potencial for Pro-Poor Tourism. London: Overseas Development Institute.

Nora, P. [1984] (2008). Entre memoria e historia. La problemática de los lugares. En *Pierre Nora en Les lieux de mémoire*. Montevideo: Trilce.

Nora, P. (1998). La aventura de Les lieux de mémoire. En Cuesta Bustillo, J. (ed.). *Memoria e Historia*. Madrid: Marcial Pons.

Prévôt Schapira, M. (2002). Buenos Aires en los años 90: metropolización y desigualdades. En *EURE*, Vol. 28, N°85. pp. 31-50.

Sack, R. D. (1997). *Homo Geographicus. A framework for action, awareness and moral concern*. London: The John Hopkins University Press.

Santana Talavera, A. (2003). Turismo cultural, culturas turísticas. En *Horizontes antropológicos*. Vol. 9, N°20. pp. 31-57.