



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN

MAESTRÍA EN ECONOMÍA Y DESARROLLO DEL TURISMO

TESIS

PROCESOS DE PATRIMONIALIZACIÓN Y ACTIVACIÓN TURÍSTICA EN EL ESPACIO RURAL DE LA
PROVINCIA DE BUENOS AIRES. EL CASO DE LAS PULPERÍAS, ALMACENES DE RAMOS
GENERALES Y BARES DE CAMPO DEL PARTIDO DE NAVARRO CONTEXTUALIZADA ANTES Y
DURANTE LA PANDEMIA POR COVID-19

Maestrando: Lic. Maximiliano Nicolás Jubany

Director/es: Mg. Marlene Roxanna Pedetti

Buenos Aires, Argentina. Octubre 2022

Índice

Agradecimientos	3
Resumen Ejecutivo	4
Introducción	4
Objetivos	6
Justificación del tema	6
Hipótesis.....	8
Formulación del problema	8
Metodología de investigación	10
Marco teórico.....	17
Antecedentes internacionales y nacionales del tema.....	30
Desarrollo – Las Pulperías	34
Caracterización del área de Estudio	39
Relevamiento de Pulperías, Almacenes de ramos generales y Bares de campo del municipio de Navarro.....	47
Presentación de resultados.....	48
Análisis de resultados.....	80
Conclusión	91
Bibliografía.....	94
Índice de Tablas, Gráficos, Ilustraciones y Fichas.....	97

Agradecimientos

Quiero agradecer a todas aquellas personas que de distintas maneras acompañaron el proceso de realización de investigación, de la cual esta tesis es parte.

- A mi familia, mi novia y amigos que me otorgaron su apoyo afectivo y emocional en el transcurso de la investigación, incluso a través de la pandemia de COVID-19.
- A la Mg. Marlene Pedetti que como colega docente y directora de tesis me acompañó, motivó y guio en el proceso.
- A la Universidad de San Martín que me brindó un espacio de aprendizaje y acompañamiento acorde con las circunstancias. Entre ellos quiero destacar la labor de excelencia del Mg. Federico Esper, la Dra. Marta Comoglio, la Dra. Minaard y de las integrantes del jurado de tesis quienes supieron transmitirme con acierto una mirada a cerca del patrimonio que desconocía.
- A la comunidad de Navarro, que supo recibirme con los brazos abiertos durante el trabajo de campo, compartiendo con honestidad y sinceridad su percepción a cerca del patrimonio local. En especial a los encargados y clientes de las pulperías, almacenes y bares incluidos, quienes me transmitieron el amor y pasión por aquellos sitios referentes de su identidad.
- A la Secretaría de Gobierno de Navarro y la Comisión Municipal de Preservación del Patrimonio Histórico y Cultural de Navarro por su labor y predisposición en las entrevistas entabladas.

Resumen Ejecutivo

El trabajo de investigación tiene por finalidad analizar la potencialidad turística patrimonial de las pulperías, almacenes de ramos generales y bares de campo en el partido de Navarro, Provincia de Buenos Aires.

El área de estudio son las localidades de Navarro, Las Marianas, Villa Moll y paraje Sol de Mayo, pertenecientes al partido de Navarro de la Provincia de Buenos Aires, Argentina

El problema de investigación pretende buscar respuestas sobre la forma que toman los procesos de patrimonialización en espacios rurales y la activación turística de sitios patrimoniales tomando como caso las pulperías, almacenes de ramos generales y bares de campo del partido de Navarro, Buenos Aires.

La metodología de investigación incluye revisión de fuentes secundarias documentales y bibliográficas; y del marco normativo municipal, provincial y nacional en lo que concierne a la protección del patrimonio; relevamiento de las pulperías, almacenes y bares a partir de la observación no participante y armado de fichas; entrevistas semi estructuradas a los encargados de los establecimientos estudiados y a referentes del sector público municipal; y encuestas a clientes, tanto turistas como locales de los establecimientos estudiados.

Debido a la pandemia de COVID—19, los frutos de la investigación poseen un carácter particular ya que permiten visualizar la transición de la actividad turística rural durante este particular contexto. Se estima que el turismo rural será una de las modalidades turísticas más buscadas en los años de la pospandemia, y que junto a ello se incrementarán las acciones en pos de la revalorización del patrimonio local. Si así sucediere, se tendrá en esta investigación una fuente del panorama actual en el partido de Navarro.

Introducción

La provincia de Buenos Aires, emplazada en la llanura pampeana, una de las más australes del mundo, es hogar de extensas planicies ricas en cultivos de cereales y cría

de ganado. Habitada en sus orígenes por pueblos pampas y querandíes, fue disputada entre ellos y el Imperio Español desde su llegada en el siglo XVI. A medida que la frontera entre el Virreinato del Río de la Plata y luego las Provincias Unidas del Río de la Plata fue avanzando hacia los territorios habitados por pueblos originarios, se construyeron líneas de fortines como defensa y se establecieron precarios puestos de abastecimiento y de socialización para los habitantes de la frontera.

Aquellas eran mayormente pulperías, llamadas también “esquinas” por localizarse algunas de ellas en los cruces de importantes caminos rurales. En ellas se desarrolló y desenvolvió la vida social del terruño pampeano con sus códigos propios, de vestimenta, de trato y de ocio. Con el correr del tiempo, a partir de la segunda mitad del siglo XIX, alguna de aquellas pulperías fue rodeándose de otros comercios, quizás de algún tendido ferroviario y quedó inmersa en el trazado urbano. Al prosperar económicamente y poder hacer acopio de mercadería, el pulpero pudo quizás transformarla en un almacén de ramos generales para vender todo tipo de artículos; y si prefería dedicarse a despachar bebidas y el entretenimiento la transformó en un bar de campo.

A mediados del Siglo XX, luego del momento de auge, las poblaciones rurales comienzan a descender, se incrementa la tecnología aplicada a los campos y baja la necesidad de mano de obra rural, mermando la población, clausurándose ramales ferroviarios y desapareciendo las pulperías, almacenes y bares de campo.

Aquellos que sobreviven, son testigos del paso del tiempo y de los cambios que atravesó la vida rural a lo largo de los últimos años, a la vez que continúan congregando a la población local rural. Estos elementos refuerzan la idea de preguntarse si las pulperías, almacenes y bares de campo se han convertido en referentes simbólicos para sus vecinos y si ellos afirman su identidad en ellas.

Si así fuera, estos establecimientos podrían ser parte de un proceso de patrimonialización, que incidiría en la vida de la comunidad local. En este punto es preciso preguntarse qué opinión se recoge de los vecinos, qué rol jugarían ellos en el proceso de patrimonialización y qué tipo de gestión se implementaría sobre el sitio, entre otras cosas.

Más aún, localizándose a una hora de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, ¿Incidiría la patrimonialización de estos sitios en un incremento del flujo turístico al área? ¿Es adecuada, necesaria, pertinente la activación turística de estos sitios? ¿Qué beneficios/perjuicios le traería a la población local?

Objetivos

General:

Analizar la potencialidad turística patrimonial de las pulperías, almacenes de ramos generales y bares de campo del partido de Navarro.

Específicos:

- Relevar la situación de las pulperías, almacenes de ramos generales y bares de campo actualmente activos del partido de Navarro para registrar su información comercial e interpretar su valor patrimonial.
- Examinar y estimar la potencialidad turística de las pulperías, almacenes de ramos generales y bares de campo en el particular contexto de pandemia.
- Distinguir el rol que posee el Estado municipal en el proceso de patrimonialización y activación turística de las pulperías, almacenes de ramos generales y bares de campo.
- Identificar la opinión de la población local del partido de Navarro respecto al proceso de patrimonialización y activación turística de las pulperías, almacenes de ramos generales y bares de campo.

Justificación del tema

Este trabajo pretende destacar y revalorizar los sitios donde se desarrolló parte de la cultura pampeana y en los cuales se entraman actualmente los tejidos sociales rurales. Ellos son la pulpería, el almacén de ramos generales y los bares de campo. Los primeros, que surgieron con las líneas de avance hacia el territorio indígena en el siglo

XVIII y XIX, poseían como rol principal el de abastecimiento y adicionalmente el de encuentro de la sociedad rural; mientras que los segundos y terceros son resultado de transformaciones socioeconómicas.

Los almacenes de ramos generales son aquellos comercios que se inclinaron hacia el abastecimiento de bienes de consumo en las zonas rurales coincidiendo con el auge del modelo agroexportador entre fines del siglo XIX y mediados del siglo XX. Los bares de campo son aquellos comercios, muchos de ellos pulperías, que se inclinaron por el servicio gastronómico, de opciones sencillas como el despacho de bebidas alcohólicas y picadas, siendo los peones rurales los asiduos clientes. Siendo ese encuentro el origen de tradiciones pampeanas como la payada de guitarras, el truco, el juego de paleta, las carreras cuadreras, resulta de gran interés la preservación y revalorización de los espacios que aún hoy las permiten.

Hallándose las pulperías en entornos rurales, tanto en cascos urbanos como en cruces de caminos, se considera propicio investigar su rol e inserción en el turismo rural.

La elección del Municipio de Navarro se funda en la antigüedad y estado de conservación de sus bienes histórico-culturales, su cercanía con los centros emisivos de demanda turística y el alto grado de ruralidad de su espacio territorial.

El académico interesado en turismo y patrimonio puede encontrar en la investigación una base fáctica resultante del trabajo de campo que podrá utilizar para futuras investigaciones en materia de patrimonialización y activación turística en área rurales.

El municipio local puede utilizar el material recogido en las entrevistas y encuestas para elaborar planes de manejo turístico rural y tener sustento para dictaminar si es pertinente la protección patrimonial de dichos establecimientos.

La comunidad local podrá ver en esta investigación que es parte de un entramado histórico-cultural que la liga a las restantes comunidades de su municipio, con sus puntos en común y diferencias. A su vez, a la hora de decidir impulsar o no un proceso de patrimonialización de sus referentes simbólicos e identitarios, podrá recoger en la investigación antecedentes de procesos de patrimonialización en espacios rurales cercanos con métodos de gestión participativa. Encontrará también datos recogidos

acerca de la demanda actual de turismo, en cuanto a intereses, necesidades y puntos de vista que les ayudará a tomar una decisión en torno a la activación turística de su patrimonio edificado.

Se observa, en este sentido, un creciente interés por parte de las comunidades científicas en analizar los procesos de declaración patrimonial y activación turística. Entre ellos, los que tienen entre sus causas el crecimiento propio del turismo y, en particular, los que están relacionados a los procesos de revalorización y afirmación de diversas identidades, que encuentran en el legado histórico un vehículo para su salvaguarda y rescate del pasado. (Pinassi & Comparato, 2021)

Hipótesis

Las pulperías, almacenes y bares de campo del partido de Navarro poseen un valor patrimonial y de representación identitarios suficientes para ser objeto de patrimonialización y activación turística.

Formulación del problema

En el proceso de patrimonialización y activación turística en el espacio rural de Navarro:

- i. ¿Qué cualidades resguardan los bienes para ser considerados de interés patrimonial? ¿Las pulperías, almacenes y bares de campo poseen dichas cualidades? ¿En qué condiciones de conservación se encuentran? ¿Qué grado de accesibilidad al público poseen?
- ii. ¿Las pulperías, almacenes y bares de campo se encuentran protegidas como bienes patrimoniales? ¿Qué opinión/postura poseen los dueños de los establecimientos respecto a las declaraciones patrimoniales? ¿Y sus clientes? ¿Se sienten representados identitariamente por las pulperías, almacenes y bares a los que asisten?

- iii. ¿Qué tipo de actividad desarrollan las pulperías, almacenes y bares de campo en la actualidad? ¿Cómo son sus clientes? ¿De dónde provienen? ¿Con qué objetivo asisten a estos sitios? ¿Cuán asiduamente lo hacen? ¿Son visitados por turistas?
- iv. ¿Qué perspectiva posee la población local respecto a la activación turística de su entorno? ¿Cómo es su relación con los turistas? ¿Creen que es necesaria y/o beneficiosa la activación turística de los bienes patrimoniales?
- v. ¿De ser activadas turísticamente, qué rol podrían tomar las pulperías, almacenes y bares dentro de la oferta turística local? ¿Se encuentran preparadas para recibir al turismo? ¿Existe oferta turística local? Si es así, ¿Qué vínculos poseen las pulperías, almacenes y bares de campo con ella? ¿Son consideradas como un atractivo turístico? ¿Cómo afectó la pandemia de COVID 19 a la actividad comercial y turística de los establecimientos?
- vi. ¿Qué acciones lleva a cabo el sector público en cuanto a la conservación del patrimonio histórico-cultural municipal? ¿Se contemplan los motivos, los intereses, las representaciones identitarias? ¿Cuál es el procedimiento de acuerdo con la normativa municipal para declarar patrimonio histórico a bienes privados? ¿Qué valor/carácter le otorga el Estado municipal a las pulperías, almacenes y bares de campo de su territorio? ¿Las considera valiosas patrimonialmente? ¿Planea someterlas a un proceso de patrimonialización? ¿Si es así, que rol le otorga a la comunidad local? ¿Desea patrimonializarlas como objeto de protección a futuro o con miras a activarlas turísticamente?

Entonces, ¿Qué forma toma el proceso de patrimonialización en el caso de las pulperías, almacenes y bares en el espacio rural de Navarra y qué características toma el proceso de construcción de atraktividad turística?

El problema de esta investigación será desentramar el complejo proceso de patrimonialización y activación turística patrimonial tomando como caso el de las pulperías, almacenes de ramos generales y bares de campo del municipio de Navarra.

Metodología de investigación

En base al objeto y objetivos de la investigación se emplearon las siguientes técnicas:

- 1) Revisión de fuentes secundarias documentales y bibliográficas de autores locales, portales de Internet, para documentar la historia de los almacenes y bares desde su origen hasta la actualidad; revisión del marco normativo municipal, provincial y nacional en lo que concierne a la protección del patrimonio.
- 2) Relevamiento: Con el fin de registrar sus características comerciales e interpretar el estado de conservación y preservación patrimonial edilicio se confeccionaron fichas de relevamiento originales. Para responder a lo primero se designaron criterios de ubicación satelital, acceso, funcionalidad original y actual, horarios de apertura y servicios; y para lo segundo se tomaron como base los criterios de la Ley Nacional 25197/99 (art.2) y el modelo de pre inventario patrimonial del Comité de Investigaciones Científicas (Comisión de Investigaciones Científicas del Ministerio de la Producción y el Empleo de la Prov. de Bs As & Laboratorio de Investigaciones del territorio y el ambiente, 1997, #). En cuyo caso se determinaron dimensiones de:
 - Antigüedad del edificio.
 - Descripción de características arquitectónicas y paisajísticas: Descripción sintética de los rasgos del inmueble. Datos correspondientes a dimensiones, composición arquitectónica, disposición de sus ambientes y rasgos identitarios.
 - Modificaciones: Se registran modificaciones realizadas sobre el edificio o espacio original.
 - Estado de Conservación: A efectos de registrar el estado general en que se encuentra el inmueble se utilizaron las dimensiones: Bueno, Regular o Malo. Para los dos últimos casos se especifica en forma sintética el deterioro observado que lleva a la calificación del estado.
 - Valoración: Se utilizó el criterio empleado para el comité argentino del ICOMOS, que consta de cinco posibilidades:

- Valor Monumental: se refiere a aquellos edificios paradigmáticos, con sobresaliente valor en los aspectos arquitectónicos, paisajísticos, compositivos, artísticos o constructivos, o bien que constituyen casos únicos en su tipo o que juegan un papel protagónico como referentes de un período de la historia.
- Valor intrínseco: es el caso de aquellos edificios que, sin constituir casos excepcionales, poseen atributos que le otorgan valor en sí mismos, como ejemplos de un período de la arquitectura o del paisajismo o de un momento preciso de la historia del lugar.
- Valor ambiental: se refiere a edificios o espacios que, sin ostentar valor particular en sí mismos, cumplen un papel significativo en la atribución del carácter o la identidad de un sitio o área.
- Prescindible: es el caso de los inmuebles que no presentan valor en sí mismos ni contribuyen a definir la identidad del sitio o área y que su desaparición no alteraría el carácter de los mismos.
- Agresivo: es el caso de los inmuebles que, por sus dimensiones, uso, escala, características arquitectónicas o paisajísticas alteran el carácter de un sitio o área.

3) Entrevistas en profundidad semiestructuradas a encargados de los almacenes, bares y pulperías que son objeto de estudio: Para reunir información sobre el uso comercial y su experiencia de servicio durante la vigencia del ASPO y DISPO¹ 2020-2021, el comportamiento de la demanda, la composición de su oferta; indagar sobre su participación actual y a futuro en el sector turístico; conocer su opinión y consideraciones respecto a la declaración de interés patrimonial del sitio; registrar su perspectiva respecto de la participación municipal en materia de patrimonio y turismo.

Entrevista semiestructurada a Raúl Lambert, Secretario de Gobierno y Secretario de Cultura, Educación y Turismo del Municipio de Navarro y a Mónica Ramírez, referente de la Comisión Municipal de Preservación del Patrimonio Histórico y Cultural de Navarro, para distinguir el rol que posee el Estado municipal en el proceso de

¹ (Poder Ejecutivo de la Nación, 2020) (Ministerio de Justicia y Derechos Humanos de la Nación, 2020)

patrimonialización y activación turística de las pulperías, almacenes de ramos generales y bares de campo.

4) Encuestas estructuradas a clientes de los almacenes, bares y pulperías objeto de estudio: Para recoger información sobre los comportamientos y características de la demanda tanto local como turística; y conocer su postura respecto a la representación identitaria y patrimonial por parte del sitio.

Preguntas de investigación	Objetivos	Unidades de Análisis	Unidades de relevamiento	Técnicas de recolección
<p>¿Qué cualidades resguardan los bienes para ser considerados de interés patrimonial? ¿Las pulperías, almacenes y bares de campo poseen dichas cualidades? ¿En qué condiciones de conservación se encuentran? ¿Qué grado de accesibilidad al público poseen?</p> <p>¿Qué tipo de actividad desarrollan las pulperías, almacenes y bares de campo en la actualidad? ¿Cómo son sus clientes? ¿De dónde provienen? ¿Con qué objetivo asisten a estos sitios? ¿Cuán asiduamente lo hacen? ¿Son visitados por turistas?</p>	<p>Relevar la situación de las pulperías, almacenes de ramos generales y bares de campo actualmente activos del partido de Navarro para registrar su información comercial e interpretar su valor patrimonial.</p>	<p>Pulpería “Lo de Moreira” Almacén y museo “La Protegida” Almacén “Lo de Gómez” Almacén “La Media Luna” Almacén “El Recreo” Bar “El Toly” Pulpería Sol de Mayo</p>	<p>Encargados de los establecimientos y clientes</p>	<p>Fichas de Relevamiento Observación de campo Entrevistas semi estructuradas; Encuestas estructuradas</p>
<p>¿De ser activadas turísticamente, qué rol podrían tomar las pulperías, almacenes y bares dentro de la oferta turística local? ¿Se encuentran preparadas para recibir al turismo? ¿Existe oferta turística local? Si es así, ¿Qué vínculos poseen las pulperías, almacenes y bares de campo con ella? ¿Son consideradas como un atractivo turístico? ¿Cómo afectó la pandemia de COVID 19 a la actividad comercial y turística de los establecimientos?</p>	<p>Examinar y estimar la potencialidad turística de las pulperías, almacenes de ramos generales y bares de campo en el particular contexto de pandemia.</p>	<p>Pulpería “Lo de Moreira” Almacén y museo “La Protegida” Almacén “Lo de Gómez” Almacén “La Media Luna” Almacén “El Recreo” Bar “El Toly” Pulpería Sol de Mayo</p>	<p>Encargados de los establecimientos y clientes</p>	<p>Entrevistas semi estructuradas; Encuestas estructuradas; Fichas de relevamiento</p>
<p>¿Qué acciones lleva a cabo el</p>	<p>Distinguir el rol</p>	<p>Municipio de</p>	<p>Secretario</p>	<p>Entrevistas</p>

<p>sector público en pos de la conservación del patrimonio histórico-cultural municipal? ¿Se contemplan los motivos, los intereses, las representaciones identitarias? ¿Cuál es el procedimiento de acuerdo a la normativa municipal para declarar patrimonio histórico a bienes privados? ¿Qué valor/carácter le otorga el Estado municipal a las pulperías, almacenes y bares de campo de su territorio? ¿Las considera valiosas patrimonialmente? ¿Planea someterlas a un proceso de patrimonialización? ¿Si es así, que rol le otorga a la comunidad local? ¿Desea patrimonializarlas como objeto de protección a futuro o con miras a activarlas turísticamente?</p>	<p>que posee el Estado municipal en el proceso de patrimonialización y activación turística de las pulperías, almacenes de ramos generales y bares de campo.</p>	<p>Navarro</p>	<p>de Cultura, Educación y Turismo; Comisión Municipal de Preservación del Patrimonio Histórico y Cultural de Navarro</p>	<p>semi estructuradas</p>
<p>¿Las pulperías, almacenes y bares de campo se encuentran protegidas como bienes patrimoniales? ¿Qué opinión/postura poseen los dueños de los establecimientos respecto a las declaraciones patrimoniales? ¿Y sus clientes? ¿Se sienten representados identitariamente por las pulperías, almacenes y bares a los que asisten?</p> <p>¿Qué perspectiva posee la población local respecto a la activación turística de su entorno? ¿Cómo es su relación con los turistas? ¿Creen que es necesaria y/o beneficiosa la activación turística de los bienes patrimoniales?</p>	<p>Identificar la opinión de la población local del partido de Navarro respecto al proceso de patrimonialización y activación turística de las pulperías, almacenes de ramos generales y bares de campo.</p>	<p>Vecinos del municipio de Navarro y turistas.</p>	<p>Encargados de los establecimientos y clientes.</p>	<p>Entrevistas semi estructuradas; Encuestas estructuradas; Observación de campo.</p>

Tabla 1 Metodología de investigación. Elaboración propia

En todos ellos se abordan las siguientes dimensiones de análisis:

1. Respecto al establecimiento

- a. Funcionalidad (originalidad y actual)
 - b. Auto categorización del establecimiento (según el encargado)
 - c. Antigüedad del edificio
2. Encargado del Establecimiento
- a. Antigüedad a cargo
 - b. Motivo adquisición de la propiedad
3. Funcionamiento del establecimiento
- a. Oferta (bienes y servicios ofrecidos)
 - b. Horarios de apertura
 - i. Pre- pandemia
 - ii. Cambios durante la pandemia
 - iii. Predisposición para ampliar
 - c. Efectos de la pandemia en la actividad del establecimiento
 - d. Capacidad total (pre-COVID/durante)
 - e. Servicios (sanitarios, etc.)
 - f. Personal a cargo
 - i. Cantidad
 - ii. Residencia
 - iii. Antigüedad
 - iv. Funciones
 - v. Capacitación/Formación profesional (en turismo y servicio)
4. El establecimiento como parte del sistema turístico
- a. Oferta complementaria local
 - i. Características y servicios que ofrece
 - b. Demanda/clientela
 - i. Caracterización según el encargado
 - ii. Tipología
 - 1. Turista
 - a. Con agente de viajes/circuito turístico
 - b. Sin agencia de viajes. movilidad propia.
 - 2. Local/vecino

- iii. Origen
 - 1. Local
 - 2. Municipio cercano
 - 3. Gran Buenos Aires
 - 4. Provincia de Buenos Aires
 - 5. Resto del país
 - 6. Internacional
- iv. Patrón de consumo
- v. Motivación/razón de visita
 - 1. Turístico gastronómico
 - 2. Turístico cultural
 - 3. Ambos
 - 4. Abastecimiento de insumos
 - 5. Otros
- vi. Itinerancia/periodicidad de visitas
 - 1. Una vez por año
 - 2. Todos los meses
 - 3. Todas las semanas
 - 4. Otro
- vii. Extensión/duración de la visita
- viii. Extensión de la visita a otros atractivos turísticos
- ix. Confirmación de visita a establecimientos similares
- c. Vínculos comerciales con agencias de turismo
- d. Activación turística del establecimiento
 - i. Interés del encargado del establecimiento
 - ii. Interés por parte de la clientela
 - iii. Reformas y cambios predispuestos a realizar
- 5. Consideraciones patrimoniales del establecimiento
 - e. En base al relevamiento del observante investigador:
 - i. Características arquitectónicas

- ii. Modificaciones
- iii. Estado de conservación (bueno, regular o malo)
- iv. Valoración: Clasificación de ICOMOS² Argentina (Comisión de Investigaciones Científicas del Ministerio de la Producción y el Empleo de la Prov. de Bs As, 1997)
 - 1. Valor monumental
 - 2. Valor intrínseco
 - 3. Valor ambiental
 - 4. Prescindible
 - 5. Agresivo
- f. A criterio del encargado del establecimiento
 - i. Pertenencia del establecimiento al patrimonio cultural local y qué elementos lo justifican
 - ii. Pertenencia del establecimiento a la identidad local y qué elementos lo justifican
 - iii. Voluntad/consentimiento de recibir declaración de protección patrimonial
- g. A criterio de los clientes
 - i. Pertenencia del establecimiento al patrimonio colectivo y reflejo de la identidad local
 - ii. Opinión respecto a la puesta en valor del establecimiento
 - iii. A criterio del vecino
 - 1. Opinión respecto al impacto comunitario de la patrimonialización.
 - 2. Opinión respecto a la activación turística del bien.
 - iv. Opinión respecto a las acciones para puesta en valor del sitio
 - 1. Preservación sin modificaciones
 - 2. Tareas de restauración
 - 3. Adaptaciones para el uso turístico

² Consejo Internacional de Monumentos y Sitios

6. Vínculo entre el Estado municipal y el establecimiento
 - a. Acciones que el encargado del establecimiento precisa que el municipio realice para apoyar su establecimiento.
 - b. Rol del Estado municipal en el proceso de conservación del patrimonio local.

Marco teórico

- i. Procesos de patrimonialización
- ii. Activación turística en espacios rurales

Turismo Rural

La Organización Mundial del Turismo define al visitante como una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitado. A su vez, clasifica al visitante como turista (o visitante que pernocta), o como visitante del día (o excursionista). (OMT, 2008)

En esta investigación se utilizará el término turista, para todo visitante no residente -ya sea que pernocte o no en el lugar- ya que es la manera en la cual los residentes locales se refieren a los visitantes.

Dado que el turismo rural involucra una amplia y heterogénea gama de actividades, la delimitación del concepto es una tarea compleja (Román & Ciccolella, 2009).

Se lo considera una actividad turística desarrollada en un medio rural y cuya motivación principal es la de la búsqueda de atractivos asociados al descanso, paisaje, cultura tradicional y huida de la masificación (Valdés Peláez, 1996)

Dentro de sus cualidades se hallan la autenticidad, la revalorización de la cultura rural, la atención familiar y su rol educativo (SECTUR, 2000) sin desmerecer su función como

fueron fuente de ingresos complementarios a los tradicionalmente dependientes del sector primario (OMT, 1993 en Román & Ciccolella, 2009).

Una de sus premisas es el respeto con el entorno natural, social y cultural, y la contribución a su conocimiento, protección y conservación. Suele utilizarse la infraestructura procedente de la restauración de los edificios existentes, o si fueran de nueva construcción, que respeten estrictamente la arquitectura tradicional de la zona. (Lorenzo González, Martín, presidente de la Asoc. Castellano Leonesa de Turismo Rural, España, en Wallingre & Toyos, 2010)

Aquellos destinos con poblados de menos de 10.000 habitantes y de 150 habitantes por kilómetro cuadrado, entorno y alrededores naturales, bajo nivel de infraestructura y negocios comerciales pertenecientes a propietarios locales son característicos del turismo rural. (OCDE, 1998; Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca, 2007 en Román & Ciccolella, 2009)

En la presente investigación se entenderá al turismo rural como aquel llevado a cabo en entornos rurales, por turistas en busca de atractivos asociados al descanso, cultura y arquitectura tradicional y huida de la masificación (Valdés Peláez, 1996) con la premisa del respeto por el entorno natural, social y cultural, la contribución a su conocimiento, protección y conservación (Román & Ciccolella, 2009) y como cualidades la autenticidad, la revalorización de la cultura rural, la atención familiar y su rol educativo (SECTUR, 2000).

En este sentido, las pulperías, almacenes de ramos generales y bares de campo transitan dos caminos en paralelo. Uno como establecimientos comerciales para abastecer de bienes de consumo diario a la población rural circundante, y el otro, como bienes representativos del folklore local potencialmente activables turísticamente dentro de un entorno rural.

Patrimonio Cultural

Para la presente investigación se tomarán las siguientes definiciones de patrimonio de acuerdo con las organizaciones que se encargan de su protección. Por un lado, la de Patrimonio tangible (UNESCO, 1972) definida como todo aquello perteneciente al mundo de lo físico, de la materia, susceptible de ser considerado como patrimonio, estando los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales asociados a esas prácticas integrados a este patrimonio. Dentro de los patrimonios tangibles considerados como bienes culturales, interesa destacar para este trabajo aquellos que conforman una manifestación de un intercambio de influencias considerable en un área cultural específica, en el desarrollo de la arquitectura o el diseño paisajístico; un testimonio excepcional, de una tradición cultural que sigue viva; un conjunto que ilustre una o más etapas significativas de la historia.

Dentro de la Ley Nacional 25.197/99 que establece el régimen del registro del patrimonio cultural, interesa destacar que define a los bienes culturales a todos aquellos objetos o sitios que constituyen la expresión o el testimonio de la creación humana y que tienen un valor histórico, excepcional. Agregando que el universo de todos aquellos bienes constituye el patrimonio cultural argentino. (Ministerio de Justicia y Derechos Humanos de Argentina, , 1999)

A nivel provincial, la Ley Provincial N°10419/86 crea la Comisión Provincial del Patrimonio Cultural de la Provincia de Buenos Aires, dependiente del Instituto Cultural. En su Artículo 2° determina que “la Comisión llevara a cabo la planificación, ejecución y control de las políticas culturales de conservación y preservación de los bienes declarados como patrimonio. “

A nivel municipal, la Ordenanza N° 1352/14 (Honorable Concejo Deliberante de Navarro, 2014) declara el interés municipal por la preservación del patrimonio histórico cultural en todo el Partido de Navarro. En su artículo 3 establece que “se considera patrimonio histórico cultural a todos aquellos bienes, en sus aspectos tangibles e intangibles, materiales y simbólicos que por su significación intrínseca y/o convencionalmente atribuidas, se consideren de importancia para el conocimiento del

pasado y para el desarrollo cultural de la comunidad entendiendo esta definición como un concepto de patrimonio histórico cultural amplio e integral.”

En su artículo 4 clasifica su patrimonio histórico cultural con las tipologías de “área histórica”, “sitio o lugar histórico”, “monumentos”, “archivos y/o colecciones privadas” y patrimonio cultural vivo:

El artículo 6 declara que “aquellas solicitudes de propuestas de inclusión de bienes al Patrimonio Histórico y Cultural por parte de Instituciones o particulares necesitarán de la aprobación de la Comisión Municipal de Preservación del Patrimonio Histórico y Cultural de Navarra y la posterior aprobación del Honorable Concejo Deliberante (HCD)”

Finalmente, el artículo 7 estipula que “todo elemento declarado como Patrimonio Histórico y Cultural de Navarra deberá ser señalizado en lugar visible desde la vía pública. La ejecución de dicha señalización estará a cargo del D E, quedando el propietario obligado a su conservación y aviso a la Municipalidad en caso de falta o destrucción y la salvaguarda de los intereses municipales obliga a todos los habitantes a colaborar en función de su protección, como también la de aquellos elementos que contribuyen a su valoración.”

Consecutivamente, en cuanto a la preservación del patrimonio, el HCD de Navarra expresa que consiste en rescatar las obras que el hombre ha dejado a través del tiempo sobre las que se constituye la cultura e identidad de un pueblo; y que es un derecho cultural que otorga calidad de vida a los pueblos, y su acceso y disfrute resulta un derecho inalienable. Por ello impulsa a salvaguardar, prevenir y divulgar aquellos bienes tangibles e intangibles que se constituyen como patrimonio histórico cultural. (Honorable Concejo Deliberante de Navarra, 2014)

Habiendo expuesto las posturas esencialistas respecto al patrimonio, sobre las cuales el autor adhiere, es voluntad de este oponer también posturas críticas que invitan a reflexionar sobre el proceso que transita el camino del patrimonio.

Uno de ellos es Lloren Prats (Prats L. ; 1996), quien define el patrimonio cultural como una invención y una construcción social que adquiere autoridad al ser legitimada por la

sociedad a partir de un discurso que le precede. A continuación, describe el valor de la simbología como carácter determinante en lo patrimonial y de cómo los referentes simbólicos patrimoniales son aquellos con la capacidad de expresar de una forma sintética y emocionalmente efectiva una relación entre ideas y valores, de condensar los atributos que los legitiman. Pudiéndose tratar de la intensificación de un determinado parámetro, como la antigüedad de una pulpería, o la combinación de parámetros distintos, el valor histórico edilicio de un almacén de ramos generales y el símbolo que representa para los habitantes locales.

Otro elemento importante al momento de determinar el valor patrimonial de un bien es la identidad. Prats aclara al respecto que la identidad es una construcción social y un hecho en sí dinámico, aunque con un razonable nivel de fijación y perduración en el tiempo, y que toda formulación de la identidad es únicamente una versión de esa identidad. El patrimonio, mejor dicho, las diversas activaciones de determinados referentes patrimoniales son representaciones simbólicas de estas versiones de la identidad. (Prats L. , Antropología y patrimonio, 1996)

Para Choay (2001 en Troncoso, 2008) los bienes patrimoniales no contribuyen a la conformación de una identidad, sino que sólo dan lugar a una auto contemplación pasiva y un culto por una identidad genérica. En este sentido, afirma, el patrimonio no tiene una función constructiva sino defensiva. En definitiva, se trataría de una reconstrucción del pasado para no afrontar los dilemas del presente (Lowenthal, 1998 en Troncoso, 2008). El presente trabajo no suscribe con esta visión, sino que se inclina por la visión constructivista de Prats.

La autenticidad es otro de los elementos simbólicos del patrimonio, el cual Prats va a asociar con el mecanismo de metonimia, que se basa en el principio de contacto o asociación. En el caso del patrimonio, la autenticidad dependerá en función del grado de contacto que el bien tuvo o tiene con los parámetros extra culturales que los legitiman. (Prats L., 1996)

El patrimonio, entonces, será entendido en este trabajo con dos visiones como expresa Troncoso (2008), la visión tradicional, que ve el patrimonio como esencia de la identidad

y la cultura, y la visión crítica, que considera el patrimonio como resultado de un proceso social.

Procesos de patrimonialización

La patrimonialización o también llamada “activación patrimonial” de un bien es un proceso que conlleva una parte legal, oficial y tangible, como lo declara el artículo 6 de la Ordenanza Nº 1352/14 del Partido de Navarro, pero es también un proceso social intangible que es imprescindible analizar.

Tanto Bustos Cara (2004) como Prats (1996) consideran que la patrimonialización es un proceso social y de construcción. El primero hace énfasis en enmarcar el patrimonio en un espacio-tiempo y que adquiere sentido por doble vía: por herencia específica de un grupo o colectivo y por legitimación científica de especialistas en patrimonio. Prats, por su lado, dice que la activación patrimonial se realiza de acuerdo con una versión ideológica de la identidad, la cual se considera también como una construcción social y un hecho dinámico. Es en este punto donde se distancian en esencia las miradas: mientras que la primera es estática, la segunda plantea el dinamismo del proceso. A su vez, Prats alerta sobre el peligro de que ese proceso sea tomado por individuos con ciertos valores, ideas e intereses y que pretendan naturalizarlo presentándolo como resultado de una acción colectiva.

En el presente trabajo se toma la patrimonialización como un proceso de construcción social, utilizando la visión científica de especialistas no como una legitimación sino como iluminación sobre las posibles activaciones patrimoniales y analizando la representación identitaria del repertorio patrimonial como un hecho dinámico.

- Doble dimensión patrimonial: patrimonio identitario y mercantilización del patrimonio

Graham, Ashworth y Tunbridge dan a conocer una doble dimensión patrimonial, una con sentido cultural, en la que se involucran los elementos vinculados a la identidad, y otra con sentido económico, en la que se da la mercantilización del patrimonio por la posibilidad de consumirlo a través de prácticas como el turismo. Sobre esta última Prats (1998) señala que los patrimonios se miden por consumo y no por calidad, que surge

un nuevo tipo de activación patrimonial que no es identitario sino turístico y comercial y alerta sobre la imagen externa estereotipada que se tiene desde los centros emisores de turismo. (Graham, Ashworth, & Tunbridge, 2000 en Troncoso, 2008)

En este punto MacCannell da cuenta de las confrontaciones que se pueden generar entre la lógica turística-comercial y la identitaria, que hasta podría dar lugar a la reformulación de la identidad en tanto se adopten como propias las imágenes externas generadas a partir del turismo. (MacCannell, 1992 en Troncoso, 2008)

Este trabajo adhiere a esta visión de la doble dimensionalidad de Graham, Ashworth y Tunbridge y toma en cuenta las posiciones de Mac Cannel y Prats, aunque no desde una óptica de crítica hacia la turistificación del patrimonio, sino como un marco de contención y alerta sobre las posibles consecuencias de un manejo unilateral de los procesos patrimoniales que no tienen en cuenta la lógica identitaria y sensibilidad de la población local.

- Patrimonialización de conjuntos

Existen casos en los cuales la patrimonialización se realiza no solo sobre un elemento de interés patrimonial, sino que se extiende sobre un conjunto de bienes que comparten similares características y/o que son parte del mismo espacio cultural y/o geográfico. Un ejemplo de ello es el Programa Bares Notables de la Ciudad de Buenos Aires creado mediante la Ley N°35 del año 2000 y que tiene por finalidad preservar los bares porteños como defensa de identidades distintivas frente a los estereotipos globalizantes tendiendo a preservarlos y promoverlos como atractivos turísticos destacados dentro del amplio abanico de repertorio cultural porteño. La ley define como notables a aquellos bares, billares o confiterías relacionados con hechos o actividades culturales de significación; aquellos cuya antigüedad, diseño arquitectónico o relevancia cultural le otorguen un valor particular. (Schettini & Gonzalez Bracco, 2011; Muñoz, 2021)

Previo a ello la ordenanza número 48.039/94 instituyó la figura de "Sitio de Interés Cultural" dentro de las cuales fueron declarados patrimoniales aquellos lugares que se han constituido en parte inseparable de la ciudad como cines, cafés, teatros, templos; y

a raíz de dicha ordenanza se creó un registro en el que se inscriben los considerados de interés cultural debiendo exhibir una placa en la puerta de ingreso. (Muñoz, 2021)

En el caso del Programa de Bares Notables el proceso de patrimonialización de conjuntos sirvió para brindar relevancia y visibilidad a los mismos, tanto para los turistas como para los residentes del Área Metropolitana de Buenos Aires que se desplazan diariamente o de paseo en los fines de semana. Sin embargo, no se encuentra comprobado que los vecinos del entorno inmediato al café o bar se sienten representados identitariamente por este o que hayan sido parte del proceso de patrimonialización.

Este autor adhiere a la patrimonialización de bienes en conjunto, aunque teniéndola en cuenta como una construcción social que integre a las distintas comunidades, que no por encontrarse cercanas una de otra sean la misma, y sea reflejo de su identidad.

Activación turística del patrimonio

En la teoría del sistema turístico, Boullón (1985) indica que “el funcionamiento del sistema turístico se origina en el encuentro de la oferta turística con la demanda turística a través de un proceso de compra/venta del llamado producto turístico, que junto con la infraestructura forman la estructura de producción del sector.” A su vez, expresa que “la oferta turística está integrada por los servicios que suministran los elementos de la planta turística y por algunos bienes no turísticos, los cuales se comercializan mediante el sistema turístico”.

Ahora bien, si se consideran a las pulperías, almacenes y bares como bienes patrimonializables, el proceso por el cual ellas son integradas a la estructura turística local es más complejo y no se encuentra exento de conflictos. En este trabajo se lo denomina activación turística o turistificación del patrimonio y a continuación se desagregan sus conceptos clave y posibles conflictos.

El proceso de turistificación del patrimonio comienza con una selección de aquellos elementos patrimoniales que serán valorizados por el turismo en tanto atractivos, convirtiéndose este en una resignificación del patrimonio a partir de procesos sociales

de construcción de atractividad turística (Almirón, Bertonecello, & Troncoso, 2006 en Troncoso, 2008).

Durante este proceso, el sentido que posee el patrimonio para los distintos sectores de la sociedad se pone en juego, pudiendo ser redefinidos, desconocidos o descartados, convirtiéndose en una causa del conflicto en la articulación patrimonio-turismo (Troncoso, 2008)

Troncoso propone que la positividad o negatividad que adquiere el vínculo entre turismo y patrimonio gira en torno a tres cuestiones: La posibilidad que brinda el turismo de dar a conocer el patrimonio a la sociedad; el vínculo entre turismo y patrimonio a partir de las posibilidades de conservación del patrimonio y la capacidad de generar recursos que brinda la turistificación del patrimonio.

Al analizarlo desde la doble dimensión del patrimonio según Graham, Ashworth y Tunbridge, se rescata que la segunda cuestión puede traer beneficios positivos para la preservación y protección identitaria a través de acciones de restauración, rescate u optimización que pueden incentivar la visibilidad que el turismo otorga, pero también puede existir una mirada más crítica desde la dimensión cultural, como Prats y MacCannell que exponga que la mercantilización del patrimonio sea una posible amenaza de su deterioro o destrucción.

Por ello, como mirada conciliadora, este trabajo adscribe a Ballart Hernández, Tresserras y Villa que proponen un uso económico del patrimonio acompañado de un uso de tipo cultural para evitar la pérdida de relación con el contexto y el significado original logrando “mantener intacto su valor patrimonial en el presente”. En esta misma línea, parte de los beneficios generados por el consumo turístico del patrimonio deberían destinarse para la gestión y protección de este. (Ballart Hernández & Tresserras, 2001)

Troncoso señala que existen diferencias en las propuestas de cómo llevar adelante la turistificación del patrimonio: “Una parte importante de las mismas realizan enumeraciones y descripciones de lo que constituirá la oferta turística haciendo referencia a los elementos patrimoniales y sus cualidades; mientras que otras

reflexionan sobre la elección del turismo como alternativa para el desarrollo de determinadas áreas o localidades sin tener en cuenta qué características tiene la oferta y si ésta se encuentra adecuadamente dimensionada con la demanda.” (2008, pág. 116) Respecto a este punto en particular, este trabajo rescata la importancia de caracterizar cualitativamente a los elementos patrimoniales con posibilidad de ser activados turísticamente como oferta a la vez que se dimensiona y compara con la demanda potencial de los mismos.

En el mismo sentido, Santana Talavera (2003) afirma que, para ser activados turísticamente, los elementos patrimoniales deben ser adaptados para un uso repetitivo, rápido, ameno y sencillo y preparados para la mirada, no para la lectura.

Por estas razones es importante señalar la distancia que media entre la intención de convertir al patrimonio en recurso turístico y su efectiva realización; distancia que parecería ser obviada en muchas propuestas de desarrollar el turismo patrimonial. (Troncoso, 2008)

Parte de esa distancia se verá condicionada por la participación de la población local en el proceso, que como señala Troncoso (2008) puede no contemplar los intereses de los vecinos ni llevar a una concreción de sus intenciones. Sobre esto, Prats señala el rol central del poder político y el juego que se da entre “lo deseable, lo razonable y lo posible, o, dicho de otra forma: las buenas intenciones, la razón formal (legitimada por los parámetros técnicos, objetivos y materiales, como recursos, ubicación, infraestructuras, etc.) y la razón contextual (determinada por las fuerzas e intereses en juego). Por muy poderosas que sean las buenas intenciones y las razones formales, las fuerzas e intereses que integran esto que llamamos razón contextual acabarán imponiéndose” (Prats L. , 2003, pág. 134)

En este punto ingresa la superestructura turística caracterizada por Boullón (1985) como la que comprende todos los organismos especializados, tanto públicos como de la actividad privada, encargados de optimizar y modificar, cuando fuera necesario, el funcionamiento de cada una de las partes que integran el sistema, así como de armonizar sus relaciones para facilitar la producción y venta de los múltiples y dispares servicios que componen el producto turístico.”

En cuanto al área de responsabilidad organizacional, la superestructura está compuesta por dos tipos distintos de agrupaciones:

a) Las dependencias de la administración pública.

En casi todos los casos sus funciones específicas son: la promoción turística en el extranjero, el control de calidad de los servicios, la fijación y el control de precios, la planificación del desarrollo, la promoción de inversiones de la actividad privada, la promoción del turismo interno, el desarrollo del turismo social y, a veces, la construcción del equipamiento e instalaciones turísticas. (Boullón R. , 1990)

b) Las organizaciones privadas.

Estas participan en la superestructura a través de numerosas organizaciones que las empresas han creado para compatibilizar y defender sus intereses particulares. Forman parte de ese conjunto las asociaciones de hoteleros, restauranteros, agentes de viajes, transportistas, guías turísticos. En algunos casos a nivel provincial o nacional existen cámaras de turismo que agrupan a las previamente nombradas.

Boullón destaca, dentro de sus funciones para ser el subsistema superior que regule todo el sistema, las de controlar la eficiencia del sistema, vigilando el funcionamiento e interrelación de las partes; realizar las gestiones políticas con las otras instituciones que tienen jurisdicción sobre el espacio turístico, a fin de obtener la sanción de instrumentos legales que aseguren un control efectivo sobre el presente y la evolución de esas áreas; vigilar, sino intervenir activamente en el proceso de venta del producto turístico (por ejemplo fijando o controlando las tarifas de los establecimientos que prestan servicios turísticos); fiscalizar la calidad de los servicios turísticos.

En cuanto a la superestructura turística, en la presente investigación se la tomará como la poseedora del rol de la administración pública municipal en la conservación y protección del patrimonio cultural local, la aplicación de normativa legal de protección patrimonial y el vínculo que se entabla entre la dimensión política, económica y cultural del patrimonio que pueda ser activado turísticamente.

En definitiva, el autor se adhiere a la mirada conciliadora de Ballart Hernández, Tresserras y Villa y coincide con las tres cuestiones señaladas por Troncoso en cuanto

a la visibilidad que otorga el turismo, los beneficios económicos y la posibilidad de inversión de recursos en la protección del mismo; sin embargo toma también el cuidado de la identidad y la protección de la voluntad popular local de Prats; entendiendo como organismo tutor y controlador a la superestructura turística, que es la única que puede velar por los intereses de todos los actores sin dejar de lado el cuidado de la identidad ni la desprotección del patrimonio.

Patrimonio y turismo rural (Patrimonialización y activación turística en espacios rurales)

Los procesos de patrimonialización y activación turística adquieren particularidades de acuerdo con el espacio donde se desarrollan. En el espacio rural de la pampa bonaerense donde se han comenzado a llevar a cabo estos procesos, se evidencia un cambio en la relación y el vínculo que los pobladores mantienen con sus lugares de residencia (Pérez Winter, 2019). Se visibiliza el encuentro de intereses entre actores público, privados y locales que mencionaba Prats, en los que, por ejemplo, los actores estatales son los que adquieren un rol protagónico en la toma de decisión sobre qué elementos -vinculados con la ruralidad - son significativos como para preservar, y a su vez mercantilizar (Zusman & Pérez Winter, 2018); pensando no tanto en las necesidades/intereses de las comunidades locales, sino en las expectativas y gustos de los consumidores externos como los turistas/visitantes (Kirshenblatt-Gimblett, 1998; Perkins, 2006; Prats L. , 2004; en Pérez Winter, 2019)

Frente a ese terreno de conflicto, el Estado elabora programas de gestión como el de Pueblos Turísticos (2008) - diseñado por la Subsecretaría de Turismo de la provincia de Buenos Aires- con la intención de “poner en valor todos aquellos recursos patrimoniales y/o extrapatrimoniales existentes en las pequeñas localidades”; o el programa nacional “Pueblos Auténticos” (2017) diseñado por la Secretaria de Turismo y la Comisión Nacional de Monumentos, Lugares y Bienes Históricos y el programa “Lugares Mágicos” (2016) de la Provincia de Salta con el fin de fomentar el arraigo, fortalecer las identidades locales y promover el desarrollo local (Pérez Winter, 2019)

Al respecto, Massey (Massey, 1995) señala que muchas veces los programas promocionados por las políticas públicas tiendan a cristalizar los lugares y sus prácticas

en función de las expectativas de los turistas, congelando un espacio -tiempo. Cuando así sucede, la comunidad local puede buscar aumentar su participación con la creación de organizaciones no gubernamentales (ONGs), como las argentinas ONG Responde, Pueblos que Laten, Proyecto pulpería, o cooperativas y emprendimientos comunitarios. Un ejemplo cercano al caso de estudio es la Asociación Civil Pueblos y Parajes de San Andrés de Giles, declarada de “Interés Legislativo Provincial, cuyos objetivos son: “impulsar acciones que contribuyan a proteger los elementos que identifican como patrimonio, “afirmar la identidad lugareña”, fomentar redes de solidaridad y cooperación”; otorgándole cierta autonomía de gestión a los residentes rurales y demostrando que es allí donde los pobladores logran consolidarse como actores en la toma de decisiones sobre el desarrollo turístico en sus localidades y en la activación patrimonial (Pérez Winter, 2019)

“Los pueblos rurales se instalan como nuevos espacios de consumo (turístico) en los que se condensan múltiples identidades y sentidos que serán activados por los diferentes sectores que componen una comunidad heterogénea y por los visitantes y turistas. De esta forma, los procesos de revitalización evidencian la necesidad de pluralizar la ruralidad que está en continua redefinición.” (Pérez Winter, 2019)

Es así como, al hablar de patrimonialización y turistificación en espacios rurales, este trabajo adhiere a la importancia de los espacios de gestión participativa donde son los pobladores quienes procuran construir un reencuentro con el lugar que habitan, presentando iniciativas acordes a sus intereses y necesidades (Nogué, 2016). Y al mismo tiempo, se entiende que los actores públicos a través de programas como Pueblos Turísticos (2008) deben tener como fin otorgar visibilidad al patrimonio, beneficios económicos a los locales y la posibilidad de inversión de recursos en la protección de este; cuidado de la identidad y la protección de la voluntad popular local.

Turismo Rural y COVID-19

En los últimos 20 años, en respuesta al crecimiento de las grandes ciudades y la necesidad de desconexión de tareas cotidianas, el turista ha manifestado interés en la búsqueda de espacios naturales y abiertos, acortar la distancia de los desplazamientos,

reconexión con sus tradiciones, la adquisición de productos de elaboración local, entre otros.

Ante la pandemia por COVID-19, que redujo y limitó los desplazamientos turísticos a lo largo del 2020 y 2021, se intenta establecer los cambios en las conductas de los turistas.

Diversos estudios demuestran que, en momentos de incertidumbre y crisis, los flujos turísticos no desaparecen, sino que mutan y se dirigen hacia zonas rurales, comúnmente alejadas de la ciudad. El turismo rural es, en vista de ello, un segmento sustituto del turismo urbano o masivo en momentos difíciles. (Bhattarai, 2005; Drakos y Kutan, 2003; Yuan, 2005 en Korstanje, 2020)

Sanjay Nepal afirma que existe un particular interés por el turismo en áreas naturales lo cual significa que el turismo experimenta una suerte de “refundación”. Las actividades al aire libre parecen ser preferibles a los tours urbanos en muchas partes del mundo todavía prohibidos. (Korstanje, 2020)

En la actualidad, el turismo rural brinda una salida o escape para miles de turistas ciudadanos y una oportunidad para revitalizar –o recuperar– las economías domésticas de la crisis que deja el COVID-19. En momentos de incertidumbre, como los que ha suscitado la pandemia, el turismo rural se presenta como un destino obligado para miles de personas.

Antecedentes internacionales y nacionales del tema

Las pulperías han sido objeto de estudio principalmente en investigaciones de carácter histórico y cultural.

- Bossio (1972) realiza una de las más completas caracterizaciones de las pulperías en base a relatos de la época. Se ocupa de describirlas en términos de su arquitectura, decoración, sus asiduos clientes y memorables anécdotas de enfrentamientos. (Bossio, 1972)

- Mayo (1996) refleja el producto de la investigación conjunta de un pequeño equipo de jóvenes investigadores de la Facultad de Humanidades de la Universidad Nacional de Mar del Plata.-(Mayo, 1996)
- El autor parte de los escritos de Bossio y Kinsbruner en busca de caracterizar a los pulperos de la Ciudad de Buenos Aires. También se propuso profundizar el conocimiento de la pulpería urbana misma en el período 1740-1830. Logra reconstruir las vidas y bienes de cien pulperos y las existencias de cuarenta pulperías. Aunque la pulpería rural no es materia de este libro, incluye en el apéndice un trabajo conjunto del equipo sobre el tema, para invitar a una comparación entre una y otra y ofrecer un marco de referencia más amplio. (Bossio, 1972) (Kinsbruner, 1987) (Mayo, 1996)
- Carrera (2010) quien integrara aquel equipo de jóvenes de la UNMdP, continúa y profundiza la investigación enfocándose en las pulperías rurales tratando sobre la influencia de los pulperos y pulperías en materia económica, política y social tanto en la campaña en su conjunto como hacia el interior de los pueblos. (Carrera, 2010)

En cuanto al turismo rural, los estudios han comenzado a incrementarse en los últimos 10 años. Es oportuno tomar en consideración los siguientes trabajos académicos, que buscan definir el concepto de turismo rural tanto desde la teoría como desde la práctica y caracterizar sus usos, potencialidades, beneficios y aplicaciones.

- Pérez Winter, en Patrimonio y Turismo rural en Argentina: Exaltación de la Cruz, un caso del campo bonaerense. Se ocupa de definir la “ruralidad” teniendo por caso el Barrio Los Ombúes de Exaltación de la Cruz, municipio localizado a menos de 50 kilómetros de Navarro. (Pérez Winter, 2003)
- F. Navarro y R. Schlüter. “El turismo en los pueblos rurales de Argentina ¿Es la gastronomía una opción de desarrollo?”. UNSAM 2010. Por medio de una evaluación de la sostenibilidad turística de un destino a través del uso de indicadores presenta al turismo gastronómico como una alternativa de desarrollo para pueblos rurales de la Provincia de Buenos Aires, aplicándolo a la localidad de Tomás Jofré. Ésta se ubica próxima a Navarro y pese a poseer oferta de

atractivos similar decidió inclinarse por el abordaje gastronómico del turismo. (Navarro & Schlüter, 2010)

- Román. “Turismo rural en Argentina: concepto, situación y perspectivas.” En el marco del Programa Hemisférico de Agroturismo, se brinda una revisión de los antecedentes del turismo rural en la Argentina, los conceptos que lo definen, las modalidades que se incluyen en su oferta y la institucionalidad que regula y apoya al sector. Teniendo como objetivo contribuir a la elaboración de programas y proyectos dirigidos a promover el turismo rural como estrategia de desarrollo en comunidades rurales. (Román & Ciccolella, 2009)
- Toselli. Turismo cultural, participación local y sustentabilidad Algunas consideraciones sobre la puesta en valor del patrimonio rural como recurso turístico en Argentina. (Toselli, 2014)
- El Plan Estratégico de Turismo Sustentable de Navarro, elaborado por el Ministerio del Interior en el año 2014, no incluye a las pulperías dentro de la lista de “sitios de interés histórico-cultural”, sin embargo hace referencia a ellas con las ordenanzas N° 1244/2012 y N° 412 de Protección de bienes histórico culturales, las clasifica como manifestaciones culturales folclóricas y las define como “los espacios con mayor eficacia simbólica ligados a la identidad local y regional” con “Juan Moreira, quien parte de su vida la tuvo ligada a Navarro.” (Ministerio del Interior, Obras Públicas y Vivienda, 2014)

En relación a los trabajos académicos de patrimonialización:

Dhaher (2018) analiza el caso del “Casco Antiguo de Tozeur, Túnez” que brinda distintos aprendizajes y situaciones desde las cuales partir para el inicio de un proceso local. Entre ellos menciona que:

- Como beneficio del proceso turístico en un sitio patrimonial destaca la activación de la economía local a partir de ordenanzas municipales que regulan las prácticas constructivas, incluyen materiales, estilos, medidas.
- Como perjuicios de la turistificación se identifican las transformaciones anti-patrimoniales por las modificaciones de las fachadas y la identidad arquitectónica; la desfiguración del paisaje tradicional de la ciudad a partir de la

transformación de las superficies interiores por la especulación inmobiliaria; el daño a la integridad patrimonial por los cambios en las relaciones sociales y el abandono de prácticas culturales.

- Frente a ello el autor previene de la “museificación” (Lefebvre, 1989) del patrimonio y el riesgo de brindar una apariencia artificial por los procesos de “folklorización”, en los cuales se busca responder a imágenes mentales de los turistas, por ejemplo, a través de correcciones imperfectas de los defectos de la arquitectura original. Sumado a ello, identifica el riesgo de una superposición o alteración de prácticas habituales locales en el proceso de adaptación al ingreso del turismo, como es el caso de los horarios de descanso vespertino.
- La utilización del patrimonio para el turismo con fines de desarrollo local debe ser respetuosa con su identidad y ser capaz de mantener su autenticidad (FURT & Michel, 2006) la afirmación de autenticidad debe oponerse a la destrucción y a la sustitución por grandes trabajos de reorganización y remodelación espacial (Ientile, Bellanca, & Naretto) necesidades culturales, recreativas e incluso residenciales de la población local no deben correr el riesgo de convertirse en cuestión secundaria; la protección del patrimonio debe realizarse en coordinación con otras medidas de carácter local de manera responsable y sostenible; el objetivo de la protección patrimonial es garantizar su supervivencia, su conservación y su transmisión para las generaciones futuras.

Pastor Alfonso (2003) destaca la iniciativa de la comunidad de inventariar, catalogar y conservar el patrimonio para activarlo como propio en compañía con el Estado que asiste y brinda apoyo económico.

Resalta el rol activo del turismo patrimonial como generador de recursos económicos, potenciador de la estima de los pobladores sobre sus factores identitarios y el de la educación como factor de valorización de los elementos patrimoniales propios en el ejercicio de su reconocimiento por parte de los locales.

Desarrollo – Las Pulperías

Definición de “Pulpería”

Proveniente del diccionario crítico etimológico de la Lengua Castellana (1954), “voz empleada en casi toda América, sin duda derivada de pulpa, por ser los frutos tropicales y el dulce que con aquellos se hacía el principal artículo que podían expender los comerciantes (...) Algunos derivados de la palabra Pulpería permiten aclarar el panorama. Pulpero se llama al artefacto que sirve para obtener la pulpa o el jugo de frutos.” (Bossio, 1972)

Pulperías “de campaña”

Dentro del proceso de conformación del negocio de las pulperías es necesario diferenciar por un lado la pulpería “porteña” de la pulpería “de campaña”.

En cuanto a su proliferación, la primera tuvo un desarrollo mucho más rápido e intenso debido a la afluencia de personas y la densidad de población circundante (aún mayor en el caso de Buenos Aires al convertirse en capital del Virreinato en 1776). En cambio, en la segunda, que se encontraba lejos de los centros poblacionales, pero sí a la vera de los caminos y en las esquinas de los principales cruces, su crecimiento fue mucho más moderado.

También se diferenciaron en cuanto a su propósito y fin. Mientras que la primera fue torciendo su rumbo hacia una suerte de fonda, bar y almacén de ramos generales debido a que la urbanización comenzaba a rodearlas y el trajín urbano se aceleraba; la segunda siguió cumpliendo su rol original de “sucursal de la civilización” y de puesto de avanzada en “la frontera” con el indio debido a que la ruralidad, es decir la lejanía de los centros poblacionales, se mantuvo en el tiempo, incluso hasta el día de hoy.

Las pulperías que hoy en día se encuentran en el municipio de Navarro fueron concebidas como pulperías de campaña y como puesto de avanzada en la frontera con el indio. Crédito de ello brinda el Fortín Navarro o Guardia de San Lorenzo, lugar histórico provincial Ley 10780/89. (Legislatura de la Provincia de Buenos Aires, 1989)

Las pulperías de campaña llegaron a su máximo en la década de 1810 llegando a ser unas 430, luego del cual su número comenzó a decaer lentamente, pero sin pausa hasta el día de hoy. (Carrera, 2010)

En cuanto a su emplazamiento, se las podía encontrar en múltiples lugares (rincones, cruces, puentes, cañadas, etc.) y no solamente en las plazas centrales de los pueblos o en los fuertes. Esto muestra el grado de penetración de la actividad comercial hasta en los lugares más inhóspitos. (Carrera, 2010)

Arquitectura de las Pulperías

A pesar de que nos sobreviven varias pulperías, podemos encontrar en las líneas de cronistas de la época, la verdadera identidad y sobre todo la impresión que brindaba la pulpería a su visitante:

“Era un rancho largo, sucio, revocado con estiércol, especie de fonda, prisión, pulpería y fuerte” Prado, 1960 en (Bossio, 1972, pág. 49)

“Interiormente la disposición de las pulperías era casi invariablemente la misma. Tenían sobre un mostrador unas rejas que, primero fueron de madera y luego de hierro, las que llegaban hasta el techo, y tras las cuales se colocaba el pulpero. El mostrador tenía, generalmente, un ancho de un metro, con lo cual también se prevenía contra aquellos que tuvieran sable o facón de catorce pulgadas. En muchos casos cuando el mostrador no era suficientemente ancho, era suplido por una tabla rebatible, la que en los momentos más acuciantes para el pulpero se levantaba y cerraba herméticamente, quedando clausurado al exterior. Las rejas, por lo común, estaban compuestas por barrotes tan cercanos unos de otros que a veces resultaba hasta difícil pasar un pan. Por sus hendijas, el pulpero servía en sus vasos culeros, fabricados en España, el aguardiente, bebida preferida por los gauchos” (Bossio, 1972)

“La reja fue impuesta por una necesidad de defensa del pulpero; su imposición debió producirse en algún lugar lejano de la protección de la autoridad. (...) Otro de los elementos exteriores que caracterizó a la pulpería (...) fue el palenque; primero de palo, por una cuestión de economía.” (Bossio, 1972)

El Rol de las Pulperías

Rol Social

La pulpería desempeñó diversas funciones, entre las que recordamos la de taberna, proveeduría, bolsa de trabajo o agencia de colocaciones, fuente de noticias de los acontecimientos humanos o políticos más destacados del pago. Punto de reunión al que concurría el gaucho, pues en ella encontraba sentimientos comunes en aquella inmensidad solitaria de la pampa. Fue en todo caso, cómo lo sugirió Luis Franco, “una sucursal de la civilización que retiene valor histórico en función del calor humano que le otorgó el campesino de nuestra llanura” (Bossio, 1972, pág. 57)

Entretenimiento

Una vez que los gauchos se refrescaban y se informaban, se sentaban a entretenerse con sus pares, ya sea con una partida de “truco” (juego de cartas de origen español que adquirió mucha fama por la picardía de los jugadores pampeanos) o tomando un changango para batirse a duelo en una payada.

La payada fue un verdadero duelo entre hombres que ponía en juego la creatividad y astucia al cantar las rimas por parte del payador, y la rapidez de su contrincante para ganar la partida. Algunas de sus características fueron inmortalizadas en los versos de José Hernández en su “Martín Fierro”:

“Mi gala en las Pulperías//era cuando había más gente,//ponerme medio caliente,// pues cuando puntiao me encuentro//me salen coplas de adentro//cómo agua de la vertiente” (Hernández, 1872)

Los payadores serían descritos por Leopoldo Lugones como “agentes de civilización fundamentales para el campesino” (Lugones, 1944) debido a la eficacia de la música como herramienta de educación y Ventura Lynch como “como improvisadores, que hacen su aparición en el panorama juglaresco de la campaña en 1778”. (Bossio, 1972, pág. 54)

Rol Comercial

Almacén de Campo, Bar y Boliche

“El paisano la reconocía desde la distancia (...) por un detalle que si bien no prevaleció como símbolo (...), sirvió para reconocerle en la inmensidad del desierto; la banderita. (...) Un trapo de género colorado, enarbolado al tope de una caña de bambú a manera de señal. (...) el sentido de la banderola fuera el de avisar al viajero cuando en la pulpería había carne o vino; blanca si no había más que bebida, o roja si sólo había carne, cómo lo afirma Leopoldo Lugones en “el payador” de 1916” (Bossio, 1972, pág. 77)

Personajes: El gaucho y el pulpero

El Gaucho

“Mestizo, de padre europeo y madre indígena, el gaucho fue un habitante nómada de la llanura argentina.” Así lo define Roberto Alifano, el cual luego agrega que gracias a las guerras de independencia y civiles durante el siglo XIX se realizó en torno a su figura la literatura gauchesca, cuyo eje “fue la denuncia de la injusticia social, que tuvo como punto culminante (...) los libros El gaucho Martín Fierro y La Vuelta de Martín Fierro, del poeta José Hernández” (Alifano, 2017)

El francés Paul Groussac, en su conferencia sobre folklore en Chicago (1893) destaca al gaucho como un bravío hombre de las pampas, el cual “desde la infancia tiene endurecidos sus músculos y disciplinado su estómago. Se ha criado alrededor de su rancho, entre las astas de los toros, ágil y fuerte, jinete como centauro; teniendo por primeros juegos infantiles el manejo del lazo y las boleadoras y la esgrima del cuchillo que serán muy pronto sus únicos medios de existencia o defensa” Y más tarde daba a conocer la pasión del gaucho por el vicio, en el cual entra a colación las pulperías, principal destino donde saciarlas. El gaucho “prefiere vagar aquí y allá en busca de fiestas, hierras y carreras impelido por el deseo incurable de la aventura y la nostalgia del desierto. Indolente y pródigo, los pesos ganados se le escurren de los dedos.” (Benarós, 1999)

El Pulpero

Los pulperos, tenían varias facetas. Por un lado, su apariencia física, la cual no podía definirse como presentable o pulcro, ya que al lidiar con los peones rurales, era oportuno vestirse como aquéllos que llegaban agotados de una jornada de trabajo en el campo:

“La mayor parte de los pulperos eran hombres, no diremos, precisamente, que de baja esfera; pero sin duda tenían, en general, muy poca instrucción, más allá de lo que se relacionaba con su negocio. Su traje, durante el verano, era, comúnmente, el siguiente: se ponían tras del mostrador, en los primeros tiempos, en mangas de camisa, sin chaleco, con calzoncillos anchos y con fleco; sin pantalón, con chiripá de sábana o de algún género delgado, o bien un pañuelo grande de algodón o de seda, a guisa de delantal, medias (algunas veces), y chancletas. Como no entraban personas de lo que se llama decentes (...), ese traje estaba más que suficientemente bien para la clase de parroquianos o marchantes que tenían;” (Wilde, 1977, pág. 315)

Y aunque no debían reparar mucho en su vestimenta ni presentación ante la clientela, su oficio no era para nada sencillo. Ni siquiera el hecho de obtener dinero por el expendio de bienes estaba asegurado:

“Estar al frente de una pulpería en la pampa no es tarea fácil. Los gauchos son exigentes y, a menudo, piden fiado. De tanto en tanto, algunos se acuerdan de pagar sus deudas, otros no pagan jamás. ¿Puede acaso un hombre solo negarse a las exigencias de cinco o seis atrevidos bien pertrechados, a menudo con unos cuantos tragos de más?” (Mansilla de García, 1999, pág. 101 en Carrera, 2010)

Debido a las dificultades del oficio mismo, la inestabilidad de la economía y sus peligros del, era muy común que el oficio de pulpero fuese tomado por inmigrantes recién llegados al territorio.

“En un país donde el trabajo manual se suele pagar muy bien, cuesta entender las ventajas del oficio del pulpero. Rara vez se encuentra un gaucho al frente de una pulpería. Los que suelen ganarse la vida con esta ocupación riesgosa son generalmente españoles con unos años de radicación en un pueblo de la provincia de

Buenos Aires, o algún mercader de provincia.” (Mansilla de García, 1999, pág. 101 en Carrera, 2010)

Caracterización del área de Estudio

Ubicación

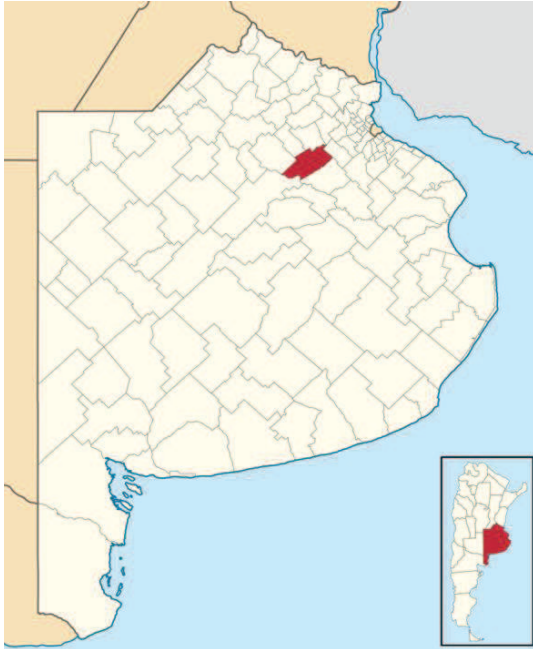


Ilustración 1 Ubicación del Municipio de Navarro en la Provincia de Buenos Aires, Argentina. Fuente: https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/d/d9/Argentina_-_Buenos_Aires_-_Navarro.svg/800px-Arentina_-_Buenos_Aires_-_Navarro.svg.png

El municipio de Navarro se encuentra en el noreste de la Provincia de Buenos Aires, a 140 kms al sudoeste de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, capital del país. Limita con los municipios de Mercedes, General Las Heras, Lobos, 25 de Mayo, Chivilcoy y Suipacha.



Ilustración 2 Mapa del municipio de Navarro. Fuente: Elaboración propia en base a Plan Estratégico de Turismo Sustentable de Navarro (Ministerio del Interior, Obras Públicas y Vivienda, 2014)

Referencias de la ilustración 2:

1. Ciudad de Navarro
2. Juan José Almeyra
3. Las Marianas
4. Villa Moll
5. Paraje Sol de Mayo

Accesos

Las principales vías de acceso a la Ciudad de Navarro desde Ciudad Autónoma de Buenos Aires y AMBA son las siguientes:

Norte:

- Ruta Provincial 41 desde San Antonio de Areco y Mercedes
- Ruta Provincial 47 desde Lujan y Acceso Oeste (Principal y más corta vía de acceso desde Ciudad Autónoma de Buenos Aires)

Este:

- Ruta Provincial 40: Desde General Las Heras y Merlo

Sur:

- Ruta provincial 41: Desde Lobos

Desde la Ciudad de Navarro se accede a Las Marianas y Villa Moll a través de la Ruta Provincial 44 de tierra que inicia junto al paso a nivel del Ex Ferrocarril Belgrano Sur sobre la Ruta Provincial 41 al oeste de la Ciudad de Navarro. La distancia de Navarro a Las Marianas es de 28 kilómetros y a Villa Moll 43 kilómetros.

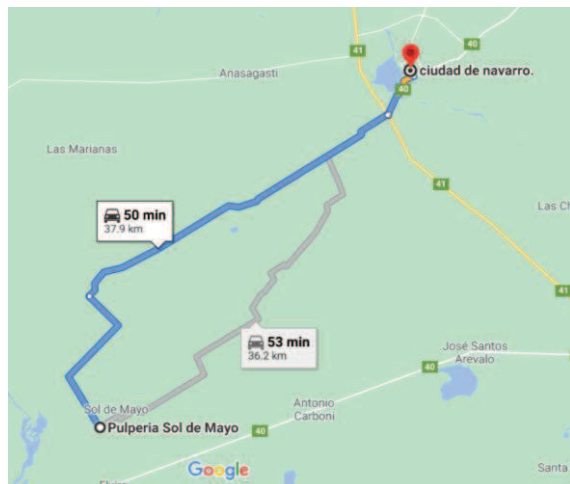


Ilustración 3 Capturas de pantalla de Indicaciones de acceso, distancia y tiempo de viaje aproximado desde Ciudad de Navarro a Sol De Mayo. Fuente: Elaboración propia en base a Google Maps.

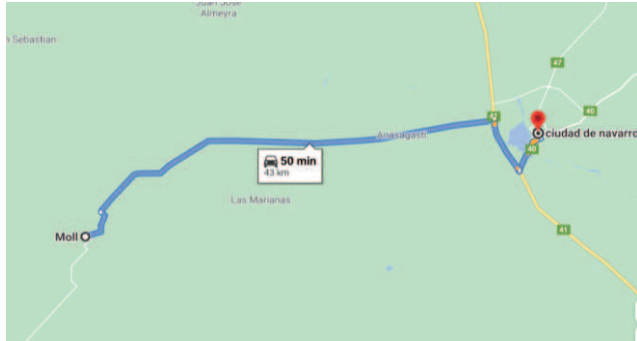


Ilustración 4 Capturas de pantalla de Indicaciones de acceso, distancia y tiempo de viaje aproximado desde Ciudad de Navarro a), Villa Moll. Fuente: Elaboración propia en base a Google Maps.

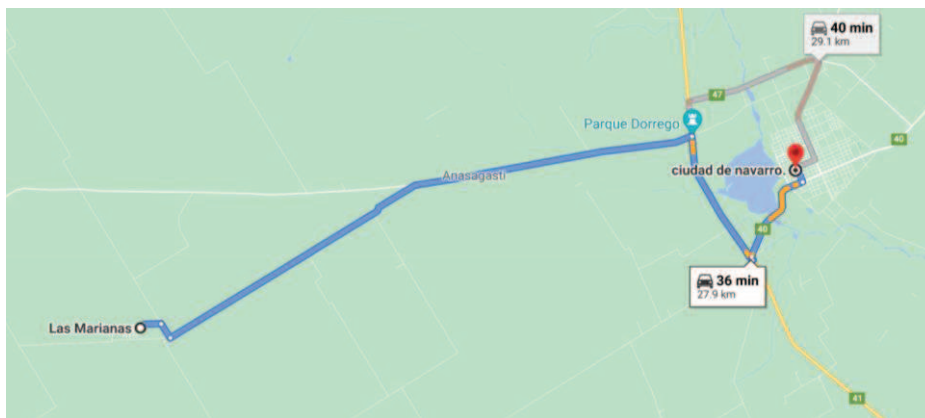


Ilustración 5 Capturas de pantalla de Indicaciones de acceso, distancia y tiempo de viaje aproximado desde Ciudad de Navarro a Las Marianas. Fuente: Elaboración propia en base a Google Maps.

El acceso a Sol de Mayo puede realizarse desde la Ciudad de Navarro por la Ruta Provincial 40 de tierra que nace en la rotonda de la circunvalación sur a la ciudad, son 38 kilómetros. Otra opción es acceder desde la localidad de Elvira en el Municipio de Lobos, a través de caminos rurales.

Localidades de estudio

Navarro

La ciudad, que según el último censo (INDEC, 2010) posee unos 20.054 habitantes, comienza su historia en 1767 como guardia fronteriza junto a la laguna para prevenir y repeler los ataques de grupos aborígenes al virreinato. En 1779 se le asigna categoría de fortín por el Virrey Vertiz, tras lo cual se recomienda la radicación de familias.

En 1784 se conforma como punto de concentración de la columna de Buenos Aires en la primera campaña al desierto, lo que será un hito definitorio en el futuro desarrollo y posición histórica y territorial del poblado.

En 1807 se construye en barro la capilla, que en 1838 fue elevada a la categoría de parroquia, bajo la advocación de San Lorenzo Mártir.

En 1825 se traza el primer ejido del pueblo, se define la actual calle de circunvalación y en 1828, en la posterioridad de la Guerra del Brasil, sucederá en las afueras del poblado, sobre la actual Circunvalación sur el fusilamiento del Coronel y Gobernador de Buenos Aires, Manuel Dorrego. Este es el hecho histórico más destacado del municipio, en torno al cual se erigió el atractivo cultural Parque Dorrego.

En 1830 se realiza el primer trazado topográfico del pueblo y su futura traza. Para 1854 se registran 4.812 habitantes en dos años después se establece la primera Municipalidad.

En 1852 comienza la construcción del segundo y actual templo de la Parroquia San Lorenzo Mártir.

En la década de 1860 y 1870 cobra fama la figura de Juan Moreira, oriundo de Navarro, ya que protagonizará enfrentamientos y cometerá asesinatos en pulperías de Navarro, que en la actualidad no se encuentran en pie. (Municipalidad de Navarro)

Las Marianas



Ilustración 6 Plano de la Localidad de Las Marianas. Fuente Municipalidad de Navarro

El poblado nace a partir de la donación de tierras Doña Micaela Demetria Freire y Díaz y Doña Mariana Demetria Freire y Díaz a la Compañía General de Ferrocarriles en la Provincia de Buenos Aires en 1908 para instalación de una estación ferroviaria. Su nombre deriva de una de sus donantes y su abuela, ambas de nombre “Mariana”. Ese mismo año comenzó la circulación de ferrocarriles desde la Estación Buenos Aires hacia Patricios y General Villegas. Luego de la nacionalización de los ferrocarriles la línea quedó bajo la órbita del Ferrocarril Belgrano Sur que dejó de prestar servicios por la localidad en 1993.

El pueblo creció alrededor del comercio de acopiadores de aves y huevos, de cereales y de frutos. Se llegaron a instalar allí fábricas de crema, queso y manteca y numerosos tambos. (E.E.S N° 1 de Las Marianas)

La población de Las Marianas, que, según Censo del 2010, contaba con 485 habitantes, se encuentra a 28 km de Navarro por caminos de tierra. También recorriendo caminos de tierra, se conecta con Villa Moll, distante a unos 20 km, y con J. J. Almeyra, distante a 21 km. (Ministerio del Interior, Obras Públicas y Vivienda, 2014)

Villa Moll



Ilustración 7 Plano de la Localidad de Villa Moll. Fuente: Municipalidad de Navarro

La localidad nace a partir de la donación de tierras del matrimonio de Manuela Moll de Pardo y don Acacio Pardo a la Compañía General de Ferrocarriles de Buenos Aires para la instalación de una estación ferroviaria, el 31 de enero de 1908, Ese mismo año comenzó la circulación de ferrocarriles desde la Estación Buenos Aires hacia Patricios y General Villegas. Luego de la nacionalización de los ferrocarriles la línea quedó bajo la órbita del Ferrocarril Belgrano Sur que dejó de prestar servicios por la localidad en 1993.

El área de tierras altas es excelente para la producción de maíz, trigo, girasol y soja, la producción lechera y la cría de ganado bovino. (Ibarra, 2018)

La población de Villa Moll, que según Censo del 2010, contaba con 592 habitantes, se encuentra a 43 km de Navarro por la ruta provincial 44. Dista a 13 km de la RP 30, también por caminos de tierra, en las inmediaciones a la localidad de Moquehuá, del Partido de Chivilcoy. Hacia el noroeste, por la RP 30 recorriendo aproximadamente 30 km se comunica con la RN 5, en Chivilcoy. Hacia el sudoeste, por la misma RP 30, recorriendo unos 70 km se comunica con la RN 205, en las cercanías de la ciudad de Roque Pérez. (Ministerio del Interior, Obras Públicas y Vivienda, 2014)

Paraje Sol de Mayo



Ilustración 8 Vista satelital del Paraje Sol de Mayo. Elaboración propia en base a Google Maps.

El origen de este paraje se remonta a mediados del siglo XIX, época en que las postas de diligencias cubrían las necesidades de troperos³ y mayores⁴. Estos importantes comercios instalados en medio de la inmensidad de la pampa prestaban servicio de reposición de caballos a las diligencias que transitaban, como único medio de transporte, con pasajeros y encomiendas. Por el año 1859 los señores Segundo Villafañe y Hnos. tenían la concesión de la diligencia “El Sol de Mayo” con sede en Rivadavia 437 de la Capital Federal, operaba la ruta Lobos y de ahí a 25 de Mayo, la primera posta era La Irene, viejo paraje situado en el deslinde de los Partidos de Lobos y Navarro, la segunda parada que la diligencia se hacía en la Posta de Sol de Mayo, en el partido de Navarro. (Duhalde, 1979)

Su ubicación geográfica lo ubica en el extremo sur del partido, y parte de sus campos lindan con el Río Salado, frontera natural del distrito. Desde esos tiempos se conformó este paraje que concentraba centenas de habitantes en su zona de influencia, llegando a tener una población de 1.300 vecinos. Hoy, el éxodo rural lo ha convertido en un paraje rural con reducido número de vecinos. (Asociación Proyecto Pulpería)

³ Conductor de carretas o de tropas de ganado, especialmente vacuno.

⁴ Pastor principal entre los que cuidan de los rebaños, especialmente de reses bravas.

Relevamiento de Pulperías, Almacenes de ramos generales y Bares de campo del municipio de Navarro

En pos de relevar las pulperías, almacenes y bares de campo de Navarro registrar su información comercial e interpretar su valor patrimonial se confeccionaron las siguientes fichas. Para responder a lo primero se designan criterios de ubicación satelital, acceso, uso actual y horarios de apertura; y para lo segundo se toman como base los criterios de la ley nacional 25197/99 (art.2) y el modelo de pre inventario patrimonial del Comité de Investigaciones Científicas (Comisión de Investigaciones Científicas del Ministerio de la Producción y el Empleo de la Prov. de Bs As., 1997)

Ficha:

PARTIDO: NAVARRO	IX. Localización (G. Maps)
Localidad:	
Escala: Edificio Urbano/Rural Fecha:	
I. Identificación	
Denominación:	
Ubicación:	
II. Usos:	X. Fotografías
Original:	
Actual:	
III. Información comercial:	
Horarios de apertura:	
Capacidad:	
Servicios:	
IV. Antigüedad	
V. Descripción de características arquitectónicas y paisajísticas	
VI. Modificaciones	
VII. Estado de Conservación	
VIII. Valoración	
Incluye peculiaridad, rareza, unidad, antigüedad.	

Tabla 2 Ficha de relevamiento de establecimientos. Elaboración propia

Presentación de resultados

A continuación, se presentan las fichas de relevamiento de los establecimientos ordenadas por localidad por cantidad de habitantes: Navarro como ciudad cabecera del partido, Las Marianas y Villa Moll como localidades rurales con ejido de calles y Sol de Mayo como paraje rural disperso.

En las fichas de relevamiento se encuentran la información comercial e interpretación patrimonial discriminada por establecimiento -bajo el título "VIII. Valoración"- a partir de la observación no participante complementada con las entrevistas a encargados de los establecimientos.

Relevamiento de pulperías, almacenes de ramos generales y bares de campo

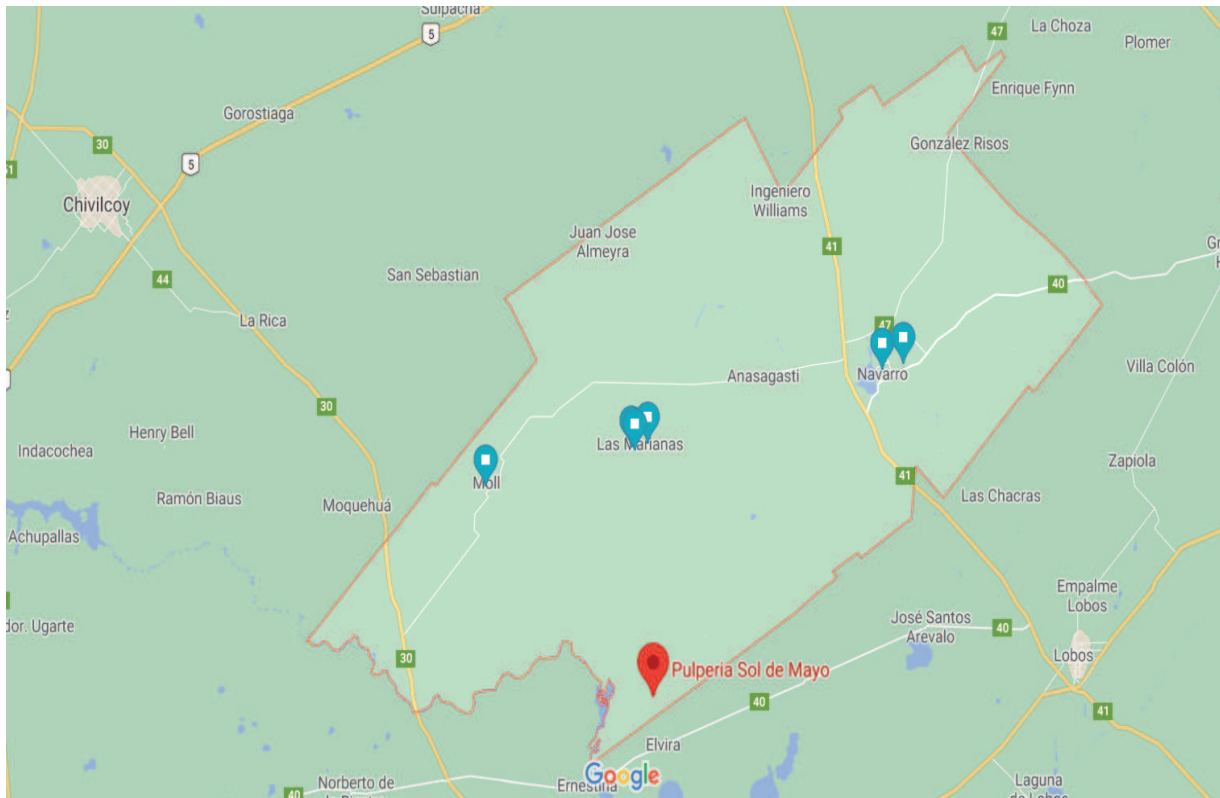




Ilustración 9 Mapa delimitado del Municipio de Navarro con los establecimientos de estudio señalados en azul y rojo. Fuente: Elaboración propia en base a Google Maps.

A continuación se presentan las fichas de relevamiento de elaboración propia.




Ciudad de Navarro

PARTIDO: NAVARRO	IX. Localización (G. Maps) 
Localidad: Navarro Escala: Edificio Urbano Fecha: 27/2/2021	
I. Identificación Denominación: La Protegida Ubicación: Calle 30 esq. 19	X. Fotografías 
II. Usos: Original: Almacén de ramos generales y vivienda familiar Actual: Museo - Restaurante	
III. Información comercial: Horarios de apertura: Vi Noche / Sa y Do Almuerzo y Cena Capacidad: 40 personas Servicios: Sanitarios	
IV. Antigüedad. 1926	
V. Descripción de características arquitectónicas y paisajísticas Edificio en esquina de techo alto (almacén) con patio interno en galería y techo de chapa transparente. Edificio almacén con pisos de mosaico, barra de madera, estanterías originales con exhibición de objetos costumbristas gauchescos. Barra lateral con barrotes de hierro y caja registradora antigua.	
VI. Modificaciones Sanitarios, cocina, colección de museo en exhibición y el techo de chapa en el patio interno.	
VII. Estado de Conservación Bueno	
VIII. Valoración Valor intrínseco que exhibe el tipo constructivo en esquina, la decoración y amoblamiento de los almacenes de ramos generales, los objetos en exhibición propios de la cultura de trabajo rural.	

Ficha 1. Restaurante-museo "La Protegida", Ciudad de Navarro. Elaboración Propia.






<p>PARTIDO: NAVARRO Localidad: Navarro Escala: Edificio Urbano/Rural Fecha: 13/2/21</p>	<p>IX. Localización (G. Maps)</p> 
<p>I. Identificación Denominación: Pulpería "Lo de Moreira" Ubicación: Calle 24 e/135 y 139</p>	
<p>II. Usos: Original: Pulpería Actual: Casa museo de antigüedades</p>	
<p>III. Información comercial: Horarios de apertura: Sin definir. Cuando su dueño está en la ciudad Capacidad: 6 personas Servicios: Ninguno</p>	
<p>IV. Antigüedad: 1836</p>	
<p>V. Descripción de características arquitectónicas y paisajísticas Casa de adobe del siglo XIX de 6 salones con techo alto 4m de ladrillo y madera y paredes de 45 cms de ancho. Entrada a la calle con portón de madera y hierro da paso al espacio de despacho de bebidas. El mismo se comunica a través de un espacio enrejado con el espacio del pulpero. Las rejas son protegidas por un tablón de madera que al bajarse se convierte en barra. A continuación del despacho de bebidas, el espacio de depósito. A continuación del espacio del pulpero, la cocina y comunicación interior con las dependencias de habitaciones y la galería patio. En el patio trasero cuenta con aljibe, arboleda.</p>	<p>X. Fotografías</p>
<p>VI. Modificaciones El salón depósito se abrió y comunicó con el salón de despacho de bebidas. Estos dos espacios se convirtieron en los públicos y por ello hoy contienen sus paredes repletas de objetos de colección histórica gauchesca y tradicionalista del espacio rural de Navarro y la historia de Juan Moreira. Ediliciamente: Solo se volvió a colocar el techo que se había retirado en 1960 en el proceso de demolición. EL piso del despacho de bebidas era de tierra, hoy es de ladrillo.</p>	
<p>VII. Estado de Conservación Buena. A pesar de contar con 150 años, el edificio se mantiene en pie y con modificaciones menores que siguen permitiendo identificarlo con una pulpería. Se precisan realizar tareas de conservación edilicia en las paredes interiores y exteriores que parecen "deshacerse" al tacto. El patio trasero se encuentra poco mantenido.</p>	
<p>VIII. Valoración Valor intrínseco: Conservación edilicia ejemplo constructivo del siglo XIX; valor histórico por la contemporaneidad y presencia física de Juan Moreira (personaje histórico y de tradición gauchesca). Los objetos contenidos como museo exhiben y cuentan la historia de tradición rural local.</p>	

Ficha 2. Pulpería "Lo de Moreira", Ciudad de Navarro. Elaboración propia.

PARTIDO: NAVARRO	IX. Localización (G. Maps)
Localidad: Navarro	
Escala: Edificio Urbano Fecha: 27/2/2021	
I. Identificación	
Denominación: Almacén Lo de Gómez	
Ubicación: Calle 30 esq. 9, Navarro	
II. Usos:	
Original: Almacén de ramos generales	
Actual: Almacén de ramos generales	
III. Información comercial:	
Horarios de apertura: Lu-Sa 9-13/17-21	
Capacidad: 15 personas	
Servicios: Ninguno	
IV. Antigüedad: 1940	
V. Descripción de características arquitectónicas y paisajísticas	
Edificio en esquina con techo alto de madera. Doble entrada por esquina y calle lateral. Anaqueles de diez estantes originales. Despacho de bebidas al final de la barra.	
VI. Modificaciones	
La barra original de madera fue reemplazada por una de menor calidad y con vitrina de vidrio exhibidor y heladera. Despacho de bebidas: Se anuló la bomba de agua de hierro y reemplazó por canilla.	
VII. Estado de Conservación	
Bueno. El comercio refleja la adaptación del negocio a los tiempos. No conserva todo el mobiliario original pero sí la esencia.	
VIII. Valoración	
Valor intrínseco. Sitio que conserva y mantiene en uso la doble funcionalidad de almacén de ramos generales (desde perfumería, bazar hasta herramientas y alimentos) y despacho de bebidas alcohólicas. En pleno casco urbano de Navarro, ilustra su identidad social rural.	X. Fotografías 

Ficha 3. Almacén “Lo de Gómez”, Ciudad de Navarro. Elaboración propia.

Las Marianas

<p>PARTIDO: NAVARRO Localidad: Las Marianas Escala: Edificio Urbano-Rural Fecha: 20/2/2021</p>	<p>IX. Localización (G. Maps)</p> 
<p>I. Identificación Denominación: Almacén La Media Luna Ubicación: Calle 6 esq. Calle 9</p>	
<p>II. Usos: Original: Almacén de ramos generales Actual: Almacén c/despacho de bebidas</p>	<p>X. Fotografías</p>  
<p>III. Información comercial: Horarios de apertura: Lu-Sa 8 a 13hs/16-00hs Capacidad: 30 personas (12 aforo COVID) Servicios: Ninguno</p>	 
<p>IV. Antigüedad: 1923</p>	
<p>V. Descripción de características arquitectónicas y paisajísticas Edificio en esquina de cemento y ladrillo, techo alto 4m. Interior con un salón largo en pasillo con 3 mesas y banquitos enfrentado a una barra larga de madera antigua, tras la cual se encuentra el pasillo del despachante de productos. Tras el mismo paredes repletas de alacenas con productos de consumo diario y bebidas antiguas. No posee ventilación, calefacción ni aire acondicionado. Ambiente oscuro.</p>	
<p>VI. Modificaciones Ninguna</p>	
<p>VII. Estado de Conservación Bueno. Conserva originalidad. Precisa trabajo de mantenimiento superficial de pintura.</p>	
<p>VIII. Valoración Valor intrínseco. Conserva actividad continua de almacén desde sus orígenes por la misma familia. Conserva estanterías y despacho de bebidas. Conserva asiduidad de clientes locales que se identifican con el comercio, creando un ambiente único que se transmite al visitante.</p>	

Ficha 4. Almacén “La Media Luna”, Las Marianas. Elaboración propia.

<p>PARTIDO: NAVARRO Localidad: Las Marianas Escala: Edificio Rural Fecha: 20/2/2021</p>	<p>IX. Localización (G. Maps)</p> 
<p>I. Identificación Denominación: El Recreo Ubicación: 35°2'59.32"S; 59°29'59.816"O</p>	<p>X. Fotografías</p> 
<p>II. Usos: Original: Almacén de Ramos Generales Actual: Bar de Campo</p>	
<p>III. Información comercial: Horarios de apertura: Ma-Do 10 a 00hs Capacidad: Adentro 30; afuera Hasta 300. Servicios: Ninguno</p>	
<p>IV. Antigüedad: 1918</p>	
<p>V. Descripción de características arquitectónicas y paisajísticas</p>	
<p>Edificio de ladrillo a la vista en esquina. 20 x 10 metros. 1 salón a lo largo, barra de madera, estanterías de madera. Techo alto de 3m.</p>	
<p>VI. Modificaciones</p>	
<p>Muy pocas.</p>	
<p>VII. Estado de Conservación</p>	
<p>Regular. Faltantes de mantenimiento en pintura, techo. Los muebles de madera como mesas, barra y estantería bien. La decoración original desapareció en 2019 tras la muerte del dueño original.</p>	
<p>VIII. Valoración</p>	
<p>Valor intrínseco. Edificación de principios de siglo XX de tipo rural, testimonio de comercio en esquina de cruce de caminos. Funcionalidad original de almacén, con peluquería, 1° teléfono del pueblo y carnicería). Resalta su antigüedad e historia.</p>	


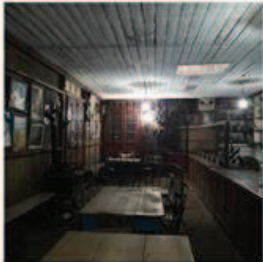
Ficha 5. Almacén "El Recreo", Las Marianas. Elaboración propia.

Villa Moll

PARTIDO: NAVARRO	IX. Localización (G. Maps)
Localidad: Villa Moll	
Escala: Edificio Urbano Fecha: 21/2/2021	
I. Identificación	
Denominación: Bar El Toly	
Ubicación: Mendoza 397	
II. Usos:	
Original: Bar de campo	
Actual: Bar de campo	
III. Información comercial:	
Horarios de apertura: Lu-do 10-13.30/16-00hs	
Capacidad: 40 personas	
Servicios: Sanitarios	
IV. Antigüedad: 1951	
V. Descripción de características arquitectónicas y paisajísticas	X. Fotografías
Edificio en esquina de ladrillo a la vista. Dimensiones 8x17ms. Interior: Muebles incluyen barra larga, heladera antigua, exhibidor de bebidas. Salon grande en "L" con 5 mesas. Mesa de pool. Doble entrada: esquina y lateral, Techo alto de 4 m y paredes de 30 cms de ancho. Iluminación parcial, poca ventilación.	
VI. Modificaciones	
Se vaciaron alacenas de objetos históricos como botellas y artículos de campo con el cambio de dueño en objetivo de modernizar el negocio. Se agregó mesa de pool.	
VII. Estado de Conservación	
Buen estado en general. Hay faltantes de pintura y mejoras de mantenimiento interior.	
VIII. Valoración	
Valor intrínseco, local e histórico.	

Ficha 6. Bar "El Toly", Villa Moll. Elaboración Propia.

Sol de Mayo

<p>PARTIDO: NAVARRO Localidad: Sol de Mayo Escala: Edificio Rural Fecha: 3/5/2021</p>	<p>IX. Localización (G. Maps)</p> 
<p>I. Identificación Denominación: Pulpería Sol de Mayo Ubicación: 35°12'37.544"S; 59°29'41.107"O</p>	<p>X. Fotografías</p>
<p>II. Usos: Original: Pulpería Actual: Pulpería-museo</p>	 
<p>III. Información comercial: Horarios de apertura: - Capacidad: 20 Servicios: -</p>	 
<p>IV. Antigüedad. 1880</p>	
<p>V. Descripción de características arquitectónicas y paisajísticas Edificio de madera de antes de 1900 revestido en chapa. Emplazado en un cruce de caminos a Elvira y Marianas. Por dentro un salón grande en madera con una larga barra de madera. Sector de bebidas alcohólicas separado por rejas de hierro de 2m de alto. La barra en sector de bebida separada por hierros. Ventana con reja para venta de bebidas al exterior (cancha de paleta) desde la barra. Al final de la barra Bomba de agua manual extrae directo del pozo a la pileta. Estanterías de madera completas.</p>	
<p>VI. Modificaciones Casi nada. Original de antes de 1900. Solo agregó un fogonero interno para grandes comidas.</p>	
<p>VII. Estado de Conservación Excelente. Todo original.</p>	
<p>VIII. Valoración Alto grado de rareza y antigüedad. Valor intrínseco exponente de una pulpería de campaña del siglo XIX en ámbito rural al día de hoy. Puede conocerse y adentrarse en todos los elementos a representar de la vida gauchesca de la pampa. Testimonio de una pelea y asesinato de 7 personas en 1914</p>	

Ficha 7. Pulpería "Sol de Mayo", paraje Sol de Mayo. Elaboración Propia.

En base a las dimensiones metodológicas establecidas se procede a analizar los resultados de las entrevistas y encuestas realizadas.

1. Características de establecimientos relevados

1.A En cuanto a su funcionalidad y la auto categorización del encargado, el 43% de los establecimientos conservó su funcionalidad a lo largo del tiempo, resultando:

		Toly	Lo de Moreira	Media Luna	El Recreo	Lo de Gómez	La Protegida	Sol de Mayo
Funcionalidad	Objeto	1	2	3	4	5	6	7
	Original	Bar	Pulperia	Almacen	Almacen	Almacen	Almacen	Pulperia
	Actual	Bar	Casa museo	Almacen	Bar	Almacen	Museo Restaurante	Casa museo
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	NO
	Iguales	3	43%					
Distinta	4	57%						

Tabla 3 Función que cumplió cada establecimiento originalmente y función actual otorgada por el encargado. Elaboración propia en base a entrevistas.

1.B Se observa que no sobrevive actualmente ninguna pulpería con aquella función. A su vez, los que debieron modificar su funcionalidad resultaron en dos vertientes. Aquellos que priorizaron el funcionamiento comercial se torcieron hacia la modalidad de bar, si priorizan despacho de bebidas, o hacia almacén si se avocan a la venta de insumos. Mientras que los que no veían un futuro comercial o priorizaron la conservación como patrimonio auténtico se transformaron total o parcialmente en museos.

En cuanto a la antigüedad de los establecimientos, el promedio es de 118 años, siendo 191 años el más antiguo y 70 años el más contemporáneo. Diferenciando su funcionalidad se denota que las pulperías son las más antiguas, siendo todas del siglo XIX, seguidas por los almacenes que promedian los 80 a 100 años, demostrando su etapa de esplendor en la década de 1930, dejando a los bares como la versión más contemporánea al acercarse a la década 1940.

Funcionalidad	Objeto	1	2	3	4	5	6	7
Original	Bar		Pulperia	Almacen	Almacen	Almacen	Almacen	Pulperia
Actual	Bar		Casa museo	Almacen	Bar	Almacen	Museo Restaurante	Casa museo
Antigüedad		70	185	98	103	81	95	191
Promedio		118						

Tabla 4 Funcionalidad actual y original de los establecimientos, antigüedad de cada uno y promedio simple de antigüedad del total. Elaboración propia en base a entrevistas.

2. Encargado

2.A En cuanto a la antigüedad en el cargo no se observa un patrón determinado, ya que varía desde 8 a 50 años. Sin embargo, en base a las entrevistas en profundidad se deduce que existe poca rotación en el cargo. Es decir, quienes fueron encargados o lo son actualmente suelen estarlo durante décadas. Muchas veces al referirse al establecimiento, los locales lo identifican más con su encargado que con el nombre del negocio. Un ejemplo es “lo de Masmud” en Las Marianas, en referencia al Almacén “La Media Luna”.

Aquellos que se conservaron largo tiempo a cargo de los establecimientos coinciden con haber adquirido la propiedad por herencia. Estos son los casos de la Media Luna en Las Marianas, Sol de Mayo y Lo de Gómez en Navarro. Y en el caso de El Recreo y Toly solían serlo hasta la década pasada cuando sus dueños originales perecieron.

3. Funcionamiento del establecimiento

3.A. Se pueden observar ciertos patrones de acuerdo a la función del establecimiento. Aquellos que en la actualidad son bares o restaurantes ofrecen un menú acotado que suele incluir picadas, minutas y bebidas alcohólicas. Por otro lado, se destaca por sobre la normalidad el caso de los almacenes, que ofrecen el despacho de bebidas alcohólicas adicionado a la clásica oferta de insumos y bienes de uso. Este agregado otorga una motivación adicional a la clientela, la cual suele estirar su permanencia en el local mientras socializa. En el caso de las pulperías, al no estar cumpliendo su funcionalidad original, sus dueños ofrecen como servicio la visita guiada, reseña histórica y explicación de los objetos de exhibición que disponen, no contando su servicio con capacitación o preparación a nivel turístico.

3.B. Con relación a los horarios, aquellos almacenes y bares relevados en su mayoría abren por la mañana, cierran al horario de siesta y, aquellos que despachan bebidas, no cierran sino hasta la medianoche. Los horarios también son flexibles y se ajustan a la voluntad de la clientela. Cierran más temprano si no hay clientes o cierran 1 o 2 horas más tarde si aquellos muestran voluntad de quedarse. En cuanto a los días, dependen

del comercio, sin embargo, el día sábado es el que concentra a la mayoría de ellos abiertos, ya que el domingo algunos cierran.

	Toly	Lo de Moreira	Media Luna	El Recreo	Lo de Gómez	La Protegida	Sol de Mayo
Capacidad pre covid	40	15	40	30	20	80	20
Capacidad pandemia	20	5	15	12	12	40	10
var	0,5	0,666666667	0,625	0,6	0,4	0,5	0,5
Exterior	-	si	si	si	-	-	si

Tabla 5 Capacidad aproximada de clientes de cada establecimiento antes de la pandemia de COVID-19 y durante la misma en el verano 2020-2021. En la 3° fila se muestra la variación “var” entre una y otra instancia siendo por ejemplo 0,5 igual a 50%. En la 4° fila se indica si el establecimiento hace uso del espacio exterior contiguo al edificio para atender clientes. ELaboracion propia en base a entrevistas.

3. D. En cuanto a la capacidad, como muestra la tabla N°5 los establecimientos son relativamente pequeños, promediando unos 30 comensales, con la excepción de La Protegida que posee un espacio mayor.

Durante la vigencia del ASPO y DISPO⁵ todos sufrieron una reducción en su capacidad, que oscila entre el 40 y el 70%. Sin embargo, aquellos localizados en entornos rurales cuentan con la posibilidad de extenderse al aire libre, como es el caso de El Recreo y Lo de Moreira.

3.E. En cuanto a servicios, aquella que funciona como restaurante posee sanitarios, sin embargo, aquellas que despachan bebidas alcohólicas o funcionan como museo no poseen. Ninguna se encuentra adaptada a clientes con capacidades diferentes. En cuanto a calefacción y refrigeración solo una cuenta con artefactos para ello, el resto se refrigera a través de sus gruesas paredes y no poseen calefacción. Todas cuentan con servicio de electricidad. Ninguna cuenta con servicio de conectividad Wi-fi.

⁵ Ver el apartado 3.C para ampliar acerca de los efectos de la pandemia de COVID-19. ASPO: Decreto de Necesidad y Urgencia 297/2020 “aislamiento social, preventivo y obligatorio”; DISPO: Decreto de Necesidad y Urgencia 875/2020 “Distanciamiento social, preventivo y obligatorio”

		Toly	Lo de Moreira	Media Luna	El Recreo	Lo de Gómez	La Protegida	Sol de Mayo
PERSONAL A CARGO	Cantidad	1	0	0	1	1	9	0
	Residencia	Local	-	-	Local	Local	Local	-
	Antigüedad	n/r	-	-	n/r	n/r	n/r	-
	Funciones	Mozo, bar tender, cajero	-	-	Mozo (eventual)	Almacenero, bar tender, cajero	Mozo y Cocina	-
	Capacitación	-	-	-	-	-	-	-

Tabla 6 Cantidad de personas que cada encargado de establecimiento tiene a su cargo. De aquel personal a cargo se indica, su residencia, su antigüedad en el local, sus funciones y si cuenta con capacitación. Elaboración propia en base a entrevistas.

3.F. En términos de personal a cargo, es relativamente escaso. El encargado suele cumplir las múltiples funciones de cajero, mozo, despachante de bebidas y cocinero. Solo en casos en los que la demanda se incrementa, como una fiesta local o evento multitudinario, se contrata personal temporario, probablemente para las labores de mozo. El caso de Lo Gómez es puntual y debido a la avanzada edad de su dueño encargado.

La Protegida es el único que posee un número de empleados estable mayor al resto (nueve, respecto a uno o dos que posee la mayoría) y se encuentra estrechamente vinculado con sus horarios, funciones y capacidad.

En todos los casos, los empleados son residentes locales y ninguno de ellos se encuentra capacitado en gestión turística o gastronómica.

4. Como parte del sistema turístico:

A.

		Toly	Lo de Moreira	Media Luna	El Recreo	Lo de Gómez	La Protegida	Sol de Mayo
Oferta local	Características y Servicios	Ninguna	Restaurantes, Fortín y Museo, Parroquia, Estación de Ferrocarril La Trocha, Laguna, Parque Dorrego	Comedor y hotel Doña Irma, Complejo cabañas Las Marianas.	Idem "Media Luna"	Idem "Lo de Moreira"	Idem "Lo de Moreira"	Ninguna

Tabla 7 Atractivos e infraestructura turística ofrecida en las localidades donde se emplaza cada establecimiento. En lo casos en los que dice "idem" es porque comparten la misma planta urbana/rural. Elaboración propia en base a entrevistas a encargados y clientes de los establecimientos.

La ciudad de Navarro posee la oferta más variada del partido. Cuenta con atractivos turísticos culturales como el Parque Coronel Dorrego, la Parroquia San Lorenzo y los museos del "Fortín" y de la "Estación La Trocha", y la Laguna de Navarro dentro de los naturales, siendo el más visitado de todos. La ciudad cuenta con restaurantes y

opciones de hospedaje, sin embargo, el gran porcentaje de quienes visitan los establecimientos relevados no realizan pernocte.

Las Marianas, que engloba a La Media Luna y El Recreo, cuenta con el comedor de "Doña Irma" que suele ser el principal foco de atracción para el turismo de fin de semana durante el mediodía. Junto con el "Complejo Las Marianas" son las únicas opciones de hospedaje de la localidad. Los alrededores no cuentan con oferta turística.

Villa Moll cuenta con servicios gastronómicos, pero no de alojamiento, y Sol de Mayo no cuenta con servicios gastronómicos y de alojamiento.

4.B. La Demanda

4.B.i. Caracterización y patrón de consumo según el encargado:

El Toly: Turistas suelen asistir los fines de semana (5 por día en promedio) para almorzar o tomar fotografías. La mayoría de la clientela es local y asiste toda la semana con intención de beber algo y socializar.

Lo de Moreira: Su clientela no es local, sino turistas apasionados por la historia y la cultura gauchesca. La mayoría de ellos nacionales y provenientes de la Provincia de Buenos Aires. Ocasionalmente lo han visitado turistas extranjeros de Francia y Alemania que luego almuerzan en Navarro.

Media Luna: Mayor parte de su clientela es local. Los turistas provienen de Buenos Aires y AMBA. Consumen bebidas alcohólicas, picada y en menor medida mercadería. También suelen ir a almorzar a Doña Irma, donde algunos también pernoctan.

Lo de Gómez: Mayoría locales por abastecimiento de insumos y motivo sociales y despacho de bebidas. Turistas provienen de municipios cercanos como Lobos, Mercedes y Cañuelas, en busca de patrimonio cultural como almacenes y museos.

La Protegida: 80% turistas, 20% locales. Al mediodía 100% turistas. En la cena 70% turistas, 30% locales. Razón de visita: Almuerzo, interés patrimonial y cultural gauchesco.

Sol de Mayo: “Ocasionalmente arriban turistas y también van amigos a reunirse y hacer comidas. Algunos visitan el lugar y otros comen con previo aviso.”

4.B. ii. Tipología de cliente:

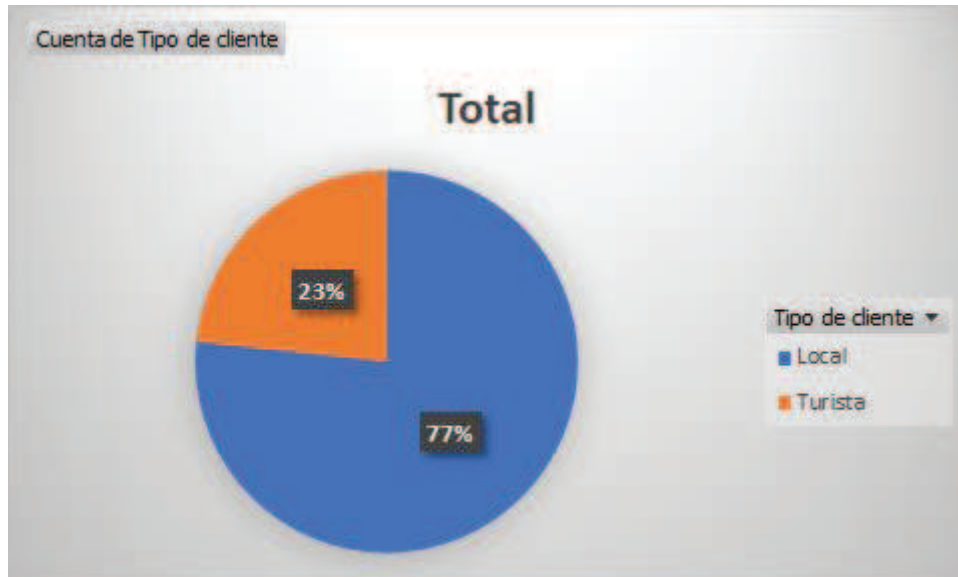


Gráfico 1 Elaboración propia. Porcentajes en base a encuestas y entrevistas de la totalidad de establecimientos relevados

4.B.iii. Lugar de procedencia de la demanda:

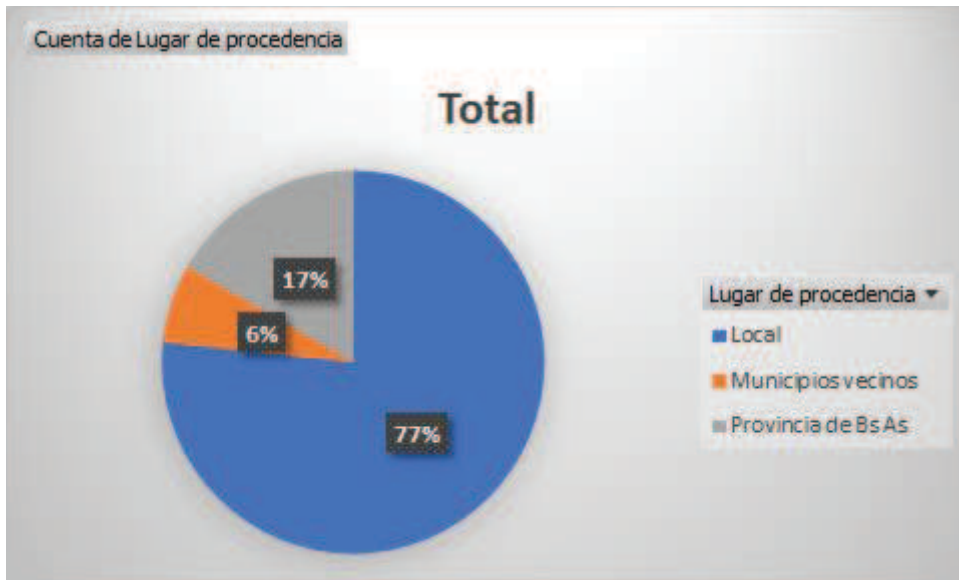


Gráfico 2 Elaboración propia. Porcentajes en base a encuestas y entrevistas de la totalidad de establecimientos relevados

Lugar de procedencia de los turistas:

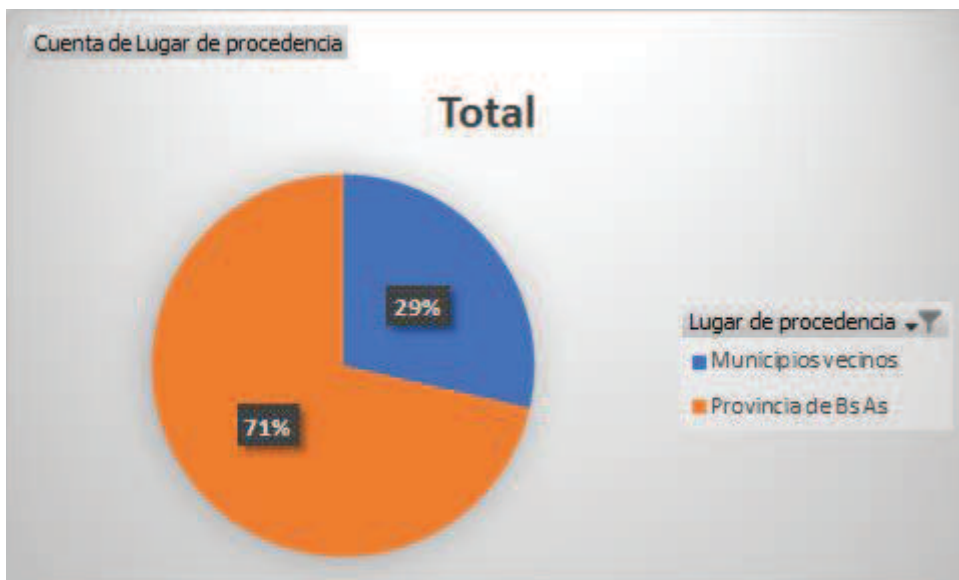


Gráfico 3 Elaboración propia. Porcentajes en base a encuestas y entrevistas de la totalidad de establecimientos relevados

4.B. iv. Motivos de visita (total)

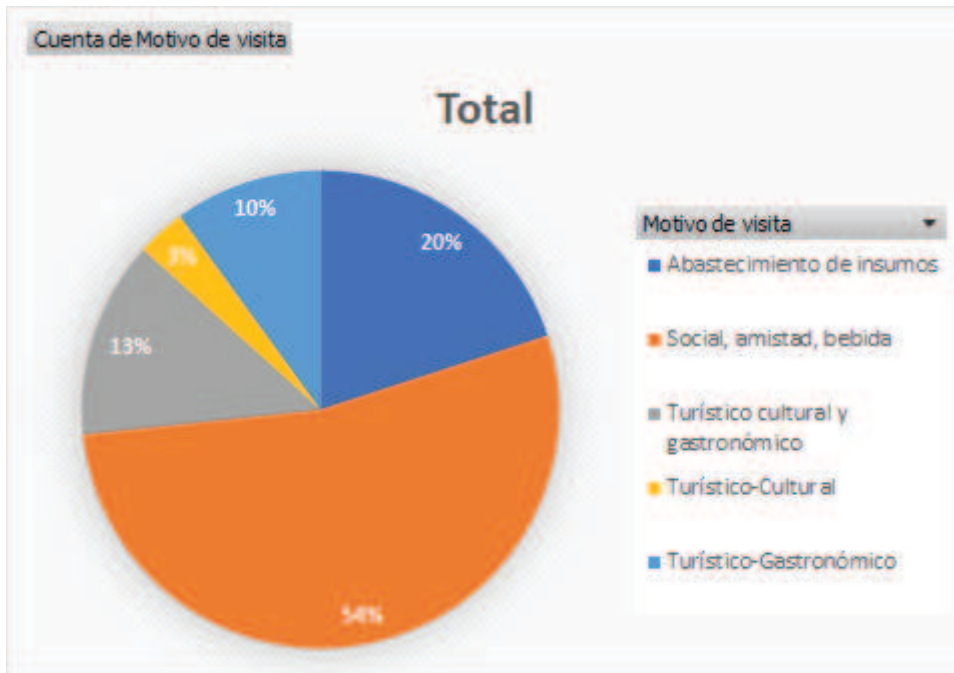


Gráfico 4 Elaboración propia. Porcentajes en base a encuestas y entrevistas de la totalidad de establecimientos relevados

Motivos de visita del local:

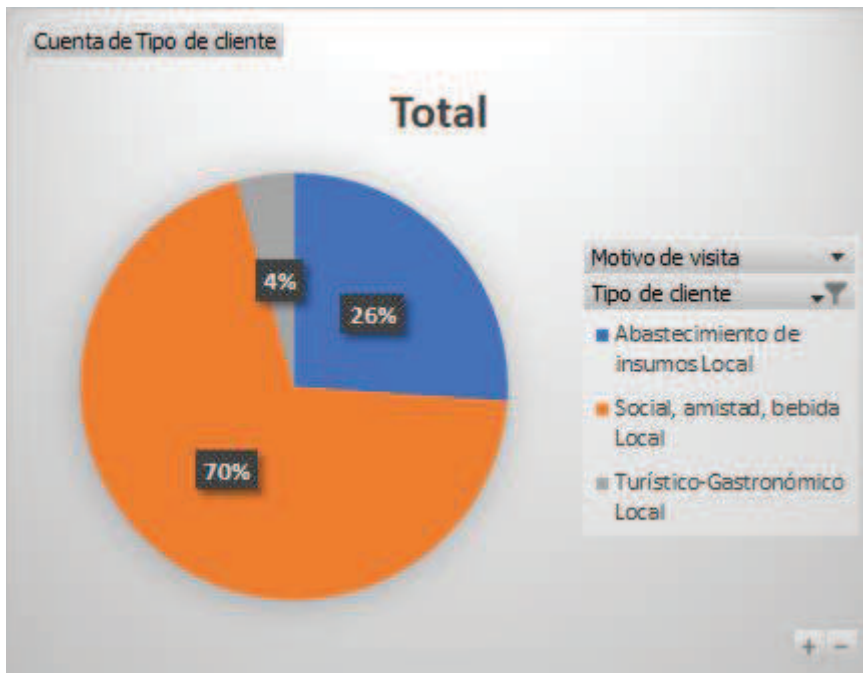


Gráfico 5 Elaboración propia. Porcentajes en base a encuestas y entrevistas a clientes locales de la totalidad de establecimientos relevados

Motivos de visita del turista:

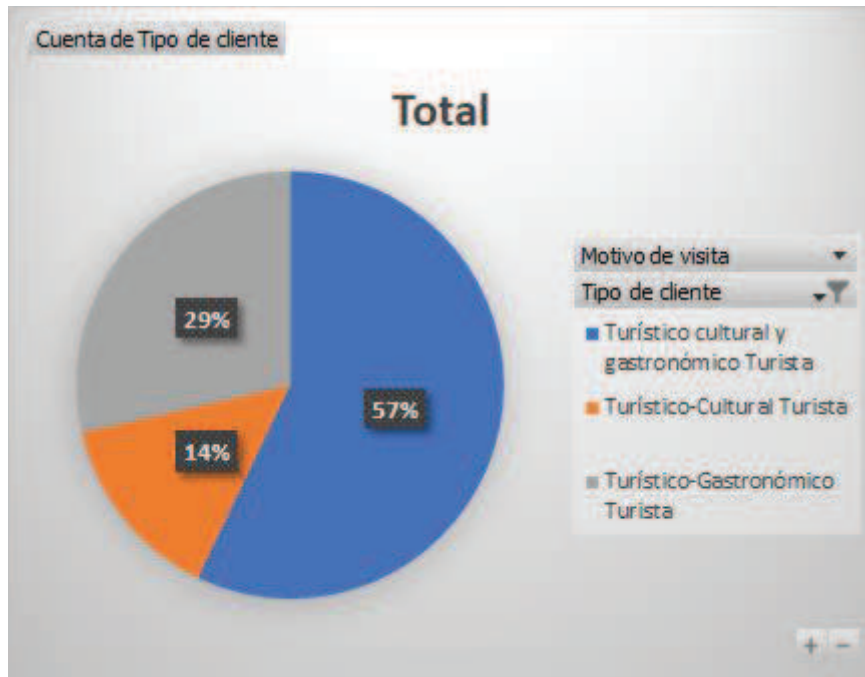


Gráfico 6 Elaboración propia. Porcentajes en base a encuestas y entrevistas a clientes turistas de la totalidad de establecimientos relevados

4.B.v. ¿Cada cuánto visita el sitio? (Total)



Gráfico 7 Elaboración propia. Porcentajes en base a encuestas y entrevistas de la totalidad de establecimientos relevados

- Se señala que el 73% de los encuestados visita el sitio al menos 1 vez por semana o más.

Turistas: ¿Cada cuánto visita el sitio?



Gráfico 8 Elaboración propia. Porcentajes en base a encuestas y entrevistas a clientes turistas de la totalidad de establecimientos relevados

Local:



Gráfico 9 Elaboración propia. Porcentajes en base a encuestas y entrevistas a clientes locales de la totalidad de establecimientos relevados

4.B.vi Extensión/duración de la visita



Gráfico 10 Elaboración propia. Porcentajes en base a encuestas y entrevistas a clientes turistas de la totalidad de establecimientos relevados

4.B.vii Extensión de la visita a otros atractivos turísticos

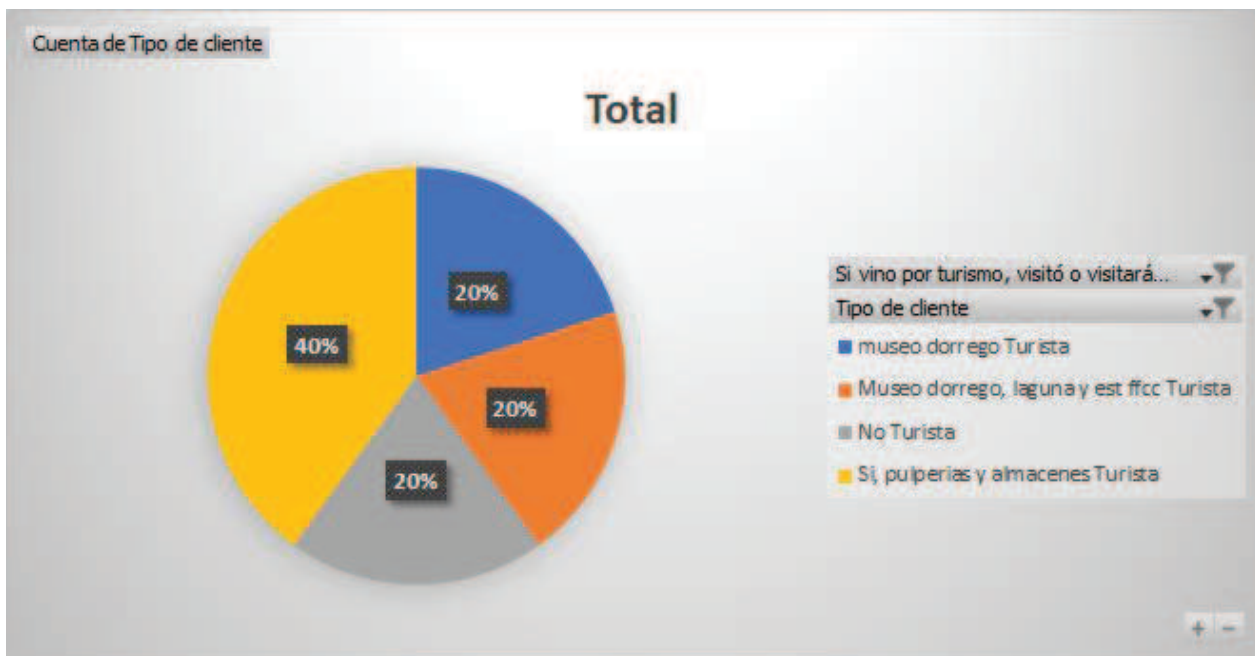


Gráfico 11 Elaboración propia. Porcentajes en base a encuestas y entrevistas a clientes turistas de la totalidad de establecimientos relevados

4.B.viii Confirmación de visita a establecimientos similares

¿Ha visitado otras pulperías, almacenes y bares de campo? ¿Cuáles?



Gráfico 12 Elaboración propia. Porcentajes en base a encuestas y entrevistas de la totalidad de establecimientos relevados

Comentarios:

- Pulperías, almacenes y bares del partido: Lo de Gómez, Media Luna, El Recreo, Sol de Mayo, El Toly
- De municipios vecinos: La Paz (Roque Pérez); Boissenart (San Antonio de Areco), Puricheli, Lo de Pipi, Lo de Casas, Lo de Cacho Di Catarina (Mercedes); Ernestina (25 de Mayo); Ramón Biaus (Chivilcoy); Gouin (Carmen de Areco), Gral. Rivas (Suipacha), Almacén Adela (Fulton, Tandil)

4.C. Vínculos comerciales con agencias de turismo

Establecimiento:	Toly	Lo de Moreira	Media Luna	El Recreo	Lo de Gómez	La Protegida	Sol de Mayo
Vinculos c/AAVV	NO	NO	NO	NO	NO	SI	NO

Tabla 8 Se indica si los establecimientos cuentan con vínculos comerciales con agencias de turismo. Elaboración propia en base a entrevistas a los encargados de ellos establecimientos.

La Protegida poseía, hasta antes de la pandemia del COVID-19 acuerdos comerciales con agencias de turismo educativo de La Plata. Complementaban la visita al restaurante con los atractivos locales como el Museo Dorrego, Museo del Ferrocarril y Museo del Fortín.

4.D. a) Activación turística del establecimiento

i) Interés del encargado del establecimiento

Establecimientos	El Toly	Lo de Moreira	Media Luna	El Recreo	Lo de Gómez	La Protegida	Sol de Mayo
Circuito turístico. Encargado	SI	SI	NS/NC	SI	NO	SI	NO

Tabla 9 Indica si el encargado del establecimiento estaría interesado en la creación de un circuito turístico patrimonial dentro de la activación turística del sitio. "NS/NC" implica: "No sabe, No Contesta".Elaboración propia en base a entrevistas.

Comentarios:

Media Luna: Es indiferente a la creación de un circuito turístico patrimonial.

Se encuentra conforme con su clientela mayormente local y no cuenta con experiencia de manejo de flujos turísticos.

Lo De Gómez: Expresó su voluntad de no ser visitado por "mala gente", asociándolo con los flujos de personas provenientes de Capital Federal u otros grandes centros urbanos a su localidad, Navarro. En relación con el incremento de la inseguridad ante la llegada de habitantes "extraños" a su ciudad.

ii) Interés por parte de la clientela

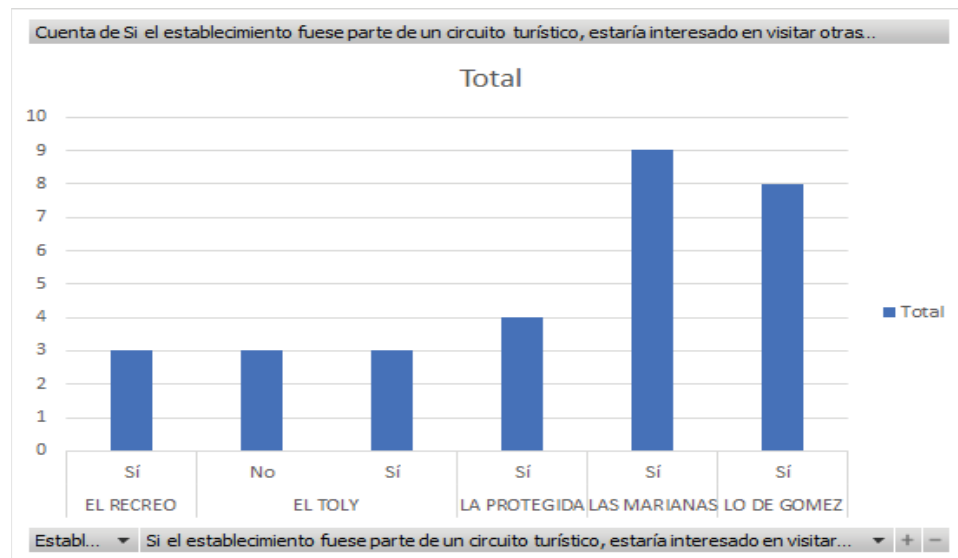


Gráfico 13 Elaboración propia. Tabla que muestra la cantidad de respuestas positivas y negativas de los clientes encuestados respecto a su interés en activar turísticamente el establecimiento

Si el establecimiento fuese parte de un circuito turístico, ¿estaría interesado en visitar otras pulperías y almacenes de ramos generales?



Gráfico 14 Elaboración propia. Porcentajes en base a encuestas y entrevistas de la totalidad de establecimientos relevados, disgregados en clientes locales y clientes turistas.

iii) Reformas y cambios predispuestos a realizar por el encargado ante la activación turística.

El Toly: “Ninguna en particular, mientras que no se me pida modificar o alterar lo original del comercio”.

Lo de Moreira: “Construiría un sanitario acorde y estaría dispuesto a las reformas que me propongan ante el asesoramiento del sector turístico estatal. Colocaría una pantalla LCD con la historia del lugar, ya que mi objetivo es cultural/patrimonial. Acondicionaría el parque como salón para eventos”

Media Luna: “Ninguna. Lo mantendría intacto”

El Recreo: “Pondría a la venta productos locales, artesanías, embutidos, ropa. Organizaría eventos con la población local como carreras de caballos, sortijas. Armaría un pequeño museo local e instalaría sanitarios y mejoraría la iluminación”

Lo de Gómez: Ninguna

Sol de Mayo: Ninguna

La Protegida: "Mejoraría la accesibilidad en sanitarios y puertas de acceso."

5) Consideraciones patrimoniales del establecimiento

a) En base al relevamiento del observante investigador:

Ver [fichas de relevamiento](#)

b) A criterio del encargado del establecimiento

Consideraciones patrimoniales del establecimiento			
	Según encargado		
	Pertenencia del establecimiento al patrimonio cultural local y qué elementos lo justifican	Pertenencia del establecimiento a la identidad local y qué elementos lo justifican	Voluntad/consentimiento de recibir declaración de protección patrimonial
Toly	Si. "Desde que nació existe el bar. Es el lugar de reunión de los vecinos"	Si. "Representa la costumbre local de reunirse, charlar y tomar un vermu"	Es indiferente.
Lo de Moreira	Si. "La antigüedad de la pulpería, la vinculación histórica con Juan Moreira y los objetos en exhibición que cuentan la historia local."	Si. "Se vincula con la gente de campo de Navarro. Refleja la identidad rural de Navarro al ser una reliquia dentro de la urbe."	Si.
Media Luna	Si. "Este lugar representa tradición en las Marianas, hay amor por el lugar y larga trayectoria familiar-3° generación-."	Si. "Aca todos se sienten amigos y se sienten cómodos"	Si.
El Recreo	Si. "Este lugar tiene más de 100 años del pueblo a cuestras. Aquí el 2° teléfono público, la peluquería, al lado la carnicería y enfrente"	Si. "Por la historia familiar de Coco, el antiguo dueño, solía congregarse a todos acá"	Si.
Lo de Gómez	Si. "Se refleja en los anaqueles, los objetos, la historia en el pueblo"	Si. "La tradición y costumbre de reunirse y tomar algo en el despacho de bebidas"	Si.
La Protegida	Si "Los objetos que exhibimos convivieron con el Navarro rural y su historia social. Te ayudan a descubrirla y recordarla. Todo mayor de 30/40 años se identifica al verlos"	Si. "Forma parte de la identidad local junto con la estación de ferrocarril el fortín, la parroquia."	Si. "Sería bueno solicitar un paquete de protección histórico-cultural a todos los almacenes y pulperías de Navarro"
Sol de Mayo	Si. Debido a su antigüedad (1830), nace como Paraje La Reforma, posta de carretas para el paso del río Salado. También por la colección de objetos de campo y el estado de preservación del edificio.	Si, porque es lo más antiguo del lugar. Representa el lugar de reunión social de costumbres: Tocar la guitarra, tomar algo, payadas, comidas, jugar a la paleta.	No, porque le es indiferente. La encargada está contenta con recibir a personas en especial para compartirlo con gente conocida. Guardarlo como algo propio. No desea hacerlo público.

Tabla 10 Comentarios y respuesta de los encargados de los establecimientos respecto a si su establecimiento pertenece al patrimonio local, si refleja la identidad local y su voluntad de recibir una declaratoria oficial de protección patrimonial. Elaboración propia en base a entrevistas a los encargados.

c) A criterio de los clientes

i) Pertenencia del establecimiento al patrimonio colectivo y reflejo de la identidad local



Gráfico 15 Elaboración propia. Porcentajes en base a encuestas y entrevistas de la totalidad de establecimientos relevados

ii) Concordancia o discrepancia respecto a la patrimonialización del establecimiento:



Gráfico 16 Elaboración propia. Porcentajes en base a encuestas y entrevistas de la totalidad de establecimientos relevados

iii) A criterio de la población local

(1) Opinión respecto al impacto comunitario de la patrimonialización del sitio



Gráfico 17 Elaboración propia. Porcentajes en base a encuestas y entrevistas a clientes locales de la totalidad de establecimientos relevados

iv) Opinión respecto a las acciones para la patrimonialización del sitio

(1) Preservación sin modificaciones

(2) Tareas de restauración/adaptaciones para el uso turístico

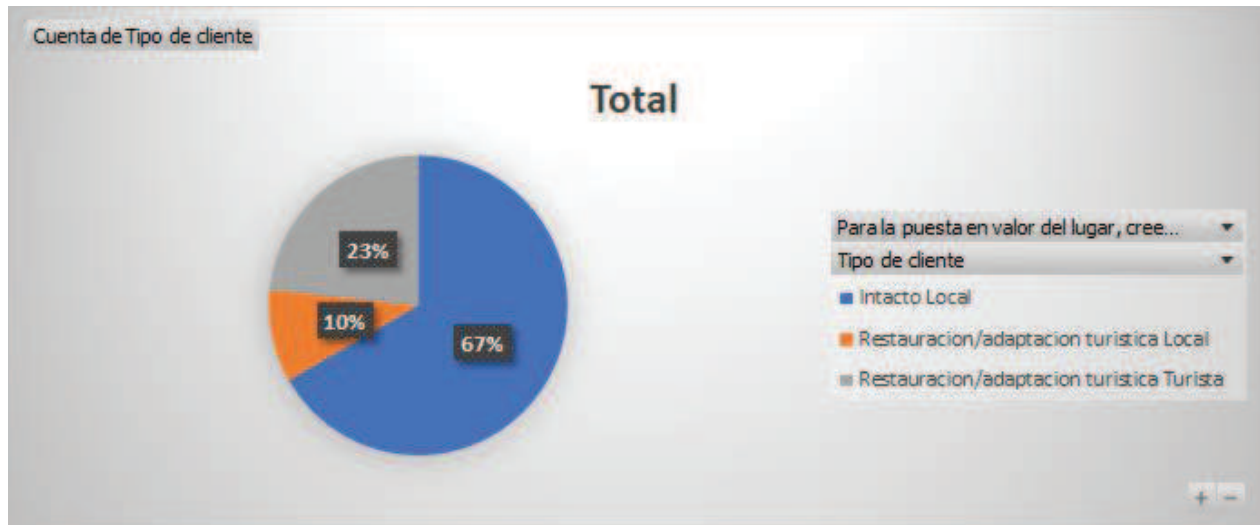


Gráfico 18 Elaboración propia. Porcentajes en base a encuestas y entrevistas de la totalidad de establecimientos relevados, desagregado en clientes locales (color azul y naranja) y clientes turistas (color gris)

Total establecimientos. Población local:

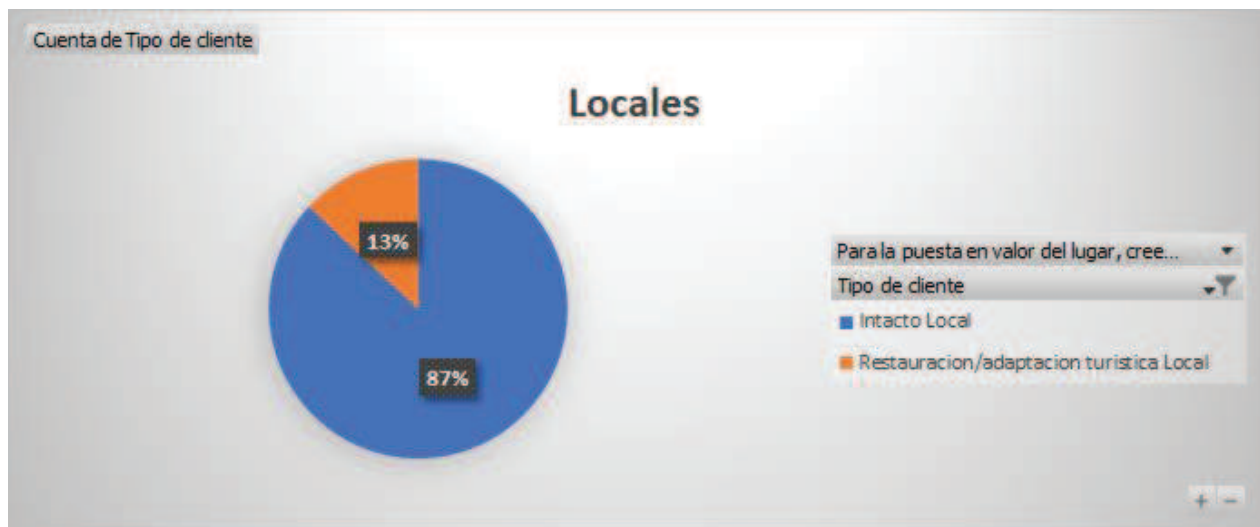


Gráfico 19 Elaboración propia. Porcentajes en base a encuestas y entrevistas de la totalidad de establecimientos relevados. Responde a la misma pregunta que el gráfico 18, pero tomando en cuenta únicamente clientes locales.

Total establecimientos. Turistas:

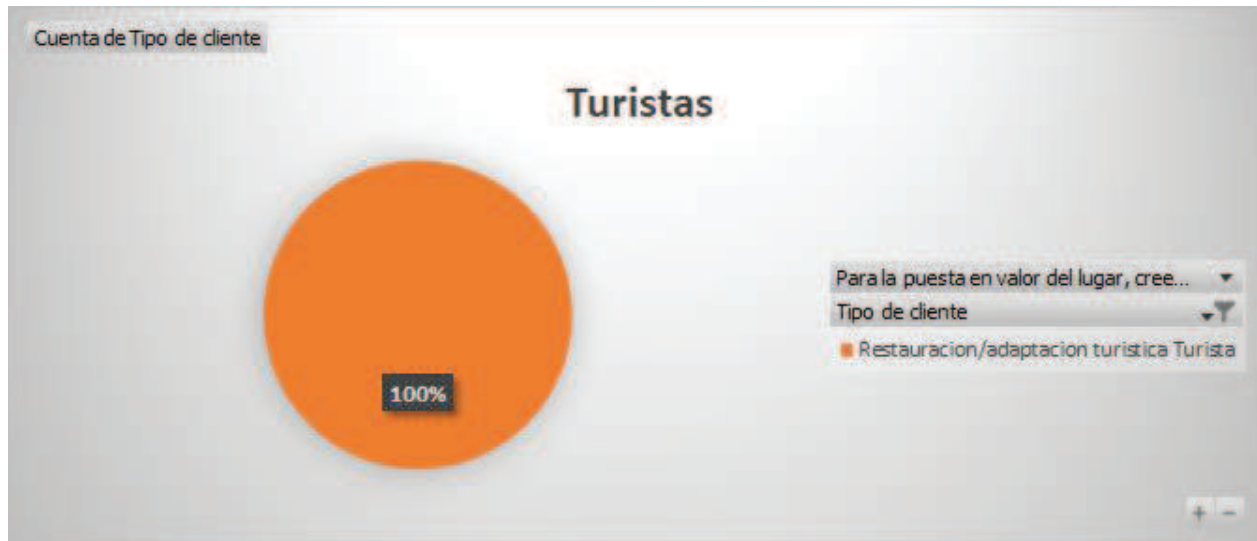


Gráfico 20 Elaboración propia. Porcentajes en base a encuestas y entrevistas de la totalidad de establecimientos relevados. Responde a la misma pregunta que el gráfico 18, pero tomando en cuenta únicamente clientes turistas.

Desglosado por establecimiento:



Gráfico 21 Elaboración propia. Porcentajes en base a encuestas y entrevistas realizadas a turistas del Bar “EL Recreo” de Las Marianas.

Comentarios de los encuestados:

- “Realizaría tareas de revoque y pintura para mantener la originalidad.”
- “Construiría sanitarios”

- “Realizaría tareas de restauración con conservación patrimonial y turística. Un equilibrio”

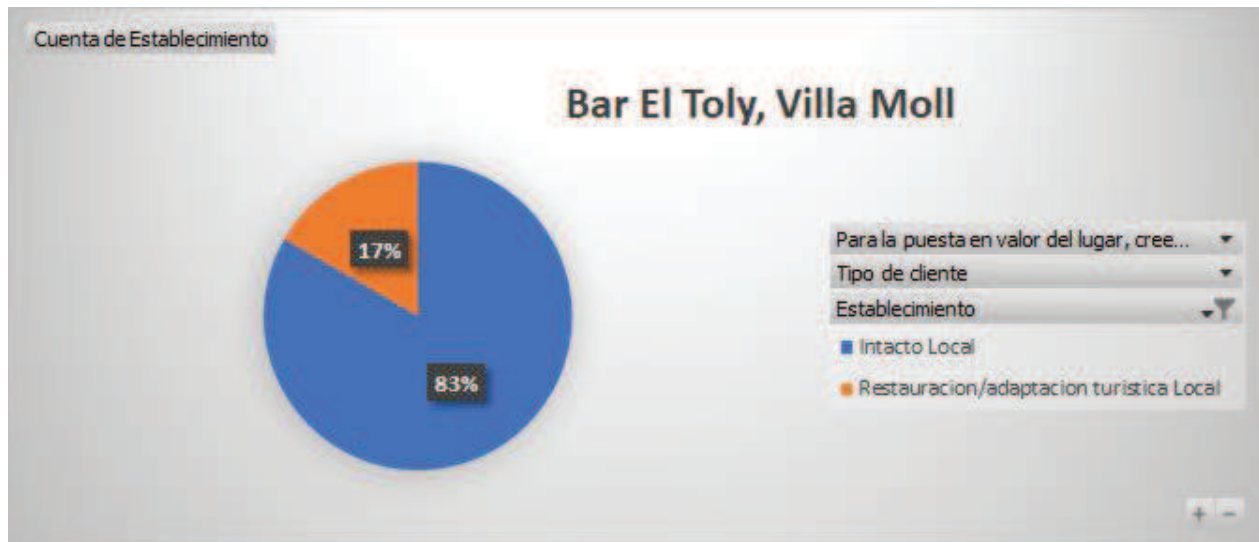


Gráfico 22 Elaboración propia. Porcentajes en base a encuestas y entrevistas realizadas a turistas y locales del bar “El Toly” de Villa Moll.



Gráfico 23 Elaboración propia. Porcentajes en base a encuestas y entrevistas realizadas a turistas del Museo-restaurante “La Protegida” de la Ciudad de Navarra.

Comentarios:

- “Mejoraría el estado de los sanitarios”
- “Mejoraría el estado de limpieza general, pintaría los salones”

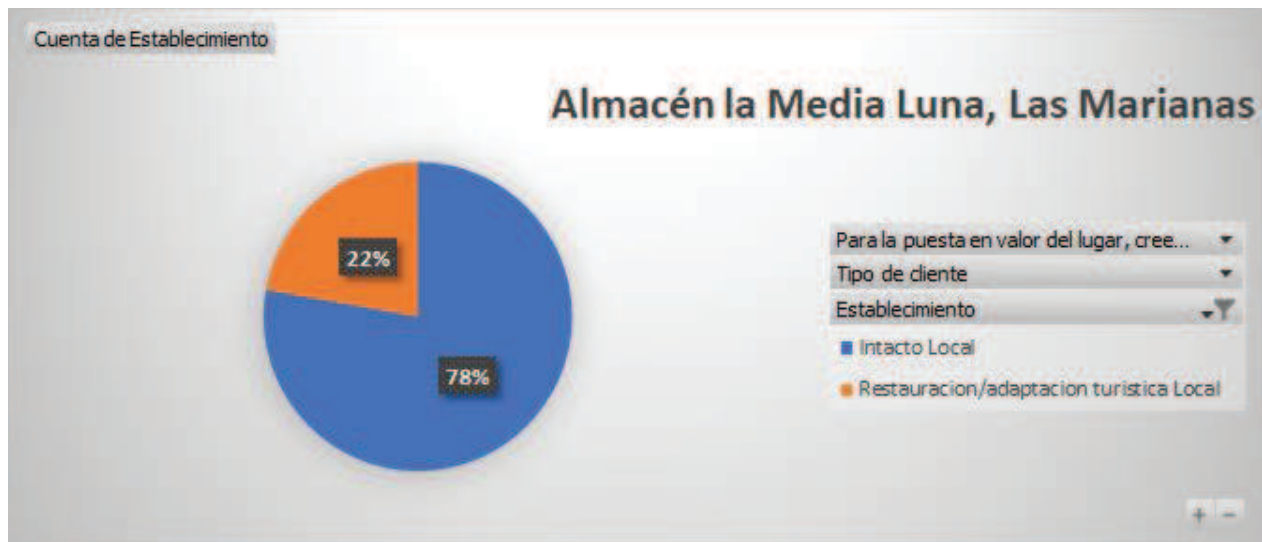


Gráfico 24 Elaboración propia. Porcentajes en base a encuestas y entrevistas realizadas a turistas y locales del Almacén “La Media Luna” de Las Marianas.

Comentarios:

- “Precisa ser pintado”
- “Colocar una salamandra para calefaccionar y mayor ventilación para el verano”
- “Añadir elementos de confort como el aire acondicionado o la salamandra”



Gráfico 25 Elaboración propia. Porcentajes en base a encuestas y entrevistas realizadas a clientes locales del Almacén “Lo De Gómez” de la Ciudad de Navarra.

6) Vínculo entre el municipio y el establecimiento

- a) Acciones que el encargado del establecimiento precisa que el municipio realice para apoyar su establecimiento.

	Acciones que el encargado del establecimiento precisa que el municipio realice para apoyar su establecimiento.
Toly	Señalización vial de acceso de desde RP 40 y RP30 a Villa Mol. Exención o beneficios impositivos. Manifiesta que no es de su necesidad pavimentar el acceso a Villa Moll.
Lo de Moreira	Asesoramiento técnico, arquitectónico e histórico de conservación patrimonial para el edificio. Manifiesta la urgente necesidad de reparar la fachada.
Media Luna	Señalización vial de acceso de desde RP 40 y Navarro a Las Marianas y turística al establecimiento. Ayuda económica para el mantenimiento y conservación edilicio.
El Recreo	Señalización vial de acceso de desde RP 40 y Navarro a Las Marianas y turística al establecimiento. Ayuda económica para el mantenimiento y conservación edilicio.
Lo de Gómez	Exención de impuestos o beneficios impositivos y ayuda económica-técnica al mantenimiento y conservación edilicio.
La Protegida	Señalética urbana y turístico-rural
Sol de Mayo	Ninguna

Tabla 11 Comentarios de los encargados de los establecimientos en cuanto a las acciones que precisarían que realice el Estado municipal para apoyar su establecimiento. Elaboración propia en base a entrevistas a los encargados.

- b) Rol del Estado municipal en el proceso de conservación del patrimonio local.

El Secretario de Gobierno y Secretario de Cultura, Educación y Turismo del Municipio de Navarroⁱ, expresó que las pulperías y almacenes de ramos generales son considerados parte del patrimonio cultural local y elementos identitarios de Navarro, ya que “su mobiliario y los objetos que en ellos se exhiben representan la identidad rural de Navarro y la construcción social de la localidad”. Respecto a la conservación de dicho patrimonio, expresó su voluntad de “crear un paquete de protección patrimonial histórico-cultural de los almacenes y pulperías” incluidos en esta investigación.

Al ser consultado por las acciones que el Estado municipal lleva cabo en pos de la conservación patrimonial, fue sugerido entablar una entrevista con una integrante de la Comisión Municipal de Preservación del Patrimonio Histórico y Cultural de Navarro.

Dicha integranteⁱⁱ expresó que la Comisión, creada a partir de la Ordenanza municipal N° 1352/14, ha sido conformada de hecho en julio 2021 por 5 integrantes, de los cuales uno es arquitecto, una museóloga, un profesor de historia del arte y dos vecinos colaboradores. Al momento de la entrevista (Agosto 2021), la Comisión se encuentra en las primeras semanas de actividad. Comunica que se han realizado recorridos a pie para relevar el patrimonio histórico urbano de Navarro, tomando fotografías, conversando con los vecinos para intercambiar datos históricos y consideraciones respecto a la protección patrimonial. Como próximos pasos a seguir la integrante de la Comisión indica que se busca en un primer momento visibilizar y resguardar el patrimonio a partir de la instalación de señaléticas en placas de cerámica en aquellos sitios de propiedad pública; para luego continuar con aquellas en propiedad privada que requiere la autorización del propietario.

En lo que refiere al rol del Estado en la preservación y conservación del patrimonio y su activación turística, indicó que “el rol es fundamental, para revalorizar el patrimonio local, hacer visible lo invisible, protegerlo para próximas generaciones, integrarlo al turismo y fomentar su visita turística en forma presencial pero también digital a través de recorridos virtuales”.

Respecto a las acciones realizadas en pos de la protección patrimonial de almacenes y pulperías de Navarro, se indica que ninguna de ellas posee declaratoria oficial de protección patrimonial a agosto 2021. Sin embargo, señala que, una vez finalizada la señalética y visualización del patrimonio público, se iniciará la protección de aquellos bienes de propiedad privada que son considerados parte del patrimonio histórico cultural local, dentro de los cuales señala que se encuentran todas las pulperías y almacenes incluidos en esta investigación.

Como agregado, la entrevistada mostró interés en el fruto de la presente investigación y en el trabajo de campo realizado, considerándolo insumo vital en el camino a la protección patrimonial que la Comisión realiza en vínculo con la Secretaría de Cultura, Educación y Turismo.

3.C. Efectos de la pandemia en la actividad del establecimiento

Los establecimientos relevados fueron afectados en mayor o menor medida por la pandemia y las medidas de regulación instauradas por el gobierno nacional. El 19 de marzo 2020 ante la declaración de pandemia emitida por la Organización Mundial de la Salud con fecha 11 de marzo de 2020, se decreta la medida de “aislamiento social, preventivo y obligatorio” (ASPO). Ello conllevó abstenerse de concurrir a los lugares de trabajo y no desplazarse por rutas, vías y espacios públicos; solo desplazarse de manera mínima e indispensable para aprovisionarse de artículos de limpieza, medicamentos y alimentos; sin poder realizarse eventos culturales, recreativos, deportivos, religiosos, ni de ninguna otra índole que implicasen la concurrencia de personas. (Poder Ejecutivo de la Nación, 2020) Aquel decreto fue vigente hasta noviembre 2020 en el que se decreta el “Distanciamiento Social, Preventivo y Obligatorio” (DISPO). A partir del mismo se decreta el estricto cumplimiento de la distancia social de dos metros entre los y las concurrentes y la ventilación adecuada del ambiente; en el Área Metropolitana de Buenos Aires se determina el coeficiente de ocupación de las superficies cerradas en los establecimientos dedicados a la actividad gastronómica de un máximo del 30 % del aforo, en relación con la capacidad máxima habilitada; los desplazamientos de las personas fuera de su municipio de residencia serían solo autorizados a quienes poseyeran el Certificado Único Habilitante para Circulación - Emergencia COVID-19. (Poder Ejecutivo de la Nación, 2020)

Las disposiciones del previo de decreto se mantuvieron vigentes hasta la realización del trabajo de campo en febrero 2021.

Durante el periodo de ASPO los establecimientos carecieron de clientes provenientes del sector turístico ya que los desplazamientos entre ciudades se encontraban prohibidos. Aquellos comercios cuyos clientes son mayoritariamente locales pudieron mantener sus puertas abiertas como el caso de La Protegida y Lo de Gómez en Navarro, o reiniciar su actividad a medida que se recobrara la confianza y se flexibilizaran los controles, este es el caso de La Media Luna y El Toly.

El pico de afectación se ubica entre marzo y junio, durante los cuales cinco de siete se encontraron cerrados. Desde agosto, la apertura fue resultando gradual acorde a los

criterios de los encargados y el ritmo de afluencia de los clientes. El caso de Sol de Mayo y Lo de Moreira, que continuaron con sus puertas cerradas hasta febrero, se debe a motivos personales de los encargados.

Se estima que el patrón de apertura se encuentra vinculado con la afluencia de clientes. Aquellos comercios ubicados en la zona urbana mantuvieron sus puertas abiertas, mientras que cuanto más alejado de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires se demoró más en abrir sus puertas, siendo El Recreo el último en hacerlo en diciembre. Este patrón puede deberse a que la afluencia de turistas y clientes logró reactivarse al comenzar el verano.

Análisis de resultados

Este apartado trata del análisis del proceso de patrimonialización de las pulperías, almacenes y bares estudiados.

Como punto inicial se toma la interpretación realizada por el investigador como observador no participante, impactada previamente en las fichas de relevamiento incluidas en anteriores apartados. En ella se observa en carácter global, un valor intrínseco que según la clasificación de ICOMOS Argentina “es el caso de aquellos edificios que, sin constituir casos excepcionales, posee atributos que le otorgan valor a sí mismos, como ejemplos de un período de la arquitectura o del paisajismo o de un momento preciso de la historia del lugar”. (Comisión de Investigaciones Científicas del Ministerio de la Producción y el Empleo de la Prov. de Bs As, 1997)

Este carácter global, en cada establecimiento toma caracteres particulares - desagregados en cada ficha de relevamiento-, vinculados ya sea, al estado de conservación edilicia, a su antigüedad y arquitectura, a la vinculación con hechos y personajes históricos de la identidad local como el gaucho Juan Moreira, al arraigo de las manifestaciones culturales de sus clientes con el establecimiento o a la invariabilidad en la funcionalidad del lugar.

De las encuestas y entrevistas se toma que los encargados de los establecimientos, clientes residentes en la localidad y los clientes turistas concuerdan respecto de la

pertenencia de cada establecimiento al patrimonio cultural local y que son reflejo cada uno de la identidad local de sus habitantes.

Las razones y justificaciones por parte de los entrevistados y encuestados varían por su carácter subjetivo, a pesar de lo cual coinciden en puntos comunes como la antigüedad del inmueble y su mobiliario, el carácter intangible de ser el punto de reunión social y de consumación de las tradiciones y costumbres locales, los vínculos familiares y de amistad y la representación de la ruralidad en los objetos exhibidos y la decoración interior.

De aquella unánime perspectiva resultan algunas cuestiones. La primera es preguntarse si aquella representación identitaria es preciso materializarla en forma oficial como un bien patrimonial.

Por otra parte, independientemente de que se revista una declaratoria oficial patrimonial, se consulta si se realizarán acciones en vistas de la protección y/o conservación de los sitios tangibles y de los elementos intangibles inherentes a ellos y cómo.

Respecto a la declaratoria oficial de patrimonio, existe un apoyo mayoritario por parte de sus encargados en que exista una declaración patrimonial del bien tangible por parte del municipio, sin embargo, Sol de Mayo y El Toly manifiestan indiferencia al respecto. El primer caso se vincula a los deseos de la actual dueña quien preserva la pulpería como parte de su hogar y no desea que se convierta en un espacio público al declarársele sitio patrimonial. En el segundo caso, el encargado expresa no estar a favor ni en contra ya que no dilucida beneficio ni perjuicio al respecto, quizás vinculado a la falta de información respecto de las declaraciones patrimoniales.

Este caso es evidencia de los procesos patrimoniales como construcciones sociales (Prats, 1996 y Bustos Cara, 2004) y hechos dinámicos, ya que para no todos los actores implica lo mismo el concepto de patrimonio, ni todos precisan una declaratoria oficial para considerarlo y valorarlo como patrimonio. El encargado de El Toly quizás refleja lo que Prats toma como “el peligro de que el proceso de patrimonialización sea tomado por individuos con ciertos valores, ideas e intereses y que pretendan

naturalizarlo presentándolo como resultado de una acción colectiva”. Y es también prueba de los límites que se trazan al tomar la doble dimensión del patrimonio (Graham, Ashworth y Tunbridge, 2000), los actores no tienen la misma postura respecto a la protección del patrimonio como identitario que respecto a la mercantilización de este. Esto último se retomará al analizar la activación turística patrimonial.

En cuanto a los clientes, tanto locales como turistas, todos manifiestan unánimemente el apoyo a la declaración patrimonial del sitio. La mayoría de los primeros, a su vez, consideran que ello desencadenaría en una situación positiva para la comunidad local, siendo la minoría quien cree que la declaración patrimonial no sería ni positiva ni negativa. Se exhibe nuevamente la variedad de posturas en el camino hacia la patrimonialización. Es decir, ningún actor duda del valor patrimonial y del grado de representación identitario, pero al momento de hacerlo oficial surge el conflicto.

Aplicando las palabras de Bustos Cara, las pulperías, almacenes de ramos generales y bares de campo estudiados adquieren sentido como patrimonio por herencia específica de los encargados de los establecimientos y clientes residentes del lugar y por legitimación científica de especialistas, siendo en este caso el autor de esta investigación manifestada en las fichas de relevamiento a través de la observación no participante.

La segunda cuestión respecto a la patrimonialización la conforma lo vinculado a las acciones en vistas de la protección y/o conservación de los sitios tangibles y de los elementos intangibles inherentes a ellos.

Se ha observado, en términos generales, un estado de conservación regular a bueno, siendo que ninguno de los establecimientos poseía riesgo de derrumbe en su estructura o carácter de abandono total o parcial; como tampoco ninguno ha manifestado un carácter de excepcionalidad en su estado estructural, decorativo y de presentación al público.

Posteriormente, al indagar en la opinión de los clientes respecto a las acciones a realizar para la conservación del lugar se presentó el siguiente resultado. La totalidad de los turistas opinó que al menos una modificación o actualización debería realizársele

al edificio; mientras que, dentro de la población local encuestada, el 87% manifestó voluntad de dejarlo intacto sin ninguna modificación, y solo el 13% opinó que le realizaría alguna modificación.

Las modificaciones sugeridas voluntariamente por los clientes⁶, a pesar de tomar criterios propios en cada establecimiento, encuentran puntos en común en acciones como las tareas de acondicionamiento edilicio como revoque y pintura.

Los encargados de los establecimientos, a excepción de El Toly y Sol de Mayo, se manifestaron a favor de realizar acciones de conservación y mejora, sin embargo, añadieron que precisarían ayuda económica y técnico-profesional por parte del municipio. Para este último punto aparece como posible respuesta la activación turística del patrimonio, respecto a lo cual Troncoso (2008) menciona que en el vínculo entre turismo y patrimonio surgen posibilidades de conservación de este y la capacidad de generar recursos que brinda la turistificación del patrimonio.

Como último eslabón del análisis de patrimonialización se añade el Estado municipal. Al poner las entrevistas realizadas a los referentes locales encargados de la protección y gestión del patrimonio a la luz de los autores estudiados, se da cuenta de que el Sr. Raúl Lambert considera, al igual que Prats, que el patrimonio local es una construcción social y que en sus elementos tangibles se refleja la identidad local. A su vez, tiene en consideración la protección de los sitios edilicios como un conjunto y no como elementos separados. Es decir, considera el concepto “Pulpería, Almacén y Bar” como el referente identitario local, plasmado hoy día en determinados lugares físicos.

Por otra parte, al analizar la conformación de la Comisión Municipal de Preservación del Patrimonio Histórico y Cultural de Navarro, se da cuenta de la intención de establecer una gestión del patrimonio de forma participativa y comunitaria dado que se encuentra integrada por cinco integrantes, de los cuales uno es arquitecto, una es museóloga, uno es profesor de historia del arte y dos son vecinos colaboradores (Pérez Winter, 2019). La forma misma en que la integrante entrevistada de la Comisión, comunica que se desenvuelven las tareas de inventariado revela también una perspectiva participativa,

⁶ se encuentran desagregadas por establecimiento en la dimensión 5.c.iv

entablado un diálogo con los vecinos, enriqueciendo la información histórica con sus vivencias personales, alimentando la forma de gestión patrimonial incorporando sus opiniones al respecto.

En cuanto al proceso de patrimonialización al momento de la entrevista es importante destacar que el organismo decidió comenzar por la protección patrimonial de los bienes públicos, dejando para una siguiente instancia los de propiedad privada. Esto exhibe y pone a la luz las complejidades que se derivan de la patrimonialización de bienes privados como el caso de las pulperías, almacenes y bares estudiados, ya que en estos casos se libra el conflicto entre la libertad de uso por parte de sus propietarios y la protección y conservación por parte de su comunidad.

A continuación, se procede a analizar la potencialidad turística de los establecimientos dejando las particularidades del contexto de la pandemia por COVID 19 para el final.

En lo inherente a los establecimientos, la dimensión 3.a. permite estimar la potencialidad de los bares de campo y almacenes como establecimientos gastronómicos sencillos dentro de la planta turística local (Boullón, 1985) en el cual el turista puede degustar un aperitivo en el sector de despacho de bebidas de los almacenes (Media Luna o Lo de Gómez) y luego almorzar en un bar o almacén (La Protegida, El Recreo o El Toly).

A su vez, las pulperías, que actualmente no ofician su función original podrían centralizar su función como sitio de atractivo cultural patrimonial. Sin embargo, para ello se recomendaría la capacitación en guiado o anfitrión turístico por parte de quien reciba al turista.

En cuanto a los horarios y días de apertura (dimensión 3.b) el día más propicio para la ~~visita~~ ^{visita} turística es el sábado ya que todos los almacenes y bares relevados se encuentran abiertos, al menos por la mañana y luego de las 17hs, siendo El Recreo el único que no cierra por la tarde, y La Protegida el único que abre en horarios de almuerzo y cena exclusivamente.

En el caso de las pulperías-museo, su horario y día de apertura debe coordinarse previamente con el dueño, lo que dejaría de lado al turista ocasional que viaja sin previo aviso.

En cuanto a los servicios, la mayoría de los establecimientos relevados se encuentra por debajo de los estándares mínimos esperados por un turista promedio, como lo es la necesidad de sanitarios, la adecuada comodidad del ambiente dada por un eficiente sistema de calefacción y refrigeración, entre otras. El Almacén la Protegida es el único que posee sanitarios habilitados, siendo en los demás casos preciso solicitar el sanitario privado del dueño.

Por otro lado, en términos de recursos humanos, los servicios a los clientes son brindados casi exclusivamente por sus dueños, como se describe en el apartado 3.f, brindando un valor agregado al turista de tratar directamente con el propietario, lo cual muchas veces genera un lazo personal y afectivo que termina fidelizando a la clientela. Sin embargo, ese mismo valor agregado se traduce en un limitante a la hora de ampliar las capacidades de operación. Sumado a ello, ninguno de los prestadores se encuentra capacitado o posee estudios en turismo o gastronomía.

Es por ello que, de ser activados turísticamente, los establecimientos relevados precisarían, si se busca satisfacer las demandas turísticas, adecuar sus instalaciones en términos de servicios sanitarios, refrigeración y calefacción y accesibilidad; y sus recursos humanos en términos de cantidad -buscando la eficiencia sin perder la personalización del servicio- y de capacitación turística-gastronómica en busca de una profesionalización del mismo.

Como complemento a los establecimientos relevados, la Ciudad de Navarro ofrece pocos atractivos, pero de gran arraigo a la historia local como es el Museo del Fortín, vinculado al origen del poblado, la Parroquia San Lorenzo Mártir, cuya piedra fundacional es de la época colonial, el Parque Dorrego que atestigua y brinda honor al hecho histórico más destacado de la localidad y el museo ferroviario que ilustra una de las etapas de transformación del poblado rural en urbe.

Distinto es el caso de Las Marianas y Villa Moll, en cuyos ejidos urbanos parecen destacarse únicamente la estación ferroviaria y la iglesia, pero al recorrerlas en profundidad se reconocen como atractivo elementos más generales y menos particulares como las fachadas de las casas y comercios, algunos de ellos centenarios, y elementos inherentes a lo intangible como es la atmósfera rural que se percibe en el ritmo de sus habitantes, en su hablar y caminar. Este punto es quizás el más complejo de incluir como atractivo, ya que el proceso de construcción de atraktividad depende de la voluntad de aquellos que lo poseen. Es decir, en este punto se pone en juego el cuidado de la identidad local (Prats L., 1996) en el proceso de construcción de atraktividad y será visible a qué dimensión de las mencionadas por Troncoso (2008) en la relación turismo y patrimonio suscribe la población local.

Continuando con el análisis de infraestructura turística local, Navarro es el más completo en cuanto alojamiento. A su vez, desde la Ciudad de Navarro el turista puede desplazarse para visitar los atractivos de las restantes localidades del municipio. Las visitas a Moll y Sol de Mayo son más apropiadas para realizarse de manera diurna, mientras que Las Marianas, al contar con dos opciones de alojamiento rural permite el pernocte en la misma.

Los servicios gastronómicos más tradicionales e identitarios del municipio son, al mediodía, el comedor "Doña Irma" de Las Marianas, atendido por su familia, con menú fijo donde la especialidad son los raviolos; y por las noches el Almacén La Protegida de Navarro que ofrece menú con 3 opciones de plato principal, y periódicamente una espectáculo musical o peña; mientras que el Almacén de Gómez, el Recreo, El Toly y la Media Luna se destacan por sus picadas y aperitivos, ideales para una visita a media mañana o por la tarde.

En lo que respecta a la demanda (dimensión 4), la misma se encuentra compuesta por locales y turistas, cuyas motivaciones, patrones de consumo y asiduidad de visita son notablemente distintos, siendo ambos complementarios. La demanda local que asiste por razones sociales, incluyendo el consumo de bebidas o insumos en el caso de los almacenes, lo hace casi todos los días, lo cual refuerza y asienta el sentido de pertenencia e identidad del establecimiento con su persona y por ende con la localidad.

Aquello mismo, es lo que el turista, que realiza la visita mayormente en fines de semana, busca experimentar. Si conjunto a ello, el encargado del establecimiento decidiera brindar un servicio gastronómico, el turista podría detenerse más cómodamente a percibir los valores identitarios que la población local decidiera exponer al disfrute, sea música folklórica, exhibición de objetos de uso rural o mismo conversando con el dueño; y así continuar, su visita a otros almacenes, o bares del municipio.

La falta de servicios gastronómicos o de instalaciones cómodas genera que la visita turística actualmente sea acotada y amenaza con transmitir una imagen hostil al turista. Sin embargo, si se actuara en función de esto último, sería prueba de lo mencionado por Pérez Winter (2019) en cuanto a priorizar las expectativas y gustos de los consumidores externos como los turistas/visitantes en detrimento de las necesidades/intereses de las comunidades locales a la hora de la mercantilización del patrimonio. Y lo expuesto por MacCannell (1992) en cuanto a las confrontaciones que se pueden generar entre la lógica turística-comercial y la identitaria, si se da lugar a la reformulación de la identidad en tanto se adoptan como propias las imágenes externas generadas a partir del turismo. La propia intencionalidad de adaptar el sitio al consumo turístico le quitaría parte de la identidad que es valorada como atractivo por el turista, si es que esa intención no es impulsada por la propia comunidad.

Ambas tipologías de clientes pueden convivir, el turista que precisa del local para experimentar el sentimiento identitario y de pertenencia al patrimonio, y el local que puede beneficiarse del turista para sentirse orgulloso de su identidad al compartirla y a su vez beneficiarse de los recursos económicos generados para la conservación, protección y restauración del patrimonio. (Graham, Ashworth y Tunbridge, 2000 y Troncoso, 2008).

De acuerdo con las encuestas, la demanda local, a pesar de poseer cierto interés en visitar otros establecimientos como al que asiste, tiende a reafirmar su fidelidad al comercio de cercanías. Por otro lado, los turistas encuestados se mostraron completamente interesados en visitar otros establecimientos similares por el área,

señalando la importancia de contar con señalética o indicaciones claras de acceso, ya que muchos dicen “llegar de casualidad” a dichos establecimientos.

Los turistas son de cercanías, mayormente del Área Metropolitana de Buenos Aires, y minoritariamente de municipios vecinos y la totalidad de los encuestados manifestó que su visita fue realizada sin pernocte en el área. A pesar de que no fueron consultadas las razones de ello puede estimarse que haya sido por desconocimiento de oferta de alojamiento, por desconocimiento de qué atractivos visitar complementarios al visitado o por la cercanía con su lugar de origen. En contraposición el pernocte podría ser motivado con eventos culturales nocturnos impulsados por la comunidad como peñas folklóricas o festividades provinciales como la “Noche de los almacenes” que se organiza en el municipio de Roque Pérez.

En lo referido a vinculación con agencias de viajes, solamente el Almacén La Protegida manifestó poseer acuerdos de visita previos a la pandemia, los cuales al momento de la entrevista se encontraban suspendidos. Al consultar a los dueños sobre la apertura hacia vínculos comerciales con agencias de turismo y la activación turística cuatro de siete manifestaron voluntad e interés, mientras que El Almacén de Gómez y Sol de Mayo se negaron por ser reacios al ingreso de personas extrañas de manera masiva y la Media Luna manifestó indiferencia.

Es preciso detenerse en este apartado como muestra de las distintas posturas que poseen estos actores frente al proceso de activación turística de sus comercios. Aquellos con mayor grado de contacto o interés con la actividad turística y el ámbito urbano apoyan una mercantilización de los bienes patrimoniales (Graham, Ashworth y Tunbridge, 2000; MacCannell, 1992). Tal es así, que el encargado de El Recreo es profesional gastronómico y posee una extensa carrera al mando de restaurantes en Buenos Aires, el encargado de La Protegida es Secretario de Cultura, Educación y Turismo de Navarro y el encargado de Lo de Moreira no posee capacitación en turismo y gastronomía pero es miembro de una asociación histórica local y reside en el Área Metropolitana de Buenos Aires.

Por otro lado, se encuentran los tres encargados que no están a favor de la activación turística. Los tres poseen el establecimiento hace más de 30 años, son residentes

desde nacimiento en la localidad y manifiestan un fuerte arraigo con la ruralidad y la identidad del entorno. Se destaca aún más el encargado de Lo de Gómez que a pesar del crecimiento del entramado urbano de Navarro alrededor de su almacén, ha conservado la identidad rural arraigada en su trato y en la camaradería entre y con sus clientes que se respira desde el ingreso al sitio.

Se exhiben entonces aquí las múltiples identidades y sentidos de las que habla Pérez Winter (2019) en los pueblos rurales como nuevos espacios de consumo; las cuales se articularán entre lo deseable, lo razonable y lo posible (Prats L. , 1996) a la hora de activar turísticamente el patrimonio.

En cuanto a las modificaciones que estarían dispuestos a realizar sus encargados sobre los establecimientos para la recepción de turistas (dimensión 4.d.iii), las respuestas mantuvieron la misma línea que en el previo apartado, con una excepción: El Toly, de Villa Moll, la localidad más lejana a la ciudad cabecera del municipio y con alto grado de ruralidad. El encargado de este establecimiento que previamente se había expresado a favor de la activación turística, se mostró en este caso reticente a realizar modificaciones, como también La Media Luna, Lo de Gómez y Sol de Mayo. Mientras que Lo de Moreira, La Protegida y El Recreo manifiestan mayor apertura al turismo, con sugerencia de inversión en mejoras edilicias y realización de eventos culturales, no especificando si los mismos partirían de una voluntad comunitaria o externa.

Esto exhibe un elemento más a la complejidad de la relación entre activación turística y patrimonialización y es prueba de que la atraktividad se construye y no está exento de conflictos. (Troncoso, 2008)

En conclusión, desde el punto de vista técnico, las pulperías, almacenes de ramos generales y bares de campo estudiados poseen potencialidad turística, con un grado de atraktividad positiva expresada por los turistas encuestados, aunque requiriendo de adaptaciones en términos de accesibilidad y servicios para un mejor disfrute. Por otro lado, desde el punto de vista de la construcción de atraktividad, existe un largo camino por recorrer. La variedad de posturas y opiniones respecto a la activación turística por parte de los encargados, clientes locales y turistas es diversa y no estaría exenta de conflictos de ser iniciada una activación turística del conjunto.

Como un apartado contextual a las previas dimensiones se encuentran las medidas de prevención frente a la pandemia del COVID-19. Durante el relevamiento en la temporada estival 2021 solo el Almacén La Protegida ponía a disposición alcohol en gel en cada mesa y solicitaba el uso de barbijo obligatorio. En los restantes establecimientos las medidas de prevención se restringían al aforo máximo de clientes en espacios cerrados, que se redujo entre el 40 y el 70% según cada caso (dimensión 3.d), y a la ventilación de los ambientes cerrados o la disposición de las mesas en espacios abiertos.

De incrementarse el flujo turístico, es preciso un control más riguroso por parte del municipio, del acatamiento de la normas y protocolos correspondientes, sea de la pandemia del COVID-19 o posteriores advenimientos de distintas cepas. Se estima que el turista de la postpandemia escogerá entornos naturales, cercanos y con espacios abiertos, pero también procurará el cumplimiento de protocolos que aseguren la higiene de los establecimientos.

En términos de capacidad, a pesar de que los establecimientos informan una reducción de entre el 40 y 70%, la mayoría cuenta con el beneficio de la ruralidad que permite la expansión hacia espacios verdes linderos a los establecimientos, siendo el Toly, Lo de Gómez y La protegida los únicos que poseen solamente las veredas como espacio de expansión al encontrarse en cascos urbanos.

Con una adecuada organización y adecuación del mobiliario los establecimientos poseen una capacidad de alojamiento de turistas estimada de 30 comensales, lo cual otorga un límite a la masividad de los turistas y permite una cierta personalización de la experiencia turística, permitiendo incluso el diálogo distendido entre cliente y dueño del establecimiento.

Tomando como punto de partida la experiencia transitada por los establecimientos durante la pandemia de COVID-19 en 2020 durante el cual el flujo de turistas al área estuvo sujeto a las restricciones de circulación, se puede estimar que, de continuar el proceso de vacunación y con ello disminución de las restricciones de desplazamiento de turistas, los establecimientos relevados experimentarán en la temporadas venideras un incremento notable en el flujo de turistas de fin de semana que hallan en los

espacios rurales de cercanías la oportunidad de rápida desconexión de sus tareas cotidianas a través de una dosis concentrada de espacios verdes y experiencia tradicional folklórica.

Conclusión

En conclusión, la activación turístico patrimonial de las pulperías, almacenes de ramos generales y bares de campo contiene distintas aristas y presenta una arena de conflicto entre los diversos actores que la componen.

Por un lado, en el camino a la patrimonialización, es unánime el hecho de que forman parte de la identidad local de Navarro, aunque no se expresa lo mismo respecto a su declaratoria oficial. Los encargados de dos de los siete establecimientos relevados se muestran en contra o indiferentes a ello, mientras que los turistas, clientes residentes y los representantes del sector público apoyan la declaratoria. Es preciso que en este punto se busquen caminos de conciliación a través del diálogo y la consulta popular respecto a qué camino transitar.

La protección y conservación del patrimonio no implica únicamente, ni necesariamente, la declaración de bien patrimonial desde el ente estatal. Se recuerda que el elemento indispensable para la protección y cuidado del patrimonio local es el arraigo de sus propios vecinos al entorno y al sitio y la identificación de estos con su identidad. Solo desde ese punto, en el que la comunidad toda considera como parte de su patrimonio e identidad local a ese sitio o costumbre, es que puede impulsar y motivar la patrimonialización desde una gestión participativa. Casos como ese son el de la Asociación Civil Pueblos y Parajes de San Andrés de Giles cuyas intenciones son impulsar acciones que contribuyan a proteger los elementos que identifican como patrimonio, afirmar la identidad lugareña, fomentar redes de solidaridad y cooperación. (Pérez Winter, 2019)

En cuanto a la activación turística de las pulperías, almacenes de ramos generales y bares de campo como patrimonio de Navarro, el análisis se desagrega en la parte técnica y la parte de construcción de atraktividad.

Respecto a la primera, en lo que implica acciones de acondicionamiento para el turismo, respaldado por las encuestas realizadas, sería necesaria la construcción de sanitarios y la instalación de sistemas de calefacción y refrigeración (aire acondicionado), tareas de pintura en interiores y exteriores y acciones para mejorar la accesibilidad física, como rampas o apertura de espacios.

En lo que se refiere al servicio turístico, se podría recomendar la realización de cursos de capacitación como anfitriones turísticos para los encargados de los establecimientos y todo personal a su cargo que se encuentre en contacto con el turista. De esta manera se brindarían herramientas de comunicación, idioma inglés y portugués, nociones de gastronomía y de coordinación de guía turístico como manejo de grupos y atención al cliente. En aditamento, se podría elaborar un folleto con la historia del sitio, elaborada por el encargado, con fotografía y datos históricos que permita la revalorización y preservación de su identidad, y en el mismo folleto enlistar los productos que se ofrecen al público con sus precios; siendo preciso contar con uno elaborado en idioma inglés.

Como acciones de comunicación e incentivo turístico se podrían realizar eventos culturales folclóricos en horario vespertino y nocturno con el fin de fomentar el pernocte de los turistas en los establecimientos hoteleros locales, y así permitir extender la visita en el municipio.

Por otra parte, si se deseara crear un circuito turístico de pulperías, almacenes y bares de campo de Navarro, se sugeriría la elaboración de cartografía turística por parte del municipio y la instalación de señalética turística desde los principales accesos carreteros al municipio, la Ruta Provincial 41 y 47, hasta el exterior de los establecimientos donde se colocaría cartelera de información histórica, patrimonial y de uso turístico.

Sin embargo, más allá de las recomendaciones y sugerencias técnicas en materia turística, es imprescindible que previo a ello exista un proceso de construcción de la atraktividad turística.

Como se refleja en el análisis de resultados, no existe una unanimidad respecto a la activación turística del patrimonio, por parte de ninguno de los actores. Se hace visible

el encuentro de intereses que menciona Prats entre actores públicos, privados y locales. Si se decidiera impulsar la activación turística patrimonial, el Estado tomaría un rol protagónico en la toma de decisión sobre qué elementos vinculados con la ruralidad son significativos como para preservar, y a su vez mercantilizar (Pérez Winter, 2019). En ese caso esta investigación apoya la postura de que sea la comunidad local quien en base a sus intereses y necesidades escoja los elementos a preservar y/o mercantilizar, a través de una gestión participativa del patrimonio, creando una asociación civil como la mencionada previamente en San Andrés de Giles. La Comisión Municipal de Preservación del Patrimonio Histórico y Cultural de Navarro ya ha dado pasos en torno a una gestión participativa como se ha mencionado previamente, se incentiva a que se prosiga en esa misma línea de actuación, pensando no tanto en las expectativas y gustos de los consumidores externos como los turistas/visitantes sino en las necesidades/intereses de la comunidad local.

Es importante tener cuenta en este punto el carácter territorial municipal de la gestión, en el sentido de que se asegure la participación e integración de todas las localidades del municipio, y no solo de la ciudad cabecera. Se incentiva la realización de un esquema de reuniones y consultas periódicas, con referentes de cada localidad del municipio, donde se vaya rotando de sede y de miembros, y que incluyan no solo a los vecinos, sino también actores privados locales y de cercanías y miembros de los organismos de gestión estatal.

Por otro lado, se incentiva a que el sector público -en diálogo con los actores locales y privados- elabore un programa de gestión pública del patrimonio gestionado a través de la Secretaría de Cultura, Educación y Turismo del Municipio de Navarro y la Comisión Municipal de Preservación del Patrimonio Histórico y Cultural de Navarro que asegure el cuidado de la identidad y la protección de la voluntad popular local a la vez que la visibilización del patrimonio, beneficios económicos a los locales y la posibilidad de inversión de recursos en la protección del patrimonio.

Bibliografía

- Alifano, R. (14 de Octubre de 2017). El gaucho, la literatura gauchesca y Borges. *El Imparcial*. Obtenido de <https://www.elimparcial.es/noticia/182525/opinion/el-gaucho-la-literatura-gauchesca-y-borges.html>
- Almirón, A., Bertonecello, R., & Troncoso, C. (2006). Turismo, patrimonio y territorio. Una discusión de sus relaciones a partir de casos de Argentina. *Estudios y Perspectivas en Turismo*.
- Asociación Proyecto Pulpería. (s.f.). *Proyecto Pulpería*. Obtenido de www.facebook.com/elproyectopulperia
- Ballart Hernández, J., & Tresserras, J. (2001). *Gestión del Patrimonio Cultural*. Barcelona: Ariel.
- Benarós, L. (30 de Octubre de 1999). Tres miradas y una sola perspectiva sobre el gaucho. *La Nación*. Obtenido de <https://www.lanacion.com.ar/economia/campo/tres-miradas-y-una-sola-perspectiva-sobre-el-gaucho-nid198097/>
- Bossio, J. (1972). *Historia de las pulperías*. Buenos Aires: Plus Ultra.
- Boullón, R. (1985). *Planificación del Espacio Turístico*. México: Trillas.
- Boullón, R. (1990). *Los municipios turísticos*. México: Trillas.
- Bustos Cara, R. (2004). Patrimonialización de Valores Territoriales. *Aportes y Transferencias Año 8. Vol 2*, 13-24.
- Carrera, J. (2010). *Pulperos y pulperías rurales bonaerenses: Su influencia en la campaña y los pueblos, 1780-1820*. La Plata: Universidad de La Plata. Obtenido de <http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/tesis/te.338/te.338.pdf>
- Choay, F. (2001). *Alegoría del Patrimonio*. Editora San Pablo.
- Comisión de Investigaciones Científicas del Ministerio de la Producción y el Empleo de la Prov. de Bs As. (1997). *Diseño de un sistema de registro del patrimonio paisajístico, urbanístico y arquitectónico bonaerense*. Obtenido de <https://digital.cic.gba.gob.ar/bitstream/handle/11746/801/dise%C3%B1o%20de%20un%20sistema%20Comprimido%20.pdf?sequence=1>
- Dhaher, N. (2018). Las ambivalencias del aprovechamiento turístico del patrimonio: el caso del casco antiguo de Tozeur (Túnez). *Boletín de la R.S.G.*, 131-148.
- Duhalde, M. (1979). *Pagos de Juan Moreira*. Navarro.
- E.E.S Nº 1 de Las Marianas. (s.f.). *El paso del ferrocarril por Las Marianas*. Obtenido de <https://sites.google.com/site/elferrodelasmarianas/home>
- FURT, J.-M., & Michel, F. (2006). Tourismes et identités, coll. «Tourismes et sociétés».
- Graham, B., Ashworth, G., & Tunbridge, J. (2000). *A Geography of Heritage. Power, Culture*. London: Arnold Publishers.

- Hernández, J. (1872). *El Gaucho Martín Fierro*. Buenos Aires: Imprenta de La Pampa.
- Honorable Concejo Deliberante de Navarro. (29 de Julio de 2014). *Declaración de Interés Municipal la Preservación del Patrimonio Histórico Cultural en todo el Partido de Navarro*. Obtenido de <https://navarro.gob.ar/no-135214-declaracion-de-interes-municipal-la-preservacion-del-patrimonio-historico-cultural-en-todo-el-partido-de-navarro/>
- Ibarra, G. (15 de Enero de 2018). Villa Moll. Un pueblo con 110 años de historia. . *El Navarrero*. Obtenido de <https://www.elnavarrero.com.ar/villa-moll-un-pueblo-con-110-anos-de-historia/>
- Ientile, R., Bellanca, C., & Naretto, M. (s.f.). «Authenticité et sauvegarde de l'architecture vernaculaire, quel esprit du lieu'», contribution au 16th Icomos General Assembly and International Symposium, Québec. 2008.
- Kinsbruner, J. (1987). *Petty Capitalism in Spanish America. The pulperos of Puebla, Mexico City, Caracas and Buenos Aires*. . Syracuse University Westview Press.
- Kirshenblatt-Gimblett, B. (1998). *Destination Culture*. California.
- Korstanje, M. (2020). El COVID-19 y el turismo rural: una perspectiva antropológica. *Dimensiones Turísticas*, 179-196.
- Lefebvre, H. (1989). *Métamorphoses planétaire*.
- Legislatura de la Provincia de Buenos Aires. (1989). *Ley 1078/89*. La Plata. Obtenido de <https://normas.gba.gob.ar/documentos/BgZ7OC3x.pdf>
- Lowenthal, D. (1998). *El pasado es un país extraño*. Madrid: AKAL Ediciones.
- MacCannell, D. (1992). Reconstructed ethnicity.Tourism and cultural identity in Third World communities. *Empty meeting grounds. The tourist papers*.
- Mansilla de García, E. (1999). *Pablo o la vida en las pampas*. Buenos Aires: Confluencia.
- Massey, D. (1995). Places and theirs pasts. *History Workshop Journal*, 182-192.
- Mayo, C. (1996). *Pulperos y Pulperías de Buenos Aires 1740-1830*. Mar del Plata: Departamento de Servicios Gráficos de la UNMDP.
- Ministerio de Justicia y Derechos Humanos de Argentina, . (15 de Diciembre de 1999). *Régimen del Registro del Patrimonio Cultural*. Obtenido de Ley 25.197: <http://www.saij.gob.ar/25197-nacional-regimen-registro-patrimonio-cultural-Ins0004418-1999-11-10/123456789-0abc-defg-g81-44000scanyel?>
- Ministerio del Interior, Obras Públicas y Vivienda. (2014). *PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO SUSTENTABLE DE NAVARRO, PCIA. BUENOS AIRES*. CABA.
- Municipalidad de Navarro. (s.f.). *Dirección de la Producción y el Empleo*. *Fundacion Navarro*. Obtenido de <http://fundicionnavarro.com.ar/fundiciondeacero/navarro/historia/>
- Muñoz, F. E. (2021). *Trabajo final de Prácticas Profesionales El patrimonio cultural de Buenos Aires: El caso de los Bares Notables*. Buenos Aires: UNSAM.

- Navarro, F., & Schlüter, R. (2010). EL TURISMO EN LOS PUEBLOS RURALES DE ARGENTINA, ¿Es la gastronomía una opción de desarrollo? *Estudios y Perspectivas en Turismo*.
- Nogué, J. (2016). El reencuentro con el lugar: nuevas ruralidades, nuevos paisajes y cambio de paradigma. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 62.
- OMT. (2008). *Organización Mundial del Turismo*. Obtenido de Glosario de Términos de Turismo: <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- Pastor Alfonso, M. (2003). El patrimonio cultural como opción turística. *Horizontes Antropológicos*.
- Pérez Winter, C. (2003). *Patrimonio y Turismo rural en Argentina: Exaltación de la Cruz, un caso del campo bonaerense*. Buenos Aires: Investigaciones Turísticas.
- Pérez Winter, C. (2019). El “retorno al campo” desde la mirada local. Redescubriendo los atractivos patrimoniales pampeano-bonaerenses (Argentina). *Pasos*, 779-793.
- Perkins, H. (2006). Commodification: re -resourcing rural áreas. *The handbook of rural studies*, 22-43.
- Poder Ejecutivo de la Nación. (2020). *Decreto 297/2020. Aislamiento social preventivo y obligatorio*. Buenos Aires.
- Poder Ejecutivo de la Nación. (07 de Noviembre de 2020). *Decreto DNU 875/2020*. Obtenido de <https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/decreto-875-2020-344033>
- Prats, L. (1996). *Antropología y patrimonio*. Barcelona.
- Prats, L. (1998). El concepto de patrimonio cultural. *Política y Sociedad. Revista de la Universidad Complutense*.
- Prats, L. (2003). Patrimonio + turismo = ¿desarrollo? *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, Vol.1, Nº2.
- Prats, L. (2004). *Antropología y Patrimonio*. Barcelona: Ariel.
- Román, M., & Ciccolella, M. (2009). *Turismo rural en Argentina: concepto, situación y perspectivas*. Buenos Aires: IICA.
- Santana Talavera, A. (2003). Patrimonios culturales y turistas: Unos leen lo que otros miran. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, Vol. 1, n°1.
- Schettini, M., & Gonzalez Bracco, M. (2011). *El rol de la cultura y el turismo en la patrimonialización de las ciudades: El caso de Buenos Aires*. Obtenido de COLOQUIO METRÓPOLIS DE LAS AMÉRICAS: DESIGUALDADES, CONFLICTOS Y GOBERNANZA: https://www.academia.edu/download/38780093/Trabajo_Final_Montreal.pdf
- Toselli, C. (2014). *Turismo cultural, participación local y sustentabilidad Algunas consideraciones sobre la puesta en valor del patrimonio rural como recurso turístico en Argentina*. Buenos Aires: Universidad del Salvador.

Troncoso, C. A. (2008). *Creando un lugar turístico y patrimonial: Las transformaciones en la Quebrada del Humahuaca a partir de los procesos de construcción de atraktividad turística y patrimonialización*. Buenos Aires: UBA.

Wilde, J. (1977). *Buenos Aires, desde setenta años atrás, 1810-1880*. Buenos Aires: Univesitaria.

Zusman, P., & Pérez Winter, C. (2018). Las áreas rurales y el patrimonio histórico -cultural. *Lo rural en definición. Aproximaciones y estrategias desde la geografía*, 231 -252.

Índice de Tablas, Gráficos, Ilustraciones y Fichas

Tabla 1	13
Tabla 2	47
Tabla 3	56
Tabla 4	56
Tabla 5	58
Tabla 6	59
Tabla 7	59
Tabla 8	67
Tabla 9	68
Tabla 10	70
Tabla 11	77
Ilustración 1	39
Ilustración 2	40
Ilustración 3	41
Ilustración 4	42
Ilustración 5	42
Ilustración 6	44
Ilustración 7	45
Ilustración 8	46
Ilustración 9	48
Ficha 1. Restaurante-museo “La Protegida”, Ciudad de Navarro. Elaboración Propia.	49
Ficha 2. Pulpería “Lo de Moreira”, Ciudad de Navarro. Elaboración propia.	50
Ficha 3. Almacén “Lo de Gómez”, Ciudad de Navarro. Elaboración propia.	51
Ficha 4. Almacén “La Media Luna”, Las Marianas. Elaboración propia.	52
Ficha 5. Almacén “El Recreo”, Las Marianas. Elaboración propia.	53
Ficha 6. Bar “El Toly”, Villa Moll. Elaboración Propia.	54
Ficha 7. Pulpería “Sol de Mayo”, paraje Sol de Mayo. Elaboración Propia.	55

Gráfico 1 Elaboración propia. Porcentajes en base a encuestas y entrevistas de la totalidad de establecimientos relevados.....	61
Gráfico 2 Elaboración propia. Porcentajes en base a encuestas y entrevistas de la totalidad de establecimientos relevados.....	62
Gráfico 3 Elaboración propia. Porcentajes en base a encuestas y entrevistas de la totalidad de establecimientos relevados.....	62
Gráfico 4 Elaboración propia. Porcentajes en base a encuestas y entrevistas de la totalidad de establecimientos relevados.....	63
Gráfico 5 Elaboración propia. Porcentajes en base a encuestas y entrevistas a clientes locales de la totalidad de establecimientos relevados	63
Gráfico 6 Elaboración propia. Porcentajes en base a encuestas y entrevistas a clientes turistas de la totalidad de establecimientos relevados	64
Gráfico 7 Elaboración propia. Porcentajes en base a encuestas y entrevistas de la totalidad de establecimientos relevados.....	64
Gráfico 8 Elaboración propia. Porcentajes en base a encuestas y entrevistas a clientes turistas de la totalidad de establecimientos relevados	65
Gráfico 9 Elaboración propia. Porcentajes en base a encuestas y entrevistas a clientes locales de la totalidad de establecimientos relevados	65
Gráfico 10 Elaboración propia. Porcentajes en base a encuestas y entrevistas a clientes turistas de la totalidad de establecimientos relevados	66
Gráfico 11 Elaboración propia. Porcentajes en base a encuestas y entrevistas a clientes truistas de la totalidad de establecimientos relevados	66
Gráfico 12 Elaboración propia. Porcentajes en base a encuestas y entrevistas de la totalidad de establecimientos relevados.....	67
Gráfico 13 Elaboración propia. Tabla que muestra la cantidad de respuestas positivas y negativas de los clientes encuestados respecto a su interés en activar turísticamente el establecimiento	68
Gráfico 14 Elaboración propia. Porcentajes en base a encuestas y entrevistas de la totalidad de establecimientos relevados, disgregados en clientes locales y clientes turistas.	69
Gráfico 15 Elaboración propia. Porcentajes en base a encuestas y entrevistas de la totalidad de establecimientos relevados.....	71
Gráfico 16 Elaboración propia. Porcentajes en base a encuestas y entrevistas de la totalidad de establecimientos relevados.....	71
Gráfico 17 Elaboración propia. Porcentajes en base a encuestas y entrevistas a clientes locales de la totalidad de establecimientos relevados	72
Gráfico 18 Elaboración propia. Porcentajes en base a encuestas y entrevistas de la totalidad de establecimientos relevados, desagregado en clientes locales (color azul y naranja) y clientes turistas (color gris).....	73
Gráfico 19 Elaboración propia. Porcentajes en base a encuestas y entrevistas de la totalidad de establecimientos relevados. Responde a la misma pregunta que el gráfico 18, pero tomando en cuenta únicamente clientes locales.	73
Gráfico 20 Elaboración propia. Porcentajes en base a encuestas y entrevistas de la totalidad de establecimientos relevados. Responde a la misma pregunta que el gráfico 18, pero tomando en cuenta únicamente clientes turistas.	74

Gráfico 21 Elaboración propia. Porcentajes en base a encuestas y entrevistas realizadas a turistas del Bar “EL Recreo” de Las Marianas.....	74
Gráfico 22 Elaboración propia. Porcentajes en base a encuestas y entrevistas realizadas a turistas y locales del bar “El Toly” de Villa Moll.....	75
Gráfico 23 Elaboración propia. Porcentajes en base a encuestas y entrevistas realizadas a turistas del Museo-restaurante “La Protegida” de la Ciudad de Navarra.	75
Gráfico 24 Elaboración propia. Porcentajes en base a encuestas y entrevistas realizadas a turistas y locales del Almacén “La Media Luna” de Las Marianas.	76
Gráfico 25 Elaboración propia. Porcentajes en base a encuestas y entrevistas realizadas a clientes locales del Almacén “Lo De Gómez” de la Ciudad de Navarra.	76

ⁱ Entrevista al Sr. Raúl Lambert, Secretario de Gobierno y Secretario de Cultura, Educación y Turismo del Municipio de Navarra, de manera presencial el 27 de febrero de 2021.

ⁱⁱ Entrevista a Mónica Ramírez, integrante de la Comisión Municipal de Preservación del Patrimonio Histórico y Cultural de Navarra, realizada via videollamada el día 18 de agosto de 2021.