



UNSAM
UNIVERSIDAD
NACIONAL DE
SAN MARTÍN

ESCUELA DE ECONOMIA Y NEGOCIOS

TRABAJO FINAL DE PRACTICAS PROFESIONALES

El impacto del tango en el desarrollo del turismo en la ciudad de Buenos Aires en el siglo XXI

Autora: Daniela Belén Laporte

Tutor: Ricardo Cortés

Fecha de presentación:

Carrera: Licenciatura en Turismo

Universidad Nacional de San Martín

Escuela de Economía y Negocios

Resumen:

Buenos Aires y el tango se buscan, se abrazan y se confunden desde hace más cien años en una relación que, si bien ha variado con los años, no ha dejado nunca de afianzarse. Desde sus orígenes, el tango evolucionó de diferentes maneras, tanto en su formato musical como en su expresión de danza urbana. A comienzos del siglo XXI, la herencia de las grandes orquestas de las décadas del cuarenta y cincuenta y de la renovación protagonizada por Piazzolla a comienzos de los sesenta se sintetizan y expanden en una gran variedad de sub géneros que van desde el rescate de los orígenes orilleros al tango electrónico interpretado por jóvenes DJs.

El turismo tardó bastante tiempo en comprender que ese vínculo entre música y ciudad era central para su desarrollo. Ni los agentes del mercado turístico (operadores, agencias, hoteles), ni las políticas desarrolladas desde las diferentes dependencias del Estado porteño (Secretaría de Turismo, Secretaría de Cultura, Ente de turismo) comprendieron la potencialidad que el tango tenía para el crecimiento del sector hasta que la crisis económica y política del 2001 atrajo a la ciudad a grandes cantidades de turistas mayoritariamente extranjeros ansiosos por vivir su experiencia tanguera. Desde entonces, el crecimiento en la oferta de espectáculos, milongas, shows, academias, festivales etc. ha ido en constante crecimiento transformando simultáneamente las formas de acercarse al tango como las prácticas del mercado turístico.

Palabras Claves (5): Tango, Buenos Aires, Patrimonio, Milonga, Mercado

INDICE

A. Introducción	5
B. Planteamiento del problema	7
Capítulo 1: Tema, objetivos y estrategia de la investigación	
1.1 Estado de arte	9
1.2 Breve descripción del marco teórico.....	12
1.2.1 Concepto de patrimonio	12
1.2.2 Patrimonio cultural intangible.....	14
1.2.3 Definición de Producto.....	15
1.2.4 El Producto Turístico.....	15
1.2.5 Oferta turística	16
1.2.6 Cultura.....	17
1.2.7 Recurso cultural.....	17
1.2.8 Concepto de Marca País.....	17
1.2.9 Patrimonio de la humanidad	19
1.3 Objetivos	21
1.4 Hipótesis.....	21
1.5 Tipo de investigación	22
1.6 Instrumentos de recolección de datos	22
Capítulo 2: El tango, la música de Buenos Aires.....	23
2.1 Historia del tango: origen y surgimiento del tango.....	23
2.2 Etimología de la palabra tango.....	24
2.3 Historia de la instrumentación del tango.....	25
2.3.1 Las primeras formaciones tangueras.....	26
2.3.2 Comienzos de la orquesta típica y cambios en el tango (1910 - 1940).....	28
2.3.3 La época de oro del tango: los años cuarenta.....	31
2.3.4 Años cincuenta: problemas para el tango.....	32

2.3.5 Años sesenta y setenta: la vanguardia.....	33
2.3.6 Las décadas de 1980 al siglo XXI.....	34
2.4 El tango como danza.....	35
2.5 Algunas cuestiones relativas a las letras del Tango.....	37
Capítulo 3: Tango y Turismo en la Ciudad de Buenos Aires: Dos caras de la misma moneda.....	41
3.1 Turismo en Argentina a comienzos del Siglo XXI.....	41
3.2 Buenos Aires, una ciudad turística.....	41
3.3 Estructura Institucional del Sector Público relacionado al turismo en la Ciudad de Buenos Aires.....	43
3.4 Tango y turismo: una relación que se afianza con los años...	45
3.5 Los principales actores de la Comunidad tanguera en la Ciudad de Buenos Aires.....	47
3.6 Políticas públicas, tango y desarrollo turístico.....	51
3.7 La oferta de espectáculos de tango en la ciudad.....	62
3.7.1 Sector Público.....	62
3.7.2 Sector Privado.....	69
C. Conclusión	74
D. Bibliografía.....	76
Anexos.....	81

A. Introducción

El turismo se ha convertido durante las últimas dos décadas en una de las principales actividades generadoras de riquezas a nivel mundial y la Argentina no fue una excepción en este sentido.

Según la O.M.T. (Organización Mundial de Turismo, 2005), el turismo es considerado como la segunda industria por su importancia en cuanto a generación de riquezas en todo el mundo, aportando según cálculos aproximados, el 10% del Producto Bruto Mundial. En rigor de verdad, el turismo, se remonta a la antigüedad y todas las culturas lo han practicado ya que por diferentes motivos sentían la necesidad de desplazamientos. La finalidad de estos viajes, a lo largo del tiempo, fue diversa y abarcó desde conquistas, colonizaciones, comercio, peregrinaciones o bien conectarse con otras culturas como ha sido el caso, a modo de ejemplo, de los mercaderes europeos del mundo mediterráneo cuando se adentraron mucho más en la cultura oriental de la China bajo la dominación del imperio mongol a través de los viajes de Marco Polo.

En la actualidad, el turismo ha recobrado fuertemente su impulso después de la crisis económica internacional del 2008. De esto da cuenta la propia O.M.T. al afirmar que el número general de arribos ha sido en el año 2016 de 1094 millones de personas en todo el mundo, siendo la cifra más alta de la historia.¹ Los datos anteriores suponen un crecimiento total de la actividad del 13% con relación al año anterior.

Argentina no se ha mantenido al margen de este fenómeno ni de las tendencias que ha tenido esta actividad a nivel mundial durante las últimas dos décadas. Desde el año 2002, con la forzosa devaluación del peso argentino, Argentina ha pasado de ser un país de turismo emisor a receptor en muy poco tiempo. El principal mercado adonde se apunta desde la Secretaría de Turismo de la Nación (Ex Mintur) es a los países vecinos, en especial, Chile y Brasil. Así lo corroboran las estadísticas de arribos de visitantes por nacionalidad que dispone el Ente de Turismo de la Ciudad de Buenos Aires.

Otro factor importante para señalar es el incremento del turismo interno desde el año 2002 hasta nuestros días, a pesar de que recién en el año 2009, la balanza turística arrojó un saldo positivo después de muchos años. En el año 2010, en consonancia con la recuperación en el mundo de la actividad turística, Argentina recibió 5.150.000 turistas

¹<http://unwto.org/>

y en 2016 más de 6 millones². Sin lugar a duda, y dentro de todos los lugares que ofrece el país, la Ciudad de Buenos Aires ocupa el lugar más destacado en cuanto a arribos de todo el ámbito nacional argentino.

Según datos del propio Ente de Turismo de la Ciudad de Buenos Aires del año 2018, la ciudad recibió 3.785.242 turistas, convirtiéndose en el sitio más visitado de toda la Argentina³. La ciudad de Buenos Aires ofrece una variada cantidad de atractivos y actividades, pero, sin lugar a duda, el tango ocupa el lugar más destacado ya que es un ícono de la ciudad, la cual se suele ser considerada por muchos como “La Capital Mundial del Tango”. Asimismo, el tango ha sido nombrado recientemente como Patrimonio Mundial por la UNESCO⁴. Con abundante oferta al respecto de este producto y una historia que la distingue e identifica, el tango y todo lo que se relaciona a esta expresión cultural, se convirtió en la principal atracción turística según estudios del propio ente de turismo del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires que analizaremos más adelante.

Los orígenes de la danza son característicos de la zona del Río de la Plata, en especial, en torno a los espacios cercanos al puerto, sitio en donde se concentraba un importante contingente de población inmigrante, mucha de ella proveniente de Europa, que se sumó a aquella otra que estaba asentada anteriormente como los afrodescendientes y criollos. Se sabe, adicionalmente, que el tango en su génesis se nutrió de otros géneros como el candombe, la milonga campera, entre otros, cultivados por los antiguos habitantes de la ciudad.

Transcurrió algo más de un siglo desde que el tango se desplazara de los arrabales y el varieté a las actuales academias de baile, los restaurantes del turismo internacional y las musicalizaciones electrónicas o digitalizadas. Entre el arrabal *de taitas y malevos* de Contursi y Villoldo, y la *Balada para un Loco* de Ferrer y Piazzola, la filosofía y los sueños de muchas generaciones de porteños, encontraron en la música y en las letras del tango su otra cara, aquella que formaba parte de la identidad buscada. Prácticamente todas las industrias culturales argentinas se valieron del tango para crecer en los mercados y llevar la letra y la música a millones de personas en distintas partes del mundo. El país y su cultura fueron conocidos y reconocidos en el mundo gracias al tango como creación simbólica y a la contribución de industrias que supieron transformar la intangibilidad de

² Anuario Estadístico del Turismo de 2016 (Ministerio del Turismo de la Nación, 2016) en <https://turismo.buenosaires.gob.ar/es/subcategoria/ente-de-turismo>

³ <https://turismo.buenosaires.gob.ar/es/observatorio> 2018

⁴ Unesco, 2009 en <https://ich.unesco.org/es/RL/el-tango-00258>

los contenidos musicales, en bienes y servicios tangibles, fueran estos discos, películas, libros, revistas o productos turísticos.

B. Planteamiento del problema

Desde la primera parte del siglo XX, la imagen de Buenos Aires ha estado estrechamente vinculada con el Tango. En forma recurrente se lo ha reconocido como una identificación genuina y popular de la ciudad con una expresividad original y variada, tanto de música como de danza y poesía.

¿Cuál es hoy la relación entre el tango y el turismo? ¿Cuál es la importancia de la dimensión económica de este estilo musical para la ciudad de Buenos Aires? ¿Qué lugar ocupa el tango y su producción económica en el diseño de estrategias turísticas? ¿Se puede pensar un tango sin turismo? No parece ser posible en la actualidad, pensar en la supervivencia del tango sin la importancia central que ha adquirido un elemento externo como el consumo extranjero en este rubro.

Esto no resulta novedoso si se tiene en cuenta que uno de los impulsos más importantes que el tango adquirió a principios de siglo XX también estuvo dado por un factor externo: el reconocimiento que tuvo primero en París y luego extendido por Europa y Estados Unidos. Paradójicamente, así como a principios de siglo XX la aceptación europea hizo que el mercado interno creciera extendiendo el género a las clases que antes lo rechazaban, en la actualidad, el crecimiento económico del tango ha encontrado también su punto de desarrollo a través del impulso exterior. Como se ha dicho, derivado del consumo turístico extranjero.

Según mediciones recogidas en El Tango en la Economía, publicación del Observatorio de Industrias Culturales (OIC) del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, a partir de 2002 el mercado del tango ha experimentado un notorio crecimiento a punto tal de casi triplicar sus ingresos en relación con años anteriores. Ingresos que, mayoritariamente, provinieron del consumo extranjero fomentado por el turismo.

Algunos cálculos de este trabajo realizado en 2007 estiman que, mientras en un espectáculo de carácter turístico el promedio de gasto era de \$ 160 por persona, en los espectáculos con público local, el gasto apenas llegaba a los \$ 16 por persona. A esta estimación se suman la apertura entre 2007 y 2008 de casas de tango de alta categoría cuyo valor de entrada oscilaba entre los \$ 200 y los \$ 600, acrecentando aquel gasto promedio. Pero esta centralidad en el consumo turístico y el crecimiento derivado de ello, no solo se percibe en las conocidas cenas-shows propias del circuito tanguero for export, sino también en la industria del disco, los libros y las clases de baile, los turistas

extranjeros, mayoritariamente provenientes de América Latina y Europa, son quienes impulsan, en gran medida, el consumo en estas actividades económicas ligadas al género.

En el presente trabajo nos interesa analizar, en primer lugar, al Tango, su historia, desde sus orígenes a fines del siglo XIX hasta su desarrollo actual. Seguidamente analizaremos su importancia a principios de este siglo como industria cultural, debido a que su materia prima principal son los contenidos simbólicos e intangibles que, al ser atravesados por el turismo, se imprimen en bienes o servicios tangibles que se intercambian en el mercado. En este sentido, intentaremos describir las actividades económicas directas e indirectas que vinculan al tango con el turismo. Finalmente, realizaremos una valoración de las estrategias desarrollada por el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires en relación con el tango en tanto producto turístico.

Capítulo 1: Tema, objetivos y estrategia de la investigación

1.1 Estado de arte

Existen numerosas definiciones del concepto “turismo”. Una de ellas, ya clásica, es la de Marc Boyer (1999), quien lo concibe como el conjunto de fenómenos resultantes del viaje y de la estancia temporaria de personas fuera de sus domicilios, que se desplazan para satisfacer, durante el ocio, una necesidad cultural de la civilización industrial. Este fenómeno ha experimentado en los últimos años un extraordinario crecimiento. Muchos investigadores del tema afirman que desde 1945 hasta la actualidad el consumo turístico es el que más rápidamente se ha desarrollado: en estos días la actividad genera más de 1 200 millones de dólares de ingresos anuales (Organización Mundial del Turismo, OMT, 2017), lo que consolida su posición como uno de los principales sectores exportadores del mundo, al lado del petróleo y de las industrias aeronáuticas (Py, 2002). Los factores que explican el extraordinario incremento de los últimos años son múltiples, pero sin duda se relacionan con cuestiones tecnológicas —el desarrollo de los transportes y las comunicaciones—, socioeconómicas —la reducción del tiempo semanal de trabajo en los países centrales— y, fundamentalmente, culturales —la evolución de las formas de consumo (Lipovestky, 2007) y del uso del tiempo libre (Merlin, 2001). Boyer (1999) y Merlin (2001) señalan este crecimiento y analizan el modo en que el turismo se transforma de una práctica restringida a una minoría, que luego se abre a las masas en la década de 1960, hasta llegar al presente, caracterizado por gran diversidad de formas, entre las que el turismo cultural es una de las más destacadas. De acuerdo con ellos, los flujos turísticos actuales se concentran principalmente en los países industriales europeos, aunque se observa una reciente disminución de su participación, hecho que obedeciera al atractivo que despiertan nuevos destinos turísticos, como los del sudeste asiático o los de América Latina.

El crecimiento del turismo coincide con la emergencia de una nueva etapa en las formas que asume la actividad, caracterizada por la gran diversidad de manifestaciones (Merlin, 2001) y por un cambio de sus formas y modalidades. De acuerdo con lo que plantea Py (2002), si bien el turismo asociado de las tres “s” (sea, sand, sun: mar, arena y sol) sigue siendo el preponderante, se asiste a una significativa reestructuración del sector a partir del turismo de las tres “l” (lore, landscape, leisure: tradición, paisaje, ocio). Estas nuevas modalidades tienen en común la búsqueda de experiencias de quienes viajan, ligadas al descubrimiento de “lo otro” y a la aventura.

En Argentina, la historia del turismo coincide básicamente con las grandes tendencias señaladas anteriormente. Si nos situamos en el momento histórico que nos interesa

analizar, es importante notar que luego de la grave crisis que atravesó el país hacia finales de 2001, los años de recuperación económica coinciden con un boom extraordinario del fenómeno turístico en el país, para mostrar un comportamiento más sinuoso en años más recientes. No es nuestro objetivo analizar la evolución del turismo en Argentina. Una síntesis de esta historia y sus características actuales se encuentra en los trabajos de autores como Bertoncello (2006) y Getino (2009).

Es en este contexto del crecimiento del turismo internacional donde el tango gana en visibilidad en la ciudad y recibe la atención de los funcionarios políticos y agentes comerciales. Documentos, páginas webs, ensayos, boletines, actas, textos que brinda la Secretaria de Turismo y universidades como la Universidad Nacional de San Martín, Universidad Nacional de La Plata, etc. han analizado el impacto económico de la utilización del tango como un producto turístico, en lo que han mencionado lo siguiente

A partir de la devaluación del 2002, el cambio de precios relativos y la tendencia a la búsqueda de nuevos destinos, Argentina, y Buenos Aires en particular, ha provocado un permanente incremento de la llegada de nuevos visitantes del exterior.

Respecto de otro de los conceptos que son de pertinencia para el presente trabajo, el de Turismo cultural es de suma importancia. La Carta del Turismo Cultural, adoptada en Bélgica en 1976 en el Seminario Internacional de Turismo Contemporáneo y Humanismo, por el ICOMOS (International Council on Monuments and Sites), es un referente fundamental a la hora de definir el turismo cultural. Esta carta se adopta en el marco de que el turismo es un hecho social, humano, económico y cultural irreversible y comienza a ser visto como uno de los fenómenos propicios para ejercer una influencia significativa en el entorno del hombre en general y de los monumentos y sitios en particular: El turismo cultural es aquella forma de turismo que tiene por objeto, entre otros fines, el conocimiento de monumentos y sitios histórico-artísticos. Ejerce un efecto realmente positivo sobre éstos en tanto en cuanto contribuye - para satisfacer sus propios fines - a su mantenimiento y protección. Esta forma de turismo justifica, de hecho, los esfuerzos que tal mantenimiento y protección exigen de la comunidad humana, debido a los beneficios socio- cultural y económico que comporta para toda la población implicada.

En 1999 en México se realiza una revisión de la Carta del Turismo Cultural, adoptada por el ICOMOS (International Council on Monuments and Sites), en la que se expresa que los sitios del patrimonio y las culturas tradicionales constituyen atractivos turísticos a nivel mundial, por lo que turismo y preservación deben complementarse, ya que

ambas actividades orientadas con inteligencia permiten proteger el acervo patrimonial, e incluso producir los recursos necesarios para asegurar su mantenimiento.⁵

En este sentido, expondremos brevemente algunos conceptos de autores que han tratado temas referidos a turismo cultural. Richards, propuso una definición conceptual que se basa en el modo en que los turistas consumen la cultura. En la cultura podemos ver algo que abarca lo que piensan las personas (actitudes, creencias, ideas y valores), lo que hacen las personas (pautas de comportamiento normativo o modos de vida) y lo que fabrican las personas (obras de arte, artefactos, productos culturales). La cultura, por lo tanto, se compone de procesos (las ideas y el modo de vida de las personas) y de los productos de esos procesos (edificios, artefactos, arte, tradiciones, ambiente). Si consideramos la cultura de ese modo, el turismo cultural no sólo implica la visita de lugares y monumentos, sino que se amplía también al consumo del modo de vida de aquellas zonas que se visitan. De este modo define el turismo cultural como el desplazamiento de personas desde sus lugares habituales de residencia hasta los lugares de interés cultural con la intención de recoger información y experiencias nuevas que satisfagan sus necesidades culturales. Conforme a esta definición, el turismo cultural no sólo abarca el consumo de los productos culturales del pasado, sino también de la cultura contemporánea o modo de vida de un pueblo o región. (Richard, 2000)

Cabe agregar también algunas consideraciones que Millán Escriche hace con relación al turismo cultural, al afirmar que "el patrimonio cultural incluye actualmente también lo etnográfico, algo que no encajaba en el término tradicional de patrimonio histórico artístico, por responder a valores y cualidades populares derivados de usos y costumbres que se transmiten de generación y que son dignas de conservarse como manifestaciones típicas de la cultura popular" (Millán Escriche, 2001) El tango puede encajar perfectamente en esta definición.

De acuerdo con la convención para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial (PCI) de la UNESCO; "*...es el patrimonio vivo, es el crisol de nuestra diversidad cultural y su conservación, una garantía de creatividad permanente...*" (Sector de la cultura UNESCO1, 2003).

Respecto del Tango, por ser junto al fútbol, una de las pocas imágenes emblemáticas del país en el mundo, ha sido altamente sensible al movimiento turístico. La visita a sus espectáculos y lugares de referencia es lógicamente considerada una actividad casi

⁵ Carta Internacional Sobre Turismo Cultural, 8º Borrador (ICOMOS), "La gestión del turismo en los sitios con patrimonio significativo", México 1999. Web site: http://www.Icomos.Org/Tourism/Tourism_Sp.Html. Fecha de consulta de la página: 19/10/18.

obligada para el extranjero que quiere conocer y visitar Buenos Aires” (Diaz Marchi, 2008)

El tango es un género popular complejo (Y parte del folklore urbano) que incluye danza, música, canción, narrativa, gestual y drama. En el tango confluyen innumerables elementos culturales y estéticos de origen africano, americano y europeo que a su vez interactúan y se potencian. Durante el S. XIX fue un vehículo que aceleró la integración en el área del Río de la Plata.

La historia del tango no es una historia convencional de estilos que evolucionan década tras década ni de tradiciones nacionales que compiten entre sí, ya que deben acomodarse innumerables elementos estéticos, como también valores éticos y filosóficos.

Gauchos, criollos, inmigrantes europeos, y afro-argentinos participaron en la formación del género. Puede decirse que el ritmo de la música de tango refleja sus raíces andaluzas y africanas, mientras que la melodía es italiana. (Ulla, 1982)

La música de tango ha evolucionado dramáticamente desde que era tocada por primera vez por pequeñas orquestas a principios del siglo veinte: Desde tríos, cuartetos, sextetos y orquestas completas hasta la música vanguardista e innovadora de Astor Piazzolla.

1.2 Breve descripción del marco teórico

1.2.1 Concepto de patrimonio

El termino patrimonio deriva del latín “Patrimonium”; patri: padre, onium: recibido, (vocablo utilizado por los antiguos romanos para designar los bienes que heredan los hijos de su padre y abuelo). Por lo tanto, se refiere a aquello que ha sido heredado. Al legado que ha sido transmitido desde el pasado y que a su vez se heredara a las generaciones futuras.

Tipos de Patrimonio

Patrimonio Natural: es el conjunto de bienes naturales o ambientales que la sociedad ha heredado de sus antecesores.

Está integrado por:

- Monumentos Naturales
- Reservas de Biosfera
- Reservas Nacionales
- Parques Nacionales

Patrimonio natural intangible: aquellos elementos no tocables del entorno natural que se combinan para crear los objetos naturales. Ejemplo: en el museo de ciencias naturales, el sonido de un paisaje.

Patrimonio cultural: Es el conjunto de bienes tangibles e intangibles que constituyen la herencia de un grupo humano, que refuerzan emocionalmente su sentido de comunidad con una identidad propia y que son percibidos por otros como característicos. El patrimonio cultural como producto de la creatividad humana, se hereda, se transmite, se modifica y optimiza de individuo a individuo y de generación a generación. Y se subdivide en:

Patrimonio tangible: Es la manifestación de las culturas a través de realizaciones cuya materialidad se sostiene en el tiempo. Está constituido por objetos que tienen sustancia física y pueden ser conservados y restaurados por algún tipo de intervención; son aquellas manifestaciones sustentadas por elementos materiales productos de la arquitectura, el urbanismo, la arqueología, la artesanía, etc.

Y dentro del patrimonio tangible se subdivide en:

Bienes muebles: Son los productos materiales de la cultura susceptibles de ser trasladados de un lugar a otro. Ejemplo: pinturas, esculturas, libros, maquinarias, etc.

Bienes inmuebles: Están representados por obras que no son trasladadas de un lugar a otro, ya sea por su inseparable arraigo al terreno, ya por la envergadura de su porte, o por el carácter que las une indisolublemente con el entorno. Son expresión de la creación humana o de la evolución de la naturaleza y por tanto tiene un valor arqueológico, histórico, artístico, científico y/o técnico, ejemplo: casco histórico de una ciudad.

Patrimonio intangible: Puede ser definido como el conjunto de elementos sin sustancia física o formas de conducta que procede de una cultura tradicional, popular, o indígena; y el cual se transmite oralmente o mediante gestos y se modifica con el transcurso del tiempo a través de un proceso de recreación colectiva. Son las manifestaciones no materiales que emanan de una cultura a través de sabores, celebraciones, formas de expresión, lugares.

1.2.2 Patrimonio cultural intangible

De acuerdo con la convención para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial (PCI);

“...es el patrimonio vivo, es el crisol de nuestra diversidad cultural y su conservación, una garantía de creatividad permanente...” (Sector de la cultura UNESCO, 2003)

El patrimonio cultural intangible abarca diferentes aspectos, entre ellos; tradiciones y expresiones culturales, idioma, música tradicional, danzas, usos sociales, rituales, actos festivos, conocimientos, usos relacionados con la naturaleza, paisajes y artesanías tradicionales. Mientras que la cultura abarca todos los aspectos creativos, cada una de las áreas, religión, redes sociales o ideologías son las áreas de especialización con la que cuenta el turismo creativo, entendiéndose como la especialización de este. Según Contreras el patrimonio está relacionado con el legado pasado que se quiere conservar. Con los objetos patrimoniales se puede construir una cierta relación con la hipótesis, territorio y el tiempo. Esta relación alimenta el sentido de pertenencia a un grupo con una identidad propia, es decir, que patrimonializar o convertir lo propio en patrimonio significa, perpetuar la transmisión de una particularidad que se considera propia y por lo tanto, identificatoria. (Contreras, 2007)

Alfonzo se refiere al patrimonio como aquello que identifica a los seres humanos y que diferencia a los individuos que pertenecen a diferentes etnias. A su vez incorpora aspectos diferentes como las leyendas útiles de labranza, textos históricos, también la música, la poesía, vestidos o formas de conocimientos. Esas manifestaciones tienen que ser reconocidas en primer lugar por los propios grupos para poder considerarla patrimonio cultural. (Pastor, 2003) A pesar de que el patrimonio siempre se encuentra en permanente construcción, no se toma como propio hasta que la comunidad lo logre aceptar como un estilo de vida. La cultura se encuentra viva a través de las personas que hacen a su construcción. Hay diferentes aspectos que influyen en la cultura: uno de ellos es el turismo y a la vez hay diversos grupos que cambian aspectos de su cultura. Pastor Alfonzo afirma que los turistas deben sentirse identificados con el lugar que visitan para conocer y respetar el patrimonio del lugar. Deben ser observadores activos y a través de la observación crear un sentimiento. Parte del patrimonio antropológico se conserva en museos, dentro del medio turístico significa satisfacer al visitante local como a los foráneos, lo que interesa del museo es que sea un instrumento de comunicación a través del cual se encuentran valores históricos. El valor del patrimonio es un conjunto dinámico del que los museos cumplen con la misión de transmitir

información, es decir entenderse como un conjunto de factores culturales y naturales que interactúan entre sí, construyendo identidades y teniendo en cuenta todos sus componentes. Cada vez hay más demanda de espacios recreativos que reúnen diversos aspectos patrimoniales. Los ecosistemas ambientales están siendo más reconocidos en nuestra sociedad. Hombre-naturaleza-cultura deben tenerse en cuenta al hablar de interpretación del patrimonio. Como opción turística el patrimonio cultural es el proceso de comunicación que revela al público significados e interrelaciones de nuestro patrimonio cultural y natural haciendo partícipe al público en experiencia ya sea con un objeto, artefacto, paisaje o sitio también es considerado como el arte de revelar in-situ su significado de legado cultural, natural e histórico al público que concurre a esos lugares en su tiempo libre.

1.2.3 Definición de Producto: El Producto puede entenderse como “el proceso de costos, ingresos y estructuras técnicas que el sistema sintetiza orientado a sus propios objetivos. A través de entradas (inputs) tales como información del entorno o recursos, el sistema basado en orientaciones racionales crea la oferta, la cual se entiende como la suma de unidades adquiribles en mercados totalmente elásticos” (Levy, 1998). En otras palabras, producto es la sumatoria de costo más beneficio esperado y que las unidades producidas obedecen a procesos racionales orientados a objetivos concretos. La definición de producto puede ser abordada desde varias perspectivas y entendida dentro de un contexto histórico diferente en cada caso. Cada sociedad en cada tiempo intenta ajustar el concepto de producto y de producción acorde a sus necesidades. De esta manera, puede entenderse al producto, como un objeto derivado de algún tipo de proceso sintético. Ese objeto es escaso por naturaleza, por ende, económico lo cual lo convierte en un bien. En segundo lugar, su síntesis se desprende de los recursos disponibles, las relaciones de producción, y el valor integrado entre fuerza de trabajo y utilidad neta esperada. Por último, su naturaleza puede ser tangible, en el caso de un zapato de baile, o intangible como una clase de baile.

1.2.4. El Producto Turístico: Al producto turístico en algunos casos, se lo confunde con otros conceptos a los cuales se les da un significado similar tales como patrimonio o recurso turísticos. A lo largo del tiempo, muchos investigadores han propuesto variadas y creativas definiciones sobre el producto turístico: El producto turístico tal cual se lo conoce hoy, tiene su origen a mediados del 50 en Europa y se lo define de la siguiente manera: “Desde el punto de vista conceptual, el producto turístico no es más que un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el

propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista. Es en realidad, un producto compuesto que puede ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: atractivos, facilidades y acceso.” (Acerenza M, 1993). Kotler resalta como características principales del producto turístico: la intangibilidad, su carácter indisociable, perecedero y la variabilidad de la percepción del turista. Sin embargo, no hace mención alguna al contacto entre oferente y demandante, mucho menos a la sensibilidad que tiene esta clase de productos a los eventos extremos como desastres o atentados. (Kotler, 2010)

1.2.5 Oferta turística: Para explicar el turismo en toda su extensión, no podemos limitarnos al análisis de la demanda, es necesario ver el otro lado y delimitar conceptualmente la oferta turística. Ésta se define como: “el conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo”. OMT (1994) En un destino turístico, la oferta puesta a disposición de la demanda constituye algo más que la simple suma de los productos turísticos que contiene representa un todo integrado por estos productos, los servicios netamente turísticos y los no turísticos, la imagen general del destino, etc. La OMT (1996) se apoya en el concepto de gastos turísticos para identificar diferentes categorías de oferta turística según dónde se realice este gasto. De esta forma toma en consideración: “todo gasto de consumo efectuado por un visitante o por cuenta de un visitante, durante su desplazamiento y su estancia en el lugar de destino”. Ahora bien, si se clasifica por apartados los conceptos principales del gasto turístico, se obtendrían las siguientes combinaciones:

1. Alojamiento.
2. Alimentación.
3. Transporte.
4. Ocio, cultura, actividades deportivas.
5. Compras.
6. Otros.

Todas estas actividades son realizadas predominantemente en el lugar de destino turístico, puesto que es en éste donde se asienta la oferta turística. De esta manera la actividad de las agencias de viajes, principalmente en los mercados de origen es, técnicamente, una función de mediación entre la oferta y la demanda; realizan una función de comercialización de la oferta turística, comunicando y distribuyendo el producto turístico.

1.2.6. Cultura: Uno de los autores que propone un análisis interesante para comprender la cuestión cultural es George Yúdice quien plantea en su libro *El Recurso de la Cultura. Usos de la Cultura en la Era Global* (2002), la idea de pensar en la cultura como un recurso que necesita, por lo tanto, ser gestionada. En el primer capítulo del libro sostiene que se produjo una transformación en la interpretación del concepto de cultura y en el uso que se hace de ella, en otras palabras, plantea pensar en el uso de la cultura como un expediente para el mejoramiento político y económico a partir de las cual, el país que posee el producto o recurso simbólico que lo habilita para la competencia global, lanzando su bien identitario al comercio mundial. En los propios términos del autor “Cabría aducir que la cultura se ha convertido simplemente en un pretexto para el progreso sociopolítico y el crecimiento económico...” (Yúdice, 2002).

1.2.7 Recurso Cultural: Otra de las cuestiones que nos propone pensar el autor es fijar la atención en el término recurso. Al transformarse la cultura en un recurso gestionable y sustentable, se hacen difusas las fronteras entre la alta cultura, la noción antropológica de cultura y la cultura masiva. En los tres casos se transforma en recurso, en el primero de los casos se convierte en un recurso para el desarrollo urbano (museificación de áreas urbanas. Casco Histórico-San Telmo); en el caso de la concepción antropológica, se transforma en un recurso para el turismo (prácticas estéticas cotidianas como la música y la danza; el tango) son vendibles y transformadas en industrias culturales para el consumo del turista como patrimonio cultural. Por último, la cultura masiva vinculada directamente con los derechos de autor es convertida en recurso, es vendida en televisión, radio, Internet, etc., generando un importante ingreso al producto bruto interno, en el caso de este estudio, de la Ciudad de Buenos Aire.

1.2.8 Concepto de Marca país: La marca país es un recurso de marketing que eligen los países con el fin de generar una identidad, comunicar y visibilizar un país mediante una cierta característica. Es una estrategia que permite consolidar una imagen deseada de un país.

En palabras del autor (Anholt, 2010) La marca país surge de la necesidad de diferenciación de los territorios a través de la identificación de las características de cada lugar, creando incentivos y atractivos para sus visitantes y residentes.

Es por eso que el fin de esta estrategia de marketing es que, a la hora de pensar en un destino, región, o país la mente se fije en una imagen, un concepto que sea particular y

atractivo, ya que generara el desplazamiento o no de las personas. Puede ser una persona famosa, una comida, un paisaje, una danza, un instrumento.

Por ende, podemos decir que la marca pretende posicionar y generar una identidad al país, que las personas en su imaginario colectivo, a la hora de pensar en un cierto lugar sepan diferenciarlo con un arraigo cultural, histórico, social, político o comercial, etc.

Las características de la marca deber se atributos que perciban los visitantes mediante la percepción, experiencia, impresión y comprensión. Además, son ellos quienes después cuando regresen al país de origen o sigan viajando contaran la experiencia del lugar visitado.

El turismo hoy en día es el principal escenario de experiencias que ayudan a modificar o generar positiva o negativamente la imagen de un lugar y además es uno de los principales pilares económicos y gran generador de riqueza.

El turismo es el vínculo más directo entre la imagen positiva y el crecimiento económico de un país (Stock, 2009).

Es por ello que se tiene en cuenta al flujo turístico y principalmente al turismo receptivo – según la OMT es aquel *que “Engloba las actividades realizadas por un visitante no residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico recepto”*.- Ya que son los turistas quienes llegan a un país por una cierta motivación con el fin de consumir y satisfacer la necesidad de conocer un lugar, que a la vez para el país receptor tiene como una de las ventajas los ingresos económicos.

Todo esto se puede lograr siempre y cuando haya detrás una gestión, difusión, infraestructura y promoción turística que aliente a los visitantes venir a nuestro país.

En consecuencia, a lo desarrollado anteriormente, cada país despliega una estrategia de marca país para mostrar la particularidad, el atributo diferencial respecto a los demás. No se trata de puro marketing, sino de cómo queremos que el mundo nos vea.

Para poder construir la Marca País, se debe realizar una política de estado en la que se debe reforzar el posicionamiento y ser consistente con la identidad de imagen que refleja el país en general. Es decir que desde la sociedad se debe generar un compromiso, saber y estar de acuerdo con la identidad: saber lo que fue, lo que es y cómo queremos ser vistos ante el mundo.

Si la estrategia de comunicación es eficaz se logra construir esta imagen y se posiciona en la mente de las personas.

Es por eso por lo que la imagen no es ajena al concepto de la marca país. La primera, depende de las percepciones populares y la segunda es una estrategia que permite consolidar una imagen deseada de un país en mercados internos y externos.

La imagen turística es la síntesis de la percepción de un turista ante un lugar, y esa percepción es lo que conlleva luego a fijar en el imaginario colectivo la particularidad de destino. Y esa particularidad es la que luego se compartirá entre las personas.

La marca país debe ser una estrategia diferenciadora más allá de promover la imagen de un lugar en específico. La marca país es una marca cultural (Kotler, Kartajaya, & Setiawan, 2010).

Construir una marca país implica integrar esfuerzos. No puede ser una política de gobierno, debe ser una política de Estado. El objetivo principal del proceso de construcción de marca es atraer a un gran número de prospectos en turismo, inversiones y exportaciones. Con el propósito de atraerlos, es esencial construir una plataforma estratégica de marcas, en ámbitos tanto externos como internos que incida en el proceso de toma de decisiones de la población objetivo. Para poder lograrlo, se debe difundir en el ámbito nacional e internacional los factores diferenciales a partir de escenarios comunicacionales que son: el Turismo, la Cultura, las Inversiones y el Comercio Exterior.

1.2.9 Patrimonio de la humanidad: Es el título que le dio la Unesco a sitios específicos del planeta que han sido propuestos y confirmados para su inclusión en la lista mantenida por el Programa Patrimonio de la Humanidad, administrado por el Comité del Patrimonio de la Humanidad, compuesto por 21 Estados miembros (Argelia, Finlandia, Alemania, Libano, Colombia, Croacia, Malasia, Filipinas, India, Jamaica, Kazajistán, Japón, Peru, Polonia, Portugal, Catar, Corea del Sur, Senegal, Serbia, Turquía, Vietnam.) a los que elige la Asamblea General de Estados Miembros por un periodo determinado.

El proceso comienza cuando un país desarrolla un inventario con todos sus sitios con características naturales o culturales significativas para ser incluidos en la Lista Provisional. Posteriormente el expediente es evaluado por la Unión Mundial Para la Conservación y el Consejo Internacional de Monumentos y Sitios. Estas entidades elevan después sus recomendaciones al Comité del Patrimonio de la Humanidad. El Comité se reúne una vez al año para determinar si incluir o no cada sitio candidato en la lista definitiva. Hay diez criterios que un sitio debe cumplir para ser incluido en la lista. Ellos son:

- I. Representar una obra maestra del genio creativo humano.
- II. Testimoniar un importante intercambio de valores humanos a lo largo de un periodo de tiempo o dentro de un área cultural del mundo, en el desarrollo de la arquitectura, tecnología, artes monumentales, urbanismo o diseño paisajístico.
- III. Aportar un testimonio único o al menos excepcional de una tradición cultural o de una civilización existente o ya desaparecida.
- IV. Ofrecer un ejemplo eminente de un tipo de edificio, conjunto arquitectónico, tecnológico o paisaje, que ilustre una etapa significativa de la historia humana.
- V. Ser un ejemplo eminente de una tradición de asentamiento humano, utilización del mar o de la tierra, que sea representativa de una cultura (o culturas), o de la interacción humana con el medio ambiente especialmente cuando este se vuelva vulnerable frente al impacto de cambios irreversibles.
- VI. Estar directa o tangiblemente asociado con eventos o tradiciones vivas, con ideas o con creencias, con trabajos artísticos y literarios de destacada significación universal. (El comité considera que este criterio debe estar preferentemente acompañado de otros criterios.)
- VII. Contener fenómenos naturales superlativos o áreas de excepcional belleza natural e importancia estética.
- VIII. Ser uno de los ejemplos representativos de importantes etapas de la historia de la tierra, incluyendo testimonios de la vida, procesos geológicos creadores de formas geológicas o características geomórficas o fisiográficas significativas.
- IX. Ser uno de los ejemplos eminentes de procesos ecológicos y biológicos en el curso de la evolución de los ecosistemas.
- X. Contener los hábitats naturales más representativos y más importantes para la conservación de la biodiversidad, incluyendo aquellos que contienen especies amenazadas de destacado valor universal desde el punto de vista de la ciencia y el conservacionismo.

1.3 Objetivos

Objetivo General:

- Analizar el impacto del tango en las prácticas turísticas de la ciudad de Buenos Aires en relación con las políticas públicas.

Objetivos Complementarios:

- Relevar la oferta turística que posee la ciudad de Buenos Aires con respecto al producto del tango.
- Identificar las acciones que el Gobierno de la ciudad de Buenos Aires lleva a cabo para promover la actividad turística en la ciudad relacionada con el tango.
- Analizar la afluencia de turistas a la ciudad de Buenos Aires interesados por el tango a partir de las estadísticas oficiales.
- Analizar la publicidad turística desarrollada desde los entes oficiales de la Ciudad de Buenos Aires.

1.4 Hipótesis

A partir de la crisis económica y política del año 2001, el Tango, en tanto eje de la identidad Cultural de la Ciudad, se convirtió en recurso estratégico para el desarrollo y crecimiento de la actividad turística de la Ciudad de Buenos Aires.

Hacia el año 2002 Argentina y principalmente la Ciudad de Buenos Aires se transformó en uno de los sitios más visitados de América del Sur ya que los turistas se vieron beneficiados por la devaluación del peso argentino. Otro hecho importantísimo, es que el tango fue declarado Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la Unesco en el año 2009 y ese mismo año se creó el Festival y Mundial de Tango, en la cual es una semana que Buenos Aires se viste de tango.

Así es como surge la idea de que el tango se convierta en una imagen turística y que a su vez se transforme en un producto atractivo, disponible y apto para su consumo. Las imágenes tangueras empezaron a implementarse en forma metódica a partir de fines del siglo XX. Las campañas de marketing buscaban elementos unidos de diferenciación de la cultura argentina y encontraron en el tango una de sus respuestas y capitalizan al mismo como una gran ventaja competitiva.

Desde entonces se ha mantenido como uno de los géneros artísticos más populares en Buenos Aires, generando una gran ola de turistas hacia la Argentina para conocer acerca de él, motivados por la difusión cultural que ofrece nuestro país.

Todos estos hechos generaron que el tango se convierta en una de las imágenes emblemática de nuestra ciudad, generando una relación de imagen e identidad ante el mundo.

Las principales prácticas que eligen los turistas a la hora de querer vivenciar cuestiones relacionadas con el tango son: asistencia a clases, a espectáculos en teatros y/o casas de tango por el barrio de San Telmo, visitas guiadas temáticas, visitas al barrio de La Boca, asistencia al Mundial y Festival de Tango, monumentos y sitios emblemáticos, etc. Lamentablemente, las instituciones públicas vinculadas al turismo en la Ciudad de Buenos Aires han acompañado este interés por el tango de manera dispar, sin encarar estrategias sostenidas en el tiempo que hicieran foco en el tango como potenciador del turismo.

1.5.-Tipo de investigación

El trabajo es, básicamente, de carácter descriptivo, explicativo y analítico ya que a partir de una base conceptual basada en la bibliografía y fuentes primarias y secundarias se buscará construir explicaciones y obtener respuestas en sintonía con la hipótesis planteada a los efectos de obtener conclusiones sobre la relación entre el sector turístico de la ciudad de Buenos Aires, el tango en tanto producto del mercado turístico y una serie de conceptos relacionados como: marca país, patrimonio, demanda y oferta turística junto con sus impactos económicos y sociales, etc.

Con el fin de alcanzar los objetivos establecidos para el proyecto de investigación se utilizarán mayoritariamente variables de tipo cualitativas y, en menor medida, variables cuantitativas sobre aspectos puntuales como, por ejemplo, sobre los consumos del tango como en la Ciudad de Buenos Aires con instrumentos provenientes de fuentes diversas.

1.6.-Instrumentos de recolección de datos

Los instrumentos para la recolección de datos se basan en el análisis de documentos a manera tanto de fuentes primarias, como secundaria. Se tuvieron en cuenta Libros, boletines, artículos académicos, revistas especializadas, folletos, y periódicos.

Respecto a las variables cuantitativas, se utilizarán estadísticas de la Secretaría de Turismo, del Observatorio turístico de la ciudad y de la Secretaría de turismo de la Nación, con el fin de analizar y describir datos relevantes para demostrar lo desarrollado.

Capítulo 2: El tango, la música de Buenos Aires

2.1.- Historia del tango: origen y surgimiento del tango

A mediados del siglo XIX y siglo XX Argentina y principalmente la ciudad de Buenos Aires recibió una ola de inmigrantes que escapaban de la economía de guerra que sufría Europa y venían motivados por el modelo agroexportador que estaba desarrollándose en nuestro país. Así fue como el puerto fluvial, que tiene como eje central al Río de la Plata, fue testigo de la gran cantidad de inmigrantes que empezaron a poblar la región. Pronto se mezclaron europeos, criollos y africanos provocando un impacto desde el punto de vista de la organización social y la identidad colectiva.

Buenos Aires comenzaba a construirse sobre infinitos fragmentos culturales y étnicos, donde predominaba la fuerza, el trabajo, la oportunidad de salir adelante, el dolor por lo perdido (referido a aquellas personas que dejaron todo por venir a un nuevo país), habitantes locales que dejaron de ver a Buenos Aires como una aldea ya que se convirtió en una ciudad portuaria, con nuevas formas de vida, nuevos léxicos y nueva arquitectura.

Así es el contexto en el que nació el tango: una Argentina compuesta por negros, criollos, inmigrantes de Europa, atravesados por melancolías, desarraigos, rebeliones, pasado de guerras hispanas, el Río de la Plata como oportunidad, auge del modelo agroexportador y es justamente en los momentos de ocio, de descansos laborales donde se mezclaban candombe, tango andaluz, la habanera, la polka que, en una extraña y original fusión, dieron origen a lo que hoy conocemos como Tango.

El tango fue la oración que los habitantes de Buenos Aires crearon y utilizaron para arraigarse, para hablar de sí y de sus cosas, para forjar su propia geografía, para obtener socorro e identidad colectiva. Con el tango se llevan a cabo dos procesos de integración en diferentes momentos históricos y con variados objetivos: el primer proceso es dentro de la música propiamente dicha, y tiene que ver, como se ha dicho, con la fusión durante la segunda mitad del siglo XIX de ritmos africanos, españoles, americanos y gauchos. El segundo proceso, se realiza entre los disímiles pobladores de Buenos Aires el surgimiento de una poesía particular, cargada de simbolismo y que reflejaba la problemática de los sectores más pobres de la población.

El tango evidencia la diversidad, se nutre en los ambientes orilleros, dominados por inmigrantes y desarraigados, rufianes, delincuentes y prostitutas. En ese contexto de arrabal se constituye en proclama de una concepción marginal y desesperada de la vida, encarnada en la figura del compadre y fraguada en canciones plasmadas en primitivo

lunfardo. Los inmigrantes al igual que los gauchos trajeron exactamente ese sentimiento de haber perdido sus raíces, esa soledad en una tierra extraña, esa melancolía causada por una vida dura y extraña. Ese “sentimiento triste que se puede bailar”, era parte de la realidad de los recién llegados. El tango, refleja ese sentimiento en sus letras, sus melodías y sus historias.

2.2 Etimología de la palabra tango.

La etimología de la palabra tango tiene más de una hipótesis y sigue siendo objeto de múltiples teorías y fuertes controversias. Pero podemos mencionar las distintas hipótesis: la primera es que la palabra tango viene del verbo latino: TANGERE que significa tocar, en el sentido de palpar. La segunda teoría se debe a que en 1957, el historiador Ricardo Rodríguez Molas investigó los lenguajes de los esclavos llevados a la Argentina, principalmente pertenecientes a etnias del Congo, del Golfo de Guinea y el sur de Sudan y descubrió la existencia de la palabra "tango" para referirse a los "lugares de reunión", utilizada en África y en el resto de América. Rodríguez Molas sostuvo entonces que la palabra "tango" tiene origen africano, y también otras palabras íntimamente relacionadas con el tango, como "milonga" y "canyengue".

La tercera teoría, es que tango y tambo eran onomatopeyas que se referían al tambor, tam-tam, además TAMBO significa celebración o fiesta. Precisamente a partir del uso generalizado como sinónimos de las palabras "tambo" y "tango", se puede concretar una cuarta teoría lograda por Oscar Escalada –investigador de la Universidad de La Plata-, que sostiene que el origen del término es quechua del vocablo tanpu, hispanizado por los conquistadores españoles como "tambo" y luego utilizado como sinónimo de "tango".

Y una quinta teoría es que la palabra "tango" existía en Andalucía a mediados del siglo XIX, para designar un género musical, precisamente el tango andaluz que, a su vez, registra influencias afrocubanas -en particular la habanera y africanas. Tanto la habanera como el tango andaluz se encuentran entre los géneros que influyeron en la gestación del tango como género musical.

2.3 Historia de la instrumentación del tango:

Los primeros músicos que tocaron en los patios de los conventillos, en los bares y burdeles o simplemente en la calle, no eran profesionales, y la mayoría de ellos no sabían leer partituras. Era una forma de ganarse un dinero y para impresionar a las mujeres. Esos músicos que tocaban en tríos o cuartetos interpretaban milongas, habaneras, mazurcas y poco a poco también los primeros tangos.⁶ A estas alturas no existían todavía instrumentos fijos para tocar tango. Se tocaba lo que había: se usaba violines, guitarras, mandolinas, harpas, flautas, etc. Como estos primeros desconocidos intérpretes de tango, no sabían leer música, tampoco sabían escribir música. Las primeras partituras de piezas de tango que todavía existen hoy son de un pianista, llamado Rosendo Mendizábal del año 1897.⁷ Durante el día, él daba clase de piano para niños de “gente decente”, y en las noches tocaba en los notorios lugares como “Laura” o “María la Vasca”, burdeles para hombres de clase media. Desde allí el piano tenía su lugar en el tango. Como el piano era un instrumento muy caro y difícil de mover, se usaba solamente en lugares más decentes.

El bandoneón es inventado en 1846 en Alemania por Heinrich Bandt con el fin de ser usado en procesiones religiosas, más adelante el fabricante alemán Alfred Arnoldo se encargó de producir instrumentos de la renombrada marca AA, después de la segunda guerra mundial se suspende su producción, desde esa época se comercializan instrumentos a precios muy altos y pasaron al patrimonio de los coleccionistas. Recién llega a Buenos Aires en 1908 por un marinero que lo perdió por necesidad de venderlo para poder pagar sus deudas de juego-

Hoy en día el tango argentino es impensable sin el bandoneón. El punto básico de su fuerza expresiva es la melancolía. Y de todos los instrumentos primigenios la flauta transversa pierde permanentemente su significado como típico instrumento del tango. En lugar de ello, se forman las orquestas de tango con la composición de bandoneón, piano, bajo, violín y a veces también con violoncelo. La guitarra en cambio continúa siendo un instrumento de acompañamiento de los cantantes de tango. Más tarde es reemplazada por los denominados conjuntos, pequeños grupos musicales que mayormente acompañan al cantante en carácter de dúos o tríos. El músico siempre deja su impronta, a pesar de que es parte de una orquesta continúa siendo un solista musical. Esto distingue la orquesta de tango de manera decisiva de las otras orquestas. Los

⁶ <https://tango.idoneos.com/> (acceso 3 de julio de 2019)

⁷ http://lateinamerika.philfak.unikoeln.de/fileadmin/sites/aspla/bilder/ip_hausarbeiten_cluj/Arbeit_Niko.pdf (acceso 3 de julio de 2019)

instrumentos nunca quieren hablar con “una voz”, si no que siempre son individualistas que quieren comunicarse entre sí.

2.3.1 Las primeras formaciones tangueras

Los primeros conjuntos de tango eran compuestos por dúos, tríos u orquestas pequeñas que eran formadas improvisadamente, cuyos músicos interpretaban generalmente flautas y arpas, muy poco tiempo después se les agregó el violín y en ocasiones podían también haber instrumentos de percusión de origen africano, u otros instrumentos de diferente clase como por ejemplo el mandolín, la armónica, el acordeón, la trompeta, la corneta y hasta un peine usado como un instrumento de viento en el cual mediaba un papel para fumar y una persona que soplabo por el peine y marcaba el ritmo, en ciertos lugares cerrados se contaba con la presencia del piano solista y en otros se utilizó después el organito. Con el tiempo la guitarra fue reemplazando al arpa, y la formación musical más clásica para el tango en sus primeras épocas acabó siendo un trío compuesto por una flauta, una guitarra y un violín. Este modelo de formación clásica para interpretar tango duro varios años hasta ya entrado el siglo XX, en el cual se reemplazó la flauta por el bandoneón recién llegado de Alemania al Río de la Plata, y se incorporó también el piano a la formación.

Los tanguistas de aquellas épocas eran músicos de un perfil más bien anónimo, pocos nombres fueron reconocidos en ese entonces. Más tarde vendrían los más aplaudidos solistas.

Durante las dos primeras décadas, los posibles tríos u orquestas tuvieron una constitución anárquica. Los instrumentos se acoplaban como podían. No había instrumentos distintivos para la nueva música y no había un timbre característico en el conjunto. Hasta que el instrumento protagonista del tango primitivo acabo siendo el violín, que era el que podía poner mayor sentimentalismo. La flauta podía alguna vez insinuar un poco de melancolía, pero casi siempre tendía a ser juguetona con sus "fiorituras". Los instrumentos de cuerdas pulsadas como las arpas, las guitarras o los mandolines definían la parte rítmica. Los primeros músicos de tango eran analfabetos musicales, solo tocaban lo que sentían, casi unánimemente ejecutaban meras improvisaciones. Solo en algunos casos los ejecutantes podían repetir algunas melodías que su buen oído les permitía memorizar. A estos se les exigía tangos, pero el repertorio era muy pequeño aun y los pocos tangos que podían retener eran repetidos hasta el cansancio, modificándolos, aplicándole variaciones a su antojo y combinando de distintas maneras las diferentes partes, de las que se fueron acostumbrando a tres temas por cada composición, que a su vez podían repetirse dos o más veces. Por eso

no hay pentagramas, ni registros de los primeros tangos que fueron compuestos. Esto fue de provecho para algunas personas que, si sabían leer y escribir música, para que se adueñaran de composiciones ajenas y las pusieran a su nombre para ganar dinero.

Elementos como el organito y la corneta ayudaron a que el tango se propagara y se aceptara poco a poco; El organito o piano mecánico, que a fines del siglo XIX se había hecho muy popular en Buenos Aires sobre todo porque algunos por su tamaño permitían que se les pueda transportar y llevar colgados en el cuello (los más pequeños), insertos en carritos con ruedas los cuales eran empujados por los organilleros, o en carros tirados por caballos. Gracias a su facilidad de transporte los pianos mecánicos tuvieron como escenario principal las calles de la ciudad de Buenos Aires, los organilleros eran convocados muy frecuentemente a los conventillos, peringundines, prostíbulos, plazas o casas de familia de la ciudad. En estos instrumentos se interpretaba música de toda clase, generalmente la que más gustaba a la gente de esa época y dentro de las músicas interpretadas por estos estaba el tango. Las cornetas de los tranvías también ayudaron a la propagación del tango, ya que con pocas notas anunciaban su paso con breves trozos de los tangos más populares.

El tango tuvo su origen como una música instrumental, que era solamente para ser bailada, por lo que era muy poco propensa a ser acompañada por la voz. El tango cantado comenzó a interpretarse a partir de la década de 1850, casi siempre solista, eventualmente a dúo, sin coro, pero manteniendo de manera bastante marcada la separación entre tangos instrumentales y tangos cantados.

El tango "El Queco" fue el primer tango documentado y de difusión popular, que según algunos estudiosos "queco" era una manera de llamar al prostíbulo. Se afirma que este ya era cantado por las tropas porteñas del general Arredondo, durante los días de la sublevación del general Bartolomé Mitre, después de las elecciones de 1874 que dieron la presidencia a Nicolás Avellaneda. El investigador Roberto Selles sostiene que "El Queco" no es otra cosa que un tango andaluz, cuyo título originario sería "Quico" y al cual se le cambió la letra.⁸

Siguientes a este tango fueron: Señora Casera, Al Salir los Nazarenos, Andáte a la Recoleta, Dame la Lata, Bartolo, Señor Comisario, El Palmar, y muchos otros cuyo nombre original se perdieron o fueron adecentados como Sacudíme la Persiana, Cobráte y Dame el Vuelto, La Cara de la Luna, El Choclo, Cara Sucia, Tierrita, etc, porque en la década del treinta las dictaduras militares prohibieron los títulos y letras

⁸ <http://www.todotango.com/creadores/biografia/1820/Roberto-Selles/> (acceso 4 de julio de 2019)

con contenido grosero. No hay ninguna garantía de que estas melodías no hubiesen nacido primeramente sin título y bautizadas más tarde por sus recopiladores. Puede suponerse que los primeros tangos en general no tenían título, pero que sí lo tomaron algunos de las letras que se le adaptaban.

Años más tarde, comienza a ascender en la escala social y la música se hace más refinada, las letras se pulen y estilizan en manos de poetas y músicos con estudios. En Buenos Aires podemos mencionar algunos barrios que fueron considerados como la cuna del tango: San Telmo, Balvanera, Monserrat, La Boca y Barracas.

2.3.2 Comienzos de la orquesta típica y cambios en el tango (1910 - 1940)

Ya para 1910 surge una nueva generación de tangos, donde era el bandoneón el principal instrumento de la formación de tango y se cambió el ritmo de ágil, rápido, alegre y movido del dos por cuatro, al lento, melodioso y melancólico del cuatro por ocho. Esto fue a causa del desconocimiento técnico y la falta de métodos de ejecución de los primeros bandoneonistas de tango quienes no sabían música.

Más adelante hubo también cambios en cuanto a los compositores, ya no eran analfabetos musicales que tocaban lo que sentían y no tenían la posibilidad de estamparlo en una partitura si no era con la ayuda de alguien que supiera escribir y leer música. Ahora eran en su mayoría músicos que se habían dedicado a estudiar música, algunos solo habían podido adquirir los conocimientos básicos y elementales mientras que otros concurren a Academias Musicales y Conservatorios.

El piano dejó de ser solista y paso para integrar la agrupación junto al bandoneón, la guitarra, la flauta y el violín, formándose así un principio de Orquesta Típica.

Con el tiempo las orquestas típicas criollas fueron aumentando su cantidad de músicos, formando quintetos, sextetos o agrupaciones más numerosas y con músicos instruidos. Las orquestas típicas solían conformarse por alrededor de cinco a diez músicos, a veces más, los cuales eran de dos a cinco violinistas, de dos a cuatro bandoneones, un piano, un contrabajo, un cantante, y en ocasiones una o dos guitarras e instrumentos como el violonchelo, el clarinete o la viola. Pero la formación más estable fue el sexteto típico: dos violines, dos bandoneones, un contrabajo y un piano.

En este periodo denominado "de los sextetos típicos" fue cuando el tango se interpretó mejor. Comenzaron a surgir los solos instrumentales, las variaciones, las respuestas entre sus integrantes, los ligados y demás elementos que enriquecieron las interpretaciones. La orquesta típica sentó sus bases a través del teatro. En estos actuaron orquestas que en su mayoría no llegaron a grabar, pero igualmente tuvieron

mucho éxito. También surgieron las grandes orquestas de tango como por ejemplo las orquestas de Juan Carlos Cobián y la de Francisco Canaro, que alcanzaron gran fama internacional. Algunas, como las de Osvaldo Fresedo, Horacio Salgany Carlos Di Sarli continuaban desarrollando el tango instrumental durante esas épocas.

En 1913 surgió la figura más emblemática del tango: Carlos Gardel, quien comenzó su carrera como payador cantando en bares de Buenos Aires, formó un dúo junto a José Razzano, el que duró hasta el año 1925 y con el que grabó su primer éxito "Mi noche triste", con letra de Pascual Contursi y música de Samuel Castriota, en 1917 vendiendo 100.000 copias, fue un éxito inmediato en los países latinoamericanos. Y en el año 1928 durante una gira por Francia, llegó a vender 70.000 copias de sus discos. Registro 770 temas musicales de los cuales 514 son tangos. Gran parte de su música fue compuesta por él, mientras que el poeta Alfredo Le Pera se encargaba de las letras. Se lo reconoce como el creador del tango-canción. Cantó en lugares importantes de todo el mundo, incluyendo Francia y Estados Unidos, donde filmó algunas películas. Murió en 1935, en un accidente de avión en la ciudad colombiana de Medellín. En ese periodo de tiempo surgieron también grandes figuras del tango como por ejemplo Enrique Cadícamo, Enrique Santos Discépolo, Tita Merello, Nelly Omar, Azucena Maizani, Libertad Lamarque, en otros, y también los considerados sucesores de Gardel luego de su muerte: Hugo del Carril, Agustín Magaldi e Ignacio Corsini.

En 1930 algunas letras habían adquirido un estilo dramático, hablando de la difícil situación que se vivía en esas épocas, Discépolo y Cadícamo, expresan mejor que nadie esos momentos. La crisis también se sintió en Argentina y en la escena del tango, hasta que a finales de la década de 1930 Juan D'Arienzo conocido como "El rey del compás", logra revertir esa situación gracias a su estilo rítmico apresurado y alegre y su retorno al dos por cuatro, combinado con arreglos musicales modernos, que "llamaban a bailar". Los instrumentos en su orquesta tocaban al unísono, sólo se podía distinguir algún compás suelto del piano conductor o algún contra-canto del violín.

En el periodo de 1920 a 1940 surge la llamada "Guardia Nueva" la que fue de gran importancia para el tango por su evolución en cuanto a su música, su poética, su interpretación y su ejecución. La guardia nueva se caracterizó entre otras cosas por sus músicos muy profesionales y de gran capacidad y calidad musical, que impulsaron un compás más firme y alentaron la aparición de solistas virtuosos y profesionales. La orquesta se convirtió en una agrupación de músicos que tocaban en conjunto pero que no impedía mostrar las virtudes individuales de cada uno. Entre los músicos que se destacaron de la Guardia Nueva se encontraban: Julio De Caro, Aníbal Troilo, Osvaldo

Pugliese, Osmar Maderna, Ricardo Tanturi, Miguel Caló, José Basso, Francisco Rotundo, Alfredo Gobbi, Osvaldo Fresedo, Ángel D'Agostino y la orquesta de Enrique Francini y Armando Pontier.

Julio De Caro comenzó a escribir el tango en cuatro por ocho, en lugar de escribirlo en dos por cuatro, y el baile se adecuó al ritmo lento y se más tranquilo, casi caminando. De Caro se ocupó de embellecer la melodía mediante el acompañamiento armonizado del piano, los fraseos y las variaciones de los bandoneones, los contra-cantos del violín contrastando con el tema central y los solos de piano y bandoneón.

Osvaldo Fresedo, el bandoneonista conocido como "El Pibe de la Paternal", perteneció a otra corriente diferente a la de Julio De Caro, una corriente "conservadora" con esquemas instrumentales de la Guardia Vieja, pero también influenciado por el jazz, introdujo nuevos instrumentos en la orquesta como por ejemplo el arpa, el vibrafón y la batería. El famoso bandoneonista Aníbal "Pichuco" Troilo fue otro gran evolucionista en el tango, destacó la importancia de la melodía y de las letras, ayudado por grandes poetas en sus composiciones y también de muchos de los mayores cantantes para interpretarlas como, por ejemplo: Fiorentino, Marino, Ruiz, Rivero, Rufino, Goyeneche, entre otros, y de músicos evolucionistas fundamentales para ejecutarlas. El gran pianista y director de orquesta, Osvaldo Pugliese, apodado "El Santo del Tango" también fue uno de los exponentes de la Guardia Nueva, su estilo se consolidó principalmente en la música instrumental, y es considerado fuerte y hasta violento.

Durante esta época se da también el triunfo del tango en Europa. El camino ya había sido preparado por figuras como Alfredo Gobbi durante la década de 1900. Este triunfo no fue de forma masiva y popular, como lo fue en Argentina durante la década de 1940; en Europa fue un éxito en la clase alta, la que frecuentaba locales reservados en los que el tango triunfa por ser una danza exótica, y se extiende hasta 1939 con el comienzo de la segunda guerra mundial. Las agrupaciones de tango en Europa al igual que en Argentina solían presentarse en burdeles y cafés, pero también en teatros y otros lugares reconocidos.

El nuevo ambiente es el cabaret, su nuevo cultor la clase media porteña, que ameniza sus momentos de diversión con nuevas composiciones, sustituyendo el carácter malevo del tango primitivo por una nueva poesía más acorde con las concepciones estéticas provenientes de Londres y París. Ya en la década del '20 el tango se anima incluso a traspasar las fronteras del país, recalando en lujosos salones parisinos donde es aclamado por públicos selectos que adhieren entusiastas a la sensualidad del nuevo baile.

Debido a este gran impulso el tango comienza a difundirse rápidamente alcanzando, en los años '40, su cúspide de popularidad. Ya no es privativo de los bajos fondos porteños; ahora se escucha y se baila en salones elegantes, clubes y casas particulares. Luego de la década dorada la historia del movimiento será cíclica, compuesta de crisis y surgimientos de nuevas orientaciones. Pierde lugar, en los años '50, frente a la irrupción de los nuevos ritmos extranjeros y el boom de la música del interior del país, pero revive una década después con una nueva identidad: el Nuevo Tango, que recorre el mundo llenando los escenarios de Estados Unidos, Europa y Japón con composiciones instrumentales novedosas.

2.3.3 La época de oro del tango: los años cuarenta.

La época de 1940 al 1950 es considerada la "época de oro del tango", por varias razones como por ejemplo la de que fue la época en que hubo mayor cantidad de intérpretes de tango, y de músicos de gran calidad; ninguna ciudad del mundo tuvo tanta cantidad de orquestas en activo como la ciudad de Buenos Aires en la década de 1940, en la que actuaban alrededor de 200 orquestas; se había acabado la época de las improvisaciones y de los músicos de oído, había muchísima competencia y por lo tanto a las orquestas solo ingresaban los músicos más calificados. Hubo gran cantidad y calidad de las composiciones, en esa época se compusieron más tangos que en cualquiera de los años anteriores, grandes poetas se juntaron con músicos inspirados y muy capaces, y lograron composiciones muy prodigiosas y adelantadas a su época; proliferaron los bailes; se le dio un gran soporte de parte de los medios de comunicación que le daba mucha difusión de manera constante, por ejemplo en 1942 había alrededor de veinte radios capitalinas privadas y treinta y siete estaciones de onda media del interior que dedicaron sus transmisiones al tango y apenas incluían un 9,82% de música grabada; y en el cine nacional el tango casi siempre es protagonista, etc.

En la época de oro, el tango también se interpretaba en los más lujosos locales nocturnos, y también se tocaba mucho en cafés constantemente la gente por unos pocos centavos iba a tomar café y a escuchar el tango que allí se interpretaba, en los cafés no se bailaba, solo se escuchaba a los diferentes conjuntos que se iban cambiando a lo largo del día; las orquestas tocaban alrededor de media hora y descansaban otra media hora, este intervalo no solo permitía la renovación del público sino que también el cobro del servicio.. El público escribía en servilletas los nombres de algunos temas que querían escuchar para pedirle a la orquesta que los tocara y el mozo le llevaba estos pedidos a los directores de en una bandeja; Este era un recurso utilizado por los directores de orquesta para saber cuáles eran las piezas que más le gustaban

al público, luego esas piezas pasaban a la radio y después al disco. Las confiterías en cambio eran diferentes a los cafés, las había bailables y no bailables, eran más amplias, estaban mejor decoradas y las orquestas típicas compartían el lugar con conjuntos de Jazz. Clubes sociales y de fútbol también organizaban veladas danzantes todos los fines de semana en las que también se presentaban las Orquestas Típicas.

Pero los verdaderos pilares para los conjuntos de tango fueron los cabarets, que estaban ubicados en su mayoría en el centro de Buenos Aires, estos contaban con una clientela fija e hicieron que muchas figuras puedan trascender. Los clubes competían con los teatros céntricos como el Teatro Maipo, el Teatro Avellaneda, el Teatro Politeama y el Teatro Blanca Podestá antiguamente llamado Teatro Smart, que también abrían sus puertas y retiraban sus butacas para brindar un espacio para bailar y organizaban concursos carnavalescos. Tenía tanto auge el tema que diarios como El Mundo llegaban a publicar seis páginas con avisos referidos a las fiestas de carnaval.

El nivel de grabaciones lanzadas al mercado por las distintas casas grabadoras, superaba como promedio los tres discos diarios. Hubo un importante incremento en las ventas de discos, donde despegaron compitiendo Odeon y Victor. Cuando un artista grababa un éxito inmediatamente el otro salía con el mismo tema a la venta. La discográfica se convirtió en una importante industria nacional. Se dice sin exagerar, en esa época el tango se podía escuchar en cualquier esquina de la ciudad de Buenos Aires. Todo este gran auge del tango durante esta época es lo que hace que se la reconozca como la "edad dorada del tango"

2.3.4 Años cincuenta: problemas para el tango

En la década del cincuenta ocurrieron varios sucesos ajenos al tango que les trajeron problemas a sus orquestas e intérpretes. Diferentes legislaciones y controles estatales forzaron la desaparición de muchos de los cabarets del centro y del bajo. También comenzaron a tener éxito en el mercado argentino músicas extranjeras, como por ejemplo las centroamericanas y el jazz, que gracias al cine de esos años fueron introduciéndose en los gustos del público argentino, influyendo negativamente en el tango.

No solo las músicas extranjeras causaron problemas en el mercado del tango, también el auge del folclore entre los años cincuenta y dos y cincuenta y cuatro, hizo que el número de placas vendidas de folclore supere o iguale al número de placas de tango vendidas en el país. Todo esto obligó a la mayoría de las grandes orquestas a reducir su personal, dejando a muchos músicos y cantores sin trabajo. También se elimina el tango de algunos locales tradicionales cambiándolo por otros estilos musicales. Para

poder subsistir algunos directores de orquestas de tango se ven obligados a dirigir pequeños conjuntos musicales para ganar dinero, de igual manera los músicos que quedaron sin empleo tuvieron que formar pequeños grupos como tríos, cuartetos o quintetos.

A pesar de esta problemática situación para el tango, no disminuyeron las agrupaciones de tango, si bien la mayoría de las grandes orquestas de alrededor de quince integrantes se disolvieron, aumento la cantidad de pequeños grupos musicales.

También surgió la modalidad de mantener las grandes orquestas, para presentaciones públicas, convocando a músicos necesitados, pero dejados en libertad luego de que el contrato haya finalizado y tales presentaciones estuviesen efectuadas.

Los pequeños grupos subsistentes para permanecer en el mercado del tango y en el gusto popular intentaron innovar, recreando viejas partituras o inventando nuevas, lo que poco a poco los fue alejando de la tradición y el sentir popular.

A pesar de la crisis que se vivía en el tango, algunos cantores lograron perdurar en las orquestas, algunos ejemplos fueron los casos de Jorge Sobral, Héctor Mauré, Raúl Berón, Edmundo Rivero, Alberto Marino, Roberto Goyeneche, Floreal Ruiz, Miguel Montero y Julio Sosa, entre otros, quien fuera el último en convocar multitudes, y que fuera considerado una de las voces más importantes que tuvo el tango en la segunda mitad de los años cincuenta y principios de los sesenta.

2.3.5 Años sesenta y setenta: la vanguardia

Desde fines de los años cincuenta, comienzan a surgir otras nuevas corrientes renovadoras del tango, a los que se le llamo "la vanguardia", fue una serie de intérpretes que se alejaron de lo que fue clásico en el tango, no sólo en lo que hace a obras y formas de instrumentación, sino también a los mismos instrumentos.

Músicos como Mariano Mores y Aníbal Troilo comenzaron a experimentar con nuevas sonoridades y temáticas. Pero el más reconocido innovador fue el bandoneonista Astor Piazzola, uno de los músicos argentinos más importantes de la mitad del siglo XX.

Astor Pantaleón Piazzola nació en la ciudad de Mar del Plata, pero pasó su infancia entre la ciudad de Buenos Aires y la ciudad estadounidense de New York, donde comenzó a estudiar música a la edad de nueve años y continuo sus estudios musicales en Buenos Aires. En 1952 gana una beca del gobierno francés para estudiar con Nadia Boulanger, quien lo incentivó a seguir su propio estilo. En su juventud Piazzola realizó arreglos orquestales para Aníbal Troilo, y comenzó a hacer innovaciones en el tango en

cuanto al timbre, el ritmo y la armonía, por lo que fue criticado por los músicos tangueros de la Guaría Vieja, quienes lo consideraban el "asesino del tango", diciendo que su música no era tango, a lo que él respondió que su música era música contemporánea de Buenos Aires.

Al principio Astor Piazzola fue muy atacado por la crítica, y su música no se pasaba por las radios. Las compañías discográficas no se atrevían a editar su música y fue catalogado como un esnob, irrespetuoso y enemigo del tango que componía música híbrida y disonante. Pero terminó por producir en el tango una transformación radical, introduciendo disonancia y ritmos fuertes y nerviosos.

En el año 1969 junto al poeta uruguayo Horacio Ferrer compone un tango-balada titulado "Balada para un loco", cantado por Amelia Baltar, esta canción produjo un alboroto que llevó a los organizadores del Festival de la Canción en Buenos Aires, (donde la canción fue estrenada), a cambiar las reglas para evitar que esta ganara. Pese a esa situación la canción fue un éxito en ventas, a un nivel que el tango no había alcanzado hace años. Piazzola hizo un gran aporte instrumental para la renovación del tango, con su octeto que contenía instrumentos que, hasta ese entonces, eran totalmente ajenos al tango como la guitarra eléctrica, el bajo eléctrico, el teclado eléctrico, el sintetizador, la batería y el saxofón.

2.3.6 Las décadas de 1980 al siglo XXI

A partir de la década de 1980 el tango entró en una gran decadencia, perdió gran parte de su audiencia y las orquestas típicas ya casi habían desaparecido, algunos de los músicos de tango que todavía seguían en carrera se alejaron mucho del tango clásico debido a las fusiones con otros ritmos como el rock and roll, el bolero, el jazz y la música electrónica. También durante esa época fallecen varios de los grandes músicos de tango como Hugo del Carril, Osvaldo Fresedo, Astor Piazzola, Rosita Melo, Rosita Quiroga, Edmundo Rivero, Homero Expósito y Alberto Marino.

Sin embargo, una parte de la juventud de la época redescubre el tango como música y danza. Surgen así nuevas bandas de tango como Bajofondo Tango Club, Idealtango, Gotan Project y Tanghetto, que influidas por la música electrónica crean el subgénero del "electrotango", el género de tango-fusión actualmente con mayor éxito. Ejemplos de tango-jazz son los trabajos realizados por el pianista Adrián Laies, el contrabajista Pablo Aslan, o el saxofonista Miguel De Caro, entre otros. Además, existe músicos de rock como Daniel Melingo, Andrés y Javier Calamaro y Rodolfo Gorosito, que volcaron sus trabajos hacia el tango. Además de las muchas nuevas orquestas integradas por gente joven que experimenta de diferentes maneras en la música del tango. A pesar de que

el tango en sus últimas décadas ya no es lo que fue anteriormente, nunca ha muerto, siempre estuvo en mayor o menor medida presente entre la gente rioplatense. Hoy existen muchos jóvenes interesados en este género que buscan innovar o volver a las raíces.

2.4 El tango como danza

El tango como danza comienza a surgir a mediados del siglo XIX en lo que se llamó las *orillas* o *arrabal* de ciudades como Buenos Aires y Montevideo, es decir las zonas marginales habitadas por los sectores populares. En esos arrabales fue en el seno de las comunidades afro rioplatenses, en proceso final de liberación de la esclavitud, donde se instalaron los lugares de baile y entretenimiento popular, llamadas “academias”, «milongas», «piringundines» o «cánguelas» en los que se inventaría el tango. Los protagonistas fueron las propias comunidades afro rioplatenses con sus tipos sociales llamados «negros», «negras», «pardos» y «pardas», y las poblaciones rurales mestizadas en proceso de migración hacia las ciudades llamados «chinas» y «compadritos», este último protagonista destacado del origen del tango como baile. Adicionalmente, las academias y milongas recibieron también la presencia creciente de la ola de inmigrantes provenientes de los más diversos países de Europa y el Medio Oriente, mayoritariamente italianos.

José Gobello explica que luego de la caída de Juan Manuel de Rosas en 1852, en Buenos Aires, las comunidades afro porteñas no pudieron continuar marchando con sus *candombes* por la calle y se vieron obligadas a realizarlo en sitios cerrados. Es en esas condiciones que el baile se transforma, fusionando los cortes y quebradas característicos del *candombe*, con la pareja enlazada del vals y la mazurca⁹. El vals se había puesto de moda en Europa con la novedad de la pareja bailando abrazada, en las primeras décadas del siglo XIX, desatando fuertes cuestionamientos en los sectores conservadores por su supuesta indecencia e inmoralidad, sobre todo en Inglaterra. La mazurca, también de pareja enlazada, era la danza de moda en 1850. La fusión de estilos dio lugar a valeses y mazurcas bailados con corte y quebrada, sentando las bases coreográficas del tango: pareja enlazada estrechamente, *caminata*, corte y quebrada.

Esas características ya estaban definidas en la década de 1860. En Buenos Aires hay registros de la detención de cuatro varones y dos mujeres por bailar con corte en 1862.

En las tres décadas siguientes ese tipo de baile fue utilizado en el Río de la Plata para bailar diversos estilos: mazurcas, polcas, chotis, habaneras, tangos andaluces y

⁹ Gobello, José Mujeres y hombres que hicieron el tango, Buenos Aires Galerna 1997

milongas, en la búsqueda de un estilo que se adaptara a su cadencia. En ese proceso se fue generando un género musical nuevo, perfectamente adaptado a ese peculiar y sensual estilo de baile. Finalmente, ese género nuevo apareció en los últimos años del siglo XIX y fue bautizado con el mismo nombre que la danza: “tango”. Ese modo inicial de bailar el tango se conoce como tango canyengue, *tango orillero* o *tango arrabalero*. El tango canyengue adquirió el perfil de un estilo definido, fuertemente marcado por el corte y la quebrada, con un abrazo muy estrecho y los cuerpos en contacto. Se trata de un estilo provocativo y muy sensual.

Pero a medida que el tango fue saliendo de las academias, milongas y piringundines de la noche arrabalera, para comenzar a ser bailado en salones y ámbitos públicos o familiares, apareció un nuevo estilo de bailarlo, que buscó moderar sus aspectos más provocativos, separando los cuerpos, pero sin perder el abrazo y atenuando, o incluso eliminando, los cortes y quebradas, al menos sus figuras más sensuales. Este estilo, desarrollado sobre todo a partir de la segunda década del siglo XX, recibió el nombre de tango de salón o tango liso. El tango de salón o tango liso se apoyó sobre todo en la caminata tanguera. Fue básicamente el estilo que se bailó popularmente entre las décadas de 1920 y 1950. Casi simultáneamente al tango de salón practicado como esparcimiento popular, apareció un tango bailado por profesionales orientado al espectáculo, que recibió el nombre de tango escenario. El tango escenario utiliza coreografías más audaces y libres, muchas veces tomadas de otras danzas o disciplinas físicas, como los saltos y figuras con los bailarines sueltos, que ni el tango de salón ni el tango canyengue aceptan.

El tango dejó casi de bailarse a partir de los años sesenta en Buenos Aires. Pervivieron algunas milongas. Sin embargo, en los años ochenta recibió un nuevo impulso gracias al éxito del espectáculo *Tango argentino* de Claudio Segovia y Héctor Orezza, primero en París y luego en Broadway, generando un tango manía en todo el globo. Florecieron academias de tango por doquier y gente de todo el mundo comenzó a peregrinar en busca de lugares para bailarlo, especialmente Buenos Aires, promovida turísticamente como la Capital del Tango.

Ya en el siglo XXI, se ha llegado a un nivel de popularidad muy grande a nivel mundial. Desde el año 2002 se comenzó a hacer un campeonato mundial de danza de tango, en el que compiten parejas de bailarines de diferentes países del mundo en las categorías de Tango Salón, y Tango Escenario. Durante el desarrollo del evento el público también puede disfrutar de milongas, exhibiciones, clases temáticas gratuitas, espectáculos de baile, etc. Este reconocimiento internacional quedó plasmado en el año 2009 cuando,

por iniciativa de Argentina y Uruguay, el tango fue incluido junto con el candombe, en la Lista del Patrimonio Cultural Inmaterial de la humanidad, después de varios meses de análisis, por el Comité Intergubernamental de Patrimonios Intangibles perteneciente a la UNESCO.

2.5 Algunas cuestiones relativas a las letras del Tango:

Como se ha dicho, el tango nació como una música instrumental es decir que carecía de letras, con el tiempo se incorporaron las letras, el canto. Los famosos “compadritos” comenzaron a improvisar letras que reflejaban el ambiente donde vivían, lo que sentían, formas de vida, temas de amor, melancolía, etc. Algunas de esas letras tenían la particularidad de ser obscenas, procaces, indecibles, marginales cuya inspiración eran temas cotidianos como, por ejemplo: de amor, noviazgo, pasiones, traiciones, dolor, nostalgia, pérdidas, etc.

Estas letras hoy en día serían catalogadas como impúdicas, “las letras eran prostibularias” – El prostíbulo era un lugar de sociabilidad que se disfrazaba con diversos nombres. Se llamó conventillo en los años 70 cuando los conventillos se llamaban corralones; casino, academia- El tango se escuchaba en los primeros cabarets, restaurantes veraniegos. Y en los albores del siglo XX empieza a ser escuchado, y bailado en reuniones de alta sociedad, evitando las letras obscenas.

Al pasar el tiempo, y al desarrollarse cada vez más el tango en Buenos aires, surgen personajes emblemáticos como Carlos Gardel y Pascual Contursi el cual se podría decir que junto a ellos se consolida los tangos canción: con argumento e historia, donde se narraban distintas situaciones.

Sin dudas, Contursi y Gardel son los más importantes letristas del tango, no solo porque con ellos comenzó la letra narrativa, con argumento, sino también porque convirtió las antiguas letras obscenas en efusión lírica.

Se considera que el primer tango canción fue “*Mi noche triste*” de Samuel Castriola y Pascual Contursi, cantado y grabado por Carlos Gardel en 1917

Mi noche triste

Percanta que me amuraste
en lo mejor de mi vida,
dejándome el alma herida
y espina en el corazón,
sabiendo que te quería,

que vos eras mi alegría
y mi sueño abrasador,
para mí ya no hay consuelo
y por eso me encurdelo
pa'olvidarme de tu amor.

Cuando voy a mi cotorro
y lo veo desarreglado,
todo triste, abandonado,
me dan ganas de llorar;
me detengo largo rato
campaneando tu retrato
pa poderme consolar.

Ya no hay en el bulín
aquellos lindos frasquitos
arreglados con moñitos
todos del mismo color.
El espejo está empañado
y parece que ha llorado
por la ausencia de tu amor.

De noche, cuando me acuesto
no puedo cerrar la puerta,
porque dejándola abierta
me hago ilusión que volves.
Siempre llevo bizcochitos
pa tomar con matecitos
como si estuvieras vos,
y si vieras la catrera
cómo se pone cabrera
cuando no nos ve a los dos.

La guitarra, en el ropero
todavía está colgada:
nadie en ella canta nada
ni hace sus cuerdas vibrar.

Y la lámpara del cuarto
también tu ausencia ha sentido
porque su luz no ha querido
mi noche triste alumbrar.

Las letras de los tangos son nuestros informantes populares. Pusieron en evidencia la existencia del pueblo que las produjo, las cantó y las sostuvo. El tango en su conjunto atesora una parte de la gran palabra de nuestro pueblo.

Y si hablamos de identidad, una de las características del lenguaje que se utilizaba para las letras de los tangos, es el Lunfardo. El lunfardo es una jerga, una forma de hablar algo exagerada (en la que se incluye comerse las S), por la que suelen ser reconocidos en todo el mundo los argentinos y uruguayos, habitantes de las costas del Río de la Plata. Es por eso que al tango y al lunfardo se los reconoce también como el habla de los suburbios, la voz del arrabal porque este estilo musical tiene letras construidas sobre el habla popular.

Como en ningún otro lugar el lunfardo expresa la fusión migratoria que originó las sociedades rioplatenses, expresada por el tango. El Lunfardo es originado en el siglo XIX principalmente por los inmigrantes italianos que eran alrededor de la mitad de los habitantes en el caso de Montevideo, pero contiene otras influencias. Hay palabras africanas, italianas, judías, mapuches, gallegas, aranes, guaraníes, portuguesas, inglesas, etc.

El lunfardo fue en sus orígenes y sigue siendo hoy un lenguaje oculto-metafórico construido a partir de una notable dinámica entre la sociedad carcelaria, los jóvenes y el mundo del trabajo. José Gobello decía que “el lunfardo es una travesura léxica, algo así como un guiño travieso que el habla le hace al idioma”.

En algunos momentos el lunfardo fue cuestionado por algunos académicos de la RAE (real academia española) y en las décadas de 1930 y 1940 existió la práctica de los funcionarios intermedios de censurar los tangos que contuvieran letras en lunfardo. Por esa razón muchos -entre ellos “mano a mano” y “los mareados” fueron reescritos. Luego con las dictaduras militares que sufrió nuestro país, en una de ellas, la de Ingenia en 1966-1979 el lunfardo estaba prohibido. Pero... en el año 1969 Horacio Ferrer iniciaba su famosa canción “Balada para un loco” con párrafos esencialmente lunfardos: “Ya sé que estoy piantao, piantao, piantao...”. Desde entonces, y a pesar de algunos intentos durante la dictadura más sangrienta que sufrió nuestro país en el año 1976 la cultura popular, el lunfardo registró un notable resurgimiento.

Algunos ejemplos lunfardos:

- Afano
- Boludo
- Bardo
- Bondi
- Cana
- Chabón
- Che
- Chorro
- Escabiar
- Junar
- Mina
- Morfi
- Piba
- Rajar
- Rea
- Yuta
- Manyar
- Lastrar
- Pilcha
- Mufa
- Fiaca
- Gamba / gambetear
- Minga
- Yeta
- Atenti
- Salute

Capítulo 3: Tango y Turismo en la Ciudad de Buenos Aires: Dos caras de la misma moneda

3.1 Turismo en Argentina a comienzos del Siglo XXI

A comienzos del siglo XXI la política turística, tanto a nivel nacional como local, adquiere una importancia sin precedentes en la historia del país. En 2001 se promulga en la ciudad de Buenos Aires la norma llamada “Organización turística de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires” núm. 600/01, conocida como Ley de Turismo de la Ciudad, y lo mismo sucede en 2005 con la Ley 25 997 para el ámbito nacional¹⁰. Además, se crean en esos años diversos instrumentos técnicos para medir el peso y el impacto del turismo en la economía, como la encuesta de ocupación hotelera, la de turismo internacional, la de viajes y turismo de los hogares, entre otros. Durante la primera década del presente siglo también se elaboran planes para impulsar el turismo en el país y en la Ciudad de Buenos Aires¹¹.

Se incrementan las conexiones aéreas con otros destinos internacionales, se desarrolla una política de mayor difusión y promoción en el exterior, se erigen nuevos emprendimientos hoteleros y se suman nuevos “productos turísticos” que incrementan el interés entre diversos tipos de visitantes (Anuario estadístico de turismo, 2014). Es en el contexto de este crecimiento del turismo internacional, donde el tango gana en visibilidad en la ciudad y recibe la atención de los funcionarios políticos y agentes comerciales.

3.2 Buenos Aires, una ciudad turística

Si bien ya constituía un destino turístico de relevancia, el interés por la Ciudad de Buenos Aires desde la actividad turística tomó un gran impulso a partir de 1996 cuando se convirtió en ciudad autónoma y dejó de depender directamente del Poder Ejecutivo. Al principio de los noventa ya se habían dictado algunas normas desde la política local, pero su cambio de status institucional marcó un antes y un después en este proceso (Gómez Schettini y Zunino Singh, 2008).

Así, durante la década de noventa, diferentes actores privados impulsaron la construcción de hoteles de alta gama, así como alojamientos alternativos como *hostels*, residencias universitarias y *bed and breakfasts* (Wallingre, 2007). También se incrementó el tráfico de cruceros internacionales hacia la Argentina que no sólo incluyó

¹⁰ Se trata de la Ley núm. 600, conocida como Ley de Turismo de la Ciudad, promulgada el 6 de julio de 2001, y de la Ley 25 997, conocida como Ley Nacional de Turismo, promulgada el 5 de enero de 2005.

¹¹ Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2006-2016 a nivel nacional, y al Plan de Marketing Turístico de la Ciudad de Buenos Aires, 2007

el incremento de arribos a la ciudad de Buenos Aires sino también el aumento de la permanencia de estos en ella (Gómez Schettini y Zunino Singh, 2008).

De esta manera, Buenos Aires se empezó a incorporar al circuito turístico internacional con mucha fuerza durante los primeros años del nuevo milenio. Es importante tener en cuenta la coyuntura financiera y las alteraciones del mercado de cambio durante esta época para entender el crecimiento rápido que tuvo la actividad turística luego de la crisis económica de 2001, favorecida por los precios bajos para el turismo internacional. El turismo se convirtió de este modo, por primera vez, en un fenómeno visible en Buenos Aires, que se estableció como un destino muy valorado por viajeros de diferentes regiones del mundo. En este contexto, la ciudad llevó adelante una serie de políticas de revalorización patrimonial haciendo, por un lado, algunas intervenciones arquitectónicas como por ejemplo el arreglo de las fachadas en el área del Casco Histórico, o la mejora de los bares de la ciudad a partir del programa de “Bares Notables” y la constitución de Áreas de Protección Histórica que, a partir de los inicios de la década de 2000, fueron acompañadas por programas culturales. Así se unió el significado del valor cultural del patrimonio urbano a las mejoras del espacio físico a través de la edición de libros sobre patrimonio y ciclos de charlas sobre las políticas de revalorización (Gómez Schettini y Zunino Singh, 2008).

A todo esto, debemos sumar una tercera estrategia que apuntó a mostrar la ciudad como destino turístico internacional. Se destacan en este punto los esfuerzos hechos para conseguir las nominaciones internacionales como son las de Patrimonio de la Humanidad de la UNESCO. La Argentina tiene una serie de presentaciones de patrimonio natural y cultural inscriptos en los listados de dicho órgano de la ONU, pero no fue hasta 2009 que la ciudad de Buenos Aires consiguió su primera nominación (presentada juntamente con Montevideo) con la incorporación del Tango en la Lista Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad, tema sobre el cual volveremos más adelante. En 2015 se logró además la inscripción del Filete Porteño, también en la Lista Representativa de Patrimonio Cultural Inmaterial (González Bracco et al., 2015). Se insertan además en este contexto las políticas destinadas a posicionar la ciudad de Buenos Aires como Capital Cultural de Latinoamérica, las cuales hacen mucho hincapié el patrimonio por su potencialidad en la construcción de atractivos turísticos. También se destacan otros emprendimientos que apuntaron a la instalación de Buenos Aires en el mapa internacional como la organización de eventos de convocatoria internacional y la participación en eventos culturales y deportivos globales como la Feria Internacional del Libro, Buenos Aires, el Festival Internacional del Cine Independiente, el Mundial del Tango, *Lollapalooza*, los Juegos Olímpicos de la Juventud etc.

La constitución de la ciudad de Buenos Aires como destino turístico se encuentra de este modo, muy ligada a la valoración de la cultura como recurso económico. La alianza entre la cultura y el turismo ha sido una de las estrategias de promoción y posicionamiento de Buenos Aires como destino internacional por las últimas gestiones de gobierno. La creación en 2007 del Ente de Turismo en el Ministerio de Cultura de la Ciudad de Buenos Aires se presenta como manifestación de ello.

Como resultado de todas estas acciones, más allá de actuar como puerta de entrada para conocer otros destinos del país, Buenos Aires se convirtió en un destino turístico por sí mismo en los últimos años. Como prueba de ello se destaca la reciente ubicación de la ciudad en el puesto 17 en la lista de los destinos más populares del mundo del Travelers' Choice de TripAdvisor¹², constituyéndose como el primer destino latinoamericano en la lista de 2016 y manteniendo esa posición durante dos años¹³.

3.3 Estructura Institucional del Sector Público relacionado al turismo en la Ciudad de Buenos Aires

En lo que respecta a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, la posición de la administración pública del turismo ha transitado a lo largo de los años por un sinnúmero de dependencias que fueron variando según el gobierno de turno.

La política turística de la Ciudad de Buenos Aires se encuentra estrechamente atada a los bajos presupuestos destinados a la actividad y a la falta de continuidad de los escasos programas de desarrollo. La vigencia de dichos programas se encuentra a su vez, estrechamente ligada a la continuidad de una fuerza política en el poder, la cual condiciona el grado de persistencia que permita mantener una política turística homogénea a lo largo del tiempo (Thiel Ellul, 2004).

Durante los últimos años, a pesar de existir una continuidad en el signo político del partido de gobierno, las dependencias del sector público que se dedicaron a trabajar y desarrollar las políticas relativas al turismo en la ciudad han contado con programas erráticos, no siempre bien coordinados y con un presupuesto dispar que no permitió concretar una continuidad en sus propuestas.

¹² TripAdvisor es el sitio de viajes más grande del mundo. Más adelante se profundiza en la red social, su importancia y legitimidad. La página web entrega todos los años el premio Travelers' Choice: "Los ganadores del premio Travelers' Choice se seleccionan anualmente a partir de los comentarios aportados por los millones de miembros de TripAdvisor. Los premios Travelers' Choice no solo destacan las preferencias más comunes, sino también aquellas verdaderamente excepcionales que hacen que los viajeros vuelvan." ("¿Qué es Travellers' Choice?", s/f, <http://bit.ly/1MrlD0o> (Consulta: 25/08/18))

¹³ "Best Destinations in the World - Travelers' Choice Awards - TripAdvisor", s/f, <http://bit.ly/1R8gX3r> Consulta: 24/08/18.

En la Ciudad de Buenos Aires las políticas públicas relativas al turismo se rigen por las acciones del Ente de Turismo de la Ciudad de Buenos Aires, el cual tiene como principal objetivo, junto a las distintas direcciones que lo integran, el desarrollo, promoción y fomento de actividades turísticas en la Ciudad de Buenos Aires.

El Ente tiene un plan estratégico cuyo objetivo de gestión para el año 2019 es duplicar el impacto que tiene el turismo en el desarrollo económico de Ciudad. En este marco, otros dos objetivos estratégicos son:

- Aumentar para el 2019 el gasto promedio de viaje por turista extranjero en CABA en 35% acumulado.
- Posicionar en los próximos 4 años a Buenos Aires entre las 10 ciudades más atractivas del mundo según los principales rankings internacionales.¹⁴

Para poder lograrlo el Ente cuenta con las siguientes direcciones:

Dirección General de Comunicación y Promoción Turística: Tiene como objetivo la elaboración de la estrategia de promoción turística del ente a través de campañas en redes sociales, diseñar estrategias de posicionamiento como destino turístico para diversos mercados como: LGBT, Cruceros, Turismo de Lujo, realizar un calendario turístico, etc.

Dirección General Técnica, Administrativa y Legal: Tiene la responsabilidad de asistir y brindar apoyo técnico, administrativo y legal a la Presidencia y a las Direcciones Generales que conforman el Ente de Turismo. También debe supervisar la organización y administración del funcionamiento del Registro de Prestadores Turísticos, supervisar la organización y administración del funcionamiento del Registro de Alojamientos Turísticos y supervisar la organización y administración del funcionamiento del Registro de Propiedades de Alquiler Turístico Temporario,

Dirección General de Inteligencia de Mercado y Observatorio de Ente Turismo: Entender en el diseño de modelos predictivos para identificar las tendencias claves del turismo a nivel nacional, internacional y regional que colaboren en la definición de estrategias de gestión turística eficiente y sostenible a largo plazo en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Dirección General de Desarrollo Turístico: El objetivo es participar activamente en el estudio de variables que permitan el desarrollo sustentable, sostenible, accesible e inclusivo del turismo teniendo en cuenta el resguardo del patrimonio natural y cultural de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y Implementar programas que mejoren los atractivos y la oferta turística de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Coordinar y

¹⁴ Ente de turismo de la Ciudad de Buenos Aires

supervisar la capacitación turística para el sector público y privado local y para los vecinos de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Unidad de Auditoría Interna: La Unidad de Auditoría Interna del Ente de Turismo es concebida como un servicio integral a toda la organización en la que actúa, consistente en un examen posterior de las actividades financieras y administrativas a fin de poder identificar fallas o errores en los procesos, estableciendo así, oportunidades de mejoras y esquemas de optimización del funcionamiento del Ente.

3.4 Tango y turismo: una relación que se afianza con los años.

Tal como lo hemos definido más arriba, entendemos por Recurso Turístico a todo bien patrimonial que reúne tres condiciones fundamentales: aptitud (apto para el turismo) disponibilidad (accesibilidad) y atractividad (que genere demanda turística por el deseo de los turistas)

El tango encaja de manera perfecta en esta definición. Este conforma las tres condiciones que hacen de su desarrollo un recurso turístico: es apto – en sentido que se puede consumir- hay una gran oferta turística y es atractivo.

Antes de que se produjera el gran crecimiento del turismo, tanto los medios de comunicación como los funcionarios del gobierno de la ciudad señalaban con preocupación la poca explotación económica que Buenos Aires hacía del tango como emblema de la ciudad, lo cual se contraponía con el éxito de los espectáculos en el exterior. A fines de la década de 1990 la explotación turística del tango era muy reducida y mientras crecía en importancia como “producto de exportación”, carecía de una oferta importante orientada a los turistas de la Ciudad de Buenos Aires.

En su trabajo *“Resignificación de una cultura local: el tango como territorio turístico”* Sofía Cecconi (2011) cita una nota publicada por el Diario Clarín el 10 de diciembre de 2000 en la advertía que el tango constituía un negocio mundial que movilizaba miles de millones de dólares al año y señalaba que:

“según un estudio de la consultora Booz Allen & Hamilton para la compañía Tango City, que la “marca tango tiene un peso específico casi comparable al de la Coca-Cola”. El relevamiento realizado por la consultora mostraba que “98% de los turistas quiere consumir tango. Pero apenas 16% lo logra. De ese 16%, el grueso, 75%, se relaciona con el tango a partir de una cena show a la que destina unos \$50”.

Pocos años después, esta situación había cambiado por completo. La oferta cultural y turística de tango, apenas existente en 2001, se multiplicó en la ciudad de manera excepcional, apareciendo una explotación comercial inédita del tango como producto turístico. Desde casas de baile dedicadas de forma exclusiva a la danza (tanguerías) hasta grandes locales para turistas con shows integrales, pasando por academias, recitales y espectáculos callejeros. Así, a lo largo de las últimas dos décadas, fueron surgiendo, tanto a nivel privado como a nivel público, distintos servicios que también apuntalaron la conformación de productos turísticos vinculados con el tango como visitas guiadas, shows, paquetes, etc. con el fin de satisfacer la demanda. El tango finalmente se convirtió en lo que Philip Kotler definió como producto: *“Los individuos satisfacen sus necesidades y deseos con productos. Un producto es cualquier cosa que se puede ofrecer para satisfacer una necesidad o un deseo. El concepto de producto no se limita a objetos físicos, en sentido más amplio, los productos incluyen también las experiencias, personas, lugares, organización, información e ideas”*. (Philip Kotler, 2004)

En síntesis, a la par que la industria turística crecía de manera explosiva en el contexto de la salida de la crisis de los años 2001-2002, y mientras surgían gran cantidad de ofertas de tango orientadas al turismo, el Estado, a través de sus organismos dedicados al sector, fue jugando un papel cada vez más importante en su promoción. Esta política se llevó a cabo mediante la distribución de información en los puntos locales de atención al visitante y en los centros ubicados en el exterior del país, en la organización de festivales orientados al turista y la declaración de interés turístico de diversos espectáculos (Cecconi, 2014; Morel, 2009, 2013). La suma de todos estos factores indica que el tango fue adquiriendo una creciente visibilidad con el nuevo siglo y que además se produjo en un contexto de aumento del turismo receptivo internacional, que a su vez fue de la mano con las políticas que se fueron desarrollando paulatinamente y que fueron incrementando el papel turístico del tango, junto con el creciente interés que se fue generando en el ámbito de la inversión privada.

Por este camino, el tango se fue convirtiendo en un recurso estratégico para el desarrollo del turismo en la ciudad de Buenos Aires, a partir de lo que algunos autores llaman la “espectacularización” de sus prácticas., que permitieron dar más visibilidad al lugar que este comenzó a ocupar. En este sentido, “los componentes patrimoniales y espectaculares presentes en dichos procesos se constituyen en elementos del maquillaje urbano que apuesta fuertemente a una renovación estética” (Bayardo y Lacarrieu, 1999). El turismo porteño, vendió al Tango como uno de sus atractivos principales, y al hacerlo ofreció el disfrute del patrimonio material y cultural de Buenos Aires, fabricando una imagen de la ciudad a partir del tango. (Margulis, 1977)

Una de las cuestiones que nos preocupaba al iniciar este trabajo fue definir qué actividades íbamos a considerar como propias del tango en tanto producto turístico, en la ciudad de Buenos Aires. Una posibilidad era incluir en forma amplia cualquier actividad que recree o exprese en forma directa o indirecta, de manera central o lateral, la música y el baile del tango, aunque éstas resulten demasiado diversas. Una opción diferente, era utilizar una definición más estricta, en la que solo se incorporasen las actividades realizadas por músicos, intérpretes, autores, maestros, artesanos, bailarines, empresarios y trabajadores que se dedicasen de manera exclusiva al tango como actividad económica en la ciudad. En todo caso, hemos considerado que ambas perspectivas son válidas para ser incluidas en el universo de actividades que ofrece el tango en la ciudad, desde espectáculos en pequeñas “tanguerías” hasta el Mundial de Tango que organiza la ciudad. De esta forma, el espectro de actividades y acciones que vinculan tango y turismo se amplían de manera significativa, permitiendo relevar todo tipo de manifestaciones.

La activación del tango como patrimonio cultural, sin duda fortaleció a aquellas actividades vinculadas al mismo de distinta forma: milongas, academias, shows, etc., pero antes de convertirse en un “recurso patrimonial”, el tango ya era un “recurso turístico” –podríamos especular que comenzó a serlo desde la época de su triunfo en París a comienzos del siglo XX-, así como una actividad que producía importantes dividendos económicos. En 2010, Mauricio Macri, Jefe de Gobierno de la Ciudad, ante una nueva edición del Festival y Mundial de Tango, planteaba que el tango era la “soja de la ciudad”.

3.5 Los principales actores de la Comunidad tanguera en la Ciudad de Buenos Aires

La “comunidad tanguera” es amplia, compleja y diversa. ¿Quiénes la integran? Cada actor -desde organismos hasta el mercado, desde asociaciones locales y milongueros hasta turistas, entre otros forma parte de esa comunidad de manera diferenciada y desigual. Está compuesta por múltiples actores que intervienen en la producción, reproducción y transformación del tango con diferentes grados de pertenencia y participación. Como veremos en los gráficos –anexados a continuación de este listado- existen interacciones entre esos actores, con distintos niveles de importancia.

En consecuencia, a continuación, enumeramos los diferentes actores sociales que podemos incluir en la comunidad del tango.

Organismos Transnacionales:

- UNESCO: El tango fue inscripto en 2009 en la Lista Representativa del Patrimonio Inmaterial de la Humanidad. Plan de Salvaguardia del Tango como Patrimonio Inmaterial de la Humanidad.
- Conaplu (Comisión Nacional de Argentina para la UNESCO): es el organismo que recibe las candidaturas para las inscripciones. Así como las solicitudes de fondos a la UNESCO. La Conaplu trabaja en vínculo con la Dirección de Patrimonio y Museos de la Secretaría de Cultura de la Nación y es el organismo que recibió la candidatura del tango como PCI que fue presentada y aprobada en 2009.

Actores Legislativos:

- Parlamento Nacional: En 1996 se promulgó la Ley Nacional del Tango (N° 24.684), que declaró al tango como “parte integrante del patrimonio cultural de la Nación...”.
- Legislatura de la Ciudad de Buenos Aires: En 1977 la Municipalidad de la Ciudad de Buenos Aires reconoció la fecha del 11 de diciembre como Día del Tango. En 1998 se sancionó la Ley n°130 que reconoce al tango como Patrimonio Cultural de la Ciudad de Buenos Aires. Por este medio la Ciudad se comprometió a preservar, recuperar, difundir, promover, fomentar y facilitar el desarrollo de toda actividad artística, cultural, académica, educativa, urbanística y de otra naturaleza relacionada con el tango” (artículo 1). También por medio de esta ley se creó la Fiesta Popular del Tango, que hoy en día corresponde al Festival y Mundial del Tango.

En 1999 con la Ley n°228 se creó una radio cuya programación está destinada íntegramente a la emisión de música de tango y popular argentina. En 2006, a través de la Ley n°2.218 se dió origen al Ballet de Tango de la Ciudad.

Organismos Gubernamentales:

- Secretaría de Cultura de la Nación: En 1977, algunos meses después en que lo hiciera la Municipalidad de la Ciudad, el Gobierno de la Nación reconoció el 11 de diciembre como el Día Nacional del Tango (Decreto n°3781).

En 2004, se creó un Programa de Ballet Escuela de Tango denominado Academia de Estilos de Tango Argentino (ACETA). Sus propósitos apuntaban a que jóvenes parejas de baile pudieran formarse con “viejos milongueros”, entendiendo que estos saberes se encuentran en “riesgo” dado que “los viejos milongueros son el testimonio vivo de

estilos, vivencias, pasos y conductas culturales que no han quedado registrados de manera ordenada, y que constituyen un verdadero patrimonio intangible (...)."

Se creó el Festival de Tango Joven en 2003. El objetivo de este Festival era el de tender puentes y alentar a la nueva generación tanguera. El festival se desarrolló en diferentes ciudades de Argentina. Ambos programas dejaron de realizarse en 2007.

- **Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires:** Es el Gobierno de la Ciudad, a través del Ministerio de Cultura (Subsecretaría de Patrimonio), el que presentó en 2009, junto con Montevideo, el dossier de candidatura del tango para su inscripción en la lista Representativa del Patrimonio Inmaterial de la Humanidad.
- **Ministerio de Cultura:** Hasta el año 2006 el Ministerio era Secretaría de Cultura; bajo su órbita se encuentran la Subsecretaría de Patrimonio y varios organismos que, en diferentes momentos, tuvieron y tienen incidencia sobre el tango.
- **Dirección General del Patrimonio e Instituto Histórico:** Hasta el año 2007 la Dirección era un organismo independiente del Instituto. Es con la asunción del actual gobierno local (diciembre de 2007) que ambos se fusionan. Desde esta Dirección se elaboró y presentó el dossier del Tango como Patrimonio Inmaterial de la Humanidad.
- **Dirección General de Museos:** en 2003 se creó el Museo Casa Carlos Gardel (Decreto N° 705) con sede en el barrio del Abasto.
- **Comisión para la Preservación del Patrimonio Histórico Cultural de la Ciudad:** es un órgano legislativo y ejecutivo destinado a la preservación, promoción, divulgación y difusión de bienes tangibles e intangibles de la Ciudad. En su ámbito, en el período 2000- 2009, se creó un área de patrimonio inmaterial: en relación al tango se desarrolló durante el año 2008 un relevamiento de milongas de la Ciudad que concluyó con la publicación del libro "De Milongas y Milonguer@s", cuya autora es Leticia Maronese.
- **Comisión y Programa de Bares Notables:** es un ámbito que depende del Ministerio de Cultura de la Ciudad, hoy con sede en la Dirección General de Patrimonio e Instituto Histórico. Nació en 1998 como programa destinado a distinguir aquellos bares, billares o confiterías relacionados con hechos o actividades culturales de significación, antiguos, con valor arquitectónico y relevancia local. A partir del este programa se creó la Comisión de Protección y Promoción de los Cafés, Bares, Billares y Confiterías Notables de la Ciudad de Buenos Aires. La Comisión organiza una programación anual de tango (música fundamentalmente) en algunos Bares Notables, como el Tortoni o el Café de los Angelitos (ambos con mucha afluencia turística).

- Ente de Turismo de la Ciudad de Buenos Aires: depende directamente del Ministerio de Cultura de la Ciudad. El Ente de Turismo de Buenos Aires fue creado en 2008 por la Ley 2627. Tiene por objetivo diseñar y ejecutar políticas y programas de promoción, desarrollo y fomento del turismo como actividad económica estratégica de la Ciudad.
- Buenos Aires Festival y Mundial de Tango: se realiza cada año en el mes de agosto, con sedes en distintos lugares de la Ciudad. Desde el año 2013 uno de los principales espacios se ubica en la Usina del Arte, antiguo edificio industrial recientemente recuperado en el barrio de La Boca Participa un importante número de parejas internacionales.
- Campeonatos de Baile: También se hacen campeonatos barriales en milongas y clubes cada año durante el mes de mayo.

Organismos Nacionales relacionados al tango:

- Academia Nacional del Tango: La Academia nació en 1990 con el decreto presidencial n°1.235. Esta Academia, como otras, se vincula con el Estado Nacional a través del Ministerio de Educación y de la Secretaría de Cultura de la Nación. El objetivo de la Academia es que “este patrimonio artístico nacional sea recopilado, ordenado, estudiado y salvado definitivamente de toda posibilidad de pérdida o destrucción.” La Academia debe preservar el tango, estimular nuevas creaciones y desarrollar la docencia.

Comunidades relacionadas al tango:

- Asociación de Maestros, Bailarines y Coreógrafos del Tango (Ambcta): Es una Asociación Civil presidida por Julio Dupláa (ex organizador de milongas en Sin Rumbo, y hoy en el Club 25 de Mayo, de Villa Urquiza).La Asociación cuenta con filiales en el interior y exterior del país.
- Asociación de Organizadores de Milongas: organización sin fines de lucro creada en 2003, presidida por Julio Bassan (organizador de la Milonga Huracán, en Parque Patricios).
- Cámara de Casas de Tango y Música Popular: representa a los empresarios de las tanguerías, Milongueros y otros actores vinculados a las milongas:
- Organizadores de Milongas: son las personas (hombres y mujeres) que organizan milongas en distintos espacios (clubes de barrio, confiterías, etc.).

- Bailarines profesionales: suelen ser jóvenes que aprendieron a bailar en las academias de baile, o en las milongas, donde también hay clases de tango.
- DJs: son las personas que ponen la música en las milongas.
- Orquestas en vivo: son músicos que tocan distintos instrumentos ligados al género tango.

Mercado/Empresarios:

- Operadores turísticos vinculados al Gobierno de la Ciudad y al Festival de Tango. Promueven tours de tango con shows y visita a los barrios históricos vinculados con el tango (Abasto, San Telmo, La Boca).
- Espectáculos de teatro: producidos a nivel local, consumidos por habitantes de la ciudad y turistas del resto del país, pero también espectáculos que se exportan a países extranjeros. Tanguerías y restaurantes dedicados a presentar shows donde predomina un tango escénico, con grupos de música o cantantes.
- Industrias Culturales: artistas y productores que desarrollan espectáculos, programas de TV (pocos), radio, cine (escaso) y sitios de Internet.
- Comercios dedicados a la venta de zapatos y vestimentas asociados al tango: son artículos que tanto consume la comunidad local, como los turistas, generalmente los que aprenden a bailar y frecuentan las milongas.
- Comercios dedicados a la venta de souvenirs ligados al tango y comercios dedicados a la venta de CDs de tango, particularmente consumidos por turistas.
- Hoteles y hostels temáticos: ubicados en Abasto, centro, San Telmo.

3.6 Políticas públicas, tango y desarrollo turístico

Que el tango atrae turistas y divisas, es algo que ya ha quedado claro, pero la magnitud en que eso ocurre es bastante más difícil de ponderar. Una de las características más preocupantes respecto de las estadísticas generadas por los diferentes organismos del gobierno de la Ciudad de Buenos Aires respecto del tango desde la crisis económica del 2001, es su falta de continuidad en el tiempo. Resulta difícil encontrar datos precisos que hayan sido producidos de manera continua y por la misma repartición estatal a través de los años desde entonces hasta nuestros días. Desde la creación del Ente de turismo de la Ciudad de Buenos Aires en el 2007, esa situación mejoró a medias ya que, si bien se comenzaron a elaborar informes estadísticos anuales, estos no siempre

mantuvieron su estructura de análisis respecto a los diferentes aspectos referidos al tango en relación al turismo.

Al respecto, Liska y Venegas (2017) señalan que luego de la devaluación monetaria del año 2002, Buenos Aires se posicionó como destino ocioso a partir de estrategias internacionales basadas en la construcción de marcas turísticas, es decir, estrategias basadas en la construcción de Buenos Aires como ciudad ociosa tomando al tango como principal ícono cultural y marca registrada de la ciudad. En este sentido, Jorge Telerman (Jefe de Gobierno de la ciudad, 2006-2007), afirmó que:

Buenos Aires tiene una enorme ventaja comparativa en este nuevo escenario internacional: la riqueza cultural, el nivel de instrucción, la inteligencia social y el potencial creativo de su sociedad. Estos factores -que no siempre aparecen en las contabilidades económicas- le permiten a nuestra ciudad insertarse con contenidos propios y distintivos en las redes transnacionales de la cultura y la comunicación. En ese contexto, el tango es un elemento que le infiere una fuerte personalidad a su territorio y por tanto le otorga una marca registrada notable". (OIC, 2007, p.8).

En el año 2001 la Secretaría de Cultura de la Ciudad de Buenos Aires puso en marcha el Plan Estratégico de Cultura "Buenos Aires Crea"¹⁵, cuyo objetivo era generar un ámbito de formulación de políticas culturales para el largo plazo. El tiempo de actuación definido, debían ser diez años a partir de siete líneas de acción estratégicas, agrupadas en dos grupos: "Buenos Aires Crea, Hacer para Ser", 2002- 2006 y "Buenos Aires Crea, Vamos al Mundo", 2007-2010 (cuyo objetivo era promover a la ciudad hacia el exterior y, junto con la Subsecretaría de Turismo, convertirse en el estandarte de la imagen externa de la ciudad para contribuir a su posicionamiento como polo cultural latinoamericano y del mundo de habla hispana. La incorporación del Campeonato Mundial de Baile a la V edición del Festival Buenos Aires Tango fue una estrategia para dicho posicionamiento).

Tal fue el crecimiento del tango en los primeros años de la década del 2000, que una nota realizada por *Inter Press Service*¹⁶ del año 2001 resalta el alcance internacional del tango señalando que: "Al tango no le falta mercado. Sesenta por ciento de los

¹⁵ <http://www.oei.es/historico/pensariberoamerica/ric04a06.htm> (Visitada el 6 de julio del 2017)

¹⁶ <http://www.ipsnoticias.net/2001/08/arte-y-cultura-musica-argentina-el-tango-en-la-balanza-comercial/> (Visitada el 6 de julio del 2017).

seguidores del género en sus distintas variantes se encuentran en el extranjero, la mayoría en Estados Unidos, Francia, Italia y Japón” y continúa “La exportación argentina de productos con el tango, hoy calculada en 180 millones de dólares, podría subir a 400 millones en 2005” a lo que agrega que “Más amplias aún son las posibilidades de crecimiento del negocio del tango en la cuna del centenario género artístico, Buenos Aires, a donde acuden 1,7 millones de turistas por año, de acuerdo con estadísticas del gobierno local”.

En el año 2004, una nota del diario Clarín¹⁷ también resaltaba las potencialidades del tango en tanto producto turístico, señalando que “...en el imaginario de muchos extranjeros el tango aparece asociado a postales musicales, visuales y táctiles. De esta manera, la ciudad intenta satisfacer dicho imaginario a través del fomento de la comercialización de discos, zapatos y ropa de baile, libros, accesorios y souvenirs como así también, la oferta de clases de baile y tanguerías para turistas, afirmando aún más al tango como marca propia y distintiva de Buenos Aires, potencialmente explotable para el negocio del turismo en la ciudad.” Asimismo, la nota señala que son muchos los emprendimientos locales que abrieron con el *boom* turístico del tango a lo que agrega que, al respecto, la web del gobierno porteño www.tangodata.com.ar registraba, para el momento, 203 emprendimientos y 30 millones de dólares al año ingresados por el rubro. Para ampliar aún más la rentabilidad económica del tango, la Secretaría de Turismo de la ciudad promociona el Festival Buenos Aires Tango en cada feria turística en la que participa, con la finalidad de que el mismo sea uno de los principales productos porteños vendido por los operadores turísticos del exterior.

Por último, la nota menciona que existen dos tipos de turistas tangueros en la ciudad. Por un lado, están los que vienen a conocer Buenos Aires y acostumbran ver algún espectáculo de tango *for export* (espectáculos de tango pensados especialmente para un público turista) debido a que este es el ícono que distingue a la ciudad mientras que, por otro lado, están aquellos turistas que bailan en el exterior y vienen a la “meca tanguera” para seguir formándose¹⁸. Cecconi (2009), señala que estos espectáculos de tango *for export* se realizan en tanguerías orientadas especialmente para un público

¹⁷ https://www.clarin.com/ediciones-antiores/negocio-tango-crece-potencia-marca-ciudad_0_HJggCQT1RFg.html (Visitada el 6 de julio del 2017).

¹⁸ A estos extranjeros, Cecconi (2009) los llama turistas “tangueros” debido a que los mismos realizan un tipo de turismo muy particular, orientado a pulir el conocimiento del baile y “embeberse del verdadero espíritu del tango” (p. 63). Al respecto, Maronese (2009) señala que a este tipo de turistas los organizadores de milongas prefieren llamarlos extranjeros. Estos extranjeros suelen llegar atraídos por festivales, campeonatos y congresos de tango y suelen quedarse varios días en Buenos Aires (un promedio de 21 noches según encuestas oficiales del Gobierno de la Ciudad).

turista de alto poder adquisitivo (ya que estos espectáculos suelen ser caros), y que no tiene entre sus principales motivos de viaje al tango, sino que este consiste en ser un entretenimiento más. La autora menciona que en estas tanguerías el tango es sobre todo un espectáculo visual y musical, que presenta la historia del tango al tiempo que abusa de los clichés en el terreno de lo visual, coreográfico y del repertorio musical ya que se utilizan los mismos colores impactantes en todos los espectáculos, prima la destreza acrobática en la coreografía y, en cuanto al repertorio musical, se utilizan temas consagrados y reconocidos que eviten el riesgo del desconcierto por parte del público.

En el año 2005, una nota del diario La Nación¹⁹ señalaba en su copete: “Buenos aires es un polo que recibe el 20 por ciento de la ‘torta tanguera mundial’, que mueve 400 millones de dólares al año”. Asimismo, la nota indica que cuatro de cada diez turistas mencionan el tango como razón para viajar a Buenos Aires, ciudad que antes era sólo un lugar de paso. Y agrega que el baile del tango genera rendimientos en la gastronomía, la moda y el transporte, además de otras actividades, siendo un negocio que mueve cada año 80 millones de dólares en la Argentina.

De esta manera, se puede observar a partir de distintas notas periodísticas cómo el género se ha ido afianzando como un producto turístico cultural en la ciudad. En este sentido, en lo que sigue se abordarán algunos estudios oficiales realizados por el Observatorio de Industrias Culturales (OIC), la Subsecretaría de Turismo de la Ciudad de Buenos Aires y, posteriormente, el Ente de Turismo de la Ciudad de Buenos Aires (ENTUR).

El Observatorio de industrias culturales de la Ciudad de Buenos Aires dependiente de la Subsecretaría de Industrias Culturales del Ministerio de Producción desarrolló el estudio *El tango en la economía de la Ciudad de Buenos Aires* según el cual:

“...la reciente expansión tan particular y notoria del tango en Buenos Aires no puede ser analizada sólo a través de cifras globales (cantidad de espectáculos, milongas, público, ventas de productos, etc.), como se intenta hacer en este estudio, sino también, como señalan referentes consultados, es preciso avanzar además en la comprensión de la distribución de recursos/ingresos de la actividad entre sus distintos participantes. Debe tenerse en cuenta que la perspectiva de su

¹⁹ <http://www.lanacion.com.ar/702490-los-turistas-llegan-atraidos-por-el-tango> (Visitada el 6 de julio del 2017).

*continuidad como manifestación y expresión popular genuina también depende de su sustentabilidad económica en el tiempo*²⁰

En lo que refiere a la relación entre tango y turismo, el estudio señala que la misma no es casual ya que para los turistas extranjeros, el tango es la mayor imagen previa que tienen del país, así lo manifiestan los turistas extranjeros al incluir en las actividades que realizarán durante su estadía en la ciudad, la visita a espectáculos o lugares de tango. Según sus cifras, más del 80% de los ingresos que genera la actividad económica del tango provienen de un mercado consumidor de turistas que llegan desde el exterior lo cual generó un crecimiento anual de oferta de cerca del 35% de “espectáculos internacionales” entre 2004 y 2007; y un auge de emprendimientos que en muchos casos provienen de inversores sin experiencia anterior en el mundo del tango. Por este motivo, la mayoría de las producciones tienden a ser generalmente tradicionales o apelan a fórmulas del tango clásico o ya probado y no propician una renovación de repertorios o de propuestas artísticas.

En relación al arribo de turistas a la ciudad de Buenos Aires y los gastos realizados, el estudio estima que para el año 2005 de un total de 3.700.000 turistas que ingresaron a la ciudad, 815.020 turistas concurren a un espectáculo de tango durante su estadía en la ciudad, siendo el gasto estimado de los turistas en actividades de tango 40, 75 millones de dólares. Sin embargo, el estudio no aclara cuáles son las actividades que se incluyen dentro de espectáculos de tango (pudiendo ser además de cenas *show for export*, visitas a milongas, espectáculos callejeros, *city tours* de tango y orquestas y recitales de tango en vivo).

Asimismo, el estudio señala la existencia de dos tipos de actividades (compuestas por la oferta de diversos bienes y/o servicios) generadas por el tango: actividades de tipo directas y actividades de tipo indirectas. Las primeras se refieren a actividades cuya convocatoria, organización y productos se encuentran relacionadas explícitamente con el tango tales como festivales, espectáculos de tango *for export*, milongas, clases de tango, academias de música y baile, personas acompañantes para bailar (*taxi dancers* tango), discos de tango, libros de tango, ropa y zapatos de tango y regalos y *souvenirs* de tango. Mientras que, se entiende por actividades de tipo indirectas a aquellas cuya actividad es influenciada por su efecto multiplicador tales como servicios de apoyo, espectáculos cuyos números principales no son del género, recepción de ingresos por parte de quienes desarrollan actividades con el tango en el exterior, entre otras.

²⁰ Observatorio de Industrias culturales del GCBA: El tango en la economía de la Ciudad de Buenos Aires, Bs. As., 2007

A modo de síntesis, se presenta un esquema de las actividades (bienes y servicios) de tipo directas generadas por el tango en Buenos Aires. En el mismo se puede advertir la existencia de actividades de tango específicas para turistas, mientras que otras están destinadas tanto a público local como a turistas:

- 1- El Festival BA tango está orientado tanto a público local como extranjero.
- 2- Los workshops y congresos de tango están orientados tanto a público local como extranjero.
- 3- Los festivales y encuentros alternativos están orientados mayoritariamente a un público local, aunque en la actualidad se puede notar una asistencia de público extranjero.
- 4- Los espectáculos y shows for export están orientados a público turista.
- 5- Los conciertos de música de tango están orientados a público local, aunque también, en ocasiones, asisten extranjeros.
- 6- Las milongas están orientadas a público local y extranjero, este último en mayor o menor medida, dependiendo de cada milonga.
- 7- Las clases de tango están orientadas a público local y extranjero. Algunas de ellas incorporan un acompañante traductor para los extranjeros, o en ocasiones es el mismo profesor quien dicta las clases en dos idiomas (generalmente español e inglés).
- 8- Las academias de música y danza están orientadas a público local y extranjero, este último en mayor o menor medida dependiendo de la academia.
- 9- Las tiendas de zapatos y ropa de tango están orientadas a público local y extranjero.
- 10- Las tiendas de souvenirs de tango están orientadas mayoritariamente a público extranjero.
- 11- Las tiendas de discos y libros de tango están orientadas a público local y extranjero.

El OIC señala que los discos son comprados mayoritariamente por extranjeros mientras que los libros son comprados por ambos públicos (los extranjeros buscan sobre todo ediciones con imágenes, letras de tango y descripciones). Asimismo, señala que en la actualidad ambos negocios generan un movimiento económico menor en comparación a los anteriores debido, entre otros motivos, a los cambios tecnológicos y el auge de internet.

También hacia el año 2007, algunas cifras producidas por organismos oficiales aparecen reflejadas en la nota *El tango, una industria multimillonaria con pies de barro es sólo para turistas*²¹ según la cual, “el tango pasó a convertirse en una de las principales atracciones turísticas del país y también se transformó en un negocio de más de \$ 20.000 millones al año. La cifra surge de estimaciones elaboradas por el Área de Estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas de la Subsecretaría de Turismo de la Ciudad de Buenos Aires” cuyo sitio en línea www.tangodata.com (hoy fuera de línea) explicaba que “en el período en que se realizó el Festival Buenos Aires Tango 2007 -del 23 de febrero al 4 de marzo-, el gasto total efectuado por los turistas fue de \$ 501.331.497, de los cuales 27,8% fue destinado a compras de discos, libros y videos, 24,5% a zapatos, 23,4% a souvenirs, 9,8% a ropa de tango y 4,5% a joyas, significando esto un 26% más que el año anterior.

De ello se desprende que todas las actividades vinculadas al tango han ganado una expansión muy significativa y los ingresos económicos totales del sector han crecido enormemente en un período muy corto desde la crisis del 2001 hasta el año 2007.

Asimismo, según el citado análisis del Observatorio de Industrias Culturales, las actividades vinculadas al turismo derivadas del tango con mayor aporte económico son:

- shows de tango, que representan 48% del aporte total del negocio;
- tours del exterior y workshops especiales de tango, (13%);
- clases de tango (10%);
- souvenirs, arte y libros (9%);
- radio y TV, y otros espectáculos (9%);
- milongas (7%);
- discos (3%).

Está claro que los espectáculos conforman el sector más importante. El peso del turismo extranjero en esta actividad es determinante, al punto que aporta 70% de los ingresos de los locales dedicados a ese rubro. Resulta entonces posible indicar que el giro económico que produce el tango se ha multiplicado en los últimos quince años al calor de significativos factores impulsores como ser:

- a) El auge turístico: La visita a sus espectáculos y lugares de referencia es lógicamente considerada una actividad casi obligada para el extranjero que quiere conocer y disfrutar Buenos Aires.

²¹ *Ámbito financiero, El tango, una industria multimillonaria con pies de barro: es sólo para turistas*, 12 de junio de 2007 (acceso, 23 de junio de 2019)

- b) El mejoramiento económico general: La notoria y rápida recuperación luego de la gran crisis de principios de la década generó condiciones más propicias para el consumo cultural, y en particular para las actividades recreativas y del espectáculo. El tango ha ganado la atención para un nuevo público local (ej.: visitantes del interior del país, congresos y reuniones empresariales y sociales) que anteriormente no se acercaban a sus expresiones.
- c) Una nueva generación pasó a interesarse por el tango. Luego de un largo período de ser considerado como una “música de grandes o del pasado”, en los últimos años ganó una gran renovación generacional que trajo no sólo un nuevo mercado (las academias y clases de baile de tango cuentan con un número creciente de alumnos jóvenes), sino también un nuevo impulso creador.

A partir del año 2011 el Ente de turismo comenzó a producir en forma periódica el *Informe Anual del Turismo en la Ciudad de Buenos Aires*, el cual incluye “...el estudio del turismo receptivo internacional y nacional en el marco del análisis económico mundial y de la Argentina, como así también los aspectos cuantitativos y cualitativos de la demanda, la oferta de alojamiento y los principales productos turísticos de la Ciudad: reuniones, museos y cruceros.”²²

El informe recorre una cantidad de ítems entre los que se encuentra llegada total de turistas a la ciudad discriminados por punto de entrada, gasto estimado por estadía, tipos de alojamiento y tiempos de pernocte, motivos del viaje y tipo de actividades realizadas. Si bien el tango en relación al turismo no aparece discriminado dentro del universo de indicadores que analiza, tanto en lo que respecta al turismo cultural como al turismo de reuniones, ferias y exposiciones (donde el tango ocupa un lugar indiscutido) se verifica un incremento en la cantidad de turistas que visitaron la ciudad en relación al año anterior, de ahí que en sus conclusiones el informe sostenga que: “*Dentro del ámbito de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, las actividades relativas al turismo (RCT) se han constituido como la sexta rama en importancia en agregar valor a la Ciudad, habiendo crecido un 1,8% en relación al año 2010, sin tener en cuenta que es fuente de divisas y de generación de empleo.*”

Durante los años 2012 y 2013 se siguieron analizando los mismos ítems y con la misma metodología. La novedad, respecto del tango, aparece en el informe del año 2014, cuando se incluye por primera vez el Festival y Campeonato Mundial de Tango 2013, permitiendo una primera aproximación a su importancia en relación a las prácticas

²²<https://turismo.buenosaires.gob.ar/sites/turismo/files/Turismo%20en%20la%20ciudad%20a%20nuario%202011.pdf> (acceso, septiembre 2019)

turísticas de la ciudad. Los datos recogidos consignan que el 55,8% de los turistas encuestados en el Festival y Campeonato Mundial de Tango son de origen extranjero y el 44,2% de origen nacional. Un 29,2% de los turistas extranjeros provenía de países limítrofes, siendo Brasil el primer país de la lista con el 14,6%. En cuanto a los turistas internos, el 69,0% provenía de la región Central, sobre todo de Buenos Aires (56,9%).²³ De los casi 275 mil asistentes que tuvo en 2007, el Tango Buenos Aires Festival y Mundial de Baile ha llegado a reunir a 600 mil personas en su edición de 2014. La información proviene del área de Estadística y Censos de la Ciudad sobre datos del Ministerio de Cultura porteño y refleja un incremento de un 118% tan solo en los últimos 7 años y un 650 % desde el año 2000.

Simultáneamente, un informe elaborado por el Ente de Turismo de la ciudad en el año 2014 llamado *Impacto Económico del Turismo en la Ciudad de Buenos Aires* explica como la explotación económica del tango permitió agregar valor en ramas tales como el alojamiento, restaurantes y transporte entre otras actividades turísticas. De acuerdo al trabajo realizado se puede afirmar que el aporte de las actividades vinculadas al tango a la generación de valor de la actividad turística en la Ciudad alcanza a 6,4% del Producto Bruto de la ciudad en el año 2013. Asimismo, según el mismo estudio, la actividad turística en su conjunto registró desde 2004 a 2013 un incremento del 57,1% medido en términos reales, siendo la actividad que más creció, la del sector hotelero que acumuló un alza real de 76,4% en el período.²⁴

En el año 2007, la Subsecretaría de Turismo de la Ciudad de Buenos Aires realizó un estudio sobre las preferencias de los turistas extranjeros en la ciudad, en base a una serie de encuestas realizadas a los mismos durante dicho año. En el estudio, se les preguntó a los encuestados, entre otras cosas, las actividades realizadas durante su estadía en la ciudad. El porcentaje de turistas que asistieron a actividades de tango fueron: Brasileños, 20%; chilenos, 16%; uruguayos, 9%; Resto de América (incluye turistas de México, Perú, Ecuador, Colombia, Venezuela, Costa Rica y El Salvador), 17%; Estados Unidos y Canadá, 21%; españoles, 19%; franceses, 40%; italianos, 26%; alemanes, 18%; Resto de Europa (Incluye turistas de Holanda, Suiza, Suecia, Bélgica, Dinamarca e Inglaterra), 20% y, por último, resto del mundo (Incluye Japón, Sudáfrica, Australia e Israel), 22%.

²³ Ibidem

²⁴<https://turismo.buenosaires.gob.ar/sites/turismo/files/IMPACTO%20ECONOMICO%20DEL%20TURISMO%20EN%20LA%20CIUDAD%202015-2.pdf>

Al hablar de asistencia a actividades de tango, al igual que en el estudio del OIC, las encuestas realizadas por la Subsecretaría no especifican de qué actividades se trata. En algunas de ellas aclara visita a shows de tango mientras que en otras dice visitas a tanguerías, sin aclarar qué se entiende por tanguerías. Por este motivo, no se sabe específicamente qué se incluye dentro de estas actividades (pudiendo ser, además de espectáculos de tango for export, milongas, festivales, clases de tango u otros). No obstante, estos porcentajes son importantes para dar cuenta de la magnitud que ha tomado el tango en tanto producto turístico cultural de la ciudad para el extranjero.

Otras actividades, indicadas en las encuestas, que prefieren realizar los turistas durante su estadía en Buenos Aires son: city tour, visitas a museos, paseos/caminatas, compras, diversas excursiones, visitas al zoológico, disco/pub, conciertos y teatro/cine. Las preferencias por cada una de ellas han variado según cada mercado y turista destinatario.

De igual manera, en el año 2014, el Ente de Turismo de Buenos Aires (ENTUR) realizó un estudio (mediante encuestas a los turistas) sobre las preferencias de los turistas internacionales en la ciudad. Respecto de la asistencia a actividades de tango el estudio arrojó las siguientes cifras: brasileños, 40,7%; chilenos, 35,6%; uruguayos, 0,9%; paraguayos, 21,2%; colombianos, 44,0%; peruanos, 26,4%; venezolanos, 42,7%; mexicanos, 36,6%; estadounidenses, 3,7%; canadienses, 21,6%; españoles, 38,0%; alemanes, 33,3%; franceses, 34,5%; italianos, 51,0% e ingleses, 32,0%.

Al igual que en los dos estudios anteriores, se puede observar que no se especifica qué se incluye dentro de actividades de tango. Sin embargo, nuevamente los porcentajes dan cuenta de la importancia que el tango ha conservado en tanto producto turístico cultural dentro de la ciudad, específicamente para el mercado extranjero. Al respecto, se puede comparar (entre los años 2007 y 2014) algunos de los mercados que han variado sus porcentajes respecto de realizar alguna actividad de tango durante su estadía en la ciudad. Tal es el caso de Brasil, Chile, España, Alemania e Italia, cuyo porcentaje aumentó y, Uruguay y Francia, cuyo porcentaje disminuyó. Por último, se observa que en este estudio las otras actividades que se incluyen como análisis respecto de las preferencias de los consumidores durante su estadía en la ciudad son: bus turístico, circuito en bicicleta, *city tour*, concierto/recital, día de campo/estancia, disco/pub, espectáculo deportivo, museos, planetario, *shopping*, teatro/cine, visita a librerías, visita guiada Papa Francisco, Zoo, otras.

Se considera importante volver a resaltar que ninguno de los estudios abordados especifica cuáles son los rubros incluidos dentro de la concurrencia a espectáculos o

actividades de tango, lo que hace difícil saber qué porcentaje de este público internacional llega a las actividades realizadas por la comunidad tanguera (especialmente milongas, clases y festivales alternativos).

Otras acciones que relacionan al tango con la actividad turística y que han sido implementadas por el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires²⁵ son la creación de dos planes estratégicos de turismo, ambos pertenecientes al ENTUR. El primero es el Plan Estratégico de Turismo 2011-2015 y el segundo es el Plan Estratégico de Turismo 2016-2019. Ambos planes, tienen la finalidad de promover a la ciudad de Buenos Aires en el mundo, mediante una serie de estrategias de posicionamiento. Entre estas estrategias se encuentra la de expandir y diversificar la oferta turística a través de productos turísticos existentes y nuevos, al tiempo que, se adhieren comunas y barrios que no han estado incluidos en los circuitos turísticos tradicionales. De esta manera, se propuso el Programa de Desarrollo de Productos que busca garantizar la sustentabilidad de los productos turísticos existentes y crear y poner en valor nuevos productos. Otro objetivo del Programa es seleccionar en cada barrio productos prioritarios, a los que se les dará prevalencia en las acciones de jerarquización, comunicación y promoción de la oferta. El tango, en sus diversas manifestaciones, se halla entre estos productos prioritarios e iconos de la ciudad, y se lo puede encontrar en los barrios de: San Nicolás, Montserrat, San Telmo, Balvanera, La Boca, Boedo, Flores, Villa Urquiza, Saavedra, Belgrano y Chacarita.

A partir de lo visto hasta aquí se puede observar cómo, luego de la revalorización patrimonial del tango que surge en los '90 y la nueva concepción de la actividad turística que lo ubica como impulsor del desarrollo económico local, se fueron creando planes, programas, acciones y políticas oficiales, destinadas a vincular el tango con la actividad turística cultural de Buenos Aires. Asimismo, tal como se señaló más arriba, en paralelo a estas acciones oficiales del tango hubo en la ciudad un resurgimiento del género a nivel popular. En este proceso de resurgimiento popular del tango fueron apareciendo nuevos espacios para el desarrollo de la actividad tales como clases y milongas en distintos barrios de la ciudad. Algunas de ellas fueron, la milonga de La Viruta que abrió en el año 1994 y hoy en día se realiza en el barrio de Palermo y la escuela DNI Tango, que abrió en el año 2005 y hoy en día se realiza en el barrio de Almagro. De manera que ambos procesos, revalorización oficial y resurgimiento popular, se han ido desarrollando al mismo tiempo, y en ocasiones dependiendo uno del otro. De este modo,

²⁵ Es importante mencionar que, en el año 2010, Mauricio Macri (quien era en aquel momento el Jefe de Gobierno de la Ciudad), en la apertura n°10 del Festival BA Tango, se refirió al género como “la soja de la ciudad”. Frase que muestra la relevancia (en la agenda gubernamental) que el tango tiene como recurso estratégico para el desarrollo económico de la ciudad.

se puede observar en ambos la realización de diversas acciones de mercantilización turística del tango danza, orientadas a hacer del mismo un producto turístico dentro de la ciudad. Estas acciones de mercantilización, son llevadas a cabo por los diversos actores que operan en la relación tango-turismo, actores públicos y privados como así también, en ocasiones, actores vinculados a la comunidad tanguera.

3.7 La oferta de espectáculos de tango en la ciudad

La oferta de espectáculos en la ciudad de Buenos Aires es permanente los 365 días del año. En octubre de 2016 la oferta diaria de lugares con cena-show era, dependiendo del día de la semana, de entre 39 y 46 espectáculos, según estimaciones del propio Observatorio. El aumento constante de espectadores en los últimos años ha sido paralelo al crecimiento de los precios, no sólo en pesos, sino también en moneda extranjera. Ambos fenómenos, más público y más precio pagado en promedio por persona, explican las cifras récord de que no dejan de crecer año tras año.

A continuación, detallaremos buena parte de la oferta turística que ofrece la Ciudad de Buenos Aires para disfrutar de la temática del tango tanto desde la perspectiva de la oferta pública (servicios turísticos que ofrecidos por parte del Estado porteño) como la oferta del sector privado (agencias de viajes).

3.7.1 Sector público:

VISITAS GUIADAS, MONUMENTOS, PASEOS Y PROGRAMAS QUE OFRECE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES PARA DIFUNDIR AL TANGO:

El Ente de Turismo de la Ciudad de Buenos Aires, brinda visitas guiadas gratuitas para toda la comunidad.

Las visitas guiadas de Circuito Amarillo y Circuito verde tienen la temática del tango. Estas actividades tienen el nombre de “entre tangos y milongas” y son 2 circuitos de una hora y media cada uno, acompañados por un guía en el cual se recorren muchos lugares de la ciudad mientras se mencionan los pasos de grandes figuras del tango, como, por ejemplo: Carlos Gardel, Piazzolla, Tita Merello, Aníbal Troilo, Homero Manzi y Pugliese. El circuito amarillo es por el barrio de la recoleta, mientras que el circuito verde es por el barrio de Monserrat.

- VISITAS GUIADAS EN EL PASAJE ZELAYA, en la zona del abasto, se encuentra una de las expresiones artísticas más representativas que son los murales que pintó el artista argentino Marino Santa María sobre el Pasaje Zelaya. Allí se puede encontrar retratos de Carlos Gardel pintados con látex de colores intensos, hechos con venecitas y otras técnicas, además de letras y partituras

de varios de sus tangos, como "Golondrinas" y "Melodía de arrabal". Es parte del proyecto titulado "Arte Público" que responde al concepto de "nuevo urbanismo".

- **DIVERTANGO:** Es uno de los tantos espacios tangueros que ofrece la ciudad para todos aquellos jóvenes que desean aprender a bailar y/o disfrutar de un show de tango. Este se lleva a cabo todos los jueves en la calle Yatay 961.
- **PASEO DEL TANGO:** Es un circuito/paseo cultural impulsado por el Gobierno porteño ubicado en el barrio del Abasto, en las calles Jean Jaures, Anchorena, Carlos Gardel y Zelaya en el que se destaca la colocación de esculturas de máximos exponentes: Roberto Pugliese, Aníbal Troilo, el Monumento a Carlos Gardel, y la de Tita Merello. También en este paseo se encuentra el monumento al Bandoneón.
- **PASEO TURISTICO - CULTURAL SUBTERRANEO DEL TANGO:** Se encuentra en la traza del recorrido de la Línea H de subterráneos, el cual a las estaciones determinadas y denominadas por la Ley N° 317, se le incorporará una estética particular y un desarrollo temático en homenaje a las siguientes figuras del tango: Estación Nueva Pompeya, en homenaje a Homero Manzi; Estación Sáenz, a Gerardo Matos Rodríguez ; Estación Hospitales, a Angel Villoldo; Estación Parque Patricios, a "Tito" Lusiardo; Estación Inclán, a Azucena Maizani ; Estación Humberto 1º, a Francisco Canaro ; Estación Venezuela, a Osvaldo Fresedo ; Estación Once, a Aníbal Troilo; Estación Corrientes, a Enrique Santos Discépolo; Estación Córdoba, a Edmundo Rivero Estación Santa Fe, a Osvaldo Pugliese; Estación Las Heras, a Hugo del Carril; Estación Plaza Francia, a Julio Sosa ; Estación 9 de Julio, a Roberto Goyeneche ; Estación Retiro, a Astor Piazzolla;
- **EL UNICO MUNUMENTO AL TANGO.** Se encuentra en Puerto madero, entre las calles Villa flor Azucena y Aime Paine. Este monumento, es obra de la escultora Estela Trebino y el ingeniero Alejandro Coria. Fue inaugurado en el día de la música (22 de noviembre) del año 2007. El monumento es la figura de un bandoneón – Instrumento indispensable para el desarrollo del tango- de 3,5 metros de altura.

- **TEATRO DE LA RIVERA:** Es la sala oficial del tango y exclusiva de la ciudad, se encuentra en el barrio de La Boca, en la Vuelta de rocha, frente al riachuelo, precisamente en la Avenida Pedro de Mendoza 1821.

El teatro fue inaugurado en 1971 y conlleva un hito histórico vinculado con Benito Quinquela Martín – Pintor, popular, máximo difusor e impulsor del barrio Caminito- Él fue quien había donado los terrenos el Teatro al Consejo Nacional de Educación para que se desplieguen allí las más diversas expresiones artísticas. Su sueño se fue cumpliendo. Y además dejó su sello grabado. Hoy, sus 8 murales - que reflejan la vida cotidiana de los vecinos del puerto de Buenos Aires- dan la bienvenida al público en el hall de acceso: "Saludos a la bandera", "Procesión náutica", "Día del Trabajo", "Tango de la Ribera", "Arrancando", "Día de fiesta", "Crepúsculo" y "Rincón de La Boca.

Fue declarado por el gobierno porteño como sala oficial y exclusiva del tango en la Ciudad, en el marco del nombramiento del tango como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad, que la UNESCO otorgó en el año 2009.

Allí se llevan a cabo muchas de las propuestas gratuitas, toda la programación está dedicada exclusivamente a la música porteña con milongas, shows, clases, exposiciones y seminarios. El teatro tiene una capacidad para 643 espectadores, y tiene una planta baja y una platea alta.

- **MUSEO CASA CARLOS GARDEL:** Es la casa que habitó Carlos Gardel junto a su madre y fue recuperada por la Dirección General de Museos con la finalidad de convertirla en un espacio que rescata, conserva, exhibe y difunde el patrimonio cultural ciudadano que representa la obra de Gardel.

La sede, ubicada en el barrio del Abasto, abrió sus puertas el 4 de marzo de 2003 y el proyecto museográfico está organizado en tres ejes: "El tiempo y el espacio", destinado a reconstruir la experiencia de otro lugar y de otra época ajenos a nuestro tiempo; "Gardel y el tango", que recorre la vida de Carlos Gardel a través de la historia del tango en el mundo; y "El personaje y el mito". La casa es denominada "casa chorizo" de un nivel, propiedad preponderante de los sectores residenciales de clase media, que resulta de la división medianera de la casa con patio central. Debe esta disposición al crecimiento poblacional provocado por las oleadas inmigratorias de principios del siglo XX en la Ciudad.

- **MOUSOLEO DE CARLOS GARDEL:** se encuentra en el cementerio de la Chacarita – Cementerio más grande de la ciudad- Allí hay una estatua del

célebre cantor sonriendo, vestido de traje, con la mano izquierda dentro del bolsillo del pantalón y la mano derecha doblada a la altura del abdomen, el cual hay una costumbre que es de colocar allí cigarrillos encendidos.

- ACADEMIA NACIONAL DE TANGO Y EL MUSEO MUNDIAL DE TANGO: La Academia fue creada el 28 de junio de 1990 en el palacio Carlos Gardel, por Decreto 1235 del Poder Ejecutivo de la Nación con el fin de recopilar, ordenar, estudiar y salvar definitivamente de toda posibilidad de pérdida o destrucción el patrimonio cultural que el tango y sus expresiones derivadas significan.

La Academia cuenta con una nutrida biblioteca y con el fin de cumplir los objetivos, realiza periódicamente seminarios, plenarios, cursos y exposiciones. También ha producido una serie de publicaciones en diferentes formatos (libros, revistas, cuadernillos) y en forma mensual y permanente, los periódicos "El Chamuyo" y "El Chamuyito".

También, se encuentra el Museo Mundial de Tango en el que se realiza un recorrido por la historia del tango desde 1850 hasta la actualidad, un almacén de venta de CDs y otros objetos tangueros y una muestra de fotos de Annemarie Heinrich de célebres figuras del tango y el cine.

La Academia Nacional del Tango funciona en su sede de Avenida de Mayo 833 sobre el tradicional Café Tortoni –primer café de la ciudad de Buenos Aires, testigo de grandes figuras. Esta depende del Ministerio de Educación y La Secretaría de Cultura.

- CAFÉ TORTONI Fue el primer bar de la Ciudad de Buenos Aires inaugurado a fines del 1858 y fue uno de los cafés que contó con la frecuencia de un grupo de pintores, escritores, periodistas y músicos que formaban la Agrupación de Gente de Artes y Letras, liderada por Benito Quinquela Martín. En mayo de 1926 forman La Peña, y le piden a Don Celestino Curutchet, que les deje usar la bodega del subsuelo. El dueño acepta encantado, porque según sus palabras *los artistas gastan poco, pero le dan lustre y fama al café* y así es como años después gracias a que el Café Tortoni fue testigo de la Gente de Artes y Letras se convirtió en uno de los bares notables de la Ciudad de Buenos Aires. Actualmente el Tortoni brinda una rica agenda cultural de shows de tango.

- CAMINITO Es uno de los paseos más emblemáticos de la ciudad y de los atractivos imperdibles para quienes lo visitan. Allí su principal atractivo son los conventillos típicos de chapa del barrio de La Boca, que muestran sus paredes pintadas de distintos colores, es también un museo a cielo abierto de casi 150 metros de longitud.

Durante mucho tiempo formó parte del recorrido del ferrocarril a Ensenada (a una hora de Buenos Aires) hasta que en 1928 el ramal fue clausurado y la vía se convirtió en un callejón abandonado. Fue gracias a la iniciativa de varios vecinos, entre los que se encontraba el pintor Benito Quinquela Martín (uno de los principales benefactores del barrio y cuya obra se conmemora a través del colorido de las casas de La Boca), que en los años 1950 se recuperó el terreno para convertirlo en un paseo peatonal y en una calle museo, en la que de a poco se fueron sumando obras de distintos artistas. En 1959, por iniciativa de Quinquela Martín, se lo bautizó con el nombre del célebre tango “Caminito”, compuesto por Juan de Dios Filiberto y Gabino Coria Peñaloza y estrenado en los carnavales de 1926.

Allí para visitar, se encuentra la “Feria de Artistas Plásticos de Caminito” y se encuentran artistas contemporáneos de destacada trayectoria, que exponen y venden sus obras inspiradas en el colorido de su entorno y el sentir tanguero. Funciona todos los días de 11:00 a 18:00 hs (invierno) y de 11:00 a 20:00 hs (verano), hay distintos restaurantes y shows de tango.

- PUENTE DE LA MUJER: es uno de los emblemas del barrio de Puerto Madero, obra del arquitecto español Santiago Calatrava. Se trata de un puente peatonal giratorio con uno de los mecanismos de giro más grandes del mundo, pensado para permitir el paso de las embarcaciones a vela que navegan por los diques de Puerto Madero. La obra, realizada en España y donada a la Ciudad por un particular, representa la imagen de una pareja que baila el tango, donde el mástil blanco simboliza el hombre y la silueta curva del puente la mujer

FESTIVALES Y MUNDIAL DEL TANGO EN BUENOS AIRES

TANGO BA, Campeonato de baile de la ciudad: En el año 2019 se llevó a cabo la 17ª competencia en la Ciudad autónoma de Buenos Aires. Es un evento en la que participan los mejores bailarines y bailarinas de tango.

Cada noche hay presentaciones y competencias en distintas milongas.

La pareja que gane serán los encargados de representar a los porteños en TANGO BUENOS AIRES MUNDIAL Y FESTIVAL.

TANGO BUENOS AIRES, FESTIVAL Y MUNDIAL: es el evento tanguero de mayor repercusión internacional que se desarrolla todos los agostos de cada año, hace 7 años. El mundial es una competencia en la que los bailarines de todo el mundo desarrollan performance en los estilos: "Tango Salón" y "Tango Escenario".

El campeonato mundial del tango (como se mencionó anteriormente) se realiza desde el año 2003 y fue una iniciativa de la gestión de Anibal Ibarra, Jefe de Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires en ese entonces.

Los bailarines representan ciudades o países y pueden inscribirse gratuitamente y sin ninguna exigencia de profesionalismo. El reglamento no establece ninguna restricción referida al género de los bailarines y bailarinas, ni en la composición de las parejas. La competencia consta de tres etapas: clasificatoria, semifinales y la final.

El Campeonato Mundial tiene una etapa pre clasificatoria con sedes en varias partes del mundo.

Las semifinales se realizan por subsede oficial del Campeonato, y los seleccionados representan a cada una de esas sedes. En la etapa semifinal, las parejas que representan a la Ciudad de Buenos Aires son las que han obtenido entre el segundo y quinto puesto del Campeonato de Baile de la Ciudad y el primer puesto en la categoría Milongueros del Mundo, del mismo torneo. Las parejas ganadoras del Campeonato de Buenos Aires y del Campeonato Europeo de Tango van directamente a la final.

El jurado, en ambas categorías, está integrado por cinco miembros en las etapas clasificatorias, seis miembros en semifinales y siete miembros en la final. Cada miembro clasifica individualmente con un puntaje del uno al diez, y luego se establece un promedio que es la calificación definitiva. En cada categoría se establece una pareja ganadora, así como el segundo y tercer puestos.

Las competencias se desarrollan en dos categorías: TANGO DE PISTA Y TANGO ESCENARIO. Las finales de una y otras modalidades se realizan el último sábado y domingo del festival, respectivamente. A la final llegan 40 parejas en la modalidad tango de pista y 20 parejas en la modalidad tango escenario.

Durante dos semanas, el evento ofrece recitales, exhibiciones, clases, espectáculos y hasta una feria de productos.

Además de la competencia, en la que participan más de 400 parejas, el evento propone muchas otras actividades.

1. Producciones especiales de música y danza, que trascienden el festival y buscan fundar nuevos repertorios y recuperar el patrimonio histórico. Desde 2008, compositores, intérpretes, investigadores, recopiladores y especialistas participan de más de 50 producciones especiales.
2. Visitas de artistas internacionales y argentinos residentes en el extranjero, que son los protagonistas del evento.
3. Conciertos exclusivos de notables artistas representativos de diferentes generaciones y estilos.
4. Compañías de danza que presentan sus espectáculos.
5. Espectáculos infantiles, destinados a acercar la música popular ciudadana a los más pequeños.
6. Clases de baile de diferentes niveles y estilos, dictadas por célebres bailarines de pista y escenario, y por instructores de reconocidas escuelas.
7. Fiestas y milongas en las sedes centrales del festival.
8. Actividades especiales, como presentaciones y anticipo de libros, conferencias y charlas.
9. La competencia: el evento premia a las mejores parejas en las categorías "Tango Salón", que privilegia el baile social como una práctica de raigambre porteña, y "Tango Escenario", que tiene como objetivo enriquecer la danza desde una concepción coreográfica vinculada con el espectáculo. Más de 400 parejas de todo el mundo miden su talento milonguero y dan brillo a la competencia que ya es un clásico de nuestra Ciudad.

FESTIVAL INTERNACIONAL DE TANGO QUEER EN BUENOS AIRES:

El festival se desarrolla desde el 2007 por una iniciativa de Mariana Docampo, Roxana Gargano y Augusto Balizano.

El lema del festival es bailar tango sin que los roles estén fijados al sexo de quienes lo bailan. Es por eso por lo que el evento no está orientado exclusivamente a parejas del mismo sexo, sino a todas las personas y espacios que apoyen la propuesta y que promuevan el respeto por la diversidad en y desde el tango.

Este se desarrolla durante 5 días en los principales salones de Buenos Aires.

3.7.2 Sector Privado:

SITIOS Y LUGARES DONDE SE DESARROLLA EL TANGO

La Ciudad de Buenos Aires posee numerosas tanguerías con orquestas y bailarines en vivo. Los lugares más reconocidos incluyen, además del espectáculo, la cena. Una de las casas de tango más importante de la ciudad es *El viejo Almacén*, que posee un restaurante de cocina internacional y un show de tango variado.

Otra opción para quienes deseen disfrutar de un espectáculo de tango es visitar los Bares Notables que posee la ciudad, distinguidos por su arquitectura, antigüedad o relevancia local como por ejemplo el Café Tortoni o el Café de los angelitos.

También en la ciudad se ofrecen clases de baile en muchos centros culturales y milongas. Las lecciones duran entre unas y dos horas y lo ideal, para poder realizar los primeros pasos de baile en una pista, es tomar cuatro o cinco clases. Desde el primer encuentro los profesores entrenan a los principiantes para el dominio del paso básico: que son ocho pasos, que pueden aprenderse en un día.

MILONGAS, CENTROS CULTURALES Y BARES DONDE SE DESARROLLA EL TANGO:

Caminito Tango Show - Del valle Iberlucea 1151, La Boca

Señor Tango- Vieytes 1655. Barracas 4303-0231

Centro Cultural Torquato, Tasso Defensa 1575. San Telmo

Madero Tango - Elvira Rawson de Dellepiane 150. Pto Madero

Rojo Tango - Martha Salotti 445. Puerto Madero 5787-1536

Bar Sur - Estados Unidos 299. San Telmo

El Viejo Almacén - Av. Independencia 303. San Telmo - 4342-3353

Taconeando - La vereda de Beba Balcarce 725. San Telmo 4307-6696

La Cumparsita -Chile 302. San Telmo 4361-6880

La Ventana Balcarce 431 -Montserrat 4334-1315

Gala Tango -Pasaje 5 de Julio 434. Monserrat 4334-0777

El Querandí -Perú 302. Monserrat 5199-1770

Café Tortoni - Av. De Mayo 825. Monserrat 4342-4382

Piazzolla Tango- Florida 165 - Galería Güemes. San Nicolás 4344-8200

Tango porteño - Cerrito 570. San Nicolás 4124-9400

Candilejas - Estados Unidos 1500. Constitución 4304-0885

Café de los Angelitos- Av. Rivadavia 2100. Balvanera 4952-2320

Sabor Tango -Sabor a Tango (Subsuelo) Tte. Gral. Perón 2535. Balvanera 4953-8700

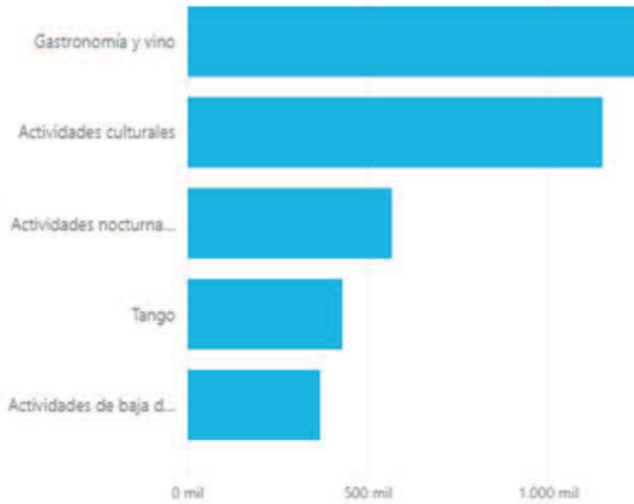
Esquina Carlos Gardel – Calle Carlos Gardel 3200. Balvanera (Abasto) 4867-6363
Complejo Tango Av. Belgrano 2608. Balvanera 4941-1119
La Casa de Aníbal Troilo- calle Carlos Calvo 2540. San Cristóbal 4308-1003
Esquina Homero Manzi- Av. San Juan 3601. Boedo
La viruta tango de solanas- calle Armenia -1366 4775-0160
La milonga de juan- Pte. Perón 1372
El Maipú – calle Entre ríos 1056- tel 4300-8007
Derecho viejo- calle La Rioja 1180
Parakultural- Avenida Scalabrini Ortiz 1331
El arranque- calle Riobamba 416- tel: 1553143696
Nuevo Chique- Calle San jose 224
La Calesita- Avenida entre ríos 1056
Cachirulo- Riobamba 416
Tango Queer- Peru 571
Caricias- Calle Balbín 4699
La Catedral- Sarmiento 4006
A puro tango- Avenida Scalabrini Ortiz 1331
Lo de Celia Tango Club- Calle Humberto Primo 1783
La Milonguita de Palermo- Calle Armenia 1353
Sueño Porteño- Calle La Rioja 1180
Seguime si podes- Calle Loloya 828
Patio de Tango- Triunvirato 4684

Perfil del turista por mercado (Ezeiza y Aeroparque)

Datos actualizados a: Diciembre de 2018

Año: 2018
¿Visitó CABA?: Selección múltiple
Lugar de residencia: Todas

Top 5 de actividades realizadas durante el viaje (turistas)



Turistas Internacionales según las 10 actividades más realizadas durante su viaje por Argentina.

K/mil.: Miles

Turismo Internacional

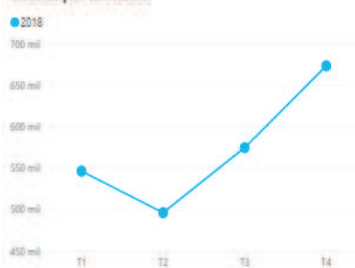
Datos actualizados a: Diciembre de 2018



Año: 2018 Trimestre: Todas ¿Visitó CABA?: Selección múltiple Paso: Todas

Turistas 2.292.673 **Var. interanual** 16,35%

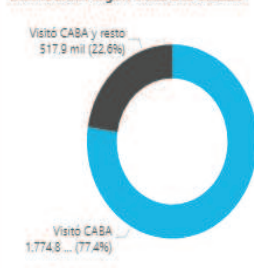
Turistas por trimestre



Turistas internacionales que llegan a Argentina.

K(mil): Miles

Distribución según visita a la Ciudad



Turistas internacionales según visitan o no CABA.

Turistas según paso fronterizo



Turistas internacionales que visitan Argentina según el paso fronterizo por el que dejan el país.

La relación turista-tango en Buenos Aires no es casual. Para quienes arriban desde el exterior, el tango es la mayor identificación previa que tienen del país. De acuerdo con un relevamiento realizado en Centros de Información Turística de la Ciudad de Buenos Aires en Semana Santa del 2016, la principal imagen con la que los turistas extranjeros identifican a la ciudad es el tango (23.3%), mientras que sólo el 10 % lo hace con el fútbol.²⁶ Por esta razón, la intención de incluir en su estadía la visita a espectáculos o lugares de tango, sobre todo para aquellos que llegan por primera vez a la ciudad, se ha ido consolidando con los años. El renovado flujo de turistas hacia el país fue impulsado por:

1. Precios ventajosos en comparación con otros destinos a partir de la finalización de la “convertibilidad” en diciembre de 2001 y la fuerte devaluación del peso.
2. Ampliación de la oferta de paquetes turísticos y mejoramiento de la infraestructura hotelera y servicios en puntos turísticos para la atención de contingentes mayores o diferenciales (grupos, cruceros, albergues juveniles, etc.).

El Observatorio turístico de la Ciudad de Buenos Aires, ha reflejado a través de sus trabajos, el incremento constante de turistas de que llegan a la ciudad de Buenos Aires

²⁶ Programa de Estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas, Subsecretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

tanto desde el exterior (Países de América, Europa y Asia) como desde las diferentes provincias de nuestro país.

Según los datos referidos al año 2018, casi 2 millones 300 mil personas visitaron la ciudad de Buenos Aires, un 16,35% más que el año anterior²⁷. El Tango estuvo, como actividad independiente, en el cuarto lugar entre las diferentes propuestas que concitaron el interés de los turistas llegados desde el exterior.

²⁷ Observatorio Turístico de la Ciudad de Buenos Aires

C. A modo de Conclusión

El trabajo final de Prácticas profesionales, en el que hemos analizado “El impacto del tango en el desarrollo del turismo en la ciudad de Buenos Aires en el siglo XXI” intenta demostrar que el tango, si bien es un eje central, primal, y característico de la cultura e identidad argentina, también es una danza, un sentimiento hecho letra, una música, un espectáculo, un producto que está en constante crecimiento, auge y evolución debido a una fuerte demanda proveniente del público extranjero, motivado por conocer y vivenciar la cultura del tango en su cuna: Buenos Aires.

La Argentina reabrió sus puertas al turismo internacional tras la fuerte devaluación de su moneda al comienzo del año 2002. También existe un programa político llevado adelante por el Estado al sancionar en diciembre del año 2004 la Ley Nacional del Turismo en donde se enuncia el desarrollo social, económico y cultural, desarrollo sustentable, calidad y competitividad como principales rectores. El servicio del Turismo que se genera en la Argentina proporciona una rentabilidad que crece año a año desde el 2004 a la actualidad, con medias de crecimiento que en algunos años supero en más de un 10% la entrada de turistas del año anterior.

Uno de los atractivos, en este caso social y cultural que crece y se expande mundialmente es el Tango, género musical que nace en ambas orillas del Río de la Plata, identifica a la Ciudad de Buenos Aires tanto por la música como por la poesía de sus letras, describiendo el modo de vida y las costumbres de los porteños de principios y mediados de siglo. La ola de visitantes que llega hasta la Argentina, especialmente a Buenos Aires atraídos por la música, la letra y la danza del dos por cuatro. La puesta en valor de nuestra cultura desarrollada por las diferentes administraciones del gobierno porteño sumada a la gestión pública para el desarrollo del turismo interno, la inversión privada en servicios turísticos y la suma de reconocimientos internacionales, impactaron de manera directa en el vínculo entre tango y turismo.

El crecimiento del turismo cultural, en el que se destaca al tango como uno de los principales ejes a explotar – en el sentido de desarrollar oferta turística urbana, generó un gran impacto a nivel turístico, creando oferta diversificada que abarca desde clases de tango, shows y espectáculos, monumentos, museos, festivales, etc. A nivel económico, se crearon nuevas fuentes de trabajo, mayor ingreso de divisas y mayor flujo de turistas y, a nivel sociocultural, generó una identidad, un reconcomiendo del tango como parte de nuestra historia.

Este fenómeno es el principal producto vendido por los operadores turísticos a los extranjeros que visitan la ciudad, porque a pesar de que es una moda a nivel mundial el

visitar Buenos Aires es llegar a la Meca Tanguera. Buenos Aires ha logrado, con justicia, ser considerada universalmente como sinónimo del tango.

D. Bibliografía

- 8º Borrador Carta Internacional sobre Turismo Cultural, International Council on Monuments and Sites (ICOMOS) México, 1999.
- Aceranza, M. A. (1986). Administración del Turismo. Vol. 1. Conceptualización y Organización. Ciudad de Mexico, México: Trillas.
- Anholt, S. (2010). "Lugares: Identidad, Imagen y reputacion". Houndmills: Palgrave MacMillan.
- Bayardo y Lacarrieu (1999). "La Dinamica global". Buenos Aires, Argentina. Ediciones Ciccus La Crujía.
- Bertoncello, R. (2006). Turismo, territorio y sociedad. El "mapa turístico de la Argentina". En A. I. Geraiges de Lemos, M. Arroyo & M. L. Silveira, América Latina: cidade, campo e turismo. Buenos Aires, Argentina: clacso.
- Boullon, R (1998). Marketing Turístico. Una perspectiva desde la Planificación. Buenos Aires, Argentina: Edición Librerías Turísticas.
- Boyer, M. (1999). Historia del turismo de masas. París, Francia: Presses Universitaires de France.
- Buenos Aires, (2007) Incidencia del tango en la economía, el empleo y la cultura de la ciudad de Buenos Aires, Investigaciones OIC, Buenos Aires.
- BUHDIBA, Abdelwahab. "El turismo y las tradiciones culturales", en EL CORREO de la Unesco, París, Ed. UNESCO, N° 2, febrero 1981, pág. 4-8.
- BURBRIDGE, H. (1999). "El turismo cultural" en Política Turística Argentina. Buenos Aires, Argentina: Ladevi Ediciones.
- Carretero A. (2010). Breve Historia del Tango. Recuperado de <http://literaturarioplatense.blogspot.com/2010/01/andres-carretero-breve-historia-del.html>
- Carta del Turismo Cultural, International Council on Monuments and Sites (ICOMOS), Bélgica, 1976.
- Cecconi, S. Re significación de una cultura local: el tango como territorio turístico: 1-67, Biblos, Buenos Aires, Argentina, 2019
- Community Leisure and Recreation. Theory and practice, Oxford, Les Haywood, 1995, 173 p.
- Contreras Jose, 2007 Patrimonio y globalización. El caso de las culturas alimentarias, Universidad de Barcelona
- Unesco (1999). Turismo y Cultura, compañeros de ruta". Paris, Francia.
- Getino, O. (2009). Turismo. Entre el ocio y el negocio. Identidad cultural y desarrollo económico en América Latina y el Mercosur. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Ciccus.
- Gobello, J (1997). Mujeres y Hombres que hicieron el Tango, Buenos Aires, Argentina: Edición F.C.E.
- Gómez Schettini, Mariana; Almirón, Analía; González Bracco, Mercedes. La Cultura como recurso Turístico de las Ciudades. El caso de la patrimonialización del tango en

Buenos Aires, Argentina Estudios y Perspectivas en Turismo, vol. 20, núm. 5, septiembre, 2011, pp. 1027-1046

Hall, M.C (2005). Tourism rethinking The Social Science of Mobility, Pearson, Prentice Hill.

Kotler, P.; Setiawan, I. y Kartajaya, H. (2010) "Marketing 3.0: de los productos a los clientes al espíritu humano". Madrid, España: Pearson Educación.

La Casa del Tango (ley nº 3.316). (26 de noviembre de 2009). Publicación: BOCBA N° 3341 del 15/01/2010.

Lacarrière, M. (2003). Turismo cultural ¿recurso o política?: la construcción de "estéticas exóticas" frente a "estéticas del conflicto" en Argentina y la ciudad de Buenos Aires. En Espacio y Desarrollo, (15). Recuperado de <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/espaciodydesarrollo/article/view/8117>, fecha de consulta 11 de diciembre de 2018.

Levy, A. (1998). Marketing Avanzado: Un Enfoque Sistémico y Constructivista de lo Estratégico y de lo Táctico. Madrid, España: Ediciones Granica S.A

Lipovetsky, G. (2007). La felicidad paradójica. Ensayo sobre la sociedad de hiperconsumo. Barcelona, España: Anagrama.

Margulis, Mario, La cultura de la noche: la vida nocturna de los jóvenes en Buenos Aires, cap. I, Biblos, Argentina, 1997. pp 11-30

Matamoro, B. (1969). La historia del tango. Buenos Aires, Argentina: Galerna.

Mercedes Liska. , Soledad Venegas. "Por el tango: Algunas reflexiones sobre la generación cultural estatal". El búho y la alondra [en línea] Julio / Diciembre 2017, n° Tangram Buenos Aires. Actualizado: 2019-01-07.

Merlin, P. (2001). Turismo y management turístico. París, Francia: La Documentación Francesa.

Millán Escriche, Mercedes. "Viejos recursos para nuevos turismos: El caso de la región de Murcia", en Cuadernos de Turismo, Universidad de Murcia, Nro. 8, julio/diciembre 2001, pág. 112.

Molina, S. (1989). Conceptualización del turismo. México, DF: Editorial Limusa.

Morel, H. (2009). El giro patrimonial del tango: políticas oficiales, turismo y campeonatos de baile en la ciudad de Buenos Aires. Cuadernos de Antropología Social (30), septiembre-diciembre, 155-172.

Muñoz Escalona y Lafuente. (2003). El turismo explicado con claridad. Recuperado de www.eumed.net/libros/2007c/

Organización Mundial de Turismo (2005). Entender el turismo: Glosario Básico. Madrid, España.

Organización Mundial del Turismo (1994). Introducción al Turismo. Madrid, España.

Organización Mundial del Turismo (1996). Seminario sobre desarrollo sostenible del turismo: la planificación local. Informe introductorio base. El desarrollo sostenible del turismo: Papel del municipio. La Habana, Cuba.

Organización Mundial del Turismo (2017). Panorama OMT del turismo internacional, edición 2017. Madrid, España.

Pastor Alfonso, M. J, 2003 El patrimonio cultural como opción turística. España, universidad de Alicante.

Puccia, Enrique Horacio. Cuadernos de Buenos Aires número XXV, 1977.

Puccia, Enrique Horacio. El Buenos Aires de Ángel Villoldo, Buenos Aires, 1976.

Py, P. (2002). El turismo. Un fenómeno económico. París, Francia: La Documentación Francesa.

Richards, Greg. "Políticas y actuaciones en el campo del turismo cultural europeo", en El Turismo Cultural: el Patrimonio Histórico como fuente de riqueza, Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y León, Valladolid, 2000, pág. 72.

Salas Horacio, El Tango, © Emecé Argentina S.A., Buenos Aires, Argentina, mayo de 2004

Schluter Regina, Winter Gabriel. (1997) El fenómeno turístico Reflexiones desde una perspectiva integradora. Buenos Aires, Argentina: Editorial Docencia.

Stock, F. (2009). Identidad, imagen y marca: un marco conceptual. Lugar de marca y público.

Tango: 1880-1980, 100 Años de historia. Volumen. II. © Editorial Perfil S.A. Buenos Aires, Argentina, abril de 1992.

Tango: 1880-1980, 100 Años de historia. Volumen. I. © Editorial Perfil S.A. Buenos Aires, Argentina, abril de 1992.

Thiell Ellul, D. (2004) El Turismo en la Ciudad de Buenos Aires. Un estudio comparado con otras ciudades de importancia turística: Madrid y Sydney. (Tesis de grado) Universidad Nacional de San Martín, Buenos Aires.

Ulla, Noemí, (1982) Tango, Rebelión y Nostalgia, Buenos Aires, Argentina: Centro Editor de América

UNESCO (2003) Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial, Paris. Sector de la cultura. Disponible en: <http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?pg=00002>

UNESCO (2010a) "Criterios para la inscripción en la Lista Representativa". Disponible en http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?pg=00173#Criteria_for_inscription_on_the_Representative_List [consultado el 10 de abril de 2010]

UNESCO (2010b) "El Tango- Decisión 4.COM 13.01". Disponible en <http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?RL=00258> [consultado el 10 de abril de 2010]

Unesco <https://es.unesco.org/>: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.

Varela, G. (2005). Mal de tango. Historia y genealogía moral de la música ciudadana. Buenos Aires, Argentina: Paidós.

Wallingre, N, (2007). Historia del turismo argentino. Buenos Aires, Argentina: ediciones turísticas.

Yudice, George, (2002), "El recurso de la cultura. Usos de la cultura en la era global". Barcelona, España: Editorial Gedisa

Sitios web:

<http://bit.ly/1R8gX3r>

<http://buscon.rae.es/drael/>

http://lateinamerika.philfak.unikoeln.de/fileadmin/sites/aspla/bilder/ip_hausarbeiten_cluj/Arbeit_Niko.pdf

<http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/100000-104999/102724/norma.htm>

<http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/100000-104999/102724/norma.htm>

<http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/185000-189999/187292/norma.htm>

<http://statistics.unwto.org/es/news/2014-02-20/anuario-de-estadisticas-de-turismo-edicion-2014>

<http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/global-education-digest-2010-comparing-education-statistics-across-the-world-sp.pdf>

<http://unwto.org/>

<http://www.embratur.gov.br/>

http://www.lcomos.Org/Tourism/Tourism_Sp.Html

<http://www.ipsnoticias.net/2001/08/arte-y-cultura-musica-argentina-el-tango-en-la-balanza-comercial/> (Visitada el 6 de julio del 2017).

<http://www.lanacion.com.ar/702490-los-turistas-llegan-atraidos-por-el-tango> (Visitada el 6 de julio del 2017).

<http://www.oei.es/historico/pensariberoamerica/ric04a06.htm> (Visitada el 6 de julio del 2017)

<http://www.scielo.br/pdf/ha/v9n20/v9n20a05.pdf>.

<http://www.todotango.com/creadores/biografia/1820/Roberto-Selles/>

<http://www.turismo.gov.ar/marca-pais>

<http://www.turismoenrio.com/>

<http://www2.unwto.org/es>

<https://ich.unesco.org/es/RL/el-tango-00258>

<https://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>

<https://tango.idoneos.com/>

<https://turismo.buenosaires.gob.ar/es/observatorio>

<https://turismo.buenosaires.gob.ar/es/observatorio>

<https://turismo.buenosaires.gob.ar/es/subcategoria/ente-de-turismo>

<https://turismo.buenosaires.gob.ar/sites/turismo/files/IMPACTO%20ECONOMICO%20DEL%20TURISMO%20EN%20LA%20CIUDAD%202015-2.pdf>

<https://www.argentina.gob.ar/marca-pais/que-es>

<https://www.argentina.gob.ar/turismo>

<https://www.buenosaires.gob.ar/cultura/patrimonio-de-la-ciudad/tango/patrimonio-cultural>

<https://www.buenosaires.gob.ar/observatorio-de-industrias-creativas>

https://www.clarin.com/ediciones-anteriores/negocio-tango-crece-potencia-marca-ciudad_0_HJggCQT1RFg.html (Visitada el 6 de julio del 2017).

<https://www.disfrutamadrid.com/flamenco>

<https://www.lanacion.com.ar/economia/comercio-exterior/la-marca-pais-y-el-eterno-encanto-de-ser-argentino-nid2084715>

<https://www.lanacion.com.ar/economia/comercio-exterior/marca-pais-cuando-la-imagen-es-todo-nid599997>

<https://www.mincotur.gob.es/es-es/Paginas/index.aspx>

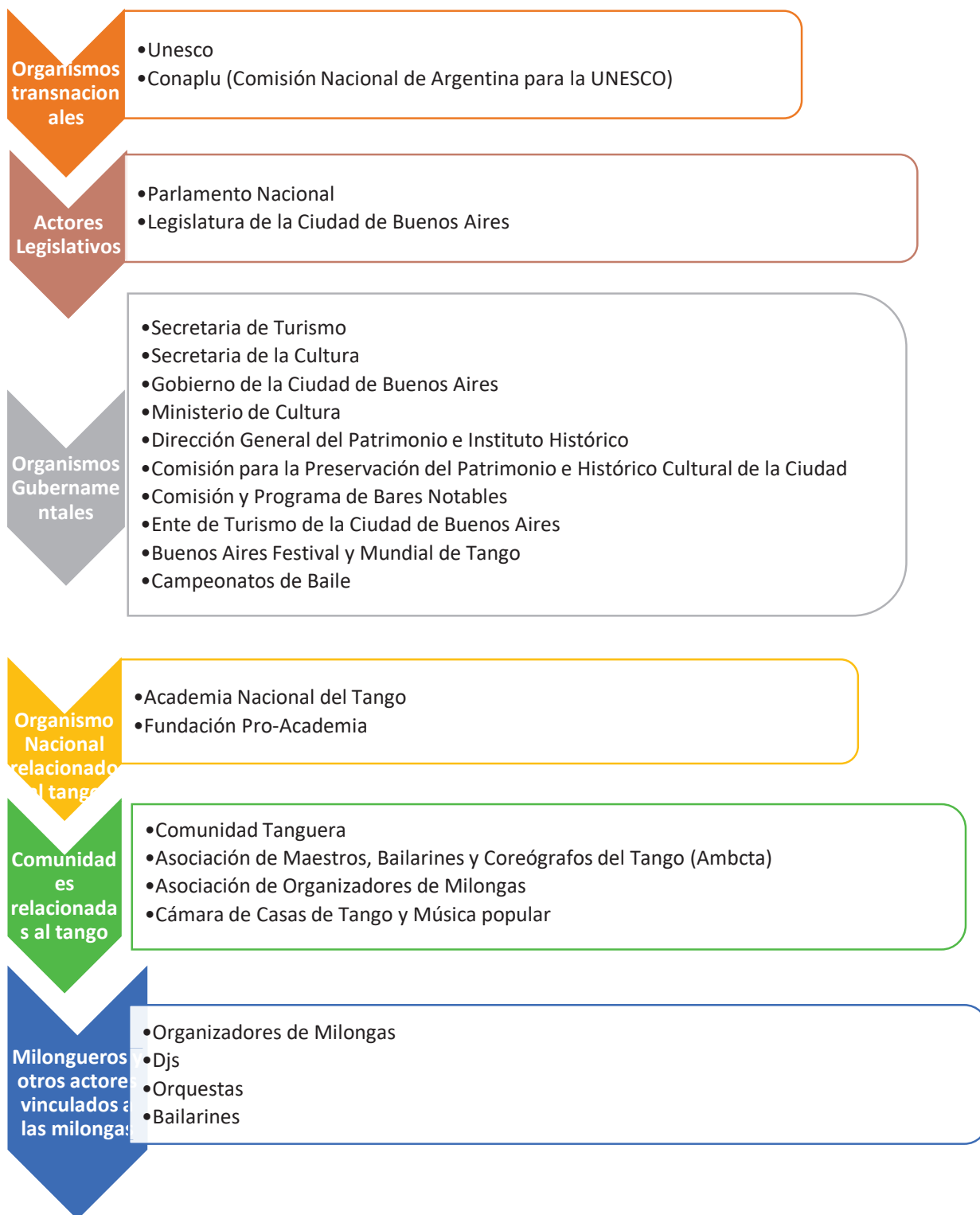
<https://www.reportur.com/argentina/2018/03/12/lanzaron-la-marca-argentina/>

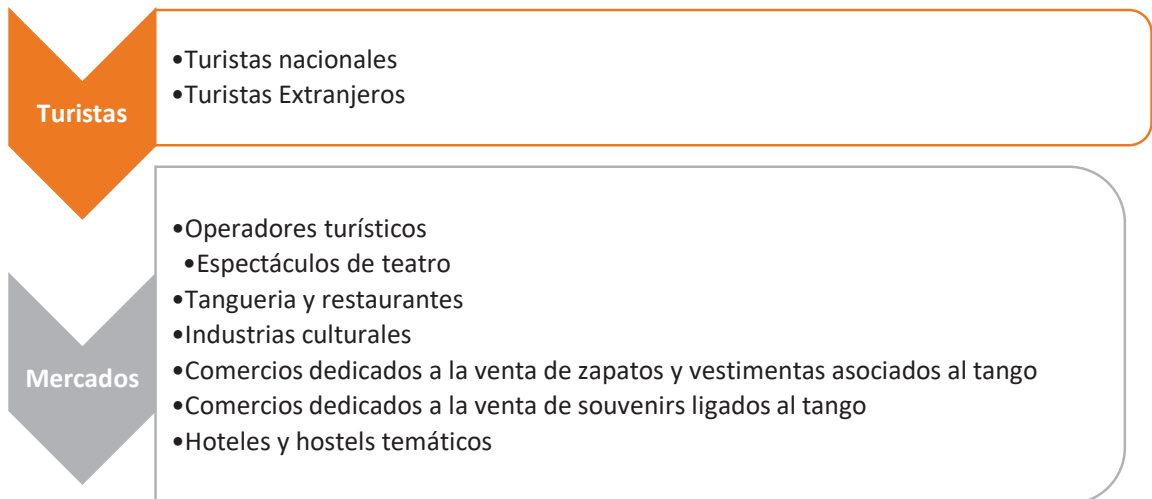
<https://www.riocarnaval.org/es/carnaval-de-rio/historia.html>

https://www.tripadvisor.com.ar/Attraction_Review-g187497-d3822487-Reviews-Flamenco_Barcelona-Barcelona_Catalonia.html

Anexos

Anexo 1 – Actores vinculados al tango





Anexo 2 – Ley N° 24.684

TANGO

Ley N° 24.684

Declárase como parte integrante del patrimonio cultural de la Nación a la música típica denominada "tango" y de interés nacional las actividades que tengan por finalidad directa su promoción y difusión.

Sancionada: agosto 14 de 1996.

Promulgada: agosto 30 de 1996.

El Senado y Cámara de Diputados de la Nación Argentina reunidos en Congreso, etc. sancionan con fuerza de

Ley:

ARTICULO 1° - Declárase como parte integrante del patrimonio cultural de la Nación a la música típica denominada "tango", comprendiendo a todas sus manifestaciones artísticas, tales como su música, letra, danza y representaciones plásticas alusivas.

ARTICULO 2° - Declárase de interés nacional las actividades que tengan por finalidad directa la promoción y difusión del "tango", entendiéndose comprendidas entre ellas las siguientes:

- a) Los estudios e investigaciones artísticas, científicas o históricas;
- b) La enseñanza y divulgación;
- c) La conservación de documentos, objetos, lugares y monumentos que guarden relación significativa con sus expresiones y con sus más destacados creadores e intérpretes;
- d) La edición literaria, musical o audiovisual, cualquiera sea el soporte técnico de las mismas, de obras artísticas o científicas vinculadas;
- e) Las exposiciones de artes plásticas;

- f) Los festivales musicales o espectáculos promocionales;
- g) La construcción de instrumentos musicales característicos.

ARTICULO 3° - Las dependencias del Estado nacional encargadas de la promoción y difusión de la cultura y del turismo en el exterior, deberán incluir en sus programas y material informativo referencias acerca de la República Argentina y al "tango", como una de las expresiones culturales típicas del país.

ARTICULO 4° - Autorízase al Poder Ejecutivo nacional para que desgrave o exima de contribuciones impositivas a las actividades descritas en el artículo 2° de la presente.

El modo y condiciones para acceder a dichos beneficios será reglamentado por el Poder Ejecutivo nacional.

ARTICULO 5° - Autorízase al Poder Ejecutivo nacional a establecer un régimen preferencial aduanero a fin de otorgar las máximas facilidades a la circulación y transporte de:

- a) Los instrumentos musicales y el equipo de solistas o conjuntos que viajen al exterior para ejecutar programas de tango.
- b) Materiales y publicaciones referidas al tango.

ARTICULO 6° - Comuníquese al Poder Ejecutivo. - ALBERTO R. PIERRI - EDUARDO MENEM - Juan Estrada - Edgardo Piuzzi.

DADA EN LA SALA DE SESIONES DEL CONGRESO ARGENTINO, EN BUENOS AIRES, A LOS CATORCE DIAS DEL MES DE AGOSTO DEL AÑO MIL NOVECIENTOS NOVENTA Y SEIS.

ANEXO 3 – Declaración del tango como patrimonio de la Humanidad.

El tango fue declarado Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO en el 2003 en la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial. La candidatura del tango fue aprobada por este organismo en septiembre de 2009, y fue un accionar conjunto entre los gobiernos de Buenos Aires (Argentina) y Montevideo (Uruguay).

El tango constituye una de las expresiones culturales que identifica a Buenos Aires. Es por eso que las políticas vinculadas a su designación oficial como "patrimonio" con la sanción de la Ley N°130 en 1998, establece en su artículo 1°, que: La Ciudad reconoce al tango como parte integrante del patrimonio cultural de la ciudad por lo tanto garantiza su preservación, recuperación y difusión; promueve, fomenta y facilita el desarrollo de toda actividad artística, cultural, académica, educativa, urbanística y de otra naturaleza relacionada con el tango (CEDOM, 2010).

Los criterios por los cuales la convención decide la incorporación del tango en la lista mundial del patrimonio cultural inmaterial y la adaptación de la nominación a dichos criterios son (UNESCO, 2010a; 2010b):

CRITERIO 1) El elemento corresponde a la definición de Patrimonio Cultural Inmaterial realizada por la Convención de 2003: "el tango es un género musical que incluye danza, música, poesía y canto, y es considerado una de las mayores manifestaciones de identidad por los habitantes de la región del Río de la Plata".

CRITERIO 2) La inscripción del elemento contribuye a asegurar la visibilidad y conciencia del significado del patrimonio cultural inmaterial para favorecer el dialogo, reflejando de esta manera la diversidad cultural mundial y atestiguando la creatividad humana: "La inscripción de este elemento en la lista contribuye a dar visibilidad al patrimonio cultural inmaterial y a una profundización de la comprensión del tango como una expresión regional resultante de la fusión de diversas culturas".

CRITERIO 3) Medidas de salvaguarda son elaboradas a fin de proteger y promocionar el elemento: "Ambos Estados nominados presentaron varias medidas en conjunto e individuales de salvaguarda para el elemento, a través de las cuales las comunidades y autoridades se comprometen a la creación de entrenamiento especializado y centros de documentación, así como el establecimiento de una orquesta, museos y fondos de preservación".

CRITERIO 4) El elemento ha sido nominado con la participación más amplia posible de las comunidades, grupos o individuos involucrados y con su consentimiento previo: "La nominación del elemento se beneficia de la continua participación de las comunidades argentina y uruguaya en encuentros, seminarios, entrevistas y talleres, y los representantes de dichas comunidades han firmado documentos que denotan su consentimiento previo, libre e informado".

CRITERIO 5) El elemento es incluido en una lista de patrimonio cultural inmaterial presente en los territorios de los Estados parte que lo postulan: "El elemento está incluido en los registros de patrimonio cultural inmaterial que están siendo elaborados en Uruguay y Argentina".

Anexo 4 – Estadísticas obtenidas del Observatorio Turístico correspondientes al año 2018 que ofrece el Ente de Turismo, a través de la herramienta BIG DATA

1) Turistas internacionales

¿Cuántos turistas llegan a Buenos Aires? ¿Cuánto gastan y cuántas noches se quedan en la Ciudad? ¿Cuáles son los principales mercados turísticos?

En el año 2018 2.292.673 turistas visitaron la Ciudad de Buenos Aires en el cual el 77% solo visitó la Ciudad, el resto (22%) se desplazaron por el resto de la provincia/ país.

Turismo Internacional

Datos actualizados a: Diciembre de 2018

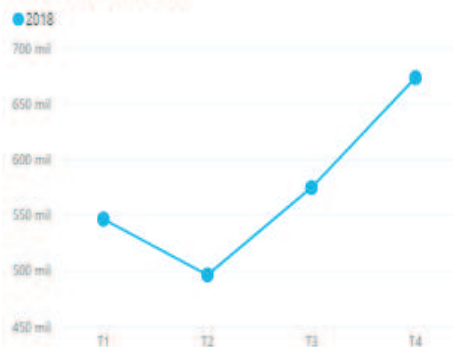
Año: 2018 Trimestre: Todas ¿Visitó CABA?: Selección múltiple Paso: Todas



Turistas
2.292.673

Var. interanual
16,35%

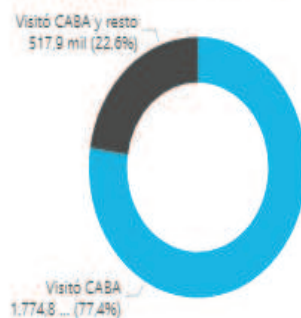
Turistas por trimestre



Turistas internacionales que llegan a Argentina.

K/mil.: Miles

Distribución según visita a la Ciudad



Turistas internacionales según visitan o no CABA.

Turistas según paso fronterizo



Turistas internacionales que visitan Argentina según el paso fronterizo por el que dejan el país.

- El principal motivo de viaje es: Vacaciones, su estadía media es de 10 noches y generan un gasto medio por día de 91 dólares.
- La nacionalidad de los turistas que más visitan Buenos Aires son: Brasileños, latinoamericanos y europeos.

Motivo principal del viaje (Ezeiza y Aeroparque)

Datos actualizados a: Diciembre de 2018



Año: 2018 Trimestre: Todas ¿Visitó CABA?: Selección múltiple Lugar de residencia: Todas

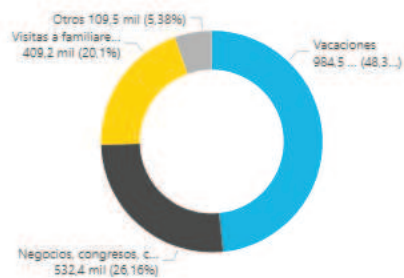


Turistas
2.035.721

Gasto medio diario (US\$)
91

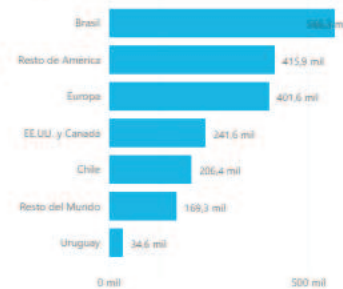
Estadía media (noches)
10

Motivo de viaje



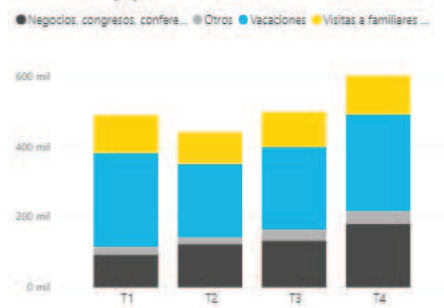
Turistas internacionales que llegan a Argentina según el principal motivo de viaje agrupado.
K/mil.: Miles
M/mil.: Millones

Lugar de residencia



Turistas internacionales que llegan a Argentina según el lugar de residencia.

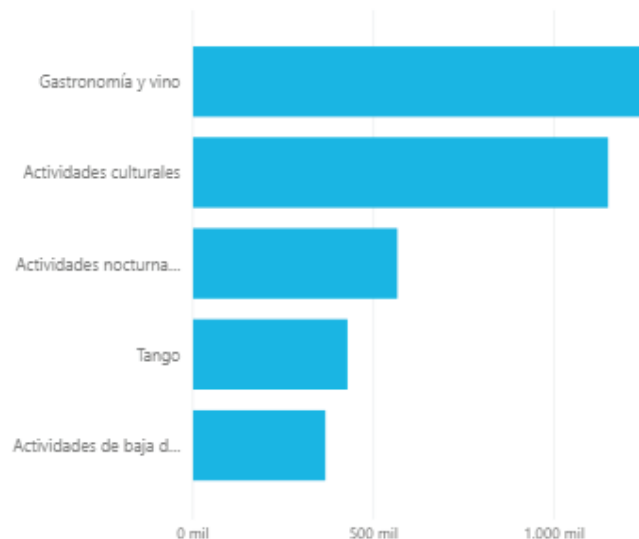
Motivo de viaje por trimestre



Turistas internacionales que llegan a Argentina por trimestre y motivo de viaje.

- Conformación de las actividades turísticas que realizan los visitantes:

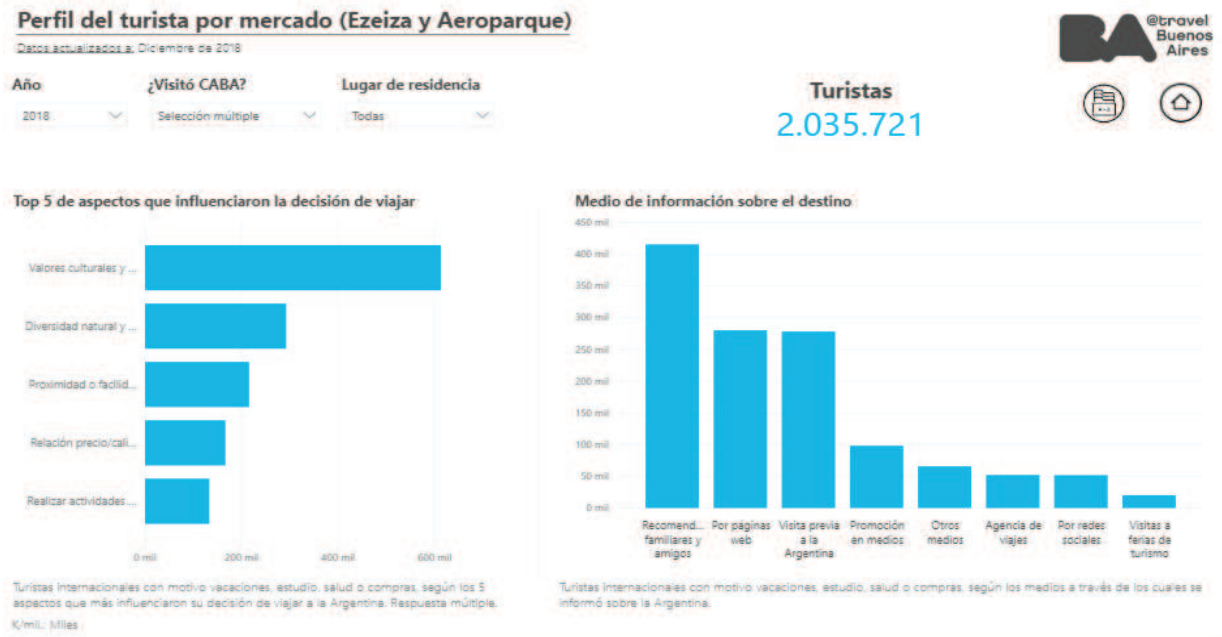
Top 5 de actividades realizadas durante el viaje (turistas)



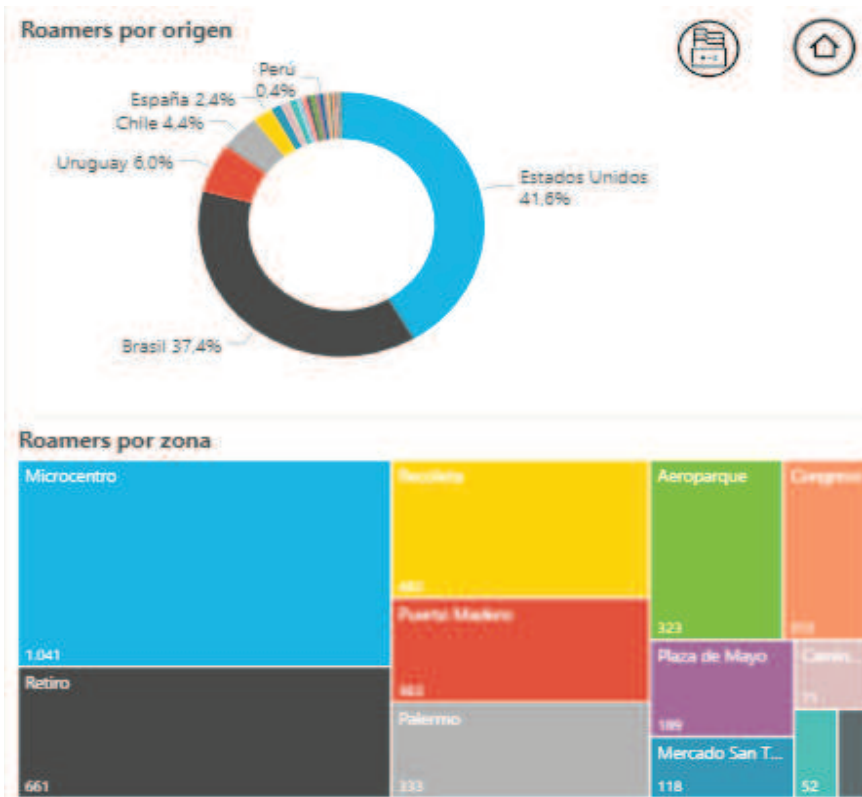
Turistas internacionales según las 10 actividades más realizadas durante su viaje por Argentina.

K/mil.: Miles

- 5) El 43,17% de los turistas eligen a la hora de visitar un destino los valores culturales y la variedad de las tradiciones. Por ende, podemos mencionar que los 613 mil turistas se vieron motivados por la gran oferta cultural que hay en Bs As.



6) Movilidad Turística



En el siguiente gráfico, se intenta demostrar los barrios y zonas más visitados. Para poder hacerlo se hizo hincapié en el mes de julio por ser el mes de vacaciones de invierno y en un rango horario de las 17 horas local.

7) Perfil del turista:

Con el fin de analizar el perfil del turista, se desarrollaran aquellas 3 nacionalidades que conforman la mayoría de visitantes.

De todos modos, A través del observatorio turístico se pueden obtener los perfiles de los turistas internacionales de: Alemania, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, España, Estados Unidos, Francia, Italia, México, Paraguay, Perú, Reino Unido y Uruguay.

PERFIL DEL TURISTA BRASILEIRO

Los brasileros tienen el puesto número 1 en el ranking de llegadas de turistas extranjeros en 2018. Llegaron alrededor de 770.861 y el 66% de ellos viajaron con el motivo de vacaciones y ocio.

En el siguiente gráfico, se desarrolla el porcentaje de las actividades que consumieron, el tipo de alojamiento y el gasto promedio.



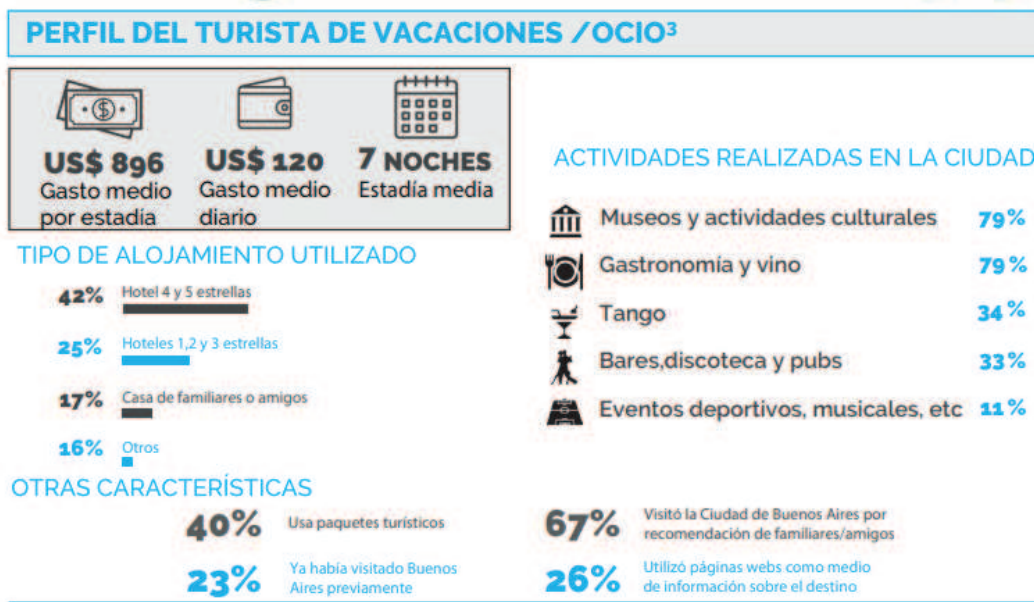
PERFIL DEL TURISTA ESTADOUNIDENSE

Estados Unidos conforma el puesto número 3 en el ranking de las nacionalidades que más visitan Buenos Aires. En el año 2018 llegaron al país 253.532 extranjeros en el cual el 42% lo hicieron para disfrutar sus vacaciones y ocio.



PERFIL DEL TURISTA ESPAÑOL

Los españoles conforman el puesto número 6 del ranking de las nacionalidades que más visitaron Buenos Aires, con un promedio de 100.911 turistas. El 40% viajaron hacia nuestro país con el fin de disfrutar sus vacaciones y momentos de ocio.



ANEXO 5 – Imágenes

TANGO BA



Milongas de Buenos Aires

La viruta



La esquina de Homero Manzi



El viejo Almacén



La Catedral

