

# URUGUAY: HACIA LA NOCIÓN DE PAÍS DE TURÍSTICO. ESTUDIO HISTÓRICO 1930 – 1955

Nelly da Cunha<sup>1</sup> y Rossana Campodónico<sup>2</sup>

## Resumen:

El objeto de estudio es la evolución del turismo en Uruguay en el contexto regional mediante una síntesis de análisis más profundos que tuvieron en cuenta zonas del territorio determinadas por una trayectoria significativa. Este abordaje que permitió analizar el rol del Estado central y de algunos gobiernos locales así como de los agentes privados, parte de la visualización de ese proceso localizado en las costas rioplatense y atlántica con los balnearios como ámbito de veraneo y de prácticas sociales. Se trató de responder la pregunta de cómo se expandió el modelo vacacional basado en la construcción de balnearios como ámbitos de sociabilidad a imitación de lo acontecido en Europa. Posteriormente, se da cuenta de la apertura hacia otras modalidades en base al análisis de la construcción de la imagen de país turístico a partir de 1930.

## Palabras claves:

Turismo, prácticas sociales, imagen

## Abstract:

### Summary:

The object of study is the evolution of tourism in Uruguay in the regional context through a synthesis of further analysis that took into account areas of the territory determined by a significant career. This approach with which is possible to analyze the role of central government and some local governments and private agents, part of the display of the process located in the River Plate and Atlantic coasts with spas and resorts and scope of social practices. He tried to answer the question of how the vacation model was expanded based on the resort spas building as areas of sociability in imitation of what happened in Europe. Later, relates about the openness to other modalities, based on the analysis of the construction of tourist country's image since 1930.

## Keywords:

Tourism, social practices, image.

**Recibido:** 28-06-2012

**Aprobado:** 25-10-2012

---

<sup>1</sup> Área de Estudios Turísticos de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación – Universidad de la República – ndacunha@netgate.com.uy – Magallanes 1577, CP.11.100 Montevideo

<sup>2</sup> Área de Estudios Turísticos de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación – Universidad de la República – campodon@gmail.com – Magallanes 1577, CP.11.100 Montevideo

## Introducción

El turismo puede ser concebido como un fenómeno social, que implica el acondicionamiento de recursos naturales para la explotación racional, la instrumentación de diversos servicios con el objetivo de satisfacer las necesidades de los consumidores pero también como un fenómeno económico que genera necesariamente la construcción de instalaciones recreativas, el acondicionamiento de hoteles y otros servicios. De esta manera, se va ampliando el uso del espacio en un proceso que implica, además, la generación empleos y de variadas fuentes de ingresos.

En este artículo se presenta una recopilación de la tarea de investigación que abarca los primeros cincuenta años del S. XX, período en el que el fenómeno turístico adquiere relevancia en Uruguay. Entendiendo que las prácticas turísticas son procesos que exigen una mirada que trascienda fronteras, más global, algunos de los aspectos abordados son comparados y presentados insertos en la región del Cono Sur. Mediante el análisis comparativo fue posible percibir que tanto en Argentina como en Brasil se produjeron propuestas turísticas similares en lo que refiere al turismo de veraneo cuyas diferencias pueden percibirse en las trayectorias específicas de cada país. En cambio, teniendo en cuenta a Argentina en lo que refiere a otras modalidades las divergencias son notables.

Este trabajo, fruto entonces de una síntesis de una más profunda investigación, se estructura partiendo de la centralidad de Montevideo como ciudad de turismo pasando por el desarrollo de los balnearios en la zona Este del país y arribando a la idea de “país turístico” en el que se incorporan nuevas propuestas y regiones por lo cual se realizará un análisis de la región del Litoral Oeste y su puesta en valor vinculando al turismo a las bellezas y atractivos del río Uruguay.



*Mapa de la República Oriental del Uruguay. Ciudades/lugares turísticos.*

## El cambiante paisaje del veraneo

*“El turismo puede tomar la forma de una búsqueda de aventuras sin peligro, el deseo de cambio, el propósito de "conocer" (...) Cada una de estas características trae consigo un diverso tipo de turismo. Hoy ya no podemos entender al hombre que dice haber dado la vuelta al mundo caminando en su habitación por simple acto imaginativo.”*  
Francisco Mazzoni, *Almanaque del Banco de Seguros, 1953.*

En Uruguay la actividad turística forma parte del proceso modernizador, político, económico y social iniciado a fines del S. XIX. Su economía con un fuerte perfil agro exportador había comenzado su lento proceso diversificador en el que se ubica la expansión del turismo, cuyo principal atractivo fue el área costera sobre el Río de la Plata y luego, la del Océano Atlántico. Los agentes comerciales no fueron los únicos protagonistas ya que poco más tarde el Estado, intervino en diferentes áreas económicas, por ejemplo, en la financiera con la apertura de bancos estatales, y además, proveyó de infraestructura, servicios y espacios públicos adecuados para el esparcimiento teniendo una activa participación en la instalación de hoteles y paradores.

Se inauguró, entonces, un proceso que está signado desde los orígenes por una problemática compuesta por dos vertientes que aún perduran: por un lado, el turismo estacional -el de veraneo- al que se le asocia la sobre explotación del recurso y, por otro, la dependencia del mercado turístico argentino, con un perfil excesivamente regional en cuanto al mercado emisor. La primera cuestión aún se confirma plenamente ya que en el anuario estadístico del Ministerio de Turismo y Deporte el período estival se mantiene de manera constante como el de mayor afluencia.

A grandes rasgos son notables las diferencias de Uruguay con Argentina y Europa. Con una profunda vocación de veraneo, los centros serranos pero sobre todo los termales emergieron tardíamente si se tiene presente que, como bien lo analiza Elisa Pastoriza, las serranías de Córdoba desde fines del S. XIX estaban siendo acondicionadas por empresas de ferrocarril con hotelería adecuada inicialmente a fines terapéuticos y que en los años treinta el *escenario turístico* avanzaba sobre el curativo. Con respecto a las aguas termales señala que a mediados de ese siglo atraían visitantes las ubicadas en los Andes de Mendoza en las que luego colaboraron los ingleses de las empresas del ferrocarril que poseían gran experiencia en crear ámbitos vacacionales curativos y placenteros.<sup>3</sup> Si se considera cualquier sitio termal de Europa basta para corroborar esa tendencia del mundo occidental en el S. XIX en la que esas cálidas y mineralizadas aguas anteceden al baño de mar ya fuese como curativas o simplemente

<sup>3</sup>Pastoriza, 2011: 86-91.

siguiendo la moda marcada por la realeza y la alta burguesía. Así lo concluyen las investigaciones de Carlos Larrinaga sobre el origen del turismo en España.<sup>4</sup>

La importancia de la ciudad de Montevideo dado su desarrollo en turismo de veraneo desde fines del S. XIX, ha merecido por nuestra parte un análisis específico. Sin perjuicio de lo cual, es necesario señalar que se originaron procesos simultáneos en el resto de la costa los que se produjeron a diferente ritmo como se observa en los departamentos de Maldonado, Canelones y Rocha.

El proceso de construcción del paisaje costero transcurrió por diferentes etapas generando diversos paisajes balnearios que respondieron al contexto cultural y social. En este sentido, se entiende que el atractivo turístico es una construcción cultural, producto del sistema de valores sociales referidos a los atractivos naturales y culturales de una localidad o región que dan cuenta de cuestiones que pueden parecer tan banales como las vacaciones o el esparcimiento pero que sin embargo funcionan como disparadores de intervenciones e inversiones de muy variado porte.

Es posible descubrir peculiaridades en las instalaciones de uso social si se comparan las diferentes instalaciones balnearias para baño de mar, paseo y hospedaje en las playas de Montevideo. La historiografía ha interpretado ese proceso como la formación y consolidación de “la ciudad balnearia y la ciudad jardín”, en referencia esta última al profuso diseño de parques y barrios jardines.<sup>5</sup> Ese “despertar costero” cuyos primeros pasos fueron la forestación ornamental y la expansión hotelera tuvo como período clave las dos primeras décadas del S.XX con la construcción y apertura de los primeros hoteles en Montevideo, Atlántida, Piriápolis y Punta del Este. La simultaneidad observada en los orígenes de los balnearios de Montevideo, Canelones y Maldonado conduce a considerar de desarrollo temprano estos emprendimientos balnearios de características similares en sus orígenes: forestación, hoteles balnearios en su mayoría con casino, y luego, loteo de tierras. Lo que contrasta con el inicio un poco más tardío de los balnearios de Rocha –a partir de la década del treinta– cuyas características difieren de los departamentos mencionados por sus balnearios “rurales” de aspecto rústico, con visitantes locales, de lento crecimiento hotelero y con el único balneario de diseño planificado: La Paloma. Circunstancia que se explica por la escasez de medios de transporte por tierra, fue recién a partir de la década del treinta que la construcción de carreteras comenzó a facilitar los viajes más allá de Maldonado, departamento que ya contaba por esos años con el ferrocarril para comunicarse con Montevideo y un incipiente sistema de carreteras, mientras que La Paloma sólo se comunicaba con la capital del departamento de Rocha.

La popularización del gusto por el veraneo y los consecuentes cambios de comportamientos sociales pueden ser enmarcados en el planteo realizado por Lash y Urry donde la modalidad turística predominante es aquella que permanece a través del devenir histórico.<sup>6</sup>

El cambio en el gusto por el veraneo dejó sus huellas constatables en la reorganización de los balnearios que van tomando diferentes significados. Los

<sup>4</sup> Larrinaga, 2007: 111.

<sup>5</sup> Jacob, 1988: 97.

<sup>6</sup> Lash y Urry, 1998:21.

primeros balnearios consistieron en instalaciones techadas para baño de mar que se ubicaron en la Ciudad Vieja de Montevideo en el S. XIX y que no se extendieron al resto de la costa.

Le siguieron construcciones de madera que formaban un conjunto en la orilla y que entraban en el mar siguiendo el modelo de los “piers” europeos. Hombres y mujeres tomaban por su lado cortos baños y contaban con casillas de uso privado. Caracterizaron el paisaje costero de fines del S.XIX y principios del XX inaugurando las zonas de Capurro al noroeste de Montevideo y las más perdurables de la costa Sureste de la ciudad: Ramírez y Pocitos.

Precisamente fue en esta zona de la ciudad que mediante una renovación balnearia surgieron complejos constituidos por un gran hotel, casinos, parques, restaurantes y quioscos, servicios en concesión a privados en la playa, carritos de baño, casillas, luego sombrillas. Caracterizaron a buena parte del S. XX y se expandieron por la costa Este del país, readecuándose de acuerdo a cambios de diversa índole. Es en esta reorganización, con expansión espacial y popularización que se fueron liberalizando las modalidades de disfrute de la costa. Ocurrieron cambios extraordinarios, aquel inicial paradigma higienista que aconsejaba vigorizantes y curativos baños o el respirar la brisa marina será sustituido a partir de los años treinta por el disfrute hedonista en el cual arena, sol y mar fueron cobrando relevancia de larga duración. Así mismo, la diferenciación social no fue ajena a *la conquista de la costa*, para disfrutar del mar en las más cercanas playas de Montevideo bastaba con un día de asueto, el rechazo de los más pudientes a esa muchedumbre que las convertía *en ferias* abrió el paisaje en la búsqueda de nuevos balnearios cada vez más alejados, según expresión de John Urry, esos lugares para “visitar, para ver y ser vistos en ella”.<sup>7</sup>

### **Montevideo, capital balnearia y recreativa**

El uso y la readecuación de los espacios ha permitido una reflexión sobre el significado específicamente turístico-recreativo de origen o apropiación estatal debiéndose contextualizar en el impulso del Estado de bienestar.

La política llevada a cabo por el gobierno municipal, mayoritariamente afín al batllismo aún más allá de los períodos de presidencia de José Batlle y Ordoñez (1903-07 y 1911-15) puede explicar parte de las transformaciones de la ciudad, en una relación de encastre con las políticas sociales, caracterizada por el énfasis en la cuestión laboral y los grandes cambios urbanos.

De los cambios urbanos resulta interesante destacar dos etapas:

---

<sup>7</sup> Urry, 2004:121.

1. La del predominio de iniciativas privadas con grandes propiedades, las casas quintas.

2. La del avance municipal confiriendo a extensos espacios el carácter de bienes públicos de uso colectivo. De esta manera, parques y paseos marítimos adecuaban la ciudad para el paseo de los visitantes y representaron espaciosos sitios recreativos para sus habitantes.

Estas transformaciones urbanas que implicaban nuevos comportamientos sociales y que posibilitaban la instrumentación de nuevos servicios pudieron ser viables por dos razones fundamentales. En primer lugar, por la legalización del tiempo libre al legislarse la duración de la jornada y semana laboral con días de descanso a partir de 1915 y la posterior reglamentación de la licencia anual. En segundo término, por el nuevo concepto de ciudad, en una relación dual de ámbito de trabajo y de recreo al que debía acceder toda la población

El gobierno de Batlle y Ordóñez intentaba promover la “industria del turismo” como parte del modelo de país industrial que sustentaría el progreso económico y social, es decir, la idea de una capital ostentosa y opulenta a través de la cual se obtendría el mejoramiento de la calidad de vida de los ciudadanos y la atracción de recursos económicos externos.

El embellecimiento urbano que emprendía el gobierno municipal se justificaba en ambas funciones porque: “[...] lejos de suponer gastos improductivos significa una colocación remuneradora de los caudales públicos.” Se mejoraban las condiciones higiénicas de los habitantes de la ciudad y se fomentaba “la concurrencia de forastero.”<sup>8</sup>

En este sentido, se señala que desde principios de siglo XX se adecuaron zonas prácticamente vacías de Montevideo y del país en función del ocio pero también de nuevos espacios productivos. Con la adecuación de los recursos naturales en particular de la costa, se modificó el paisaje, se instalaron redes de transporte y se implementaron políticas urbanas afines a esa nueva función.

A modo de ejemplo, cabe resaltar la serie de proyectos e inauguraciones de instalaciones turísticas/recreativas que comenzaron a partir de 1873 con el Prado Oriental, expropiado en 1879; el Hipódromo de Maroñas (1888); el Parque Urbano (1901); el Rosedal del Prado (1912); el inicio del proyecto del Parque Central y el Plan de Ensanche y ornamentación de parques, plazas, paseos (1911); la rambla entre Ramírez y Pocitos (1915); la adquisición del Parque Rivera (1929); la construcción del Estadio Centenario (1930).<sup>9</sup>

Estas intervenciones urbanas adquieren connotación regional si se las compara con Río de Janeiro, capital de Brasil, que emprendió en las primeras décadas del S. XX una profunda renovación con la apertura de la vieja ciudad hacia una zona norte residencial y la construcción de la Avenida Beira Mar al sur, constituyéndose en un pintoresco paseo marítimo. Las empresas de transporte - impulsando y acompañando estos cambios - inauguraron líneas de tranvías entre los barrios en formación de Copacabana e Ipanema. Asimismo se inauguró (1912) el teleférico entre los cerros Pan

<sup>8</sup> IMM, 1911:97.

<sup>9</sup> Ver un listado más exhaustivo en da Cunha, 2010.

de Azúcar y Urca y en los años treinta el Cristo del Corcovado, entre otros espacios recreativos y turísticos.<sup>10</sup>

Los paseos marítimos (popularmente conocidos como ramblas) tienen un significado muy relevante en el imaginario uruguayo, la vinculación con la costa fue parte del proceso de crecimiento de la ciudad, el cual los habitantes lo fueron asimilando paulatinamente apropiándose de ese espacio. La relación entre el ciudadano y el mar se asocia de manera sostenida con la sociabilidad, el paseo y el disfrute.

A partir de la primera década del S.XX, las ramblas fueron construidas por tramos y se comenzaron a rodear de nuevos barrios y grandes arterias de comunicación entre la ciudad y la costa. La obsesión por la cercanía al mar - propia de la burguesía desde fines del S. XVIII- muy en boga en este período, fue interpretada a la perfección por los empresarios privados y del gobierno municipal generando además, determinados comportamientos sociales.<sup>11</sup> Las pautas culturales, el control social y sus cambios acelerados a partir de la década del treinta exigieron en su momento una complicada infraestructura para tomar brisas y baños de mar. Por lo cual del libre uso de la costa se transitó a la extrema regulación por parte del Municipio y de ésta a la flexibilización de formalismos sociales para su disfrute. Este racional y ordenado acercamiento al mar fue compartido por Mar del Plata y Río de Janeiro. En la primera, en continua adaptación de estilos a los nuevos gustos generando extensos debates entre la municipalidad y empresarios / usuarios que habían iniciado estas instalaciones.

En cuanto a las actividades recreativas y de esparcimiento cultural en la ciudad de Montevideo, se señala en primer término al carnaval debido a la importancia que tuvo en la ciudad desde los inicios de la actividad turística. Este tuvo distintas modalidades y escenarios que iban desde los desfiles callejeros hasta los bailes de carnaval en los más prestigiosos clubs y hoteles de Montevideo. Fue presentado por medios de comunicación escrita como una de los principales atractivos para los turistas y en cierta medida conformó un rasgo identitario exclusivo de lo *uruguayo*.

A este principal atractivo debe sumársele los espectáculos de fuegos artificiales y los que se desarrollaban en el Teatro de Verano, las fiestas sociales, la doma de potros o criollas, las carreras de caballos, las competencias deportivas y el ballet acuático en piscinas.

Sin lugar a dudas, una de las actividades que se va consolidando en el período y que se identifica claramente con la Semana de Turismo es *la criolla* término por el cual se conocen los espectáculos tradicionales de doma de potros que se llevaban a cabo en El Prado y que ponían en valor las tareas gauchescas y las costumbres típicas del campo. En este sentido, la revista *Turismo en el Uruguay* sostenía que: “[...] acrecientan año tras año el interés del público uruguayo y de los turistas por estas reuniones de auténtico criollismo.”<sup>12</sup>

<sup>10</sup> Von Der Weid, 1994: 81 - 92.

<sup>11</sup> Ver en Corbin, 1993.

<sup>12</sup> Turismo en Uruguay, 1948: s/p.

Esta variedad de espectáculos transformaba a Montevideo en un gran escenario festivo para todos los gustos y preferencias sociales que en algunos casos eran re significados por su valoración turística.



Fuente: *Turismo en el Uruguay, año IV, n°10 [1938] El carnaval.*



Fuente: *Turismo en el Uruguay, n°5, abril de 1936.*

## Los hoteles balnearios

Los hoteles –balnearios reunían características distintivas. Estaban instalados muy cerca de la costa, contaban con parques e instalaciones de esparcimiento, disponían de una extensa lista de servicios que complementaban el hospedaje y de salas de juego que fueron explotadas inicialmente por el gobierno municipal. En 1915 el municipio de Montevideo adquirió los dos más importantes exponentes: el Parque Hotel Casino y el Carrasco Casino Hotel.

En la región, una de las constantes de la construcción hotelera fue que dada la magnitud de las inversiones requeridas a menudo los proyectos venían precedidos de trayectorias empresariales importantes.

Este acondicionamiento hotelero merece también un análisis regional –que debería profundizarse– pues presenta características compartidas que pueden

enunciarse de la siguiente manera: se destaca en la fase de despegue y consolidación, formó la imagen de las ciudades turísticas, fue impulsado por los gobiernos- centrales o municipales- aunque con énfasis diferentes, congregó un turismo elitista motivado por la cercanía al mar de instalaciones lujosas al tiempo que significaba la posibilidad de cultivar buenas relaciones sociales.

La fase de despegue en Montevideo se caracterizó por la presencia de emprendimientos privados, comenzando por el Hotel Argentino en Pocitos, siguiendo por el Casino Parque Hotel en 1909 y por el Hotel Casino Carrasco en 1912. No se concebía a los hoteles balnearios sin el agregado de los juegos de azar. Se ha afirmado que los casinos no sólo proporcionan rentas sino prestigio al hotel que los albergaba. En esa línea se puede enmarcar la aspiración de Francisco Piria de obtener hacia 1912 su concesión de juegos de azar como prolegómeno a la construcción de un gran hotel en Piriápolis.<sup>13</sup> Esta situación presenta similitudes en las ciudades de Mar del Plata y en Río de Janeiro, aunque en estas las concesiones para la explotación de los juegos de azar estuvieron sujetas a marchas y contramarchas de los gobiernos de turno.

Merece destacarse la gestión y control público a cargo del gobierno departamental montevideano. A partir de la Dirección de Paseos Públicos en 1916 fue creada la Comisión de Fiestas cuyo objetivo era el fomento del turismo y la administración hotelera. Fue uno de los aspectos que deparó cierta sorpresa ya que la importancia que adquirió el patrimonio municipal a partir de 1915 al comprar simultáneamente los dos grandes hoteles de la costa –Casino Parque Hotel y Hotel Casino Carrasco- no guarda relación con el retraso institucional para la gestión de esos bienes. El traslado del debate político partidario al ámbito administrativo impidió la gestión responsable de ese patrimonio.

El interés en la gestión hotelera demostrado por el gobierno municipal de Montevideo es calificable de inédito en la región. En Argentina, la gestión sindical predominó cuando el objetivo fue integrar al turismo a sectores sociales excluidos de las propuestas tradicionales mediante el impulso de colonias de vacaciones y complejos vacacionales. Entre la importante oferta hotelera argentina el Hotel Llao Llao de Bariloche y el Hotel Provincial en Mar del Plata son los ejemplos paradigmáticos de gestión provincial en Argentina.

El proceso de organización del turismo a nivel nacional en Uruguay fue un poco más tardío que el involucramiento gubernamental que se viene relatando. Comenzó en los años treinta tomando inicialmente como referente el sistema de la organización española. Al respecto es comparable a la política instrumentada por el gobierno español a fines de la década del veinte al contribuir en el desarrollo de lugares con potencial turístico y escasa hotelería instalando paradores y una red de establecimientos de propiedad estatal.

A su vez, Río de Janeiro revela simultaneidad en este proceso, a pesar de que trayectorias disímiles derivarán en futuros bien diferentes. En ese acercamiento a la costa, surgieron los hoteles Gloria (1920) y Copacabana Palace (1923) ambos de origen y gestión privada. El Estado brasileño sólo imaginó el proyecto hotel balneario con casino –el Copacabana Palace-, su culminación y desarrollo permaneció en manos

---

<sup>13</sup> Jacob, 2000:293.

privadas Si cronológicamente las similitudes se suceden, las diferencias surgen apenas se profundiza. En el caso del Copacabana, el presidente Epiácio Pessoa, salió a la búsqueda de un arriesgado inversor. Todo indica que fue parte del proceso de modernización de Brasil, en el marco de los festejos del centenario de la independencia en 1922 definiendo a largo plazo una imagen de valor internacional.

En Argentina, Mar del Plata bien puede concebirse como el modelo de turismo veraniego que se desplegó en la región con el diseño de los primeros balnearios, el Bristol, La Perla, el Saint James. El Bristol Hotel (1888) es considerado por historiadores argentinos como el símbolo de la etapa aristocrática del balneario junto a la rambla. Aquel ejercicio comparativo iniciado hace algunos años se sigue ampliando en la medida que la investigación en la región permita registrar continuidades y contrastes. Vale recordar que en Mar del Plata- como bien lo señala Elisa Pastoriza- en la playa Bristol se sucedieron cinco modelos de ramblas que se fueron suplantando en el transcurso de 70 años e inauguraron un temprano paisaje democratizador.<sup>14</sup> De aspecto monumental en su mayoría, fueron incluyendo diversos tipos de instalaciones de paseo y comerciales pero las diferencias con la construida en Montevideo y en otras costas de río y de mar son notables: de extrema sencillez sólo significaban un paseo marítimo, cuanto más extenso mejor, y cuyas intervenciones sólo trataban de restaurar las huellas que dejaban el golpetear del oleaje durante los temporales.

El surgimiento de los típicos chalets “estilo Mar del Plata” y de hoteles menos ostentosos es tomado como síntoma de la nueva etapa, proceso posibilitado por el avance de las comunicaciones. Sobre este tema se puede constatar grandes similitudes en el período, como ejemplo se señala en Argentina la culminación de la ruta nacional N°2 en 1938 que unió a Mar del Plata con el país lo que tiene su correlato en Uruguay con la obra de la ruta N° 1 que comunicó Colonia- Montevideo a partir de 1934. Notoriamente ambos emprendimientos contribuyeron no solo en acelerar los tiempos de los viajes sino también en la consolidación de un perfil más popular.

Sin lugar a dudas, las ciudades balnearias marcaron un perfil distinto al Cono Sur de América Latina en las primeras décadas del siglo XX. Si bien existen diferencias sustanciales entre ellas, la simultaneidad de los procesos pone un acento peculiar. Mar del Plata denota su función específica de balneario, mientras Río de Janeiro se comportaba como una capital con balnearios a similitud de lo que ocurría en Montevideo.

En todo este proceso existe siempre una imagen que simboliza el inicio de cada lugar de los cuales se ha presentado una apretada síntesis y funciona como un marcador de vista - en el sentido expresado por Mac Cannell<sup>15</sup>: el Bristol Hotel representando la etapa aristocrática de Mar del Plata, el Copacabana Palace en Río de Janeiro como refinado acercamiento al mar y la *suntuosidad* del veraneo elitista en el Hotel Casino Carrasco en Montevideo. En todos los casos fueron los iniciadores de lugares de veraneo del mismo tono en el fin de siglo XIX e inicios del siglo XX y tienen en común el haber sido el símbolo del auge del turismo elitista contribuyendo en la formación de la imagen turística de cada una de ellas. Posteriormente fueron signados

<sup>14</sup> Pastoriza, 20 11:90.

<sup>15</sup> Mac Cannell, 2003.

por cambios sociales en cierta forma democratizadores, por comportamientos que las vacaciones incorporaban y a la vez impulsaban.

Este enfoque propuso otra explicación del proceso de expansión de la ciudad de Montevideo, la del turismo como motor de urbanización y crecimiento y la simultaneidad de ese proceso de características similares en países vecinos.

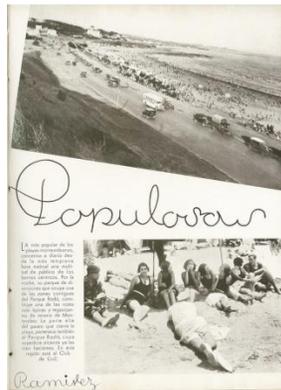
En el análisis comparativo es importante también señalar el proceso de consolidación y permanencia de la imagen turística de las dos ciudades balnearias más paradigmáticas de la región: Mar del Plata y Punta del Este. Ambas han mantenido su imagen de ciudad balneario durante décadas asumiendo las transformaciones históricas y aceptando los cambios para dar lugar a construcciones sociales significativas.<sup>16</sup> En el caso de Mar del Plata, formó parte de procesos democráticos por los cuales se abrieron sus puertas a nuevas clases sociales argentinas. En otra modalidad, Punta del Este acogiendo extranjeros que por diversas razones políticas y económicas recalaban en sus costas. Si bien en ambas se da un proceso de continuo cambio, de adecuación a los nuevos tiempos y nuevas prácticas sociales en cuanto a cultura y consumo, no se puede desconocer que permanecieron fieles a sí mismas, a la esencia de la imagen original. Esta renovación de la imagen implica un valor diferencial que contribuye necesariamente a mantener su validez y por tanto, a la permanencia.

En esos procesos, las prácticas sociales y las intervenciones en el paisaje conformaron productos turísticos e imágenes perdurables e inconfundibles, reconocidas siempre por el turista, por los que regresaban habitualmente pero también por el rechazo de los que no concebían sus vacaciones en alguna ciudad. De acuerdo a la evolución de estas ciudades balnearias, el turismo ha provocado profundas transformaciones en las sucesivas y diferentes ocupaciones del entorno costero y a la vieja concepción de vacaciones junto al mar a las que inicialmente se le agrega el juego de azar, se le fueron sumando otros escenarios de neto corte cultural, social y político. Un interesante ejemplo de la impronta cultural que comienza a establecerse - sobre todo a partir de la década del 50- se manifestó en el montaje del Primer Festival Internacional de Cine que se llevó a cabo en Punta del Este en 1951 y que tiene su paralelismo en una edición en Mar del Plata del también denominado Primer Festival Internacional de Cine en 1954 aunque en este caso significó, además de las características generales de este tipo de eventos, un impulso importante al cine nacional argentino.<sup>17</sup> En ambos casos la coincidencia se debe ver en la participación del jet set internacional y a las expectativas que generaron como instrumentos propagandísticos que combinaba los placeres estivales con la excelencia del séptimo arte.

---

<sup>16</sup> Campodónico y da Cunha, 2009.

<sup>17</sup> Pastoriza, 2011:228.



Fuente: *Turismo en el Uruguay, n°3, diciembre de 1935.*



Fuente: *Turismo en el Uruguay, año1, octubre de 1935.*

## Los paisajes del Este

Como se ha planteado el análisis del turismo puede tomar diferentes perspectivas. La del proceso de formación de la imagen país turístico es otra de ellas. La casi plena ocupación costera es el primer acercamiento a esa noción que luego va ampliando su base con la inclusión de nuevos atractivos naturales y culturales puestos en valor donde comienza a emerger con distintos grados de aceptación el llamado Uruguay Profundo, poco conocido pero cargado de tradiciones culturales e historia que le conferían sus ríos, las ciudades del interior y el ámbito rural.

El comienzo de cada temporada estival era un hito importante no sólo en la promoción realizada por los distintos medios de prensa sino en las significaciones que confería al imaginario turístico de los uruguayos. Cada 8 de diciembre, nominado como el Día de las Playas en el calendario de feriados de 1919, las referencias y alusiones a las prácticas veraniegas eran más que relevantes. Se toma como ejemplo la

publicada en 1941 que refleja en esencia lo manifestado en cada uno de los años analizados en el período.

*“Mañana es la fecha tradicional de inauguración de la temporada balnearia, y empezará, como todos los años, la afluencia a playas platenses y oceánicas, a poblarse los hoteles con activísima vida mundana, y a frecuentarse los caminos carreteros, excelentes, que unen Montevideo con la costa atlántica.*

*Tienen nuestros balnearios bien ganado prestigio, por sus arenas finas y limpias, de suave tacto, y las bellezas que circundan a muchas de ellas, con frondosos árboles y extensos bosques de pinos, dádiva milagrosa de la naturaleza, que halaga y retiene al viajero.”*<sup>18</sup>

Los atractivos naturales se presentaban vinculados estrechamente al componente de hospitalidad de los uruguayos y las playas aparecían diferenciadas unas de otras tal como se diferencian las piedras preciosas. Las playas del Este se presentaban con atributos diferenciales: el clima fresco en oposición al calor de la ciudad – ejemplificado en Buenos Aires-, el bello panorama, la calidad de los servicios. Este tipo de relato pretendía motivar el viaje de los uruguayos - lectores mayoritarios de este medio de prensa- a lugares ya concurridos y preferidos por los turistas argentinos.

*“Gran actividad en todos los balnearios: Nuestros balnearios y hoteles viven en estos momentos la agitación febril de otra temporada veraniega, e inician con vibrante impulso una nueva etapa de su evolución ascendente.*

*Zonas de turismo por excelencia, ha bastado que el rigor veraniego hiciera presente su temperatura canicular, para que millares de familias argentinas se apresuraran a reservar alojamientos en los distintos establecimientos hoteleros que circundan las prestigiosas playas uruguayas.*

*Es así que muy pronto se sucederá el espectáculo magnífico que brindan las interminables caravanas de viajeros dirigiéndose a esas zonas privilegiadas, ávidas de la frescura de su clima y ansiosas de la contemplación de sus innumerables bellezas.*

*La hermosa ribera uruguaya, su grandeza panorámica, su triple conjunción de mar, bosques y sierras, en un marco de indescrutable belleza, como así también su capacidad para atender dentro de las normas del más exigente confort moderno las grandes corrientes turísticas que se desplazan hacia sus playas, han hecho del Uruguay, un lugar preferido e insustituible para los que en realidad anhelan pasar un verano placentero.”*<sup>19</sup>

Como se ha señalado, partiendo desde Montevideo la adecuación de la costa continuó su ruta hacia el Este del país por lo que nuestra investigación así como este artículo han seguido ese derrotero. La costa platense y oceánica, la “riviera”, fue descrita y a su vez valorizada y resignificada en los folletos de las décadas del cuarenta y cincuenta. El interés se focalizaba en los paisajes natural y social compuestos por una “[...] maravillosa curva festoneada por el mar en una sucesión de

<sup>18</sup> El Día, 7 de diciembre de 1941: 2- 3.

<sup>19</sup> El Día, 8 de diciembre: 5.

ensenadas, puntas y playas adornadas de sierras y bosques [...]” que se había equipado con balnearios “para todos los gustos y todas las fortunas.”<sup>20</sup>

Esa vista panorámica admitió la construcción de un perfil bien definido sobre ambos pilares -lo natural y lo social- que borraba la idea de costa homogénea, muy por el contrario, tanto la prensa como folletos y guías turísticas no dejaban de destacar factores diferenciadores entre estos, los que a la larga demarcaron fronteras sociales que sólo el turismo de masas de la segunda mitad del S. XX apenas desdibujaron. Las “playas urbanas” eran las de Montevideo, “playas rodeadas de bosques” las de Atlántida y la Floresta, “playas rodeadas de bosques y de sierras” las de Piriápolis y Solís, destacándose Punta del Este por su “vida social” y las “playas atlánticas” que alcanzaban la frontera con Brasil, las de La Paloma y La Pedrera.

La variedad de actividades articuladas a la riqueza natural aportaba y definía sus principales características y los espacios para la sociabilidad - específicamente veraniegos- no solo proporcionaban esparcimiento sino que demarcaban el lugar para determinados tipos de veraneantes y la exclusión de otros que no dejaron de tener el derecho al descanso y la diversión. Lo que se constata es que si Punta del Este se distinguió por su perfil elitista, también los trabajadores estatales encontrarían sus vacaciones ideales en las instalaciones del Parque de Vacaciones de UTE<sup>21</sup> enclavado en las serranías del departamento de Lavalleja cercanas a Maldonado. En cualquier caso, la extensa costa en relación al tamaño y población del país, merced a los numerosos loteos de terrenos, permitió a la clase media nacional contar con su rincón de playa, parque y de tradicional asado.

Por lo tanto, el veraneo -si bien representaba en los primeros cincuenta años del S. XX descanso y reposo- no impidió la práctica de una extensa gama de actividades adecuadas al marco natural, social y cultural que en algunos casos se fueron configurando como prácticas turísticas.

*“El baño de mar, fresco y reparador de energías, cuenta con millares y millares de devotos que se renuevan en forma constante.*

*A tal atractivo debe agregarse la comodidad de la indumentaria que permite el empleo de sobrantes energías en los juegos de playa, en el ejercicio muscular moderado, beneficioso para la salud del cuerpo y tonificación del espíritu [...].”<sup>22</sup>*

Caracterizado como “ambiente sano y cordial” si sólo se repara en esta cualidad se podría afirmar que el veraneo aún transcurría bajo el paradigma higienista al otorgar gran influencia al ambiente en la salud y cura de enfermedades. Sin embargo, otros atributos resultaban infaltables especialmente cuando se pretendía atraer turistas mostrando balnearios o sitios diferentes. En los apartados que siguen se presentarán los lugares de veraneo más representativos registrando el acento que los medios de difusión escrita transmitían al hacerlos conocer no sólo a los turistas mediante guías, folletos y revistas sino a la población del país a través de medios de prensa de mayor divulgación

<sup>20</sup> Federación Uruguaya de Turismo, 1954:72.

<sup>21</sup> Empresa pública de electricidad “Usinas y Teléfonos del Estado”

<sup>22</sup> Turismo en el Uruguay, noviembre de 1935: s/p.

como lo son los diarios de tiraje nacional y el Almanaque del Banco de Seguros del Estado.

Un abanico de opciones se abría en la costa contigua a Montevideo y justamente merced a esa cercanía se fueron desarrollando pequeños balnearios que desde la década del cuarenta al menos fueron denominados como “Costa de Oro” en el departamento de Canelones. Las excursiones por el día y una publicitada venta de terrenos los convirtió rápidamente en una opción de vivienda permanente lo que no fue traba para que se los promocionara como hermosos sitios veraniegos. San José de Carrasco, El Pinar, Marindía, Fortín de Santa Rosa, Atlántida, Las Toscas, Parque del Plata, La Floresta, Costa Azul, San Luis, Los Titanes, La Tuna y Santa Lucía del Este aparecían en los medios unidos por el mar –el Río de la Plata- las arenas y los bosques, todos igualmente apropiados para el descanso, el deporte y el encuentro familiar.

Dos balnearios fueron privilegiados por las inversiones en equipamiento e infraestructura y consecuentemente fueron portadas de revistas y extensos artículos en la prensa. Atlántida y La Floresta contaban en los años treinta con los servicios propios de una urbanización madura.

El primero de estos, Atlántida, se presentaba como “el primer gran balneario de rango social en la costa después de Carrasco.”<sup>23</sup> En pocos años Atlántida contaba con todos los servicios propios de una urbanización balnearia de jerarquía: electricidad, agua potable, destacada hotelería con casino que ahondaba las diferencias con los otros centros de veraneo más rústicos del departamento y que favorecían la concentración de esparcimientos y todo tipo de eventos (pesca, paseos a caballo, fiestas animadas por prestigiosas orquestas, elecciones de Miss Uruguay) todo lo cual propiciaba su promoción como sitio ideal para visitar aún en el otoño. En 1913 se inauguró el primer hotel, el Atlántida Hotel, de arquitectura innovadora, el art decó, con dos plantas y situado frente al mar al que pronto se le unieron otros. Con lo cual siguió el patrón dominante detectado en la ocupación costera más exitosa en la medida que pretendía captar turistas provenientes de la región. Forestación en los extensos arenales, instalación de un hotel de relevancia social, paseo marítimo, casino y deportes elitistas. Esta temprana urbanización turística la diferenció de los otros balnearios de esa zona que se mantuvieron con un estilo rústico y familiar, no obstante los medios la destacaban por su ambiente natural, por sus médanos y espesos bosques, “de serenas aguas con atardeceres maravillosos de colorido.”<sup>24</sup>

La Floresta en cambio se lo mostraba con un matiz diferenciador: “el oasis de paz, [...] el viejo centro de veraneo de todas las familias católicas montevidéanas, que prefieren pasar a la antigua sus vacaciones, en comunión con la naturaleza [...]”<sup>25</sup> Pese a estas afirmaciones igual dispuso de un exclusivo hotel con casino, clubes sociales, paseo marítimo, todo lo cual le permitió conseguir prestigio entre las familias más tradicionales.

El chalet en la costa con parrillero, muelles pesqueros, alquiler de botes y caballos o la instalación de ranchos y carpas por parte de entidades deportivas y sociales,

<sup>23</sup> Federación Uruguaya de Turismo, 1954: 72-75.

<sup>24</sup> El Día, 23 de febrero de 1941:6.

<sup>25</sup> Turismo en el Uruguay, 1942: s/p.

convirtieron a la cercana costa de Canelones en el lugar privilegiado para vacaciones y fines de semana al aire libre. En el mediano y largo plazo significó el ideal de vacaciones para los trabajadores y sectores medios de la sociedad uruguaya.

Los lugares para el paseo se extendían a las cercanías de los abundantes ríos y arroyos que se solía destacar por su valor autóctono, representación válida para el interior del país con una larga tradición de vocación por la pesca y la caza, esparcimientos preferidos por los montevideanos durante la Semana de Turismo como así se calificó desde la aprobación de la ley de feriados de 1919 a la Semana Santa. Con gran esfuerzo algunos medios de prensa exaltaban la rivera de algún arroyo como *parque natural* o a pequeños poblados, alguno con hipódromo, otros con fiestas de la vendimia o simplemente por sus centros sociales y deportivos.



Fuente: *Turismo en el Uruguay, Año III, n°7, [1937] Rio Santa Lucía.*

## En búsqueda del paraíso veraniego

Siguiendo ese itinerario las costas de los departamentos de Maldonado y Rocha concentraron el atributo de *belleza extraordinaria* aunque avanzando en el relevamiento y análisis, las diferencias son notables.

En 1954, su “riviera” incluía desde el oeste hacia el este ciudades balnearias y pequeños balnearios: Solís, Bella Vista, Las Flores, Playa Grande, Piriápolis, Punta Fría, Punta Colorada, Sauce de Portezuelo, La Capuera, Laguna del Sauce, El Trébol, Portezuelo, Punta Ballena, El Pinar, Las Delicias (Punta del Este), Cantegril (Punta del Este), Punta del Este, Isla de Gorriti (frente a Punta del Este), San Rafael (Punta del Este), Los Médanos de San Rafael (Punta del Este) El Placer (Punta del Este) La Barra de Maldonado, El Tesoro, Manantiales y Buenos Aires.

Árboles, tierra y mar lucían como los principales atributos de esa “riviera” creando el ambiente propicio para el veraneo pleno de actividades recreativas: pesca,

deportes náuticos, paseos, cabalgatas, eventos deportivos y culturales. Residencias de veraneo y hoteles, atracaderos de yates y ramblas, rodeados de “esplendorosos bosques” significaron la culminación de la gran hazaña de los forestadores, entre ellos Antonio Lussich, Francisco Piria y Enrique Burnett que inventaron un exótico paisaje con el fin de habitar aquellos extensos arenales y médanos que caracterizaban la costa de mar bravío.

A Piriápolis y Solís se le sumaron los pequeños balnearios que florecieron a su sombra conformando la imagen del veraneo entre sierras con un paisaje catalogado como de *extraordinaria belleza panorámica*. Entre las tantas descripciones relevadas la que sigue muestra los componentes más valorados en los años cuarenta.

*“Cerros y montes, valles y arroyos, mar y playas, abarcados por un cielo apacible, descubren el delicado y pintoresco paisaje, con el más compuesto despliegue de formas y matices, en que se ubican, en la costa sureste, Piriápolis y Solís.”*<sup>26</sup>

Pese a esa unidad paisajista fue posible detectar factores diferenciadores en sus inicios que determinarán perfiles bien diferentes. Solís fue fundado por la familia Barrera poseedora de una estancia cercana al mar. Desde 1916 conformaron la Compañía Parque Balneario Solís que sumando integrantes aprovecharon su prestigio social atrayendo veraneantes e inversores, entre estos a la colectividad inglesa que dirigían empresas de ferrocarril, frigoríficos, bancos y aseguradoras. El casco de estancia fue el primer hotel – Hotel Balneario Solís- al que le siguieron algunos pocos más. A los promocionados loteos de extensos terrenos que albergaron casas que evocaban un estilo rústico europeo consecuentemente no le faltaron las canchas de golf y de tenis para recrear un distinguido veraneo familiar y de *buenos modales*.

La crónica, en este caso de una descendiente de la familia fundadora, resulta sumamente ilustrativa.

*“Saberse huésped de un hotel de tan encumbradas [Hotel Alción] características significaba aceptar la exigencia de buenos modales, condición imprescindible para la puesta en escena regida por reglas que de ninguna manera debían quebrarse: un atuendo apropiado y a cargo de sus niñeras, los menores disponían de su propio “comedor de niños”, mientras que los mayores, mirando el horizonte a través de los curvos ventanales de un inmenso y alfombrado comedor, e inmersos en los acordes de la orquesta de Xavier Cugat, esperaban la voz del maitre invitando a sentarse a la mesa: “Voilà Messieurs, Madames vous êtes servis.”*<sup>27</sup>

Pero esa promocionada distinción no fue excluyente del veraneo familiar de sectores medios que gustaban de la cercanía de lo prestigioso. Sencillas prácticas sociales como los bailes de carnaval, campeonatos de rummy canasta, de truco, partidos de vóleibol, palo enjabonado y juegos para niños, desdibujaron los límites de esos dos mundos sociales.

<sup>26</sup> Turismo en el Uruguay, 1948: s/p.

<sup>27</sup> Barreira, 2003: 74.

Por su lado, en el cercano Piriápolis, Francisco Piria a partir de fines del S. XIX establece ese patrón de ocupación costera ya referido –forestación y hotelería- aunque rápidamente lo supera al agregar una profusión de atractivos que aprovecharon con habilidad el entorno serrano. La monumentalidad del Argentino Hotel Casino inaugurado en 1930 quedó inmersa en la sencillez de pequeños monumentos ubicados en cerros o en sus faldas que prácticamente habían iniciado la urbanización del balneario. El parque de la Cascada, La Virgen Stella Maris o de los pescadores, la Fuente del Toro, la Fuente de Venus, el cerro Pan de Azúcar con su cruz en la cima, la rambla, también de los Argentinos, la pista de carreras criollas hasta los años treinta. Más tarde siguiendo esa tradición ornamental recreativa al cerro San Antonio de la zona del puerto se le agregan un templete al santo homónimo con una carretera de circunvalación hasta la cima, aerosillas y los pesqueros de la contigua Punta Fría. A esa abigarrada invención de atractivos, los juegos de azar del Argentino Hotel y a partir de 1952 un evento anual de carreras automovilísticas completaban esa implícita idea del fundador de que el veraneo y el otoño con la Semana de Turismo incluían espacios de esparcimiento para todos los gustos y preferencias.

El agua, en su versión marina o en las fuentes, fue resignificada por sus cualidades saludables, los cerros ornamentados que lograban categoría de atractivos, la rambla con simbólicas pilastras y balaustradas fueron creando un perfil místico que daba cuenta de la concepción cosmogónica de su creador. Esta ha sido una de las improntas del balneario ya que en la actualidad ha tomado forma al establecerse un circuito místico que bien puede ser considerado indicador de la permanencia de la obra de Piria. Ese perfil distintivo cuenta con una arquitectura inconfundible. Como se ha analizado en otra oportunidad varios hoteles de las décadas del treinta y cuarenta compartían lo que algunos especialistas consideran una variante del Art Decó, el llamado *estilo barco*. Fueron construcciones de clara intencionalidad en las que se intentaba recrear el ámbito marítimo en las fachadas, balcones y cornisas que imitaban proas y barandas de barcos.<sup>28</sup>

Lo cierto es que entre loteos de terrenos y unos cuarenta hoteles de distinto porte y confort, Piriápolis atrajo un turismo interno de clase media que convivía con turistas argentinos, la fuente de inspiración de Piria. El Argentino Hotel Casino se destacó desde su inauguración por “sus interiores suntuosos y esmerados servicios”, por su función de “verdadero centro social en el que visitantes extranjeros y uruguayos” compartían “los diversos atractivos del popular balneario del Este.”<sup>29</sup> Enmarcado por la Sierra de las Ánimas, por el océano que avanzaba sobre el río y por “los bosques adyacentes”, se lo presentaba como el lugar ideal para respirar el “aire puro” y vivir el “sedante panorama.” Fue sede de reuniones sociales y de una gran variedad de eventos, entre estos la anual elección de Miss Juventud y Miss Universo, acontecimientos que en la época otorgaban renombre internacional.

La contracara de ese ámbito turístico de clase media con ciertas ambiciones suntuosas la representaron el camping de la Asociación Cristina de Jóvenes instalado en 1917 que figura como el primer camping permanente de América Latina y la Colonia

<sup>28</sup> da Cunha y Campodónico, 2011:12.

<sup>29</sup> Turismo en el Uruguay, 1948: s/p.

Escolar de Vacaciones del Consejo Nacional de Enseñanza Primaria y Normal. Ésta se instaló en el que fuera el primer alojamiento del balneario, el Hotel Piriápolis de 1905, siendo concebida como “una realización plena de generosa solidaridad hacia el niño.”<sup>30</sup>

La costa de Maldonado simbolizó el veraneo y las vacaciones junto al mar por la rápida concentración y especialización social de sus balnearios. Punta del Este fue y es el símbolo del turismo elitista, al analizar su proceso de construcción ha sido posible diferenciar dos etapas: la primera, en la que la vida veraniega estuvo concentrada en la península con los primeros hoteles, pautaada por una vida social sencilla de cabalgatas por sus extensos bosques artificiales, playa, pesca y encuentro social. El cambio se hizo evidente en el transcurso de la década del cuarenta, el Club de Golf de San Rafael, con el *européo* hotel del mismo nombre y los proyectos de urbanización con extensos terrenos perfilaron la profundización de esa vocación elitista inicial. El Cantegril Country Club concentró a partir de 1947 parte de la vida social, deportiva y cultural, reuniones bailables, desfiles de alta costura, canchas de polo, de golf, de tenis, de básquetbol, jardines, piscinas y en su interior, canchas de bowling, espacios para juegos de cartas y bingos y boite. El Primer Festival de Cine Internacional de 1951 con el apoyo del gobierno pero impulsado por el argentino Mauricio Litman - que contaba con años de trayectoria en los negocios inmobiliarios- corrobora el supuesto que el virtual cierre de frontera de Juan Domingo Perón terminó por impulsar aún más el crecimiento del balneario e incentivó de hecho, la ostentosa sociabilidad rioplatense.

Precisamente en esos años comenzó a ganar el título de *capital balnearia*, indicativo seguramente de la plena sustitución de Montevideo como centro veraniego. La revista Turismo en el Uruguay –publicación de la Comisión Nacional de Turismo- no sólo publicaba elogiosos artículos con hermosas fotografías sino que en 1942 le dedicó un ejemplar en que relataba la vida puntaesteña.

Atributos de índole geográfica y la valoración de la acelerada transformación del paisaje se asociaban de manera intrínsecamente vinculante a la intensa y animada vida social de las elites montevideana y porteña.

*“Punta del Este penetra en el océano en forma de península; reúne, en virtud de su estructura geográfica, la mayor suma de condiciones naturales y artificiales; es un balneario que está envuelto en la música sempiterna del mar y el perfume de los bosques cercanos. A aquellos atributos propios, une el ser el primer centro veraniego de la República.”*<sup>31</sup>

Los “barrios residenciales” fueron tomados como referentes del veraneo elitista, la necesidad de llamar la atención a inversores generó profusas narraciones publicadas en la prensa y revistas especializadas. De esta expansión fuera de la península se destacaban las urbanizaciones a medida que iban surgiendo.

De algunos ejemplares de prensa se presenta una síntesis de estos emprendimientos. Estas narraciones a la larga fueron formando la imagen de Punta del Este en las que mar, bosque y serranías entretejían sabiamente colores, sonidos y aromas con el fin de despertar sensaciones.

<sup>30</sup> El Día, 3 de marzo de 1946: 2, 3.

<sup>31</sup> Turismo en el Uruguay, 1946: s/p.

*“Manantiales: La blancura de sus playas la anuncia desde lejos, siendo un sitio apropiado para balneario, no solo por lo cómodo y cercano a la ciudad, sino preferentemente por la salinidad de sus aguas que se manifiesta en la albura de su espuma.*

*Portezuelo: [...] está llamado a constituir uno de los que más pronto habrán de figurar en primera línea de los balnearios uruguayos, por la lisura y extensión de su costa arenosa, la apacibilidad de la amplísima ensenada, su panorama admirable con fondo de la serranía de Maldonado, y contar a sus espaldas los inmensos bosques de Lussich.*

*El paraíso perdido o la isla del tesoro: Existe frente a la bahía de Maldonado un lugar que la naturaleza dispuso en forma de que él despierte las más suaves emociones: es la isla de Gorriti.*

*Pine Beach, libertad de acción. Tranquilidad o bullicio. Reposo espiritual o vida de sociedad en sus aspectos más significativos y en un ambiente de exquisita cordialidad. [...] Pinos muchos pinos. [...] Pájaros, innumerables pájaros multicolores. Su música primitiva y eterna deleita nuestros oídos. Flores. Flores por doquier, desparramadas en artísticos arriates, perfuman el ambiente. Y por césped, arriates y calles libres, ligeros, felices, niños muchísimos niños en Pine Beach, comulgando libremente con la naturaleza.”<sup>32</sup>*

De rica construcción, Punta del Este se convirtió en el ámbito privilegiado para alojar novedades arquitectónicas al inventar el “estilo Punta del Este” que evocaba el neo californiano, con amplias y confortables superficies, grandes techos que daban sensación de abrigo, de seguridad y de añorado aire de señorío.

La mirada comparativa de las prácticas turísticas guió el análisis de estas localidades veraniegas como estrategia que permite desentrañar significaciones sociales. Si Piriápolis conjugó naturaleza con sociabilidad al adecuar espacios públicos y hotelería, Punta del Este acentuó, amplió y especializó ese perfil. El golf, el tenis, las cabalgatas, los paseos en bicicleta y la pesca, representaban la vida saludable, el contacto con la naturaleza y el prestigio aunque fue la abundante diversión y sociabilidad nocturna con cenas, bailes y casinos lo que la distinguió de forma determinante. El deporte y los eventos deportivos de nivel internacional ocuparon un sitio destacado, las décadas del cuarenta y cincuenta parecen haber concentrado la búsqueda de un mayor prestigio con campeonatos de tenis, de yachting, de natación, de esquí náutico, de remo, de ciclismo, de pelota y de polo. Un hecho no menor fue que en períodos críticos, como lo representó el peronismo para la llegada de argentinos, la estrategia fue la implementación de eventos de carácter internacional que atrajeran extranjeros. Buenos ejemplos lo son el Primer Festival de Cine de 1951 en Punta del Este y el Primer Festival Automovilístico Internacional de 1952 realizado en Piriápolis.

Otra cualidad distintiva fue el perfil cultural que se consolidará en múltiples escenarios sobre los años cincuenta. A los primeros conciertos al aire libre se fueron agregando, en general con el apoyo de Comisión de Fiestas de Punta del Este, lo que se consideraban “actos culturales”. Coros, exposiciones de arte, conferencias,

<sup>32</sup> *El Día*, 31 de enero de 1937: 2- 3. 21 de marzo de 1937: 2- 3. 25 de febrero de 1940: 2-3. 27 de febrero de 1944: 9.

espectáculos de cine artístico, con la participación de la Orquesta de Cámara y del Instituto Cultural del Anglo, del Ballet del SODRE<sup>33</sup> y de intérpretes extranjeros. Tampoco faltaron las exposiciones de pintura que incluían conferencias dictadas por intelectuales ni se dejó de lado el distinguido gusto por el automovilismo.

Resulta evidente entonces, que para alcanzar jerarquía turística no bastaba con bellezas naturalmente panorámicas. Esa intensa vida social necesitó de los hoteles vacacionales que al albergarla y a su vez promocionarla los convirtieron en atractivos en sí. En Punta del Este, los clubes sociales /deportivos y los paradores junto al mar amplificaron esa capacidad de concentrar una gran variedad de esparcimientos.

En este artículo sólo se hará referencia a hoteles que se convirtieron en referentes al contribuir en la formación de esa imagen socialmente exclusiva, algunos de los que funcionaron precisamente como atractivos en sí. El año 1907 marca su inicio con el Hotel Biarritz de la Sociedad Balneario Punta del Este, luego el Nogaró, el Miguez, Las Delicias y el Playa, todos sedes de casinos, pasaron a sintetizar la idea de balneario ideal para las clases altas.

*“Establecimientos modernos, decorados y amueblados con gusto, tienen habitaciones amplias y claras, excelentes cocinas y surtidas bodegas en las que no faltan las mejores marcas de bebidas nacionales y extranjeras. También cuentan con lujosas boites, bellísimos pinares, grandes pesqueros y no faltan otros motivos de interés artístico y social (...) con un vasto programa de fiestas y concursos de grata y emotiva trascendencia.”*<sup>34</sup>

Esta cultivada vocación veraniega despertó preocupación en algunas figuras intelectuales, para quienes el avance del turismo también significaba pérdida de tradiciones en ciudades valorables como monumentos por su acervo histórico colonial. La ciudad de Maldonado, muy cercana a Punta del Este, representó para Francisco Mazonni -creador y Director del Museo Regional de esa ciudad- un patrimonio a conservar, cuestión que hacía extensiva a otras ciudades. Otro temprano referente conservacionista fue Horacio Arredondo – Presidente de la Comisión Nacional de Turismo y pionero arqueólogo autodidacta- que dedicó su vida a la tarea consistente según expresaba, a la “[...] defensa del panorama nacional, que se altera y se diluye en nuevas formas, que nos resta valores primitivos [...]”<sup>35</sup>

\* \* \*

<sup>33</sup> Servicio Oficial de Difusión Radio Eléctrica, organismo estatal.

<sup>34</sup> Turismo en el Uruguay, 1946:s/p.

<sup>35</sup> Arredondo, 1943: 21.



Fuente: Federación Uruguaya de Turismo, “Guía de Turismo del Uruguay”, 1954.



Fuente: Federación Uruguaya de Turismo, “Guía de Turismo del Uruguay”. 1954.

## Entre la ruralidad y el balneario: Rocha

Un panorama costero turístico muy diferente a los que se han planteado lo fue el de las playas del departamento de Rocha, cuestión constada en el análisis de las más variadas fuentes de información: prensa, revistas, crónicas, folletería y guías turísticas. La conjunción de ámbito rural y océano al que en los años cuarenta se le sumó la valorización del patrimonio histórico local creó un inconfundible espacio veraniego construido inicialmente por los habitantes de las ciudades y pueblos más cercanos. La relativa lejanía con los lugares receptores tradicionales de turistas – Colonia y Montevideo- así como de los turistas nacionales por las deficientes vías de comunicación, permitió la conservación de sus extensos arenales oceánicos pese a los proyectos de forestación estatal de los años cuarenta.

Superada la barrera de la distancia con la expansión de las vías de comunicación terrestres, fundamentalmente con nuevas carreteras, ese espacio costero no perdió las características mencionadas sino que en un proceso de reafirmación identitaria elaboró un perfil propio que lo distinguiría claramente de los demás. Uno de sus balnearios, producto de una íntegra planificación a partir de 1936, La Paloma, contrasta con los

“balnearios rurales” cuyo rasgo fundamental ensambla pradera y océano, vecinos y turistas, vida pueblerina y prácticas turísticas.

A La Paloma, hacia la década del cuarenta se la presentaba en los folletos como el “primer balneario oceánico del Uruguay”, en su origen fue puerto pesquero y de cabotaje (1909) que junto al viejo faro reunieron una escasa población. Su distinción como ciudad fue compartida sin fuertes tensiones con la valoración de su ambiente natural en el que entre bosques de pinos y el océano se ubicaron algunos pocos hoteles entre ellos el Hotel Cabo Santa María y los chalets veraniegos de quinchados de paja y de tejas.

*“Las playas de arenas caldeadas y agua de intensa salinidad, ofrecían el atractivo del deporte marino, de la pesca entre los murallones del puerto o de la pesca en las aguas dulces de la laguna de Rocha, a unos siete kilómetros, y las excursiones a caballo por el inmenso bosque de pinos que la circundan.”<sup>36</sup>*

Como interface entre la ciudad balnearia y la ruralidad, La Pedrera se convirtió en el emblema del veraneo agreste y familiar que en la aspiración por ganar adeptos nacionales y regionales a las pocas casas con que contaba en 1910 se le sumó en 1940 tres hoteles, el Brisas del Este, el Miramar y el La Pedrera, asimismo el paseo encontró su lugar con una rústica rambla construida sobre la costa rocosa.

Los viejos veraneantes han tipificado el cambio en clave social:

*“La Pedrera ha tenido tres épocas; cuando nos saludábamos aún en plena noche porque todos nos conocíamos, cuando comenzamos a preguntarnos quiénes eran los que paseaban por la rambla, y cuando ellos se preguntaron quiénes éramos estos viejos que estábamos en las casas [...]”<sup>37</sup>*

Cuando “todos se conocían” como vecinos de las localidades cercanas y el veraneo duraba tanto como las vacaciones escolares, el esparcimiento no iba más allá de los juegos de mesa y de escuchar música. Las noches a farol se alegraban con bailes y el carnaval se festejaba a pleno. La abundante y variada pesca oceánica ocupó un sitio de privilegio al proveer las mesas de los veraneantes. Esa vida familiar se prolongó hasta la década del sesenta.

Los balnearios rurales, Aguas Dulces, Barra de Valizas y Cabo Polonio, de ocupación caótica y por fuera del mercado inmobiliario, formaron parte de extensas estancias aunque en realidad la pesca y las loberías dieron el único sustento a los primeros habitantes del lugar, lentamente el baño de mar atrajo a veraneantes locales. Las humildes viviendas de los pescadores sirvieron de modelo para el rancho de veraneo construido sobre pilotes que los defendía del avance del mar, con cargador de viento y aljibe. A partir de la década del cincuenta las nuevas vías de comunicación, el paisaje rústico, la abundante pesca y el arriesgado baño de mar fueron atrayendo al montevideano en busca de unas baratas y distintas vacaciones.

<sup>36</sup> *El Día*, 9 de marzo de 1941: 2- 3.

<sup>37</sup> Ferrer, 1998: texto de contratapa.

Al menos desde la década del treinta el culto por lo patrimonial y la restauración evocadora comienza a renovar la mirada por los alejados arenales. La costa de Rocha fue escenario de luchas fronterizas entre españoles y portugueses, la intención fue salvar de la destrucción y el olvido dos sitios que representarían la historia colonial y que fueran vistos como monumentos coloniales dignos de ser visitados.

El 13 de diciembre de 1927 las ruinas de Santa Teresa fueron declaradas Monumento Nacional y el 29 de octubre de 1937 las de San Miguel formando parte de la Comisión Honoraria de los Parques Nacionales de Santa Teresa y San Miguel. Horacio Arredondo fue uno de los especialistas que se encargó de su reconstrucción. La capilla y los museos militar e indígena de la fortaleza de Santa Teresa, merecieron a partir de la década del cuarenta elogiosas reseñas que intentaban captar la atención de los turistas. El diseño del parque convirtió al entorno de la histórica fortaleza en un reservorio de flora y fauna exóticas.

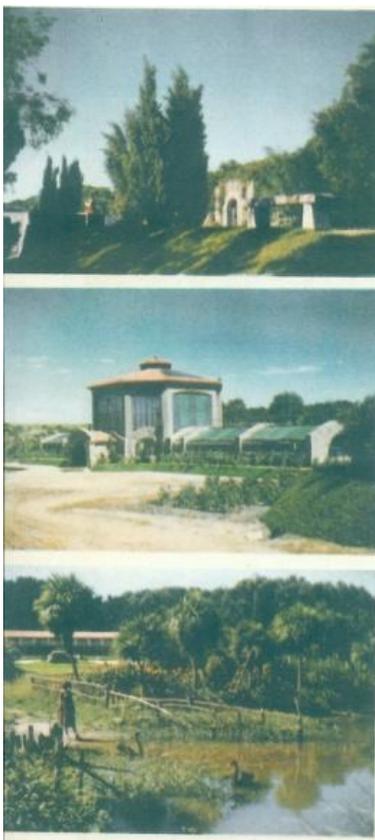
*“[...] Parque casi reciente repentino, arrancado a la maraña que durante años y años quiso devorar el paraje y la sólida piedra de la hermosa fábrica militar. [...] Aquí tiene el turista, surgiendo de la espontaneidad de la naturaleza, un parque de ensueño, en que llegan a alternarse panoramas de todas las latitudes, en que los perfumes alcanzan su más dilatada eficacia y el canto de millones de pájaros llena el aire de inagotables melodías. Parque con edificios para albergue de empleados, con acuariums, con un sombráculo que es orgullo para el país, donde germinan y alcanzan lozanía, resguardadas de los soles intensos y los feroces vientos del este, la más completa colección botánica subtropical, parque con piscinas, con impresionantes y bellísimos desniveles, con una pajarera enloquecida de revoloteos y trinos...*

*Parque de más de dos millones de árboles, provenientes de las cinco partes del mundo; parque habitado por una fauna de innumerable variación; [...] caro en el recuerdo de los excursionistas, valorizado por su extensión en el que pacen manadas de ciervos, llamas, alpacas [...] Parque de Santa Teresa, llenos de misterio y poesía, como de poesía y misterio está construido el poderoso aliento de nuestra zona del este.”*<sup>38</sup>

\* \* \*

---

<sup>38</sup> Turismo en el Uruguay, 1947: s/p.



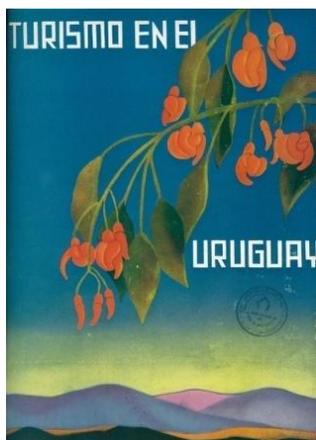
*Fuente: Revista Turismo en el Uruguay, año XII, n° 48, [1947]*

La restauración del fuerte en cambio trató de reconstruir la “tradición criolla” en el medio serrano compuesto por la Sierra de San Miguel y el Cerro de la Carbonera. La carreta y la diligencia como transporte colectivo, una prensa de enfardar lana “y otras tantas muestras de nuestras rústicas pero decisivas y abnegadas ansias de progreso [...]”<sup>39</sup> fueron los primeros elementos significativos en términos de rescate de la tradición del museo nativista que lo diferencian del de la Fortaleza de Santa Teresa. El parador fue construido tomando como modelo una vieja pulpería y el parque de flora y fauna autóctona culminaban esa recreación telúrica.

Este análisis de la ocupación costera y de la generación de espacios donde se comienzan a desarrollar actividades turísticas ha intentado ofrecer un panorama general poniendo énfasis en los factores diferenciadores de cada uno de ellos. Si bien todos han contribuido en la conformación de la imagen de Uruguay país turístico lo han hecho desde trayectorias específicas que fueron posibles mediante procesos de consolidaciones, permanencias y rupturas por los cuales estos sitios veraniegos han permitido que esta modalidad siga predominando en Uruguay.

<sup>39</sup> Turismo en el Uruguay, 1947: s/p.

## Un nuevo escenario: el Litoral Oeste



*Fuente: Turismo en el Uruguay, año III, n°7, [1936]*

Las políticas definidas en este período así como las promociones y representaciones que se ofrecen en las distintas fuentes analizadas permiten sostener que se comienza a producir una apertura hacia nuevos lugares del país donde se ponen en relevancia atractivos y prácticas turísticas de diferente índole, en un intento de ir conformando la posibilidad de “Uruguay país turístico”. Todo lo cual tenía como sustento implícito la diversificación de la oferta que existía en la época- ampliar las regiones más allá de las de veraneo- incorporado nuevas zonas se pretendía mitigar la centralidad que tenía la costa rioplatense y oceánica con sus múltiples balnearios. Si bien se considera que esta fue una de las líneas de acción de la Comisión Nacional de Turismo a partir de 1933, el análisis de diferentes fuentes indican que otros actores acompañaron esta posición entre los que cabe mencionar a los empresarios, al Banco de Seguros del Estado, a algunos parlamentarios y a la prensa ya fuese especializada o no.

Fue en este contexto que el litoral Oeste, es decir, la mayor parte los departamentos recostados al río Uruguay (Colonia, Soriano, Río Negro, Paysandú y Salto) comenzó a generar un particular interés en ser presentado al turista pero también a la población nacional como zonas de interés para ser visitadas. El eje vertebral de la región fue el Río Uruguay y sus diferentes atractivos, que además de tener una gran belleza natural contenían en sí mismos historias, costumbres y tradiciones que conferían una identidad propia a cada una de los lugares y podían ser percibidas como espacios de recreación y ocio.

A su vez, las representaciones y las posibilidades de la región Oeste estaban fuertemente vinculadas a las prácticas sociales que se ponían de manifiesto en la Semana de Turismo y la movilidad que ésta implicaba en el turismo interno. El cambio de denominación de Semana Santa a Semana de Turismo se había producido con la aprobación de la ley de Feriados de 1919 siendo concebida como prolongación del verano y como herramienta de fomento del turismo interno. El representante nacional Salgado fundamentaba el objetivo de la creación de la Semana de Turismo como “[...] una semana completa de cesación del trabajo [...] con el fin de que durante

el año toda la población del país pueda distraerse y tomarse un merecido descanso.”<sup>40</sup> Esta fundamentación se mantiene como sustento de las actividades y desplazamientos que se realizaban en esta época del año en todo el período de análisis y significaba más que el simple veraneo pues además de los componentes de descanso y relax, contenía el agregado de una búsqueda de nuevos lugares dentro del territorio nacional y el conocimiento que de ellos se podría inferir.

Artículos periodísticos a inicios de la década del 30 ya remarcaban la característica principal de la ciudad de Montevideo en esta semana, donde se producía el desdoblamiento de la misma, siendo una práctica habitual que los montevideanos realizaran excursiones al interior. Esta particularidad se va consolidando de tal manera que a comienzos de la década del 50 la prensa nacional sostenía

*“El pueblo uruguayo revive en estos momentos la renovada y saludable inquietud de Su Semana de Turismo. La inquietud es colectiva: una enorme masa de población se desplaza a través del territorio nacional buscando la satisfacción del viaje, de los nuevos panoramas, de la aventura tonificante, del optimismo de vivir. [...] Felizmente, el territorio uruguayo se presta a la renovación de programas y destinos turísticos: hay abundancia de playas, de sierras, de valles pintorescos, de bosques naturales acogedores. Sin contar las visitas a las estancias o a las ciudades donde moran amigos y parientes.”*<sup>41</sup>

La idea de integrar nuevas zonas del territorio uruguayo al turismo se logra sintetizar por ejemplo con el eslogan “ruta del Oeste” que aparece mencionado por la propia Comisión Nacional de Turismo pero a su vez por distintos medios de prensa. El objetivo de esta ruta era fundamentalmente “encauzar el interés de los viajeros y de los propios uruguayos en dirección del litoral oeste”.<sup>42</sup> Para cumplirlo, debían promocionarse los principales atractivos siendo los lugares más destacados las principales ciudades de la región: Mercedes, Colonia del Sacramento, Carmelo, Fray Bentos Salto y Paysandú. A las que se sumaban localidades que presentaban otro tipo de atractivos -tal vez más vinculados con la historia del país- como eran la playa de la Agraciada, la meseta de Artigas, Dolores y Villa Soriano.

En la mayoría de las presentaciones que se realizaban de los “nuevos lugares” - más allá de sus características especiales que invitaban a la visita- estaba implícita la valoración de la época que se hacía del disfrute de la naturaleza y las consecuencias positivas que ello tendría para el turista, es decir, los beneficios físicos y espirituales que podrían actuar como elementos motivadores para repetir la visita.

Si bien era un objetivo reconocido por la mayoría de los actores, el de ampliar las regiones del territorio nacional a las actividades turísticas, las opiniones sobre cómo se venían dando los procesos no eran únicas ni totalmente favorables. En este sentido, las percepciones de los actores locales sobre la centralidad de las políticas montevidéanas ejemplifican una tensión al respecto. Se puede apreciar que la revista

<sup>40</sup> Diario de Sesiones de la Cámara de Representantes, 19 de octubre de 1919: 238.

<sup>41</sup> El Día, 29 de marzo de 1953: 3.

<sup>42</sup> El Día, 3 de mayo de 1942: 6- 7.

local “Turismo del Litoral y Actualidades Gráficas” -propulsora de la idea de un turismo del litoral desde una perspectiva regional integrada con Argentina y Brasil- en 1947 refutaba las acciones políticas desarrolladas por la CNdT. En esta línea argumental en un artículo denominado “Las Comisiones Oficiales de Turismo” se sostenía que

*“[...] nuestra revista [...] viene bregando con el mayor entusiasmo patriótico por el fomento del turismo en estos litorales de ambas márgenes del río Uruguay, Argentina, Uruguay y Brasil, los organismos oficiales de turismo no obstante las facilidades que el Estado les acuerda para este fin ¿qué hacen para encauzar y fomentar el turismo hacia estas ricas y pintorescas zonas tan propicias no solo para el turismo veraniego sino también para el otoñal por sus benéficas propiedades climatéricas .....?”<sup>43</sup>*

Para adecuar al litoral oeste fue necesario en primera instancia acondicionar la red carretera, mejorar los servicios de transporte de pasajeros y generar la infraestructura necesaria para el alojamiento de los turistas.

En cuanto a la red carretera, existen en este período hitos fundamentales que posibilitaron una mejor comunicación con la totalidad del país partiendo en todos los casos de la centralidad de Montevideo como punto referencial del sistema de comunicaciones. Estos se encuentran en los planes estatales de 1928, 1935 y 1944, por medio de los cuales el Estado invirtió grandes sumas de dinero en la construcción del sistema carretero nacional. En este contexto se considera que el primer hito fue la construcción de la Ruta 1 en 1934 que posibilitó la conexión de Colonia con Montevideo y la subsiguiente con los balnearios de la región del Este del país. Esta ruta además permitía mejorar las conexiones con Argentina ya que este era uno de los principales puntos de entrada al país. La construcción de esta ruta tiene como claro antecedente que propicia la conectividad la inauguración del puente sobre el Río Santa Lucía en 1925 que conectaba los litorales de los ríos de la Plata y Uruguay

Las posibilidades de recorrer el país en autobús y en automóvil se ampliaron con la construcción de carreteras y puentes que representaron la incorporación del territorio más allá del Río Negro a partir de 1933, lográndose superar la barrera geográfica más importante que tenía el país en ese momento que dividía claramente al territorio en dos, el sur próximo y el lejano norte. Este proceso altamente significativo comenzó con la inauguración del primer puente sobre el río Negro en 1929 en la ciudad de Pasos de los Toros. En posteriores décadas la construcción de la Ruta 3 que conecta Montevideo con los departamentos de Paysandú, Salto y Artigas (hasta la ciudad de Bella Unión como punto más al norte) logró una real integración de esta región a la visión de país. Hacia 1949 se habían construido cerca de 7 mil kilómetros de caminos.

En lo que hace a la mejora de servicios de transporte de pasajeros, se debe resaltar la política empresarial llevada adelante por ONDA (Organización Nacional de Autobuses) que con la fusión de pequeñas empresas locales de 1935 y con sus

<sup>43</sup>Revista Turismo del Litoral y Actualidades Gráficas, Octubre –Diciembre de 1947: s/p.

estrategias empresariales acompañó muchas de las políticas y acciones referidas al fomento del turismo. Claro ejemplo de lo aseverado fue que a un año de su inauguración, la empresa llegaba al departamento de Colonia conectando así con Buenos Aires al departamento de Maldonado y sus balnearios en desarrollo y acercaba a Durazno, Flores, Treinta y Tres, Río Negro y Soriano. En la década del 40 lo hacía con los departamentos de Salto, Artigas y a Rocha.

Si se analiza el lema empresarial de ONDA de 1940, “Empresa No. 1 del Transporte Carretero del Uruguay”, y se lo compara con las estrategias desarrolladas en los primeros años de actuación empresarial se puede concluir que el lema refiere a que mediante su política de fusión de mediados de esa década contaba con servicios locales del interior del país cubriendo todos los departamentos del país con las excepciones de Canelones y Florida conseguidas en negociaciones empresariales.

Si bien ONDA como empresa tuvo por misión el transporte de pasajeros a nivel del territorio nacional, no se limitó a esta única propuesta al incursionar en el turismo con promociones de diferentes zonas del país en donde rescataba atractivos naturales y culturales lo que implicaba generar curiosidad hacia nuevos destinos que fueron presentados en innumerables formas a turistas y residentes. Esta estrategia la convirtió en un agente importante en la promoción del turismo interno mediante la oferta de excursiones a diferentes destinos que incluían el traslado pero también alojamiento, paseos y comidas. Sin lugar a dudas, de las promociones realizadas por ONDA en el período analizado la más representativa de esa visión del país como un todo, en su integralidad de atractivos naturales y culturales es la siguiente:

*A la Central Hidroeléctrica del Río Negro la grandiosa obra de ingeniería que todo Uruguayo debe conocer. El escenario ideal para recibir la primavera.*

*A Minas – Salus – Arequita engalanado con sus millares de claveles del aire.*

*A Piriápolis. El gran balneario marginado de cerros que hace de él, en toda estación, un nido templado.*

*A Colonia Suiza- Puerto Concordia y sus maravillosos alrededores. Con almuerzo en el gran Hotel Nirvana.*

*A Carmelo con paseos por el Arroyo de las Vacas y visita general a sus contornos, de interés turístico.*

*Excursión primicia al litoral uruguayo-argentino: Paysandú, Concepción, Gualaguaychú, Puerto Constanza, Buenos Aires, Tigre.*

*A Coronilla, Fortaleza Santa Teresa, Parque Nacional, Santa Victoria do Palmar (Brasil) un viaje por la privilegiada región del este uruguayo trasponiendo la frontera brasileña.*

*¡Otra de sus extraordinarias excursiones! Desde Montevideo a*

*Carmelo en varios de los 120 magníficos superpullman de la Onda.*

*Para luego ir en pocos minutos en el Central Argentino a ¡Buenos Aires! Y regresando en el “Ciudad de Colonia”.*

*Fuente: Pienovi, 2008: Anexo.*

En cuanto al acondicionamiento turístico del litoral, aparte de las inversiones de distintos empresarios, un aspecto a destacar fueron las realizadas en el ramo de la

hotelería por parte del Banco de Seguros del Estado (BSE) en las ciudades de Fray Bentos, Paysandú y Salto. Más allá del valor en sí de las obras y del uso que de las mismas se hizo, son relevantes por el significado que tuvieron para el Estado y de cómo concebía este al turismo. De ello es representativa la tapa del Almanaque del BSE de 1951 donde luce un gran título que alude a los hoteles y a la política que se venía llevando “En la economía del país por el bienestar nacional”<sup>44</sup>.

Estos hoteles construidos por el BSE, pronto cumplieron una doble finalidad: ofrecer un confortable alojamiento a viajeros y turistas, y a su vez, representaron atractivos en sí mismos, como ámbitos de sociabilidad para la población residente, privilegiando de esta forma la vida social de la ciudad.

El Gran hotel Paysandú era resaltado por su confort pero también por la sobriedad y modernidad de la construcción así como la amplitud de sus instalaciones que promovían la realización de eventos sociales y en ese sentido era publicitado por la revista *Turismo en el Uruguay* en 1946<sup>45</sup> y por el Almanaque del BSE<sup>46</sup>

En el caso del Gran Hotel Salto, inaugurado en 1946, la percepción del mismo era muy similar al de Paysandú. Importa destacar aquí la funcionalidad que el mismo cumplía para la sociedad salteña para lo cual es necesario recurrir a un artículo del Almanaque del BSE donde se lo posiciona dentro de la vida social y económica de la ciudad al afirmar:

*“La Semana de Turismo, con sus grandes desplazamientos de la población montevideana hacia las regiones del interior, muestran de año en año al paso de su creciente arraigo y tradición, las ventajas de mantener un intercambio de esta naturaleza entre la capital de la República y el resto del país. Además Salto, gran ciudad, emplazada río por medio de una poblada y progresista región argentina, se encontrará no sólo en la temporada turística, sino durante todo el año en condiciones de acoger dignamente al movimiento de viajeros, ofreciéndole comodidades similares a la de cualquier gran capital. Vale decir, este Hotel contribuirá a que Salto mantenga en ese terreno el prestigio que la caracteriza en otras actividades.”*<sup>47</sup>

Sin perjuicio de estas inversiones de rango estatal se debe entender que los hoteles ya venían cumpliendo un rol diferencial entre la vocación de ser un servicio para el turista y viajero al tiempo de representar ámbitos de sociabilidad importantes para las sociedades litoraleñas. Esto se puede ejemplificar claramente en la trayectoria del Hotel Concordia de la ciudad de Salto. Símbolo y emblema de la hotelería salteña, comenzó a funcionar en la segunda mitad del siglo XIX y sigue funcionando como tal en la actualidad. De ahí el reconocimiento ofrecido por la Comisión Nacional de Patrimonio cuando lo declaró en 2005 como Monumento Histórico, siendo parte de los fundamentos que llevaron a este acto el reconocer el involucramiento del hotel en la vida cultural y social de Salto. La presentación de diferentes actividades culturales en su larga trayectoria así como el valor simbólico de haber recibido visitantes ilustres

<sup>44</sup>Almanaque del Banco de Seguros del Estado, 1951.:201. Entrada 04/ 03/09.

<sup>45</sup> Turismo en el Uruguay, 1945: s/p.

<sup>46</sup> Almanaque del Banco de Seguros, 1944:76. Entrada el 25/02/09.

<sup>47</sup>Almanaque del Banco de Seguros del Estado, 1946.: 355-358. Entrada el 10/04/09.

como lo fue Carlos Gardel, pasaron a formar parte del imaginario turístico de la ciudad.

Si bien hasta el momento se reseñaron las condiciones materiales que fueron posibilitando la integración de algunas zonas del país como lo fue la del Litoral Oeste, se ha prestado atención a los componentes inmateriales que también sustentaron esta apertura del país al sector turístico.

En primer lugar, la vinculación con el río Uruguay implica ese sentimiento dual, complementario y a veces antagónico, de unión y de diferencia que ha pautado las trayectorias de las sociedades litoraleñas. A su vez ha generado sociedades con un desarrollo comercial diferencial como lo fueron Paysandú y Salto, en otros casos un desarrollo industrial incipiente como se puede ver en Paysandú y Fray Bentos. Por otra parte, los departamentos de Colonia y Soriano -dependiendo de los períodos de análisis- representaron puntos de entrada importantes de los turistas procedentes de Argentina. Este proceso de movilidad en primera instancia no turística fue creando una serie de connotaciones cognitivo -afectivas de los desplazamientos y contribuyeron de manera directa al posterior proceso de confirmación de imagen turística de la región. Pues se fueron sumando otras posibilidades por fuera del viaje habitual por razones profesionales o comerciales.

En segundo lugar, la apropiación de conceptos como hospitalidad y descanso, alejarse de la gran ciudad como lo era Montevideo implicaba necesariamente un retorno a la naturaleza, una búsqueda de evasión pero también una predisposición a conocer nuevos lugares del territorio nacional. Entre ellos cabe señalar las capitales departamentales y algunas ciudades destacadas como lo fue el caso de Carmelo pero también los espacios rurales y productivos con los que se intentaba conformar una nueva imagen del país.

En cuanto a las modalidades turísticas que se trataban de impulsar - y las cuales a su vez tenían un correlato natural con la región- se señalan los deportes náuticos, las actividades en las playas de río, la pesca y la caza. Las dos últimas tenían una fuerte vinculación con las prácticas habituales del hombre del medio rural y como actividades turísticas en sí no requerían de instalaciones ni organizaciones específicas, la gran variedad de la fauna autóctona hacía aún más atractiva la propuesta. Complementariamente se ponía énfasis en las actividades de camping a la vera de los ríos y arroyos como un elemento que se integraba perfectamente al entorno natural y en otros casos, en versiones más institucionalizadas como las actividades desarrolladas por la Asociación Cristina de Jóvenes en el departamento de Colonia.

Por otra parte, la presentación de la región del litoral oeste también contenía esparcimientos culturales muchas veces vinculadas a lo propio de cada localidad así como deportes hípicos y carreras automovilísticas. Los juegos de azar tampoco faltaron entre las propuestas de esparcimientos como se puede apreciar en la ciudad de Carmelo con la instalación del hotel casino en la década del 40.

Las descripciones de las fuentes del periodo analizado, las fotografías de distintos lugares y el uso adecuado de las palabras en cada texto de la prensa de alcance nacional intentaban poner en evidencia sensaciones que podrían percibirse en estas zonas. Juego de luces y colores de las ciudades litoraleñas eran usados en los medios de prensa, de ahí las representaciones de la ciudad de Mercedes con su rambla o la

valoración de la costanera salteña, son solo algunos ejemplos. Esos atributos naturales mezclados de historia, de trayectorias diferentes pero básicamente la posibilidad de poder ser disfrutados a lo largo de todo el año representaba una fuerte contraposición a la estacionalidad balnearia. Por tanto significaba la puesta en valor no solo de lo natural y de sus transformaciones en sí, sino de un rico pasado histórico, del disfrute de ámbitos de sociabilidad ya instalados que se podían vivir en los parques, ramblas y hoteles en un contexto distinto de las zonas típicamente turísticas del país.



Fuente: Federación Uruguaya de Turismo, “Guía de Turismo del Uruguay”, 1954.



Fuente: Turismo en el Uruguay, año II, n°4, [1936]

## Reflexiones finales

La historia del turismo en Uruguay transcurre por una primera etapa que parte del final del siglo XIX y cuya característica primordial es la construcción del paisaje balneario

en el que es posible advertir factores diferenciadores. El papel de la ciudad de Montevideo en este período tiene connotaciones especiales porque además de ser la capital del país se convirtió en el primer destino balneario donde los elementos más distintivos, los hoteles –casino, las playas, las ramblas, parques y ámbitos de sociabilidad comunes para residentes y turistas, le imprimirán un perfil similar al proceso de consolidación de los balnearios de la región Este del país. Luego, en esa búsqueda de distinción social los nuevos balnearios se convirtieron en reductos sociales que los distinguirán no sólo de Montevideo que dejó de ser “capital balnearia” sino entre sí.

Una segunda etapa se advierte sobre la década del cuarenta en el que el litoral sobre el Río Uruguay y primeros tramos del Río de la Plata comienzan a tener un protagonismo incipiente. Esta región se caracterizaba por la producción agrícola basada en la ganadería extensiva y lechera, el cultivo de la tierra, una intensa actividad comercial y un incipiente desarrollo industrial. Las escasas conexiones con el país incentivaron, por un lado las relaciones comerciales y sociales con el litoral argentino, y por otro, una intensa vida social centralizada fundamentalmente en las capitales departamentales. Ciudades cuya atracción fue cimentada por la cercanía con los ríos Uruguay, Negro y de la Plata, en las que sus riveras fueron adecuadas para esparcimientos de muy variado porte: ramblas, clubes deportivos y de pesca, y por el medio rural que las rodeaba. Estos rasgos distintivos fueron apreciados como propuestas turísticas, tal vez por lo inédito de los atractivos, tanto naturales como culturales, en un contexto donde primaba el hasta entonces concebido “país balneario”. De ahí, la apuesta tanto de las autoridades gubernamentales como de los medios de prensa que resignificaron su vida social, tradiciones y cultura para convertirlas en atrayentes prácticas turísticas. Si esa es la primera variante, lo cierto es que se mantiene a nivel del imaginario como componente simbólico, el valor, las propiedades y significaciones del agua ya fuese en la representación de las costas como del entorno de ríos y arroyos cargados de tradiciones, con lo cual quedaban establecidas las diferencias con el inventado paisaje balneario que sólo había sido posible mediante una profunda transformación de las desiertas e inhóspitas costas.

Si la centralidad costera de Montevideo fue disputada con éxito por los nuevos balnearios no ocurrió lo mismo con el litoral oeste. Hacia los años treinta la consolidación de los centros balnearios esteños rompió con esa primacía de la capital, confiriéndole al turismo de veraneo una multiplicidad de escenarios tal vez compartiendo un mismo atractivo pero diferenciándose en su presentación y en la construcción de ámbitos de sociabilidad que interpretaban adecuadamente los contextos donde estaban emplazados. No ocurrió lo mismo con el surgimiento del litoral Oeste, puesto que este se presentaba como una propuesta innovadora, contrastante y a la vez complementaria, plena de tradiciones, siendo esencialmente una apertura de modalidades que escapaban del veraneo. Avanzada la década del cincuenta una segunda transformación se dará en ese litoral a partir del descubrimiento de las fuentes termales de Salto y Paysandú. Estas fueron incorporando al imaginario una nueva modalidad del disfrute del agua, confiriéndole una imagen diferente a la región que perdura hasta la actualidad.

Los años cuarenta trajeron consigo otras novedades también vinculadas al rescate de lo tradicional pero en este caso significaron la renovación del costero país del Este. Las ruinas coloniales aparecían como objetos a rescatar del olvido antes que el avance de las dunas las hiciera desaparecer.

Este proceso, que ha sido objeto de más detallados análisis y que en esta ocasión se presenta en sus rasgos sustanciales, no fue espontáneo como quizá se pueda considerar al origen de los primeros balnearios en Montevideo. El avance del gobierno municipal montevideano a partir de la primera década del S. XX apropiándose del espacio costero luego que emprendimientos privados de los transportistas y de arriesgados inversores en hotelería habían realizado las primeras transformaciones, precedió la institucionalidad del turismo con un organismo estatal. La Comisión Nacional de Turismo -a partir de la década del treinta- representó el cambio proyectando nuevos lugares y modalidades por un lado, al tiempo que mantenía el apoyo a la consolidación del veraneo facilitando créditos para la hotelería, instalando paradores, promocionándolo a través de la publicación Turismo en el Uruguay, folletería y documentales. Esta doble dimensión de la política turística que pretendía instaurarse le generaría agudas críticas por parte de diversos actores que solicitaban una gestión más equitativa de los fondos si se pretendía conformar un país turístico. La década del 40, plena de contradicciones significó para Uruguay – y para los uruguayos- haber conquistado el auge económico y la *democracia perfecta*, condiciones que derivaron en la noción de *Suiza de América* con la que se aspiraba mostrar un país más cercano a la admirada Europa que al continente que pertenecía. Los principales atributos que sostenía esa autocomplacencia fueron hospitalidad, justicia social, tolerancia, neutralidad y excepcionalidad respecto a los hermanos países americanos. En la segunda posguerra la imagen de *Uruguay feliz* ocultaba los nubarrones que se acercaban ante la nueva coyuntura internacional con el quiebre de la competitividad de las exportaciones y a raíz de las políticas peronistas que cortaron momentáneamente la fluidez del intercambio comercial y turístico entre Argentina y Uruguay.

Uno de los avances sustanciales y en el que se debe continuar, es la generación de un corpus de historia regional del turismo pues como se ha manifestado en este artículo la historia comparativa de los procesos ocurridos en Argentina, Brasil y Uruguay va más allá de las peculiaridades de cada uno de los casos. Estos denotan similitudes más que interesantes que trascienden los orígenes manteniéndose en la consolidación del veraneo como práctica social. Así mismo, las diferencias son notables en modalidades tradicionales en Argentina –serranías y aguas termales- a las que Uruguay alcanzará tardíamente. Los acontecimientos producidos tienen como década fermental la del treinta, la consolidación posterior se comienza a esbozar con el empuje de políticas estatales que buscaban la diversificación económica en un mundo que se había complejizado a partir de la crisis de 1929. Como someramente se ha planteado, los años cuarenta y cincuenta pondrían nuevamente a prueba la creatividad y el ingenio en la conformación de ese *país turístico* que mantuvo profundos lazos regionales en un doble sentido: por la movilidad intrarregional y en procesos de consolidación en sintonía.

## Bibliografía

Barreira S.

**Balneario Solís historia, relatos e imágenes.** Montevideo, Ediciones Trilce, 2003.

Campodónico, R. y Da Cunha, N.

“Historia del turismo en Salto: desde el encuentro social al esparcimiento termal” Ponencia presentada en el IV **Congreso Latinoamericano de Investigaciones Turísticas**, Montevideo, 2010.

“La incidencia del transporte en el desarrollo turístico del Uruguay. El caso de ONDA (1935-1980), en **Estudios y perspectivas en Turismo, Buenos Aires**, Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos, vol. XIX, 2010.

Corbin, A.

**El territorio del vacío. Occidente y la invención de la playa (1750-1840)**, Biblioteca Mondadori, Madrid, 1993.

Da CUNHA, N.

**Montevideo ciudad balnearia (1900-1950) El municipio y el fomento del turismo**, Montevideo, Departamento de Publicaciones de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación – CSIC, 2010.

Da cunha, N., y Campodónico, F.

“Piriápolis: de la construcción de la imagen al patrimonio balneario”, **Ponencia presentada en el 5º. Congreso de la Sociedad de Investigadores de Chile**, Valparaíso, 2011, p.12.

Duarte, J.

**Dos siglos de publicidad en la historia del Uruguay**, Talleres Gráficos Sur S.A., Montevideo, 1952.

Gattas, M., giuria B.

**Cantegril Country Club Una historia entre pinos.** Casa de las Copias SRL, Montevideo, 1985.

Ferrer, M.

**La Pedrera. Vida y milagros.** Montevideo, REG S.A., 1998.

Hiernaux, D.

“La fuerza de lo efímero .Apuntes sobre la construcción de la vida cotidiana en el turismo.” En A. Lindo (Coord.) **La vida cotidiana y su espacio-temporalidad.** Átropos, Barcelona, 2000.

Jacob, R.

**Modelo batllista ¿variación sobre un viejo tema?.** Montevideo, Proyección, 1988.

*La quimera y el oro.* Montevideo, Arpoador, 2000.

Laborde, G.

**El asado. Origen, historia, ritual.** Ediciones Banda Oriental, Montevideo, 2010.

Larrinaga, C.

“El turismo y la ciudad de San Sebastián en la Edad Contemporánea. Un análisis en el largo plazo”. En F. Angeli, **Il turismo e la città tra XVIII e XXI secolo**. Milán, 2007.

Lash, s. y Urry, J.

1998 **Economías de signos y espacios. Sobre el capitalismo de la posorganización**. Argentina, Amorrortu editores.

Laurencena Drescher

**Camping y Turismo**. Buenos Aires, Editorial Nuevo Mundo, 1928.

Maglio, M.

**Por las Huellas del Salto. Historia y Literatura en el Gran Hotel Concordia**, Montevideo, Edición Botella al mar. 2008.

Mac Cannell

D., **El turista una nueva teoría de la clase ociosa**, Editorial Melusina, España, 2003.

Maronna, m.

“La imagen oficial del turismo uruguayo a través de la Comisión Nacional de Turismo (1935-1950)” **Ponencia presentada en el IV Congreso Latinoamericano de Investigaciones Turísticas**, Montevideo, 2010.

Martínez Carril

M., **Turismo en el Uruguay**, Montevideo, Nuestra Tierra, 1969, volumen extra.

Martínez cherro, L

**Por los tiempos de Piria**, Montevideo, EBO, 1992.

**Crónica de la costa. Punta del Este, Maldonado, Piriápolis, Naufragios, Corsarios y Piratas**. Montevideo, Banda Oriental, 1999.

Mazzoni, F.

“Itinerario arqueológico turístico de Maldonado y sus alrededores.” **Almanaque del Banco de Seguros del Estado, 1953**, p. 96 -100. www.bse.com.uy. Entrada el 26/02/09.

Oddone, Juan

**Vecinos en discordia Argentina, Uruguay y la política hemisférica de los Estados Unidos. Selección de documentos. 1945-1955**, (2da ed) Montevideo, Ediciones El Galeón, 2003.

Pastoriza, E.

**La conquista de las vacaciones. Breve historia del turismo en la Argentina**. Buenos Aires, Edhasa, 2011.

Piedras Cueva Azpiroz, S.

**Aventuras en el Solís Grande**. Montevideo, Ediciones de la Banda Oriental, 2000.

- PienovI, M.  
**Había una vez un galgo... 55 años de historia de la Organización Nacional De Autobuses, Montevideo**, Psicolibros Universitario, 2008.
- Reborido, P.  
**Piriápolis. Una historia en 100 fotos**. Montevideo, Ediciones de la Banda Oriental, 2009.
- Ríos, G.  
“Identidad, Cultura y Desarrollo en la Microregión de Frontera Salto (Uruguay) – Concordia (Argentina)”. Tesis de **Maestría en Desarrollo Regional y Local, Documento de Trabajo N° 46/00**, Unidad de Estudios Regionales. Facultad de Ciencias Sociales, Regional Norte, Universidad de la República, Salto, Uruguay, noviembre de 2000.
- Varese, J. A.  
**Rocha, tierra de aventuras**. Montevideo, Ediciones de la Banda Oriental, 2001.
- Urry, J.  
**La mirada turística**. Perú, Universidad San Martín de Porres, 2004.
- Zuppa, G. (Editora)  
“**Prácticas de sociabilidad en un escenario argentino Mar del Plata 1870-1970**” Universidad Nacional de Mar del Plata, Argentina, 2004.
- Von der weid, E.  
“O bonde como elemento de expansao urbana no Río de Janeiro” en **Siglo XIX. Revista de Historia**, segunda época, no. 16, junio-diciembre,1994.
- Fuentes editas*
- Arredondo, H.  
**Consideraciones generales sobre turismo**, Montevideo, Imprenta LIGU, 1943.
- “Turismo en el Uruguay”, Apartado de **Revista Nacional n° 59**, Montevideo, Ediciones Ceibo, 1943.
- Banco de Seguros del Estado, **Almanaque del Banco de Seguros del Estado**, Montevideo: años 1930-1955.
- Diario de sesiones de la Cámara de Representantes**, Montevideo, Imprenta Nacional, 1940, tomo 436 [sesiones del 10 y 11 de julio de 1940].
- El Día**, suplemento dominical, 1933 a 1955.
- Federación Uruguaya de Turismo, **Guía de Turismo del Uruguay**, 1954.
- IMM, **Memoria de la Intendencia Municipal de Montevideo, año 1911**, t.1, Montevideo, Escuela Nacional de Oficios, 1912.

---

**Turismo en el Uruguay**, Órgano Oficial de la Oficina Nacional de Turismo, 1935-1949.

